



¿Que tener en cuenta para mejorar el diseño de las licitaciones públicas y evitar la cartelización en Argentina?

Por Alexis G. Pirchio

La asignación de la obra pública en Argentina ha estado recientemente sujeta a escrutinio por parte del público, debido a numerosos escándalos de corrupción durante la era Kirchnerista. Más allá de los problemas de corrupción en las asignaciones, desde un análisis de defensa de la competencia también nos interesa evitar la potencial cartelización de las empresas al momento de participar en licitaciones para obras en el sector público.

La actual y renovada Comisión Nacional de Defensa de la Competencia (CNDC), anunció que es necesario instalar una cultura de competencia también hacia dentro del Estado y busca tener presencia e injerencia en todos los ministerios que realicen adjudicaciones en licitaciones de infraestructura, transporte o cualquier otro tipo.

La propuesta de la CNDC resulta necesaria en el contexto argentino, pero ¿qué herramientas se encuentran al alcance de la Comisión para evitar o disminuir la cartelización en licitaciones, también llamado *bid rigging*, y que esto resulte en menores precios pagados por los bienes y servicios que adquiere el estado?

La CNDC tiene a su alcance herramientas que le van a permitir actuar tanto de manera ex ante, como también de manera ex post, que pueden disminuir los incentivos de los participantes en las licitaciones públicas a realizar *bid rigging*. En este artículo nos vamos a enfocar principalmente en las medidas ex ante, ya que se ha hablado bastante de las herramientas ex post al alcance de la agencia de competencia.

Existan varias formas en las que las empresas pueden realizar *bid rigging*. Entre ellas, se encuentra realizar ofertas cubiertas (empresas acuerdan que alguna de ellas provea una oferta más alta que las del designado ganador), supresión de ofertas (empresas designadas perdedoras se abstienen de participar), rotación de ofertas (las empresas continúan presentando ofertas pero se turnan a quien designan ganador) o asignación de mercados (los competidores se reparten el mercado asignándose distintas áreas geográficas).

Por otra parte, existen elementos y características estructurales específicas en cada mercado que pueden facilitar la formación del cartel. Entre estas características se incluye que en el mercado exista un número pequeño de compañías, poca existencia de entrada en el mercado, condiciones de demanda muy estables, cámaras o asociaciones industriales en donde se facilitan los intercambios de información, licitaciones repetidas, productos o servicios más homogéneos, pocos productos sustitutos o poco cambio tecnológico.

Se debe prestar especial atención a las características de cada mercado, pero más allá de las mismas, el diseño que tenga la licitación puede ayudar a reducir los riesgos de que exista *bid rigging*. Como primera instancia el evaluador debe determinar si el mercado en el que se va a realizar la compra tiene características que hace la colusión más





probable. También debe recolectar información sobre los potenciales proveedores, sus productos, sus precios y sus costos. Debe estar al tanto de cambios recientes en los precios y también tener información sobre licitaciones realizadas en el pasado en el mismo mercado. Es indispensable que exista coordinación entre distintas agencias del sector público sobre toda la información disponible para un mercado en particular.

Por otra parte, el diseño del proceso de la licitación debe disminuir o evitar crear barreras a la entrada para los potenciales competidores genuinos. Se puede incentivar la participación en licitaciones públicas reduciendo los costos de ofertar, estableciendo límites de participación que no limiten la competencia de forma excesiva, permitiendo que empresas de otras regiones o países participen o también encontrar maneras de que empresas más pequeñas participen, aunque no puedan ofertar por el contrato completo.

Es importante que el diseño de la licitación evite de cualquier forma o disminuya las posibles comunicaciones entre los ofertantes. Si los participantes tienen posibilidades de comunicación, se facilitan los posibles acuerdos y cartelización de los mismos. Las licitaciones abiertas permiten la comunicación y señalización entre oferentes. El requerimiento de que una postura tenga que realizarse en persona, provee la oportunidad de comunicación de último minuto y de acuerdos entre empresas. Esto puede prevenirse utilizando ofertas electrónicas.

Por último, el criterio de selección del ganador de la licitación, afecta directamente la efectividad y la intensidad de la competencia. A su vez, estos criterios no solamente son importantes para la licitación que se está realizando, sino también para mantener a un conjunto de potenciales competidores con interés de participar en futuras licitaciones. Siempre que se evalúe a los oferentes con criterios distintos del precio, como por ejemplo la calidad del producto, servicios de post-venta, etc., dichos criterios deben ser transparentes, descritos correctamente y adecuadamente ponderados con anticipación para evitar confusiones después del proceso licitatorio. Cuando se utilizan correctamente, dichos criterios pueden premiar en cierta forma la innovación y el ahorro de costos de parte de los oferentes.

Aplicando mejores prácticas internacionales en el diseño de licitaciones para contrataciones públicas, la CNDC puede tener un impacto importante y determinante en evitar la cartelización en las compras públicas. Esto puede traer mejoras significativas en los precios pagados por el estado por dichos bienes o servicios en beneficio de todos los argentinos.

