

Transparencia en las contrataciones

A veces subestimada, la claridad en los procesos de compra son decisivos para la actividad

Pablo Tanzer
FUE LA NACION

¿Por qué se habla de transparencia en una publicación de logística? Sencillamente, porque el abastecimiento forma parte de la logística, aunque no todos los lectores lo sepan y, en segundo término, porque la compra transparente es uno de los pilares de esta actividad.

El que está escribiendo viene ocupándose de este tema desde 1972, año en que asistió a un curso de especialización dictado en Chicago por profesores de la Northwestern University. Y hemos notado un creciente interés en nuestro medio, corroborado últimamente por la organización del Tercer Encuentro sobre Ética y Compliance entre los Sectores Público y Privado, organizado por la Asociación Argentina de Ética y Compliance, que se llevó a cabo el pasado 10 de este mes en la Universidad del CEMA.

En una parte de dicha reunión, se pasó revista a los problemas de ética en el abastecimiento, comenzando, por ejemplo, con las reglas claras en la redacción de pliegos, de manera de no digitar un determinado proveedor sin nombrarlo directamente, no indicando valores exactos para determinadas dimensiones sino valores límites entre los cuales podría variar la característica indicada, y qué debería contener las posibles propuestas de los ofertantes.

Casos

A lo largo de nuestra experiencia profesional hemos visto ejemplos testigos, como un caso de Segba, empresa estatal que le compraba habitualmente sus uniformes de trabajo al personal de calle, a una única empresa, que nunca cumplía con los plazos prometidos, y que la experiencia demostró que era solamente "un sello de goma".

Se le preguntó a la Cámara Argentina de Confeccionistas de Ropa de Trabajo si sus miembros estarían interesados en venderle a Segba y si podían hacer llegar la lista de empresas asociadas; se mandaron telegramas a todas (63 en total) y 19 contestaron afirmativamente. Se formó entonces una comisión mixta para la redacción de un nue-

vo pliego de licitación, y se terminó comprando a cinco empresas, dado que ninguna tenía la capacidad de producción suficiente como para entregar 22.000 uniformes en 45 días. Cumplieron correctamente los plazos, y se pagó el 58 por ciento del valor de la operación anterior!

En nuestras clases de pos-

grado en dirección de empresas, solemos proponer un trabajo práctico en análisis de pliegos de licitación. Redactamos una larga descripción técnica de un vehículo de carga, con dimensiones físicas, potencia del motor, materiales de la cabina, todo en alrededor de unas 10 carillas, y en el medio, escondida,

ponemos una frase "debe tener una estrella de 3 puntas en el frente". ¿Pueden creer los que hay personas que no le prestan atención a esta frase?

Tiempos

Y por último, pero no menos importante, en la acción de compra deben conside-

rarse tiempos razonables para la preparación de las ofertas y para la entrega de los materiales, evitando que el "proveedor amigo" resulte el único capaz de proveer en término el material requerido en la licitación.

No dejan de ser interesantes algunas reacciones de directivos de empresas no demasiado limpias.

Por ejemplo, ante la propuesta de comprar internacionalmente unos equipos complicados y la recomendación de redactar un pliego

bilingüe, uno de estos directivos en cuestión se le acercó al presidente de la compañía y le dijo: "Pablo está loco". El directivo transmitió su opinión, y quien esto escribe retrucó, no sin ironía: "No tengo argumentos sólidos para discutir".

Para finalizar, la consultoría en transparencia es una actividad sustantivamente creativa, y a veces, divertida. ■

El autor es ingeniero civil (UBA), profesor universitario y consultor en Logística.



Código de barras 30 años en Argentina



UN SISTEMA EN CONTINUO CRECIMIENTO



f /GS1argentina

t /GS1argentina

www.gs1.org.ar