

Publicado en "La Vanguardia" el 29-06-2004



Ernesto Martínez de Carvajal Hedrich
Perito Judicial Informático
Miembro de la Asociación Catalana de Peritos
Autor del libro "El Lenguaje MUMPS"
Coautor del libro "Auditorías y Peritajes Informáticos"
Autor del libro "Informática Forense – 44 casos reales"

Aunque los casos a los que se tiene que enfrentar un perito judicial son variados y en ocasiones podrían ser buenos argumentos para películas de esas que denomino "con presupuesto", lo cierto es que la mayoría tiene como denominador común el incumplimiento de contrato, el cual, a pesar de su aburrido nombre, presenta muchas variantes. En ocasiones es obvio que el proveedor ha abusado de la buena fe del cliente, vendiéndole humo o un producto que dista mucho de lo prometido o que simplemente es ineficaz para las necesidades del cliente o, incluso, de cualquier empresa.

En otras ocasiones es el cliente quien una vez implantado el programa se percata de que ha cometido un error, o bien pretende que le hagan un traje a medida y con chorreras de oro, exprimiendo al proveedor como un limón, impagando de paso las facturas. Pero en general y como en casi todos los conflictos humanos, la razón no la tiene totalmente una de las partes, y suele estar motivado por los errores cometidos por ambas, ya desde un inicio.

Cuando una empresa decide la compra de un programa, en muchas ocasiones comete el error de no hacer partícipes del proyecto a todos los empleados que luego han de trabajar con él, con lo que estos no se sienten comprometidos con el proyecto y tienen una tendencia natural a sacarle solo los defectos y ralentizar, cuando no dinamitar, su puesta en marcha

Con frecuencia la empresa compradora tampoco realiza las suficientes sesiones de demostración para asegurarse que el programa se adapta a sus necesidades, ni hace el esfuerzo necesario para transmitirlos de forma precisa al proveedor.

En cuanto a la empresa proveedora, en muchos casos no asume el papel de "experta" que le debe corresponder, tanto en el software que ofrece, como en el sector de la actividad al que se dirige su producto. La alta competitividad y el incremento constante de los objetivos, hace que tengan en ocasiones una excesiva visión comercial a corto plazo de las operaciones, no evaluando de forma objetiva la conveniencia del programa para las necesidades específicas del cliente, llegando en ocasiones a vender auténticas motos, cuando no "humo" o promesas de personalizaciones imposibles de cumplir.

Al firmar un contrato de compra venta, tanto el cliente como el proveedor, han de evaluar la utilidad del mismo en caso de conflicto. Un contrato ambiguo, en el cual no se especifique claramente las características de los productos y servicios contratados, así como los plazos de entrega, es un arma de doble filo que puede volverse contra ambas partes.