

ENCUESTA SOBRE EL USO DE OFERTAS EN LÍNEA ENTRE LOS PARTICIPANTES DE LOS CURSOS DICTADOS EN 2009 Y 2010



UNSAM
UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
SAN MARTÍN

**CENTRO
DE IDEAS**
Investigaciones
sobre desarrollo
económico de
América del Sur



Compras y
Contrataciones
Estatales

Lic. Soc. Sofia Mannise

*Programa “Fortalecimiento de los Sistemas de Compras Públicas en América Latina y el Caribe a través del uso de herramientas TIC y de la promoción de la participación de las MIPYMES”
Iniciativa Jóvenes Investigadores*

ÍNDICE

1 – INTRODUCCIÓN	3
2 – OBJETIVOS Y METODOLOGÍA	6
3 – PRINCIPALES RESULTADOS	7
4 – SÍNTESIS Y CONCLUSIONES	18
ANEXO I – FORMULARIOS	21
ANEXO II – COMENTARIOS Y SUGERENCIAS (COMPLETO)	25

El uso de plataformas electrónicas en los sistemas de Compras y Contrataciones Públicas resulta un tema central en varios aspectos. En primer lugar, en el entendido de que las mismas mejoran el acceso y la disponibilidad de información y por lo tanto, contribuyen a darle mayores niveles de transparencia a los procesos de compras. Tal como afirman Arozamena y Weinschelbaum, “...los mecanismos electrónicos, bien empleados, mejoran la información disponible sobre y durante los procesos de compra y, sobre todo, promueven la transparencia, favoreciendo el cumplimiento de las normas legales vigentes.” (Arozamena-Weinschelbaum, 2010: 38). Contribuyen a facilitar el proceso de compra, al mismo tiempo que pueden constituirse en un canal estandarizado de difusión de las oportunidades de negocios que pudieran existir con el Estado. “Este tipo de funcionalidades tienen como propósito aumentar la transparencia del Sistema de Compras, aspecto central y que ha sido uno de los principales motivos por los cuales los países han adoptado estos sistemas.” (Concha, 2008: 10). En segundo lugar, pueden constituirse en mecanismo para la presentación de ofertas por parte de los proveedores estatales, lo cual facilita el transcurso y le otorga seguridad y garantías de inviolabilidad al proceso de compra, con lo cual algunas posibilidades de corrupción se hacen más dificultosas. Finalmente, permite realizar el seguimiento de las compras: desde la adjudicación hasta la realización de los pagos, así como la evaluación del cumplimiento del contrato. Estos últimos aspectos, también contribuyen al fortalecimiento del proceso en términos de control y transparencia.

Asimismo, el uso de medios electrónicos posee ventajas adicionales en materia de ahorros de tiempo y costos, así como en materia de eficiencia, que los hacen mucho más atractivos. Por otra parte, el acceso a la información, contribuye a la “democratización” del sistema, donde todos los proveedores, sin importar su tamaño o su localización, pueden acceder a la información sobre oportunidades de negocios con el Estado, únicamente a través de una conexión a Internet. La estandarización de los canales de información dificulta la posibilidad de ocultar información estratégica por parte de los funcionarios a cargo (reduciendo las posibilidades de corrupción), así como también hace innecesaria la publicación por otras vías, generando ahorros para el Estado¹. Por ejemplo, algunos autores² sugieren que entre los aspectos más importantes para minimizar los factores que inciden negativamente en la inclusión de las Mipymes en las compras públicas, se encuentran el mejoramiento del acceso, uso y conocimiento de las mismas sobre las páginas de compras estatales, así como del uso de las herramientas de tecnologías de la información en general. “Una virtud central de estas plataformas es su interacción favorable con múltiples objetivos deseables a la hora de administrar las compras públicas: mayor participación, especialmente de PyMEs, mayor y mejor recopilación de información sobre precios y volúmenes de cada transacción, mayor transparencia, mayor celeridad. Del

¹ AROZAMENA, Leandro. WEINSCHELBAUM, Federico (2010).

² SAAVEDRA, José (2010).

mismo modo, permiten reducir los costos de administración de los procesos de compra, tanto para el sector público como para los oferentes. Su instrumentación adecuada en todos los pasos del proceso parece, a todas luces, una meta deseable.” (Arozamena-Weinschelbaum, 2010: 39). Como se ha visto, las ventajas de la inclusión de TIC’s en los sistemas de Compras Públicas son múltiples y variadas, por lo que cualquier contribución en esta materia puede tener una importancia central.

El Área de Compras y Contrataciones Estatales de AGESIC, tiene entre sus principales cometidos la *“Creación, mejora y gestión de sistemas de información de compras públicas en uso en el Estado uruguayo. Esto incluye actividades de apoyo como lo son la Mesa de Ayuda o los cursos de formación, el asesoramiento, la promoción de grupos de estudio de normativa y procedimientos, el desarrollo y mantenimiento del Catálogo de Artículos, Servicios y Obras, entre otras.”*³ Es el equipo de compras quien realiza la gestión del sitio web de compras estatales, el cual se encuentra en funcionamiento desde el año 2002 y contiene información respecto a las oportunidades de negocio con el Estado uruguayo (de todos los organismos de la administración central, de las empresas públicas y de los gobiernos departamentales).

En el año 2007 se implementó la posibilidad de que los proveedores realicen sus ofertas a través de Internet. De esta forma, el proveedor puede realizar su oferta desde cualquier lugar y en cualquier momento (siempre dentro de los plazos estipulados en los llamados). Este sistema permite generar ahorros de tiempo y costos, pero principalmente aumenta la transparencia y la seguridad, e introduce un cambio sustancial en las posibilidades de los proveedores de realizar el seguimiento del proceso de compra. Entre las principales ventajas asociadas a este tipo de herramientas se encuentra el hecho de que *“...manteniendo un grado de seguridad adecuado en la plataforma, se garantiza la inviolabilidad de las ofertas. Entonces, algunas posibles formas de corrupción y favoritismo se vuelven más dificultosas.”* (Arozamena-Weinschelbaum, 2010: 38).

Para cotizar en línea es necesario que los proveedores estén inscriptos en el Registro General de Proveedores de Estado y tengan una cuenta de correo electrónico registrada para poder recibir la contraseña que les permitirá cotizar. Por otra parte, no existe una normativa que obligue a los organismos estatales a utilizar esta modalidad para la recepción de ofertas, por lo que cada organismo decide sobre su utilización. Desde el Área de Compras y Contrataciones Estatales, se realizan periódicamente cursos para introducir a los proveedores en la utilización de la herramienta. Durante 2009 y 2010 se realizó el curso en 9 oportunidades, capacitándose a más de 100 empresas.

³ http://www.agesic.gub.uy/innovaportal/v/416/1/agesic/compras_y_contrataciones_estatales_.html .

La presente investigación pretendió evaluar el impacto que pudieran tener los cursos de Ofertas en Línea en el uso de dicha funcionalidad entre los proveedores asistentes. Específicamente, se pretendió medir dicho impacto entre aquellas empresas que asistieron a cursos y usaron la funcionalidad, así como entre aquellas empresas que asistieron a los cursos y no utilizaron la funcionalidad. De esta forma, se trabajó sobre dos grupos de empresas:

Grupo 1:	Grupo 2:
Hicieron el curso Realizaron al menos una oferta en línea	Hicieron el curso No realizaron una oferta en línea Realizaron una oferta de otro tipo, posterior al curso

2.1 – Objetivos:

Como se mencionó anteriormente, el objetivo principal fue conocer cuál es el posible impacto que pudieran tener los cursos en el uso de Ofertas en Línea entre los proveedores asistentes. Entre los objetivos específicos se destacan:

- ✦ Evaluar el uso de la funcionalidad en el contexto de las compras públicas desde el punto de vista del proveedor.
- ✦ Detectar las posibles dificultades que puedan tener las empresas para su utilización, así como las ventajas frente a otras formas de ofertar.
- ✦ Analizar las desventajas que puedan estar funcionando de barrera para su utilización.
- ✦ Establecer la intención que tienen las empresas de utilizar la herramienta.
- ✦ Detectar la voluntad de las empresas, de continuar recibiendo capacitación por parte del equipo de compras, así como establecer los aspectos sobre los cuales radica el interés en capacitarse.

2.2 – Metodología:

La propuesta metodológica contempló la realización de encuestas telefónicas a todas las empresas participantes de los cursos durante los años 2009 y 2010, que realizaron una oferta posterior al curso (independientemente de la modalidad de la oferta). En este sentido, se elaboró un cuestionario de acuerdo al grupo al que pertenecen, dividiéndose entre aquellas empresas que utilizaron y las que no utilizaron la modalidad en línea para realizar sus ofertas.

La cantidad de encuestas se distribuyó de la siguiente manera:

	Casos a realizar	Encuestas hechas
No ofertaron en línea	35	25
Ofertaron en línea	40	31
Total	75	56

A continuación se presentan los principales resultados de la encuesta realizada a las empresas capacitadas durante los años 2009 y 2010 por el equipo de compras, que realizaron una oferta posterior al curso (independientemente de la modalidad de la oferta). El análisis de los mismos se realizó diferenciando a las empresas entre aquellas que realizaron una oferta en línea posterior al curso y entre aquellas que no lo hicieron.

3.1 – Características de las empresas encuestadas

Cuadro 1. Tamaño de las empresas (*)⁴

	Ofertaron		No ofertaron		Total	
	Casos	%	Casos	%	Casos	%
Micro y Pequeñas (Hasta 19 empleados)	17	55	13	52	30	54
Medianas (Entre 20 y 99 empleados)	10	32	10	40	20	36
Grandes (100 y más empleados)	4	13	2	8	6	10
Total	31	100	25	100	56	100

(*) La clasificación es la utilizada por el INE.

Cuadro 2. Antigüedad de las empresas

	Ofertaron		No ofertaron		Total	
	Casos	%	Casos	%	Casos	%
Hasta 10 años	7	23	1	4	8	14
Entre 11 y 20 años	8	26	6	24	14	25
Más de 20 años	16	52	18	72	34	61
Total	31	100	25	100	56	100

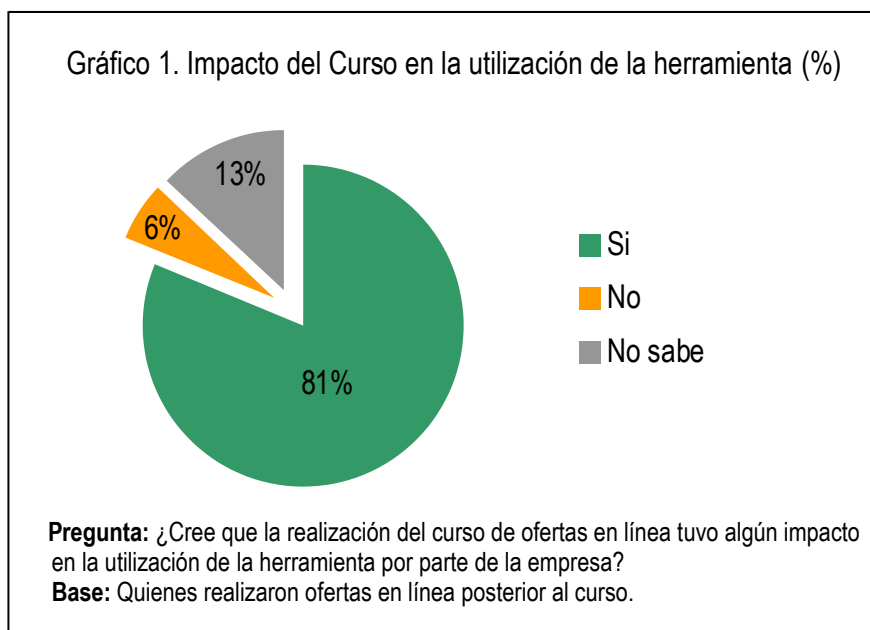
3.2 – Impacto del curso en la utilización de la herramienta

En una primera instancia se pretendió evaluar la incidencia de la realización del curso sobre ofertas en línea en la utilización de la herramienta por parte de las empresas. Para ello, se le preguntó a las empresas que realizaron ofertas en línea posteriores al curso, si el mismo había tenido impacto en su utilización y cuáles habían sido los principales aspectos sobre los que influyó.

En este sentido, el 81% de las empresas encuestadas que ofertaron en línea asegura que la realización del curso tuvo impacto en la utilización de la herramienta. El 6% considera que el curso no influyó

⁴ De acuerdo a los resultados de la Encuesta de Actividad Económica del INE en 2008, las empresas en Uruguay se distribuyen de la siguiente manera: Micro (1 a 4 empleados) 83,08%, Pequeñas (5 a 19 empleados) 13,45%, Medianas (20 a 99 empleados) 2,96% y Grandes (100 o más empleados) 0,53%.

en la utilización de la misma, mientras que el 13% de los encuestados, no saben si existió impacto o no. La importancia del curso en la utilización de la herramienta por parte de estas empresas pareciera ser central, cuestión que se reafirma si se observan los aspectos sobre los que influyó el curso entre las distintas empresas.



Entre aquellas empresas encuestadas que ofertaron en línea y que consideran que el curso sí tuvo impacto, las mismas destacan entre los principales aspectos: el aporte de información que las empresas desconocían (76%), la aclaración de dudas respecto a la utilización del sistema (36%) y que si no hubiesen realizado el curso no hubiesen utilizado la herramienta (32%).

Cuadro 3. Aspectos sobre los que influyó el curso (%)

	%
Aportó información que desconocíamos	76
Nos ayudó a despejar dudas que teníamos respecto a su utilización	36
Si no hubiese hecho el curso no hubiese utilizado la herramienta	32
Otros *	12

Pregunta: ¿Cree que la realización del curso de ofertas en línea tuvo algún impacto en la utilización de la herramienta por parte de la empresa?

Base: Quienes consideran que el curso tuvo impacto.

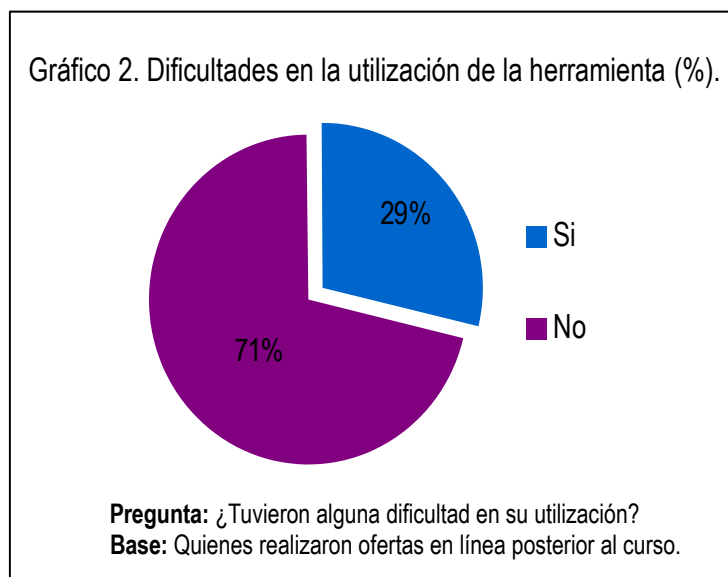
* **Incluye:** fue esclarecedor, facilitó el trabajo, rapidez para ingresar las ofertas, entre otras.

3.3 – Dificultades en la utilización de las Ofertas en Línea

Al preguntarles a las empresas que utilizaron el sistema para cotizar en línea acerca de la existencia de dificultades en su utilización, una amplia mayoría declara no haber tenido dificultades (71%). Por su parte, el 29% de estas empresas (capacitadas y que utilizaron el sistema) sí tuvieron dificultades.

Tal como se observa en el Cuadro 4, las principales dificultades que describen estos usuarios se relacionan especialmente a las posibilidades de realizar especificaciones y poner variantes en sus ofertas. Atendiendo a la especificidad de cada producto o servicio ofrecido, algunos de proveedores argumentan que el sistema no les permite realizar su oferta con el nivel de detalle que a ellos les gustaría. Muchas veces la complejidad del producto o servicio ofrecido, hace necesario cotizar distintas variantes, con diferente calidad, marcas, talles, tamaños, etc., por lo que la cotización por vía tradicional parece ser, en su opinión, la más apropiada. Resulta importante destacar que el sistema permite a los proveedores adjuntar archivos con la información que les parezca conveniente ampliar en cada oferta. Asimismo, también debe aclararse que los problemas que los proveedores encuestados declaran haber tenido, pueden deberse a la falta de conocimiento o de información acerca del uso de la herramienta y no necesariamente a cuestiones relacionadas al diseño del sistema.

Asimismo, hay quienes declaran tener problemas con el sistema ya que el mismo “se cuelga”, “es lento” o “se tranca” cuando están realizando las cotizaciones en línea. No obstante, si se considera el total de las empresas que se capacitaron y realizaron cotizaciones en línea, el 13% de éstas declara haber tenido problemas de conexión con el sistema. En este sentido, no es posible distinguir si estos problemas están relacionados al sistema o se deben a la conexión a Internet que las empresas poseen. Por otra parte, el hecho tener que cotizar vía electrónica y al mismo tiempo de forma convencional también es considerado una dificultad, así como el hecho de que haya organismos que lo exigen y otros que no lo hagan.



Cuadro 4. Principales dificultades

- ✓ Cotizar en el mismo renglón en las variantes de distintas calidades o distintas marcas.
- ✓ Tienen dificultades cuando tienen muchas variantes.
- ✓ Tienen pocos caracteres para realizar especificaciones de artículos complejos.
- ✓ Cuando tienen varias opciones se les dificulta realizar el ingreso (el sistema no aguanta, se cuelga).
- ✓ Hacemos muchas especificaciones porque el producto es complejo y la página se tranca.
- ✓ La página a veces se cuelga, es lenta.
- ✓ Lleva mucho tiempo porque también hay que cotizar en papel.
- ✓ Hay organismos que lo exigen y otros que no.
- ✓ Los funcionarios de los organismos no saben manejar el sistema. A veces faltan datos, falta supervisión

Pregunta: ¿Podría decirnos cuáles fueron esas dificultades?

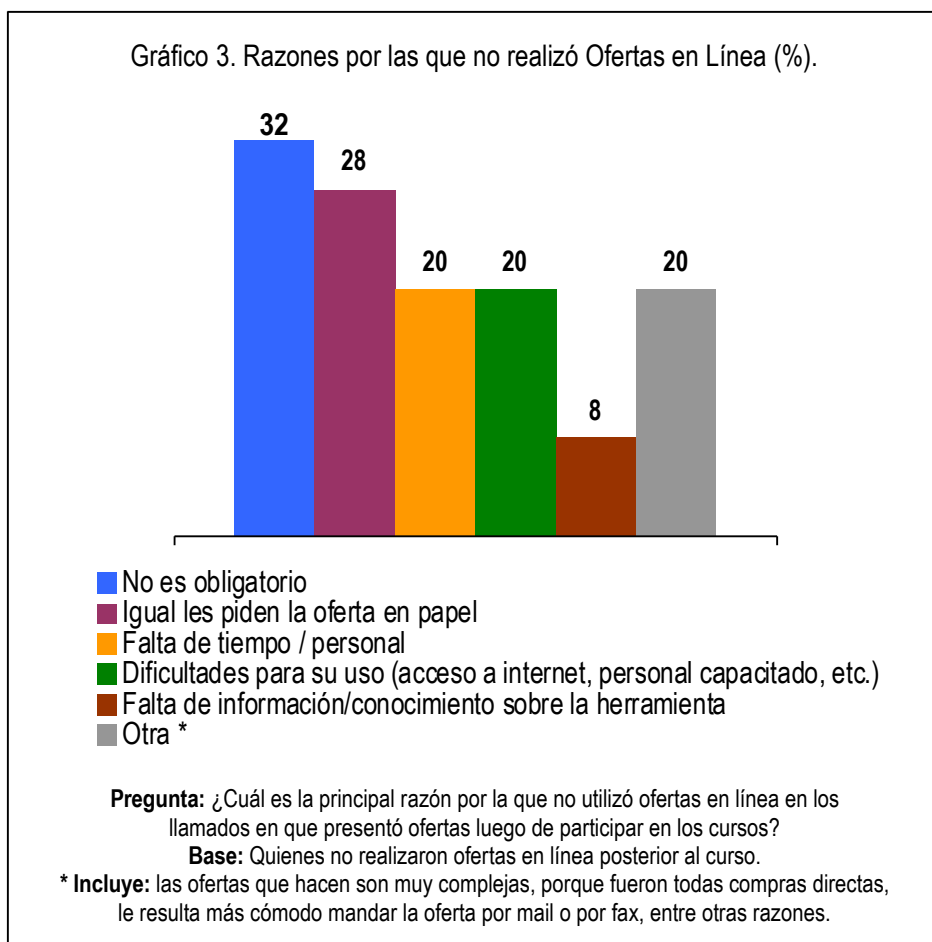
Base: Quienes tuvieron dificultades (todas las respuestas).

Por otra parte, se les pregunto a aquellas empresas que utilizaron la herramienta si su uso había significado un costo adicional para las mismas (por ejemplo en términos de contratación de personal, horas extras, etc.). En ningún caso las empresas encuestadas consideraron que la herramienta haya significado un costo adicional.

3.4 – Razones por las que no utilizó Ofertas en Línea

¿Cuáles son las principales razones por las que algunas empresas no han realizado ofertas en línea? El objetivo de esta pregunta fue conocer los motivos por los que las empresas, a pesar de haber realizado el

curso, no habían utilizado el sistema en línea en aquellas compras a las que se presentaron posteriormente. Las principales razones radican en que no es obligatorio (32%) y en que a pesar de ofertar en línea les piden la oferta en forma impresa (28%), lo cual significa para muchas de ellas realizar un doble trabajo: por un lado, por el tiempo que lleva cotizar en línea y por otro, porque tienen que armar una cotización en otro formato. Asimismo, hay quienes han tenido problemas relacionados a la falta de tiempo o personal para realizar la digitación de la oferta (20%) y quienes no la han utilizado ya que han tenido dificultades de acceso a Internet o falta de personal capacitado (20%).



3.5 – Ventajas de Ofertar en Línea

Entre las principales ventajas que destacan los encuestados que recibieron capacitación se encuentran la mayor eficacia que en términos de tiempo y rapidez les reporta la herramienta (43%), así como sus beneficios en términos de practicidad, facilidad y comodidad (38%). Por otra parte, hay quienes destacan la posibilidad de realizar el seguimiento de las compras (16%), la seguridad, transparencia y control (16%), el

hecho de no tener que trasladarse para realizar la oferta (13%), así como su disponibilidad⁵ (11%). Si se observan las ventajas asociadas a la herramienta de acuerdo a si las empresas realizaron o no una oferta en línea, no se presentan diferencias significativas.

Cuadro 5. Ventajas de Ofertar en Línea

	Ofertaron	No Ofertaron	Total
Mayor eficacia en términos de tiempo / Rapidez	48	36	43
Practicidad / Facilidad / Comodidad	39	36	38
Disponibilidad para su uso los 365 días del año, las 24 horas del día y en cualquier lugar donde exista conexión a Internet.	16	4	11
Posibilidad de realizar el seguimiento de la compra/Ver las demás ofertas	16	16	16
Seguridad, transparencia, control.	16	16	16
No tener que trasladarse	16	8	13
Ahorro de costos de impresión de ofertas y documentación	6	4	5
Nadie ve su oferta hasta la fecha y hora del acto de apertura.	-	4	2
Otros (*)	26	24	18

Pregunta: ¿Qué ventajas identifica en el sistema de ofertas en línea? - Respuesta Múltiple -

Base: Total de encuestados

(*) **Incluye:** La oferta no se pierde, ver el pliego antes de comprarlo, pueden consultar las órdenes de compra que tienen.

3.6 – Desventajas de Ofertar en Línea

Al preguntarles a las empresas capacitadas cuáles son las desventajas de utilizar esta herramienta para realizar sus ofertas, el 34% de ellas asegura que el sistema no tiene ninguna desventaja. Por otra parte, entre ambos grupos de empresas las desventajas asociadas a la herramienta son diversas.

Mientras que para quienes utilizaron la herramienta las principales desventajas son que da trabajo realizar el ingreso en línea (13%) y que los organismos no lo piden (13%), entre las empresas que no utilizan la herramienta la principal desventaja está asociada a la seguridad que la misma le confiere (16%). En este sentido, si bien esta última no es mencionada como una razón entre aquellas empresas que no ofertaron en línea para no utilizar el sistema, la falta de confianza o seguridad que les reporta la herramienta también puede estar funcionando como barrera para su utilización.

⁵ Disponibilidad para su uso los 365 días del año, las 24 horas del día y en cualquier lugar donde exista conexión a Internet.

Cuadro 6. Desventajas de Ofertar en Línea

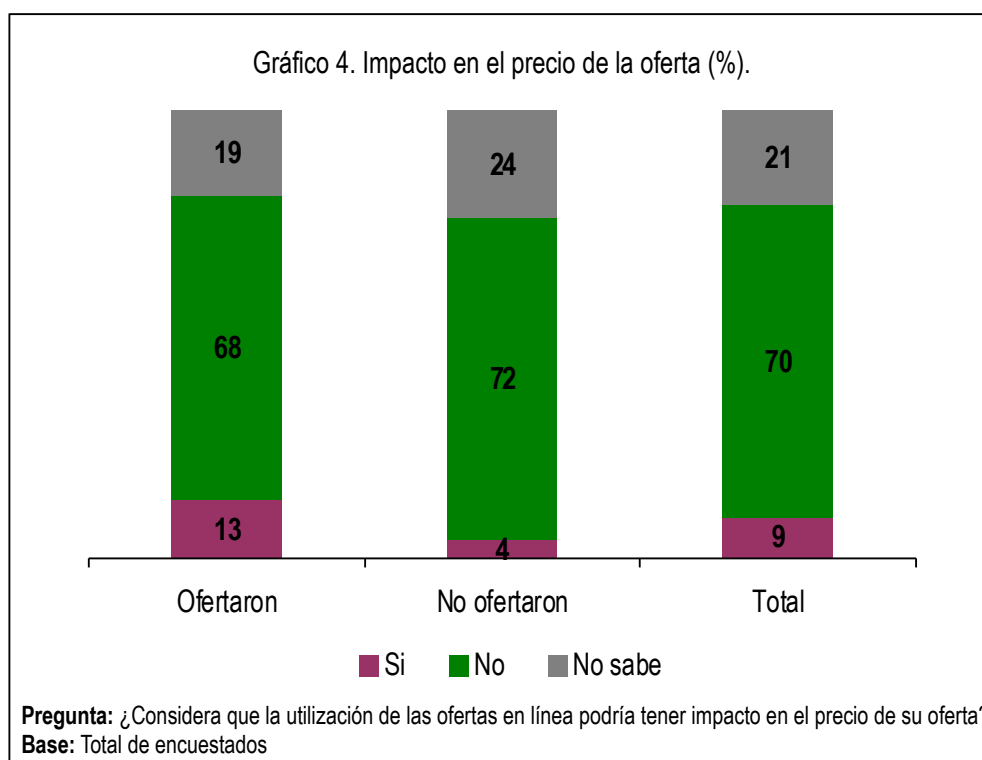
	Ofertaron	No Ofertaron	Total
Ninguna	39	28	34
Da trabajo realizar el ingreso en línea/Lleva mucho tiempo	13	8	11
Los organismos no lo piden/Tienen que presentarlo también por vía tradicional (impreso)	13	-	7
Se pierde el contacto personal	6	-	4
Desconfianza en los sistemas electrónicos	3	8	5
No me resulta seguro / transparente / confiable	3	16	9
Otro *	32	16	21
No sabe	6	20	13

Pregunta: ¿Y qué desventajas? / **Base:** Total de encuestados

(*) **Incluye:** No se pueden presentar certificados, demasiada variedad de monedas, no hay notificación automática de las adjudicaciones, detalles que no se pueden especificar, los funcionarios no saben usarla, entre otros.

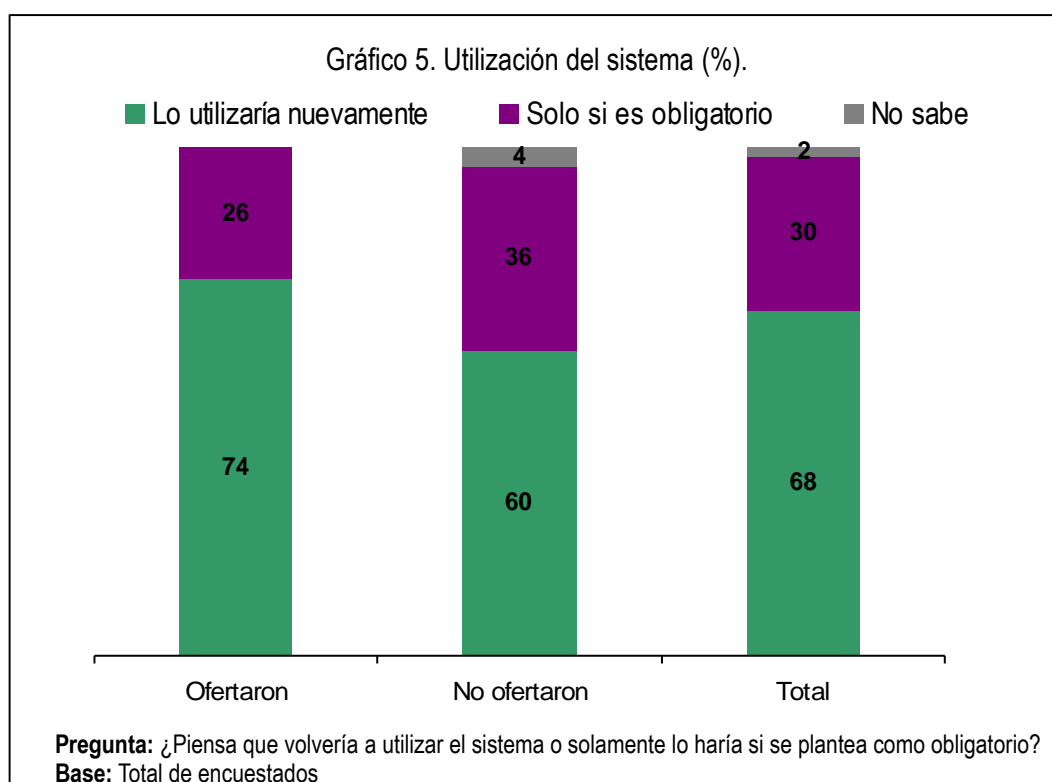
3.7 – Impacto en el precio de la oferta

Respecto al impacto que la realización de ofertas en línea pudiera tener en el precio de las ofertas que las empresas realizan, una amplia mayoría (70%) considera que no tendría impacto. Entre las empresas que ofertaron en línea el 13% cree que sí puede tener impacto en el precio de su oferta, mientras que entre quienes no ofertaron el 4% cree que podría tener impacto. Asimismo, 1 de cada 5 empresas no sabe si la utilización de esta herramienta puede tener impacto o no en el precio de su oferta.



3.8 – Utilización del sistema en el futuro

Otro de los objetivos de la presente encuesta fue conocer la intencionalidad de las empresas proveedoras capacitadas de utilizar o volver a utilizar (en el caso de que ya lo hubieran hecho), esta herramienta en futuras instancias de cotización. Sobre este aspecto, el 68% del total de empresas encuestadas estarían dispuestas a utilizarla, mientras que el 30% lo haría solo si se plantea como obligatorio. Entre las empresas que ya utilizan la herramienta, el 74% la utilizaría nuevamente y entre aquellas que no la utilizan el 60% podría decidir utilizar el sistema en futuras instancias de cotización.

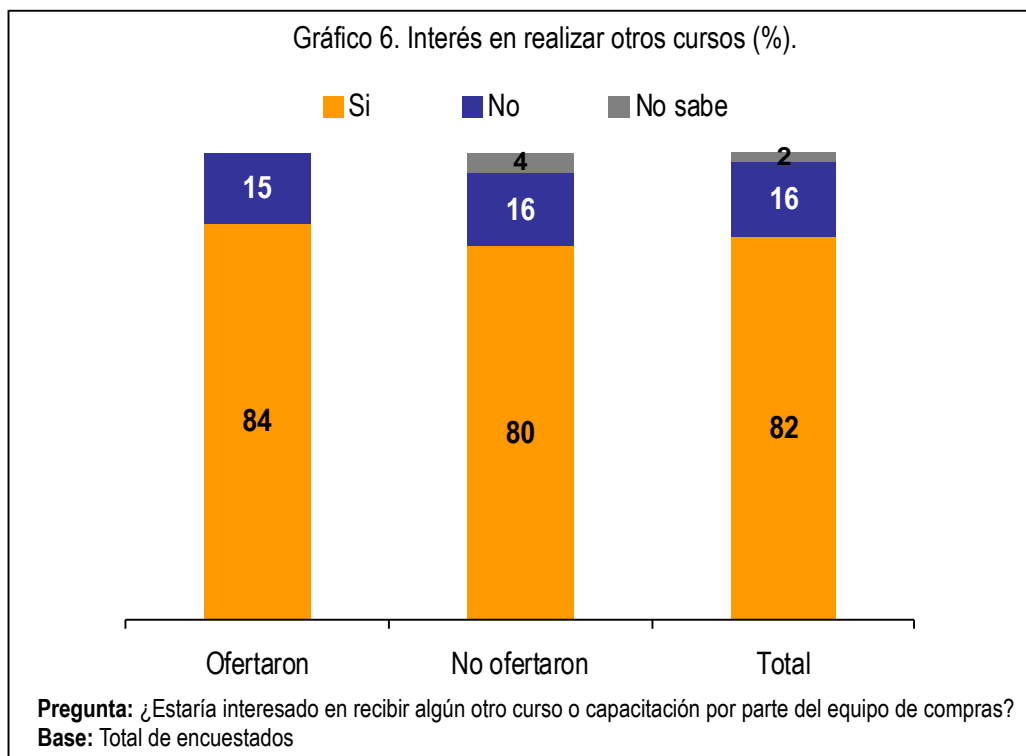


3.9 – Cursos de capacitación

Respecto al interés que poseen las empresas en continuar recibiendo capacitación por parte del equipo de compras, más del 80% de las empresas están interesadas en realizar otros cursos o talleres relacionados con la temática de las compras públicas. No existen diferencias significativas, respecto a su interés por capacitarse, entre las empresas que ofertaron en línea y quienes no lo hicieron.

En el siguiente Cuadro 7 pueden apreciarse los principales temas sobre los que las empresas tienen

interés en capacitarse. Entre ellos se destacan aspectos normativos y de funcionamiento de las compras públicas, tales como: seguimiento de precios y estadísticas, nuevas herramientas, sobre cómo incluir variantes en las ofertas, sobre el TOCAF, así como sobre aquellas herramientas que faciliten el acceso a las oportunidades de negocio con el Estado



Cuadro 7. Temas sobre los que le interesa recibir capacitación

- ✓ Procesos de Compras Públicas.
- ✓ Todos los temas relacionados a proveedores.
- ✓ Seguimiento de precios y estadísticas.
- ✓ Ofertas en línea.
- ✓ Si hubieran nuevas herramientas, sobre su uso.
- ✓ Cómo incluir variantes en las ofertas.
- ✓ Actualizaciones del sistema y de las herramientas.
- ✓ Sobre el TOCAF y la normativa sobre compras, importaciones, etc.
- ✓ Sobre herramientas que faciliten el acceso a las oportunidades de negocio con el Estado.

Pregunta: ¿En qué áreas o temas específicos estaría dispuesto o tendría interés en capacitarse?
Base: Quienes están interesados en recibir algún otro curso

3.10 – Comentarios o sugerencias para la mejora del sistema

Finalmente, se les preguntó a las empresas si tenían comentarios o sugerencias que pudieran contribuir a la mejora del sistema. Para facilitar el análisis, se dividieron los comentarios y sugerencias en tres categorías: en primer lugar, se encuentran aquellos que sugieren que el hecho de tener que cotizar por la vía tradicional es una dificultad para la utilización de las ofertas en línea ya que muchas veces duplica el trabajo que las empresas realizan. En segundo lugar, se encuentran las sugerencias relacionadas propiamente al funcionamiento del sistema y en tercer lugar, aquellos comentarios referidos al funcionamiento de las compras en general.

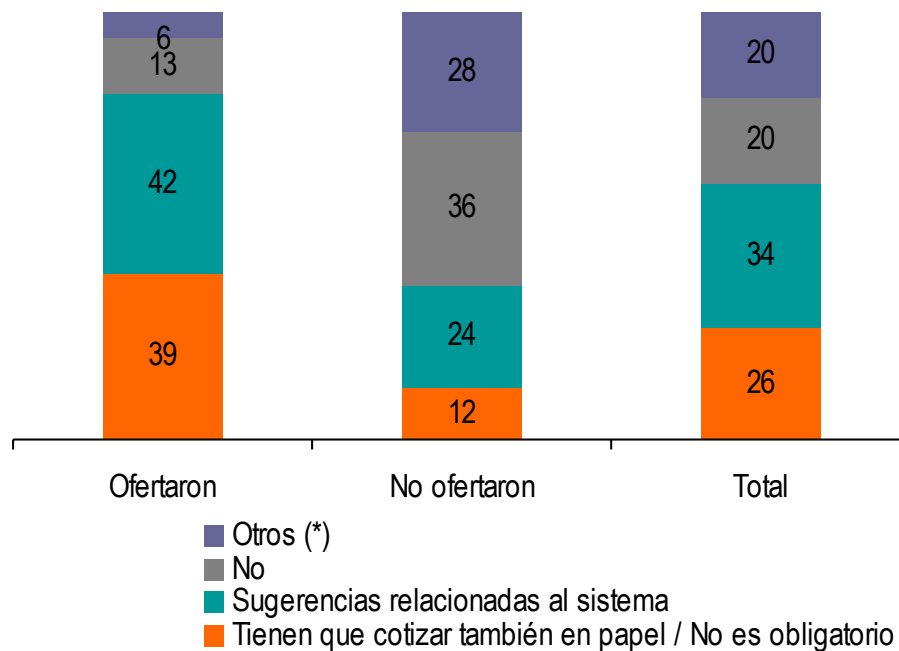
Entre las empresas que realizaron ofertas en línea, el 39% asegura que a pesar de realizar su oferta por esta vía, les exigen la presentación de su oferta de forma impresa, por lo que muchas veces deciden cotizar de esta última forma para no ver su trabajo duplicado. Asimismo, muchas de estas empresas aseguran que solo ofertan en línea si el pliego lo explicita o lo pide como obligatorio. Por otra parte, el 42% de las empresas que ofertaron en línea sugieren mejoras al sistema como: que existan más posibilidades de realizar especificaciones en las ofertas (tamaños, marcas, talles, variantes, mantenimiento de la oferta, plazos de entrega, formas de pago, etc.), que la cantidad de monedas sean solo dos (pesos y dólares), ya que se confunden, que puedan adjuntar información sobre los productos (Fotos. Catálogos, etc.), entre otras⁶. Entre las sugerencias referidas a los procesos de compras en general, se destacan: que se realicen mejor las especificaciones de los productos o servicios que desean comprarse en los llamados, que haya mayor control de las compras que se publican, entre otras.⁷

Por otra parte, entre quienes no han utilizado el sistema, la cantidad de empresas que no realizan comentarios es mayor, lo cual es esperable si se considera que las mismas han tenido un acercamiento menor a la herramienta y por lo tanto un menor nivel de conocimiento e información sobre su utilización. No obstante, el 24% realiza sugerencias en relación al sistema, el 12% sugiere que igualmente les exigen la oferta en papel y el 28% realiza otro tipo de sugerencias, entre ellas que: las ofertas por vía tradicional les resultan más cómodas, que les gustaría recibir una comunicación automática de las adjudicaciones, los organismos no ingresan las demás ofertas (lo cual dificulta las posibilidades de realizar seguimientos), entre otros comentarios.

⁶ Como se mencionó anteriormente, resulta central destacar que la herramienta permite adjuntar archivos electrónicos, a través de los cuales las empresas pueden agregar la información que estimen pertinente respecto a su oferta.

⁷ En el Anexo II pueden verse todas las sugerencias y comentarios sobre el sistema.

Gráfico 7. Comentarios y sugerencias sobre el sistema (%).



Pregunta: ¿Tiene alguna sugerencia de mejora al sistema?

Base: Total de encuestados

(*) **Incluye:** Han resuelto sus problemas a través de la mesa de ayuda, posibilidad de recibir en forma automática una devolución de las adjudicaciones, que las cotizaciones queden registradas para no tener que digitar todo siempre que se presentan a un llamado, entre otras.

Cuadro 8. Comentarios y sugerencias (*)

- ✓ Duplicación de la oferta: exigen la presentación de la oferta impresa.
- ✓ Posibilidades de realizar más especificaciones en las ofertas: tamaños, marcas, talles, variantes, mantenimiento de la oferta, plazos de entrega, formas de pago, etc.
- ✓ Cantidad de monedas: que sean solo dos (pesos y dólares), ya que se confunden.
- ✓ Realizar mejor las especificaciones en los llamados.
- ✓ Poder adjuntar información sobre los productos (Fotos. Catálogos, etc.)
- ✓ Que el sistema sea más interactivo, que haya una confirmación de recepción de la oferta y una notificación automática de la adjudicación
- ✓ Se destaca la asistencia recibida a través de la Mesa de Ayuda.
- ✓ No le resulta confiable, la entrega en papel le da mayor seguridad.
- ✓ Utilizarían el sistema sino les pidieran las ofertas impresas
- ✓ Recuerda que el sistema era muy completo, no lo usa porque no es obligatorio
- ✓ La forma tradicional le resulta más práctica porque le permiten mandarla por mail o por fax.

Pregunta: ¿Tiene alguna sugerencia de mejora al sistema? / **Base:** Total de encuestados

(*) En el Anexo II se adjunta el listado completo de comentarios y sugerencias.

4.1 – Síntesis de Resultados

- ✓ 4 de cada 5 empresas que participaron en el curso sobre Ofertas en Línea y realizaron una oferta posterior por esta vía, consideran que el mismo tuvo impacto en la utilización de la herramienta.
- ✓ Entre los principales aspectos sobre los que influyó se destacan el aporte de información que las empresas desconocían, la aclaración de dudas respecto a la utilización del sistema y la incidencia en su utilización (“si no hubiese realizado el curso no hubiese utilizado la herramienta”).
- ✓ Entre quienes ofertaron en línea más del 70% declara no haber tenido dificultades en su utilización. Asimismo, entre quienes ofertaron en línea la utilización de la herramienta no significó costos adicionales.
- ✓ Las principales razones que tuvieron las empresas capacitadas que no cotizaron en línea para no hacerlo radican en que no es obligatorio (32%) y en que a pesar de ofertar en línea les piden la oferta en forma impresa (28%). Asimismo, hay quienes han tenido problemas relacionados a la falta tiempo o personal para realizar la digitación de la oferta y quienes no la han utilizado ya que han tenido dificultades de acceso a Internet o falta de personal capacitado.
- ✓ Respecto a las ventajas que presenta esta herramienta destacan la mayor eficacia en términos de tiempo (43%), la practicidad, facilidad y comodidad (38%), así como la disponibilidad (16%), la posibilidad de realizar el seguimiento de la compra (16%), la seguridad, transparencia y control (16%) y el hecho de no tener que trasladarse (13%), entre otras ventajas.
- ✓ En cuanto a las desventajas que identifican quienes la han utilizado, se destaca que la mayoría (34%) asegura que no tiene ninguna. Entre ambos grupos de empresas las desventajas asociadas a la herramienta son diversas: para quienes utilizaron la herramienta las principales desventajas son que es costoso (da trabajo) realizar el ingreso en línea (13%) y que los organismos no lo piden (13%). Entre las empresas que no utilizan la herramienta la principal desventaja identificada está asociada a la seguridad que la misma le confiere (16%).
- ✓ Una amplia mayoría de las empresas encuestadas (70%) considera que el uso de la cotización en línea no tiene impacto en el precio de su oferta.

- ✓ Casi el 70% utilizarían o volverían a utilizar la herramienta, mientras que el 30% asegura que la utilizaría solo si se plantea como obligatorio.
- ✓ El 82% estaría interesado en recibir otros cursos de capacitación por parte del equipo de compras. Las principales áreas en las que están interesados en capacitarse se refieren al uso y actualización de las herramientas disponibles, a los procesos de compras así como a normativa y seguimiento de precios, entre otros aspectos.
- ✓ Finalmente, entre las empresas que realizaron ofertas en línea el casi el 40% sugiere que al exigirles la oferta impresa, se ve limitada la utilización del sistema de cotización en línea. El 42% de las mismas sugieren mejoras al sistema como: que existan más posibilidades de realizar especificaciones en las ofertas, que la cantidad de monedas sean solo dos (pesos y dólares), poder adjuntar información sobre los productos (Fotos, Catálogos, etc.), entre otras.
- ✓ Entre quienes no realizaron ofertas las sugerencias principalmente se relacionan a mejoras en el sistema de ofertas en línea así como en los procesos de compras en general.

4.2 – Reflexiones y conclusiones finales

La realización del curso ha resultado central para una exitosa utilización de la herramienta, específicamente entre aquellas empresas que realizaron ofertas en línea. El hecho de que 8 de cada 10 empresas encuestadas asegure que el mismo impactó en la utilización del sistema, así como los aspectos sobre los que influyó, son una demostración de ello. En este sentido, la existencia de empresas que a pesar de haber realizado el curso no utilizan el sistema parece deberse a razones externas, y no a problemas relativos a su funcionamiento. Recuérdese que las principales razones por las que estas empresas no lo han utilizado en sus cotizaciones radican en que no es obligatorio y en que desde algunas oficinas de compras les piden (de todos modos) las ofertas impresas.

De lo anterior se desprende que la inexistencia de reglas claras (hay organismos que lo piden y otros que no, así como hay casos en que lo piden de las dos formas y otros en que los piden para determinadas compras) desestimula la utilización de la herramienta. La mayoría de los encuestados, a pesar de destacar las ventajas y beneficios de ofertar en línea, aseguran que en muchos casos tienen que presentar la oferta impresa. Esta es una de las principales desventajas identificadas del sistema, aunque no sea del sistema propiamente y resulte, más bien, un factor externo.

Por otra parte, a pesar de haber realizado el curso, algunos proveedores capacitados no saben como utilizar algunas funcionalidades (seguimiento de la compra, impresión de la oferta, RSS, adjuntar archivos, etc.) por lo que se sugiere reforzar los conocimientos transmitidos en los cursos a través de otros mecanismos (foros, preguntas frecuentes, etc.). Resulta importante destacar que muchas empresas demuestran interés en recibir información a través de correo electrónico que permita mantenerlos actualizados acerca de las novedades. En este sentido, la mesa de ayuda es fundamental para evacuar dudas y resolver problemas que los mismos han tenido en su experiencia con la herramienta. Muchos de ellos destacan este servicio y lo valoran muy positivamente.

El hecho de que algunas empresas que no utilizan el sistema no tengan confianza en él o no les resulte transparente puede deberse a la falta de información o conocimiento sobre su funcionamiento, razón adicional para reforzar la información brindada en los cursos a través de otros medios, e incluso para evaluar las posibilidades de realizar un seguimiento de las empresas capacitadas que permita detectar posibles dificultades, entre aquellas empresas que estarían dispuestas a utilizar el sistema.

Finalmente, resulta importante destacar nuevamente la importancia que han tenido los cursos entre las empresas que utilizan el sistema de ofertas en línea. Quizá el mayor desafío, si se pretende incrementar su uso, radique en la definición de lineamientos claros que regulen su utilización, así como acciones que fomenten la utilización del sistema por parte de las unidades ejecutoras, brindando información acerca de la importancia de la incorporación de sistemas informáticos en los procesos de compras públicas, y de la forma en que estos pueden contribuir al logro de procesos más eficientes, transparentes y menos costosos; que funcione como incentivo para una mejor incorporación de la herramienta en sus procesos de compras.

IDENTIFICACIÓN DEL CUESTIONARIO		
Nombre de la empresa:		Nº de Form
Nombre del encuestado:		

ENCUESTA SOBRE OFERTAS EN LÍNEA: Quienes ASISTIERON y UTILIZARON

PRESENTACIÓN: Buenos días/buenas tardes, mi nombre es _____ y lo estoy llamando del Área de Compras y Contrataciones Estatales de AGESIC. Estamos realizando una encuesta sobre el uso de las ofertas en línea con el fin de mejorar nuestros sistemas. Ud. ha participado de nuestros cursos y quisiéramos saber si tendría 5 minutos para que le realicemos algunas preguntas? La información que Ud. nos proporcione es estrictamente confidencial y únicamente será utilizada con fines estadísticos.

P.1) Su empresa realizó ofertas en línea, ¿Tuvieron alguna dificultad en su utilización?

1. Si
2. No
9. No Sabe/No Contesta

P.2) (SOLO PARA P.1 = 1) ¿Podría decirnos cuáles fueron esas dificultades?

P.3) ¿Cree que la realización del curso de ofertas en línea tuvo algún impacto en la utilización de la herramienta por parte de la empresa?

1. Si
2. No
9. No Sabe/No Contesta

P.4) (SOLO PARA P3 = 1) ¿En que aspectos influyó?

1. Si no hubiese hecho el curso no hubiese utilizado la herramienta
2. Aportó información que desconocíamos
3. Nos dió tranquilidad en términos de seguridad y confianza en la herramienta
4. Nos ayudó a despejar dudas que teníamos respecto a su utilización
8. Otro. Especifique: _____

P.5) La utilización de la herramienta, ¿ha significado un costo adicional para su empresa?

Nota: Por ejemplo: contratación de personal que realice la digitación, pago de horas extras, etc.

1. Si
2. No
9. No Sabe/No Contesta

P.6) ¿Qué ventajas identifica en el sistema de ofertas en línea? (ESPONTÁNEA - NO LEER OPCIONES)

1. Disponibilidad para su uso los 365 días del año, las 24 horas del día y en cualquier lugar donde exista conexión a Internet.	
2. Ahorro de costos de impresión de ofertas y documentación	
3. Mayor eficacia en términos de tiempo	
4. Seguridad, transparencia, control.	
5. Disminución de posibles errores.	

6. Nadie ve su oferta hasta la fecha y hora del acto de apertura.	
8. Otro. Especifique:	

P.7) ¿Y qué desventajas? (ESPONTÁNEA - NO LEER OPCIONES)

1. Desconfianza en los sistemas electrónicos	
2. Dificultades de acceso a Internet	
3. No me resulta seguro / transparente / confiable	
4. Dudas respecto a que otros proveedores puedan ver la oferta antes de su apertura	
5. Es costoso (da trabajo) realizar el ingreso en línea	
8. Otro. Especifique:	

P.6) ¿Considera que la utilización de las ofertas en línea podría tener impacto en el precio de su oferta?

- 1. Si
- 2. No
- 9. No Sabe/No Contesta

P.7) ¿Piensa que volvería a utilizar el sistema o solamente lo haría si se plantea como obligatorio?

- 1. Lo utilizaría nuevamente
- 2. Solo si es obligatorio
- 9. No Sabe/ No Contesta

P.8) ¿Tiene alguna sugerencia de mejora al sistema?

P.9) ¿Estaría interesado en recibir algún otro curso o capacitación por parte del equipo de compras?

- 1. Si
- 2. No
- 9. No Sabe/No Contesta

P.10) (SOLO SI P.9 = 1) ¿En qué áreas o temas específicos (en relación a las compras públicas) estaría dispuesto o tendría interés en capacitarse?

Datos de clasificación

Para terminar y simplemente a los efectos de clasificar la información, podría decirme...?

P.10) Antigüedad de la empresa: _____

P.11) Principal producto o servicio: _____

P.12) Cantidad de empleados: _____

P.13) Localización: 1. Montevideo 2. Interior

P.14) Conexión a internet en la empresa: 1. Si. 2. No

IDENTIFICACIÓN DEL CUESTIONARIO		
Nombre de la empresa:		Nº de Form
Nombre del encuestado:		

ENCUESTA SOBRE OFERTAS EN LÍNEA: Quienes ASISTIERON y NO UTILIZARON

PRESENTACIÓN: Buenos días/buenas tardes, mi nombre es _____ y lo estoy llamando del Área de Compras y Contrataciones Estatales de AGESIC. Estamos realizando una encuesta sobre el uso de las ofertas en línea con el fin de mejorar nuestros sistemas. Ud. ha participado de nuestros cursos y quisiéramos saber si tendría 5 minutos para que le realicemos algunas preguntas? La información que Ud. nos proporcione es estrictamente confidencial y únicamente será utilizada con fines estadísticos.

P.1) ¿Cuál es la principal razón por la que no utilizó ofertas en línea en los llamados en que presentó ofertas luego de participar en los cursos? (ESPONTÁNEA - NO LEER OPCIONES)

1. Falta de confianza en la herramienta
2. Dificultades para su uso (acceso a Internet, personal capacitado, etc.)
3. No sabe utilizarla
4. Falta de información/conocimiento sobre la herramienta
5. En las unidades de compra les dijeron que no la usaran
8. Otra. Especifique: _____

P.2) ¿Qué ventajas identifica en el sistema de ofertas en línea? (ESPONTÁNEA - NO LEER OPCIONES)

1. Disponibilidad para su uso los 365 días del año, las 24 horas del día y en cualquier lugar donde exista conexión a internet.	
2. Ahorro de costos de impresión de ofertas y documentación	
3. Mayor eficacia en términos de tiempo	
4. Seguridad, transparencia, control.	
5. Disminución de posibles errores.	
6. Nadie ve su oferta hasta la fecha y hora del acto de apertura.	
8. Otro. Especifique:	

P.3) ¿Y qué desventajas? (ESPONTÁNEA - NO LEER OPCIONES)

1. Desconfianza en los sistemas electrónicos	
2. Dificultades de acceso a Internet	
3. No me resulta seguro / transparente / confiable	
4. Dudas respecto a que otros proveedores puedan ver la oferta antes de su apertura	
5. Es costoso (da trabajo) realizar el ingreso en línea	
8. Otro. Especifique:	

P.4) ¿Considera que la utilización de las ofertas en línea podría tener impacto en el precio de su oferta?

1. Si
2. No
9. No Sabe/No Contesta

P.5) ¿Piensa que podría decidir utilizar el sistema o solamente lo haría si se plantea como obligatorio?

1. Lo utilizaría
2. Solo si es obligatorio
9. No Sabe/ No Contesta

P.6) ¿Tiene alguna sugerencia de mejora al sistema?

P.7) ¿Estaría interesado en recibir algún otro curso o capacitación por parte del equipo de compras?

- 1. Si
- 2. No
- 9. No Sabe/No Contesta

P.8) (SOLO SI P.7 = 1) ¿En qué áreas o temas específicos (en relación a las compras públicas) estaría dispuesto o tendría interés en capacitarse?

Datos de clasificación

Para terminar y simplemente a los efectos de clasificar la información, podría decirme...?

P.7) Antigüedad de la empresa: _____

P.8) Principal producto o servicio: _____

P.9) Cantidad de empleados: _____

P.10) Localización: 1. Montevideo 2. Interior

P.11) Conexión a Internet en la empresa: 1. Si. 2. No

REALIZARON OFERTAS EN LÍNEA

No tuvieron dificultades con la utilización del sistema aunque les siguen exigiendo la presentación de propuestas en papel / Que luego de la apertura puedan verse las demás ofertas y el precio ganador.

En la empresa utilizan el sistema solo si la licitación lo pide o especifica que puede usarse

Si son muchos ítems se cuelga / Igual piden la oferta en papel por eso no lo utilizan con frecuencia y lo utilizan solo si es obligatorio.

No hay planilla de calculo en el ingreso de datos y dificulta el control de lo que se ingreso / No tiene opción de cotizar alternativas. Por ej. Si piden hierro y ellos tienen también hierro con complementos no tienen la opción.

En el caso de las licitaciones hay que presentarlas escritas porque tienen mayores requisitos, que pudieran presentarse en línea con mayor facilidad ya que es más seguro

Que no se cuelgue / Que sea más sencillo cuando hay muchas opciones

No me gusta porque es muy lento y se cuelga / Si se cotiza de las dos maneras lleva más tiempo y les exigen de las dos maneras / El producto es muy complejo y le confiere dificultad adicional

Lo han ido mejorando le parece que está bien / Cuando cotizaban variantes del mismo ítem se les complica y deben realizar muchas observaciones.

Si tiene una variante que lo deje cotizar más veces / Poder poner las variantes / Poder poner adjuntos (fotos, catálogos) / Diferencias con el catálogo por la clasificación de los productos / Le resulta muy útil

Tuvo dificultades para ver los precios de los demás / Lo utilizaba y lo dejó de usar / Capas es un problema que tuvo él para usarlo

Que cargara más rápido / Que pueda verse más fácilmente el detalle de lo que piden, por ej. Talles, tamaños, sin tener que revisar a cada rato el pliego / Está muy bien, conforme en general

El sistema le parece muy bueno. El problema es que muchas veces también les exigen la versión impresa / Resistencia al uso por parte de algunas instituciones

La cantidad de monedas que tienen para cotizar a veces los confunde / Para su producto que es estándar a veces hay demasiadas variantes / A veces tienen dificultades para encontrar el número o la compra en el buscador

No tiene sugerencias del sistema, únicamente que a veces también les exigen la presentación de la oferta en papel

No pueden especificarse algunas condiciones de la oferta como el plazo de entrega, el mantenimiento de la oferta y la forma de pago

Lamenta que tenga que utilizarse a la par de la oferta convencional, aunque cree que se avanza hacia más. No tiene sugerencias ya que cada vez que se le presenta un problema llama y se lo resuelven. Siempre la atienden muy bien. Muy buenos los videos.

Adecuado. Se debería capacitar a los encargados de armar los pliegos sobre los productos para que sean más claros en los llamados

Que sea un solo sistema, lógico y transparente, hoy es mixto. Las cotizaciones tendrían que ser solo en línea para que sea más estandarizado. / Que el sistema sea más interactivo, que haya una confirmación de recepción de la oferta y una notificación automática de la adjudicación

Respecto a la búsqueda, muchas veces le resulta compleja. Si tiene el numero es mas fácil pero sino no, lo cual le genera dudas respecto a si se perdió oportunidades

No / Cuando tienen inconvenientes llaman y se los solucionan enseguida

En el ingreso de algunos productos no le permite poner detalles o especificaciones

Cuando los artículos son muy complejos no permite realizar las especificaciones o la descripción necesarias porque no tienen los suficientes caracteres

Esta correctísimo, nos sirve mucho para trabajar

Que tuviera más caracteres para realizar descripciones del producto y que pudieran poner mas detalles

No / se han realizado cambios últimamente que fueron positivos

No / Lo usan cuando lo piden / sugiere que a veces existen diferencias entre lo que se pide en los llamados y lo que después se compra, por ej. Que se detalle mejor lo que se quiere comprar

Las ofertas en línea le parecen muy buenas pero no cree que todos los organismos consideren las ofertas presentadas de esta manera / La tiene que usar en papel igual por eso la usa solo si se la piden

Les piden la cotización por fax / No hay control de lo que se publica, se publican adjudicaciones de las cuales nunca se publico el llamado, hay que supervisar a quienes no publican / hay compras en que los plazos son muy cortos y se nota que esta cocinado de antes / Dudas sobre variantes y como ingresarlas

Agregar renglones para poder cotizar mas variantes / A veces no coinciden los datos del pliego con los renglones que tiene para cotizar

NO REALIZARON OFERTAS EN LÍNEA

Simplemente que ellos utilizarían el sistema si no les pidieran las ofertas impresas

No le resulto confiable / La entrega de papel le da mayor seguridad

Le pareció (a través del curso) que era engorroso ingresar ofertas, buscar en el catalogo, etc. / Muy buena atención en la mesa de ayuda

Muchas veces no se ingresan las demás ofertas por parte de los organismos y eso dificulta la realización del seguimiento del proceso / Probaron usarlo después del curso pero no lo usan

Que el curso sea en 2 días, mas ágil y más corto

Le parece que esta bien

Le parece completo

Lo recuerda muy completo. No lo usa porque no es obligatorio

Dificultades para poner variantes / No tienen forma de poner que se ajustan a la reglamentación internacional / No es un sistema útil para el tipo de ofertas que hace la empresa porque es un producto complejo con detalles y muchas variantes / No tienen campos donde poner las especificaciones

No lo usan porque las licitaciones a las que se presentan es mejor ofertar por la vía tradicional

Recibir una devolución de los resultados de las licitaciones a las que se presentan

Poner solo las 3 monedas principales

Que les informen cuando comiencen a usar todos y que tengan las previsiones para que el sistema no se tranque y sea rápido

Duplican el trabajo porque les piden la oferta también en papel. Falta de costumbre de usar la herramienta por parte de todos (de las empresas, de los funcionarios, etc.)

Fue claro el curso

A veces no esta claro lo que piden en los llamados

Que las cosas que cotizas queden registradas para no tener que repetir la cotización en cada oferta que presentan, ya que siempre es el mismo producto y solo cambian el precio

La forma tradicional le resulta más práctica porque le permiten mandarla por mail o por fax. Falta de costumbre en el uso de herramientas informáticas