

### Sobre

O alcance dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU depende da colaboração de governo e das sociedades corporativa e civil. A igualdade de gênero e o empoderamento das mulheres é um objetivo central dos ODS e é essencial ao crescimento global e ao desenvolvimento sustentáveis. Uma das maneiras de trabalharmos juntos para chegar à igualdade de gênero e ao empoderamento das mulheres é criando mais oportunidades de acesso a novos mercados para negócios liderados por mulheres.

Como parte desse esforço, criamos um guia especificamente voltado às corporações para promover uma maior compreensão das barreiras e dos desafios encarados pelas empresas lideradas por mulheres, e fornecer ferramentas e técnicas par ajudar a aumentar as compras corporativas de empresas lideradas por mulheres por meio das aquisições sensíveis a gênero.

O *Guia Corporativo de Compras Sensíveis a Gênero* da ONU mulheres foi criado com o apoio da Citi e contribuições da [WEConnect International](#). Foi desenvolvido por meio de um processo participativo. Representantes do governo e das sociedades corporativa e civil discutiram o escopo e o conteúdo durante oficinas realizadas em Nova York, no Brasil e na Índia.

## Perguntas de autoavaliação

1. O que são compras corporativas sensíveis a gênero?
  - a. Trata-se da integração de empreendimentos liderados por mulheres às cadeias de valor por meio da promoção da igualdade de gênero e do empoderamento das mulheres através de políticas e práticas de compras.
  - b. Trata-se de reduzir os padrões para que as pequenas empresas possam competir por contratos com mais facilidade.
2. Por que as compras corporativas sensíveis a gênero importam?
  - a. Há um *case* empresarial claro na integração de empresas lideradas por mulheres nas cadeias de valor corporativas.
  - b. As compras corporativas sensíveis a gênero estimulam oportunidades igualitárias para mulheres empreendedoras, o que colabora com o alcance dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU.
  - c. Os dois motivos acima citados.
3. Quais das barreiras seguintes as empresas lideradas por mulheres NÃO encaram no acesso às compras corporativas?
  - a. Em comparação com os homens, as mulheres não têm o mesmo acesso ao financiamento de que precisam para fazer seus negócios crescerem.
  - b. Por terem menos contato com redes profissionais masculinas, as mulheres frequentemente não ficam sabendo de oportunidades de compras e desconhecem políticas e procedimentos.
  - c. A expectativa social e cultural de que as mulheres devem, primeiramente, cuidar da família restringe o tempo que elas têm disponível para dedicar a seus negócios.
  - d. A maioria das empresas lideradas por mulheres não opera em setores onde há alta demanda por parte dos compradores corporativos.
4. Quais dessas estratégias são eficientes para remover as barreiras que os empreendimentos liderados por mulheres enfrentam ao buscar por oportunidades de contratos? Assinale todas as alternativas cabíveis.
  - a. Agrupar várias solicitações em contratos enormes.
  - b. Agilizar os processos de candidatura.
  - c. Fechar contratos com base apenas no preço, em vez de custo-benefício.
  - d. Dar *feedback* aos concorrentes.
  - e. Oferecer oportunidades de *networking* e oficinas para fornecedores.
5. Quais dos exemplos a seguir são atitudes que as empresas podem tomar para criar um programa abrangente de compras sensíveis a gênero?
  - a. Apoio dos altos níveis da gestão, como por meio da adoção dos Princípios do Empoderamento das Mulheres.
  - b. Questionários ou outras técnicas para encorajar os contratantes primários e os subcontratantes a adotar programas de compras responsáveis.
  - c. Metas e objetivos para o percentual do gasto com compras corporativas feito com empresas lideradas por mulheres.
  - d. Participação em organizações de associados que certificam empreendimentos liderados por mulheres.
  - e. Todas as alternativas anteriores.

## Gabarito

### 1. O que são compras corporativas sensíveis a gênero?

- a. Trata-se da integração de empreendimentos liderados por mulheres às cadeias de valor por meio da promoção da igualdade de gênero e do empoderamento das mulheres através de políticas e práticas de compras.
- b. Trata-se de reduzir os padrões para que as pequenas empresas possam competir por contratos com mais facilidade.

(A resposta é a A)

Fazer compras sensíveis a gênero significa promover a igualdade de gêneros e o empoderamento das mulheres por meio de políticas de compras, mas não implica uma redução de padrões!

Para saber mais, dê uma olhada na seção do *Sumário Executivo*!

### 2. Por que as compras corporativas sensíveis a gênero importam?

- a. Há um *case* empresarial claro na integração de empresas lideradas por mulheres nas cadeias de valor corporativas.
- b. As compras corporativas sensíveis a gênero estimulam oportunidades igualitárias para mulheres empreendedoras, o que colabora com o alcance dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU.
- c. Os dois motivos acima citados.

(A resposta é a C)

Fazer compras sensíveis a gênero não é apenas uma atitude empresarial inteligente, também há benefícios para o desenvolvimento econômico.

Para saber mais, dê uma olhada na seção *Por que compras sensíveis a gênero importam*.

### 3. Quais das barreiras seguintes as empresas lideradas por mulheres **NÃO** encaram no acesso às compras corporativas?

- a. Em comparação com os homens, as mulheres não têm o mesmo acesso ao financiamento de que precisam para fazer seus negócios crescerem.
- b. Por terem menos contato com redes profissionais masculinas, as mulheres frequentemente não ficam sabendo de oportunidades de compras e desconhecem políticas e procedimentos.
- c. A expectativa social e cultural de que as mulheres devem, primeiramente, cuidar da família restringe o tempo que elas têm disponível para dedicar a seus negócios.
- d. A maioria das empresas lideradas por mulheres não opera em setores onde há alta demanda por parte dos compradores corporativos.

(A resposta é a D)

As corporações adquirem muitos tipos de produtos e serviços, mas precisam ter uma compreensão aprofundada de sua base de fornecedores, e informações mais completas sobre propriedade. As certificações podem ajudar muito a identificar empresas lideradas por mulheres no mercado. Organizações corporativas associativas, como a [WBENC](#), nos EUA, e a [WEConnect International](#) fora dos EUA, oferecem aos compradores acesso a empreendimentos liderados por mulheres certificados.

Outro desafio que as empresas lideradas por mulheres enfrentam é a falta de acesso a financiamento. Muitas vezes, elas têm menos garantias para assegurar empréstimos em comparação com os homens, e os empréstimos bancários a empresárias mulheres tendem a ser menores.

O acesso limitado a redes profissionais é outro fator que atrapalha a participação das mulheres nas compras corporativas. Empreendimentos liderados por mulheres frequentemente não ficam sabendo de oportunidades de contratos e desconhecem os procedimentos porque estão mal representados nas redes profissionais. Uma maneira de as empresas remediarem essa falta de informação é proporcionando oportunidades de *networking* para fornecedores.

Além disso, o contrapeso entre ser dona de um negócio e ser responsável por uma cota desproporcional das responsabilidades do cuidado com a família restringe as empresárias mulheres.

Para saber mais sobre esses e outros desafios que contribuem para a desigualdade de gêneros nas compras, dê uma olhada na seção *Superando os desafios que os negócios liderados por mulheres encaram*.

- 4. Quais dessas estratégias são eficientes para remover as barreiras que os empreendimentos liderados por mulheres enfrentam ao buscar por oportunidades de contratos? Assinale todas as alternativas cabíveis.**
- a. Agrupar várias solicitações em contratos enormes.
  - b. Agilizar os processos de candidatura.
  - c. Fechar contratos com base apenas no preço, em vez do custo-benefício.
  - d. Dar *feedback* aos concorrentes.
  - e. Oferecer oportunidades de *networking* e oficinas para fornecedores.

(As respostas são B, D, e E)

Agilizar os processos de candidatura, dar *feedback* aos fornecedores, e oferecer oportunidades de *networking* são todas estratégias eficientes para remover as barreiras enfrentadas pelos negócios liderados por mulheres. Agrupar várias solicitações em contratos enormes e fechar contratos com base apenas no preço, em vez do custo-benefício, ampliam, na verdade, as barreiras que as empresas lideradas por mulheres encaram.

Para saber mais, visite a seção *Compras estratégicas no desenvolvimento de fornecedores*.

5. Quais dos exemplos a seguir são atitudes que as empresas podem tomar para criar um programa abrangente de compras sensíveis a gênero?
- a. Apoio dos altos níveis da gestão, como por meio da adoção dos Princípios do Empoderamento das Mulheres.
  - b. Questionários ou outras técnicas para encorajar os contratantes primários e os subcontratantes a adotar programas de compras responsivas.
  - c. Metas e objetivos para o percentual do gasto com compras corporativas feito com empresas lideradas por mulheres.
  - d. Participação em organizações de associados que certificam empreendimentos liderados por mulheres.
  - e. Todas as alternativas anteriores.

(A resposta é a E)

Todos esses são exemplos de estratégias eficientes de um programa abrangente de compras sensíveis a gênero. Um programa abrangente de compras sensíveis a gênero inclui o apoio da gestão de alto nível, técnicas para encorajar os fornecedores primários e os subcontratantes a adotar programas de compras sensíveis a gênero, e metas e objetivos para o percentual do gasto com compras corporativas feito com empresas lideradas por mulheres!

Para saber mais, visite a seção *Construindo capacidade corporativa e comprometimento*.