

Proyecto de Ley

El Senado y la Cámara de Diputados de la Nación reunidos en
Congreso...

SANCIONAN

MODIFICACION DEL REGIMEN DE COMPRAS Y CONTRATACIONES PÚBLICAS

CAPÍTULO I

Disposiciones generales

Artículo 1º.- Objeto. El objeto de la presente ley es incorporar la perspectiva de género en los procesos de contratación, concursos, concesiones y compras públicas que efectúa el Estado Nacional, y la promoción de empresas lideradas por mujeres y/o aquellas que cuenten con planes integrales de igualdad de género acreditables.

Artículo 2º.- Objetivos: Son objetivos de la presente Ley:

- a) Hacer efectivo el principio de igualdad entre mujeres y hombres.
- b) Erradicar la discriminación por motivo de género en los procesos de contratación, concursos y compras públicas que efectúa el Estado Nacional.
- c) Fomentar la participación de Empresas lideradas por mujeres como oferentes en los procesos de contratación pública.
- d) Brindar las herramientas necesarias para lograr la efectiva igualdad en la competencia entre empresas lideradas por mujeres y el resto de empresas.
- e) Promover la igualdad de oportunidades de hombres y mujeres en el mercado laboral.

- f) Impulsar a las empresas a promover igualdad de oportunidades entre sus dependientes y entornos laborales libres de todo tipo de violencia en contra de la mujer.
- g) Reconocer como factores de ponderación positiva entre los postulantes a ser adjudicatarios de contrataciones públicas, la elaboración e implementación efectiva de planes de igualdad de género y acompañamiento a mujeres en su vida laboral.
- h) Incluir en los pliegos de contrataciones, cláusulas tendientes a eliminar las desigualdades que aún existen entre mujeres y hombres.
- i) Fomentar la autonomía personal y económica de las mujeres e impulsar el empleo.
- j) Contribuir a la reducción de la desigualdad y brechas de género existentes.
- k) Promover el acceso de las mujeres a puestos directivos.
- l) Incentivar a las empresas a adoptar medidas específicas para garantizar la representación equilibrada de mujeres y hombres en los puestos de dirección.
- m) Evaluar de forma continuada el impacto de estas actuaciones y tomar las medidas adecuadas para su cumplimiento efectivo.
- n) Promover una mayor diversificación profesional de las mujeres en el mercado laboral y eliminar la segregación horizontal.

Artículo 3º.- **Ámbito de aplicación.** Se consideran sujetos obligados a aplicar la perspectiva de género en la contratación pública e incluir cláusulas de igualdad en todos los Contratos Públicos, en el ámbito del Estado Nacional, las jurisdicciones y entidades comprendidas en el artículo 8º de la Ley 24.156, y sus modificaciones, que sean parte en dichos contratos.

Artículo 4º.- **Autoridad de Aplicación.** La OFICINA NACIONAL DE CONTRATACIONES, dependiente de la SECRETARÍA DE INNOVACIÓN PÚBLICA de la JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS, o el organismo que en el futuro la reemplace, será la Autoridad de Aplicación de la presente ley y quedará facultada para dictar la normativa complementaria, aclaratoria y operativa que resulte necesaria a los fines de asegurar el adecuado cumplimiento de los objetivos establecidos en la

presente ley.

CAPÍTULO II

Perspectiva de Género en las Contrataciones Públicas

Artículo 5º.- Transversalidad de la perspectiva. Se deberá aplicar la perspectiva de género en todas las etapas del procedimiento de contratación pública, desde la etapa de definición del objeto del futuro contrato público, en función a la naturaleza y características del contrato, añadiendo criterios de igualdad en su contenido y hasta la finalización de la ejecución.

Artículo 6º.- Establecimiento de cláusulas de equidad. La autoridad adjudicadora incorporará cláusulas de igualdad como condición de ejecución de los contratos a todas las empresas que pretendan presentarse como adjudicatarias de contrataciones públicas y obligarán a cumplir las condiciones establecidas en caso de resultar contratistas; en caso de que estas cláusulas se consideren de carácter esencial por la autoridad adjudicadora, su incumplimiento puede suponer la imposición de penalidades o incluso la resolución del contrato.

Artículo 7º.- Criterios de selección de las empresas. Se tomarán criterios de ponderación positiva para la adjudicación a las empresas que: se encuentren en la categoría de "Empresa Promotora de la Equidad de Género"; estén lideradas por mujeres; cuenten con planes de incorporación y desarrollo personal para mujeres; posean aptitudes específicas, experiencias acreditadas, conocimientos técnicos concretos en temas de igualdad de género; cuenten con planes de inclusión, contención y que potencien el rol de la mujer dentro de las empresas; las que consideren aspectos sociales y ambientales vinculados al rol de la mujer dentro de la empresa en la que se encuentra trabajando; acrediten ascenso en el porcentaje de mujeres dentro de la nómina de trabajadores, en puestos de dirección dentro de la

empresa, planes de promoción de ascensos en puestos de trabajo de las mujeres dentro de las empresas; la elaboración de planes activos de empleo que incentiven el empleo estable y de calidad de las mujeres; incorporen planes de acompañamiento y planificación familiar; adopten medidas para eliminar discriminaciones directas e indirectas derivadas de la maternidad; fomentar la presencia de mujeres en las carreras técnicas, entre otras acciones que revelen el compromiso de la empresa licitadora de aplicar acciones específicas relacionadas con la igualdad entre mujeres y hombres señaladas en la oferta que presenta.

Artículo 8°.- Criterios de ponderación negativa de las empresas. Serán criterios de ponderación negativa de las Empresas que se presenten en procesos de contratación, concursos y compras públicas que efectúa el Estado, que los titulares y/o miembros de directorios u órganos de dirección y/o decisión hayan sancionados y/o condenados en causas por violencia de género, obligaciones alimentarias y/o acoso laboral y/o cualquier otra situación de violencia en contra de la mujer.

CAPÍTULO III

Empresa Promotora de la Equidad de Género

Artículo 9°.- Distintivo: "Empresa Promotora de la Equidad de Género ". Créase el distintivo "Empresa Promotora de la Equidad de Género", el que deberá ser implementado por la Autoridad de Aplicación, estableciendo los requisitos para obtenerlo.

Podrá obtener el distintivo de "Empresa Promotora de la Equidad de Género" cualquier empresa pública o privada que cumpla con políticas, programas y planes de equidad de género entre hombres y mujeres en el ámbito de su empresa y/o con sus propios proveedores. No podrán obtener el distintivo las empresas que en los dos años anteriores a la convocatoria de la contratación pública hayan sido objeto de sanción administrativa y/o sentencia firme por prácticas abusivas y/o discriminatorias o por

incumplimiento de sus obligaciones en materia de igualdad de mujeres y hombres.

Los criterios a tener en cuenta para regular las condiciones para la concesión del distintivo de "Empresa Promotora de la Equidad de Género", que tendrá una duración de cinco años, son los siguientes:

- a) Tener una representación equilibrada de mujeres y hombres en todos y cada uno de los grupos y categorías profesionales.
- b) Adoptar medidas para la mejora del acceso al empleo y la promoción profesional de las mujeres en los sectores, ocupaciones y profesiones en que estén poco presentes.
- c) Promover el acceso de las mujeres a los órganos de dirección para garantizar la representación equilibrada de ambos sexos.
- d) Implantar las garantías que correspondan para la aplicación de criterios igualitarios de retribución de mujeres y hombres, así como la adecuada valoración de puestos de trabajo teniendo en cuenta la perspectiva de género.
- e) Adoptar medidas para implantar formas flexibles y horarios racionales de organización del tiempo de trabajo, que posibiliten la corresponsabilidad de mujeres y hombres en el trabajo doméstico y de cuidado de personas y que permitan conciliar la vida personal y laboral.
- f) Adoptar medidas contra el acoso sexual y el acoso por razón de sexo, incluyendo las acciones preventivas y sancionadoras y la elaboración de un protocolo de prevención.
- g) Elaborar y aplicar un plan de igualdad en la empresa, en el caso de que no esté obligada a ello por la normativa vigente.
- h) Realizar actuaciones relativas a la responsabilidad social corporativa destinadas a promover condiciones de igualdad de mujeres y hombres en el seno de la empresa.
- i) Promover políticas efectivas de flexibilidad empresarial.
- j) Tener en cuenta en el plan de igualdad de la empresa cualquier otro indicador que el organismo competente considere que favorece la igualdad efectiva de mujeres y hombres.

Artículo 10.- Instrúyase a la Autoridad de Aplicación a incorporar dentro de sus Registros la Categoría de "Empresa Promotora de la Equidad de Género", el cual deberá ser consultado por las reparticiones públicas en cada proceso de contratación, de conformidad con lo prescripto por la reglamentación.

CAPÍTULO IV

Asesoramiento Técnico y Capacitaciones

Artículo 11.- Asesoramiento Técnico. La Autoridad de Aplicación deberá crear y reglamentar programas tendientes a brindar respaldo y asesoramiento técnico a las MIPYMES y PYMES lideradas por mujeres, para lograr el fortalecimiento de su potencial y autonomía, que se presenten en compulsas de contrataciones públicas, poniendo a disposición de las mismas equipos técnicos de consulta permanente en todas las etapas de los procesos de contratación y ejecución, con los alcances y condiciones previstas en la reglamentación.

Artículo 12.- Capacitaciones. La Autoridad de Aplicación deberá crear y reglamentar programas de capacitaciones dirigidas a las MIPYMES y PYMES lideradas por mujeres y diversidades, con el fin fortalecer su capital humano en los diferentes procesos de contrataciones vigentes, con los alcances y condiciones previstas en la reglamentación.

CAPÍTULO V

Incumplimientos y régimen sancionatorio

Artículo 13.- Sanciones. La Autoridad de Aplicación deberá auditar periódicamente a las Empresas que hayan obtenido el distintivo de "Empresa Promotora de la Igualdad de Género y Diversidad" respecto del cumplimiento de las condiciones y requisitos

necesarios para ser considerada como tal.

Artículo 14.- Constatación. La Autoridad de Aplicación, al comprobar el incumplimiento o el cumplimiento deficiente de los requisitos exigidos para obtener el distintivo de "Empresa Promotora de la Equidad de Género", de acuerdo a la gravedad de la irregularidad podrá: a) Intimar a la Empresa a su inmediato cumplimiento bajo apercibimiento de sanciones; b) Aplicar llamados de atención; c) Quitar a la Empresa la distinción de "Empresa Promotora de la Equidad de Género", y con ello los beneficios y/o preferencias obtenidas.

Artículo 15.- Las sanciones establecidas por la presente ley serán impuestas conforme al procedimiento que determinará la Autoridad de Aplicación.

CAPÍTULO V

Disposiciones finales

Artículo 16.- Sanciones. El incumplimiento total o parcial de la presente ley por parte de las funcionarias y funcionarios públicos responsables constituye mal desempeño en sus funciones o falta grave, según corresponda.

Artículo 17.- Adhesiones Invítase a las provincias, a la CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES y a los municipios de la República Argentina a adherir a la presente ley.

Artículo 18.- Reglamentación. El Poder Ejecutivo, a través de la Autoridad de Aplicación, deberá reglamentar la presente ley en un plazo que no podrá exceder los sesenta (60) días hábiles, contados a partir de su publicación.

Artículo 19.- Comuníquese al Poder Ejecutivo Nacional.

MICAELA MORÁN
DIPUTADA NACIONAL

FUNDAMENTOS

Señor Presidente:

La igualdad de mujeres y de hombres es un derecho fundamental para todos y todas y constituye un valor capital para la democracia. A fin de que se cumpla plenamente, este derecho no solamente ha de ser reconocido legalmente, sino que para su ejercicio efectivo deben abordarse todos los aspectos de la vida: políticos, económicos, sociales y culturales.

A pesar de los numerosos ejemplos de reconocimientos formales y de los progresos realizados, la igualdad de las mujeres y de los hombres en la vida cotidiana aún no es una realidad. En la práctica, mujeres y hombres no disfrutan de los mismos derechos. Persisten desigualdades políticas, económicas y culturales, como por ejemplo diferencias salariales y una menor representación en la política.

Estas desigualdades son el resultado de estructuras sociales que se fundan en numerosos estereotipos presentes en la familia, la educación, la cultura, los medios de comunicación, el mundo laboral, la organización de la sociedad, etc. Tantos campos en los que es posible actuar, adoptando una nueva aproximación y llevando a cabo cambios estructurales.

Por ello, integrar la dimensión del género en en los procesos de contratación, concursos, concesiones y compras públicas que efectúa el Estado Nacional, y la promoción de empresas lideradas por mujeres, es necesario para que avance la igualdad de las mujeres y de los hombres

Asimismo, las compras y contrataciones públicas constituyen un factor clave para que las instituciones estatales puedan cumplir con sus importantes misiones (educación, salud, justicia, defensa, etc).

Las cláusulas de género son una herramienta que permite a las administraciones públicas incentivar al sector privado, a través de su inclusión en la contratación, a avanzar en políticas que promuevan la igualdad entre los géneros y contribuir a la reducción de las desigualdades y brechas existentes. La inclusión de estos criterios en la contratación pública, reconociendo la corresponsabilidad social (pública y privada)

en materia de igualdad, es una oportunidad para que las administraciones promuevan un tejido empresarial socialmente comprometido con la reducción de las desigualdades de género para mejorar la calidad de vida de la ciudadanía y fomentar el acceso al empleo desde la igualdad de oportunidades y de trato.

En la región latinoamericana, Argentina es reconocida por contar con una avanzada legislación con perspectiva de género y diversidad. Sin embargo, en los procesos de contratación, concursos, concesiones y compras públicas que efectúa el Estado Nacional, existe un vacío normativo respecto a su incorporación en las cláusulas contractuales; la ausencia de un marco legal especializado y de un enfoque de género dificultan la elaboración de disposiciones que exijan a las empresas condiciones de contratación.

En el marco de la Asamblea General de Naciones Unidas se elaboró el "Plan de Acción Mundial para el Desarrollo Sostenible", conocido como Agenda 2030. En sus 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), el 12 -Producción y consumo responsables- sostiene que las compras públicas constituyen un elemento clave en el cumplimiento de la Agenda. Así, en la meta 12.7, se establece la necesidad de promover prácticas de adquisición pública sostenibles y conformes con las políticas, estrategias y prioridades nacionales.

En el contexto de la contratación pública, a nivel nacional, el Decreto delegado 1023/01 -aprobado mediante Decreto Reglamentario 893/12- del Régimen de Contrataciones de la Administración Nacional prescribe los siguientes principios generales (Artículo 3°): Razonabilidad del proyecto y eficiencia de la contratación para cumplir con el interés público comprometido y el resultado esperado; promoción de la concurrencia de interesados y de la competencia entre oferentes; transparencia en los procedimientos; publicidad y difusión de las actuaciones; responsabilidad de agentes y funcionarios públicos que autoricen, aprueben o gestionen las contrataciones, igualdad de tratamiento para interesados y para oferentes. Desde el inicio de las actuaciones hasta la finalización de la ejecución del contrato, toda cuestión vinculada con la contratación deberá interpretarse sobre la base de una rigurosa observancia de los principios que anteceden.

De este modo, la inclusión de cláusulas con perspectiva de género debe respetar los principios fijados en la normativa específica en materia de contratación y –al mismo tiempo– debe conjugarse con la amplia legislación existente en materia de igualdad y no discriminación por motivos de género, la cual estipula garantizar condiciones que promuevan la equidad entre los géneros y diversidades. De manera que la carencia de esta perspectiva en los pliegos actuales representan un incumplimiento de las obligaciones contraídas por nuestro país a nivel internacional.

El criterio de selección se encuentra desarrollado en el artículo 15 de la norma citada. En ese sentido, se deja asentado que “la adjudicación deberá realizarse en favor de la oferta más conveniente para el organismo contratante, teniendo en cuenta el precio, la calidad, la idoneidad del oferente y demás condiciones de la oferta”. En el artículo 24 se explicita la regla general que establece que el procedimiento de licitación pública se realizará cuando el criterio de selección de la empresa co contratante recaiga primordialmente en factores económicos.

Este decreto, junto al Pliego Único de Bases y Condiciones Generales del Régimen de Contrataciones de la Administración Pública Nacional, aprobado mediante la Disposición 63 de 2016, establece los principios generales y las limitaciones para el proceder en la contratación pública.

En materia de cláusulas sociales, el Reglamento del Régimen de Contrataciones de la Administración Pública, aprobado mediante Decreto 1030/16, contiene un título específico sobre contrataciones públicas sustentables. Sobre esta línea, menciona que la Oficina Nacional de Contrataciones estará a cargo del desarrollo de mecanismos que promuevan la efectiva instrumentación de criterios ambientales, éticos, sociales y económicos en las contrataciones públicas. Estos criterios “deberán garantizar el mejor impacto al ambiente, mejores condiciones éticas y económicas, así como el cumplimiento de la legislación laboral vigente, en es pecial lo que se relaciona con condiciones dignas y equitativas de trabajo y ausencia de trabajo infantil”.

Asimismo, la prerrogativa de avanzar en la garantía de los derechos de las mujeres en el ámbito laboral se encuentra establecida en diversos tratados internacionales

firmados por la Argentina y en leyes y decretos nacionales. Entre las principales cuestiones destacan: El principio de no discriminación y el derecho a la igualdad, como la Convención sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW, por sus siglas en inglés), de 1979; también el ODS 5 plantea, entre sus metas, erradicar todas las formas de discriminación hacia mujeres y niñas; el derecho a vivir una vida libre de violencia; la protección ante la violencia, discriminación y acoso en los lugares de trabajo, amparada por el Convenio 190 sobre la violencia y el acoso en el mundo del trabajo de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), y algunos instrumentos del ámbito laboral en los Convenios Colectivos de Trabajo; el derecho al reconocimiento de la identidad de género, como los Principios de Yogyakarta y la Ley 26.743 de Identidad de Género, el cupo laboral y promoción del empleo transvesti trans, reconocidos en el Decreto 721/2020, y la Ley 27.636.

Una mejor inserción de las mujeres en todos los sectores y niveles de la actividad económica establece mayores niveles de justicia social y estabilidad, fortalece las economías, eleva la calidad de vida de las personas (ONU, 2013) y genera mayor productividad.

Tal como lo expresa el Documento 3 del mes de Marzo de 2022 elaborado por la Secretaria de la Pequeña y Mediana Empresa y los emprendedores, el Centro de Estudios de la Producción y el Gabinete de Género todos del Ministerio de Desarrollo Productivo, en el año 2020 había en Argentina 541.000 mipymes empleadoras, conformadas en un 55% por empresas constituidas como personas de existencia física (299.200) y en un 45% por personas de existencia jurídica (241.900). De esta forma, las empresas constituidas como personas de existencia física se consideraron con liderazgo femenino cuando su titular era una mujer. En tanto, en las de existencia jurídica, se contaron con jefatura femenina cuando: (i) el 51% o más de la composición accionaria estaba en manos de mujeres, o (ii) el 25% o más de la composición accionaria se encontraba en manos femeninas y, a su vez, al menos uno de los miembros del directorio era una mujer. La participación de mipymes cuyo titular es una mujer alcanzó el 30,8% en los primeros tres trimestres del 2021, una contracción de casi un punto porcentual durante la pandemia, contra el 32% de 2020. El mismo

fenómeno se observa para el empleo formal privado femenino. Tras haber evidenciado un pico de 33,5% en el primer semestre de 2020, la tasa de feminización retrocedió tanto en el segundo semestre como en el primero de 2021, cuando se ubicó en 33%.

Al diferenciar por rango etario, se observó en 2020 que el 37% de las empresas que tenían como titulares a personas de menos de 30 años eran lideradas por mujeres. El porcentaje decreció a medida que se avanzó en los tramos de edad hasta llegar a la menor proporción (26%) entre las mayores de 60 años. Por su parte, en el caso de las firmas de existencia jurídica, se evidenció en 2020 que el 35% de las mipymes contaban con liderazgos femeninos. De esta forma, considerando los resultados de manera conjunta, se registró que en el año 2020 el 33% de las mipymes que operaron en la Argentina –unas 180.000 empresas– contaron con mujeres en sus espacios de liderazgo, ya sea por tratarse de empresas constituidas como personas de existencia física cuya titular es una mujer (94.700); o de existencia jurídica con participación accionaria (o accionaria y directriz) de las mujeres (85.500). A su vez, al discriminar por tamaños los resultados arrojaron una leve mayor participación de las mipymes lideradas por mujeres (MLM) entre las microempresas (34%) respecto de las pequeñas y las medianas (32%). Por otro lado, a la hora de mirar sectorialmente, se observó que en las actividades de enseñanza el 73% de las mipymes estuvieron lideradas por mujeres, siendo la única actividad donde los liderazgos femeninos son mayoritarios. Asimismo, con una participación mayor que el promedio (33%), destacaron salud (42%); actividades inmobiliarias (40%); otros servicios personales (39%); hoteles y restaurantes (38%); comercio y servicios de entretenimiento (37%); y actividades de servicios administrativos 36%. En conjunto, concentraron el 58% del total de MLM. Por el contrario, las ramas donde se obtuvieron las menores proporciones de MLM fueron energía (5%); construcción (22%); petróleo y minería (25%) y agro (26%). No obstante, la participación de las MLM por sectores difirió cuando se trató de personas de existencia física o jurídica, ya que la evidencia mostró que los patrones de segregación sectorial son más marcados entre las físicas (donde las participaciones se mueven en un rango de 11% en petróleo y minería a 76% en educación) que entre las jurídicas (varía entre 24% en comunicaciones y 70% en educación). Respecto a la relación entre antigüedad de las empresas y liderazgo

femenino, se reveló que el 39% de los emprendimientos (o firmas con menos de 7 años de funcionamiento) tuvieron liderazgos de mujeres, un porcentaje más elevado que la participación de las MLM en el total de la economía (33%). Asimismo, el tramo de las empresas jóvenes (entre 7 y 15 años de antigüedad) mostró un 37% y en las empresas maduras (más de 15 años) descendió al 30%.

La participación de las mujeres en el tejido productivo de Argentina se encuentra atravesada por brechas y desigualdades de género que en buena medida se vinculan con tradiciones culturales que han asignado distintos roles en la división del trabajo a hombres y a mujeres, "feminizando" algunas tareas y "masculinizando" otras. Si bien en nuestro país este paradigma se encuentra en un proceso de transición traccionado por el movimiento feminista y la agenda pública, los procesos de socialización que operan desde la infancia apoyados en estas tradiciones han orientado a las mujeres a permanecer o afianzar con mayor predominancia un rol protagónico en el ámbito de lo doméstico –asociado a la reproducción del hogar y la familia–, mientras que a la par se afirmaron estereotipos que otorgan a los varones un rol activo en la representación social mediante su inserción en el espacio público y el mundo del trabajo. En nuestro país, la incorporación de mujeres como titulares de empresas responde a un proceso muy gradual y poco pronunciado. Entre los años 2007 y 2020 el porcentaje de mujeres líderes de empresas fue incrementándose muy lentamente (aproximadamente un punto porcentual). Este dato refleja una persistencia de patrones de segmentación que han establecido esta situación como un fenómeno estructural y característico del ámbito productivo nacional.

La promoción de la perspectiva de género en las compras y contrataciones públicas es una estrategia tendiente a disminuir las brechas de género, incorporando de manera transversal al diseño, gestión y evaluación de los instrumentos de políticas, criterios que incentiven la participación de empresas lideradas/constituida o con planes de acompañamiento hacia sus trabajadoras mujeres a participar más activa y frecuentemente en las compulsas y concursos para la adjudicación de compras y contrataciones públicas.

Es necesario mencionar que estas herramientas buscan el cambio de paradigma en

el diseño y ejecución de las políticas que contribuyan a potenciar los cambios culturales necesarios para lograr una mayor incorporación de las mujeres como protagonistas e impulsoras del desarrollo productivo.

Por ello, la necesidad de legislar en la materia tal como proponemos en la presente por lo que agradecemos el voto positivo de nuestros pares.

MICAELA MORÁN
DIPUTADA NACIONAL