

3.2 Localización de pedidos y anuncio de ofertas: servicios de licitación

Los servicios de licitación constituyen plataformas para encontrar y anunciar convocatorias de licitación a un gran número de proveedores potenciales. Aunque algunos prestan un respaldo básico para el proceso de licitación, la mayoría sólo publica los concursos. La presentación de ofertas tiene lugar a continuación en el mundo real, a menudo en formato impreso tradicional.

- | Relevancia para pequeños compradores: reducida
- | Relevancia para pequeños proveedores: elevada
- | Know-how técnico necesario: reducido
- | Número de plataformas B2B de Internet que ofrecen este servicio: intermedio

Esta sección se centra en los servicios de licitación. Fundamentalmente, constituyen amplias base de datos de convocatorias de licitación abiertas a concurso. La idea consiste en anunciar a un gran número de potenciales proveedores el propósito de adjudicar un contrato, para recibir a continuación ofertas en formato tradicional (a menudo también online) y, por último, seleccionar la mejor oferta entre las recibidas.

Las convocatorias de licitación pueden adoptar diversas formas. Por ejemplo, las RFQs (solicitudes de presupuestos) solicitan ofertas de precios para productos o servicios claramente definidos, mientras que en las RFPs (solicitudes de propuestas) no sólo se pide al oferente un precio, sino también una descripción de la mejor forma de realizar una tarea.

Panorama de los servicios de licitación

En la actualidad, los servicios de licitación constituyen parte importante de los servicios que prestan los portales B2B.

En algunos casos se trata de servicios independientes, aunque muchos están integrados con otros tipos de servicios de portal B2B, como directorios o clasificados. Dos son las categorías principales:

- | Las bases de datos de licitación pública reúnen las convocatorias de concursos de varios organismos públicos.¹
- | Las plataformas de licitación abiertas permiten a cualquier empresa u organismo público anunciar convocatorias de concurso. A menudo, las plataformas de licitación se especializan en un sector y rara vez las encontrará como servicios independientes. Normalmente, están integradas con una base de datos de licitación para convocatorias públicas o con directorios de proveedores.

Cuadro 5: Ejemplos de servicios de licitación

- | Elance Online (www.elance.com) es una plataforma de licitación de proyectos de servicios, como traducción, diseño de páginas web, formación, etcétera. La plataforma tiene acceso a un conjunto de 40.000 expertos de diversas áreas. Los compradores anuncian sus proyectos y los proveedores

¹ Algunas empresas publican concursos de licitación abiertos en su propia página web o dentro del portal de su proveedor. Aunque están estrechamente relacionadas con las bases de datos de licitación que ahora analizamos, no las incluiríamos dentro de las plataformas B2B de Internet, ya que el comprador es sólo una única empresa. Con todo, si quiere localizar a posibles compradores busque en las correspondientes secciones de los sitios web de compradores potenciales. Hay numerosos compradores que siempre quieren encontrar nuevos proveedores de calidad.

presentan sus ofertas. También cuenta con una base de datos de clientes.

‡ [Tenderlink](http://www.tenderlink.com) (www.tenderlink.com): Tenderlink opera en Nueva Zelanda y Australia. Anuncia licitaciones de todas las Administraciones Públicas y del sector privado. En diciembre de 2004 este mercado electrónico tenía unos 5.000 proveedores registrados y había cerrado 140.000 licitaciones.

‡ www.vergabe-bayern.de: esta base de datos de licitación de contratos de construcción del estado alemán de Baviera constituye el típico ejemplo de base de datos de licitación gestionada por un gobierno regional. El servicio ofrece contratos de ese sector y ofrece ayuda en todas las fases del proceso de licitación, incluyendo la firma electrónica de los documentos de licitación.

La popularidad de las bases de datos de licitación se deriva de la obligación legal de que las entidades públicas europeas convoquen procesos públicos de contratación. Esta norma se aplica también a entidades semipúblicas, como compañías de ferrocarriles, y a determinados servicios colectivos.

En Europa, la mayor base de datos “oficial” de licitaciones públicas es TED, que son las siglas en inglés de Diario Electrónico de Concursos, y que constituye el Suplemento al Diario Oficial de la Unión Europea (ted.publications.eu.int). En TED se anuncian todas las convocatorias públicas de licitación que deben publicarse en todo el ámbito europeo.

Asimismo, muchos países publican también varias convocatorias nacionales o regionales en esa dirección. En el ámbito nacional o regional existen muchas más bases de datos de concursos de gestión pública. Las bases de datos regionales, al incluir las convocatorias de menor tamaño de las administraciones locales o regionales, a menudo son idóneas para las pequeñas empresas.

Además de estas bases de datos oficiales están los “agregadores”, que reúnen el contenido de muchas bases de datos pequeñas en una base mayor. Con frecuencia se especializan en una región o sector, o en ayudar a empresas locales a exportar a determinadas regiones.

Las plataformas de licitación abiertas se diferencian de las bases de datos públicas de concurso en que cualquiera puede anunciar en ellas sus convocatorias. Muchas se centran en un sector concreto.

Rara vez encontrará plataformas de licitación abiertas como servicios independientes, ya que a menudo están integradas con bases de datos oficiales de licitación para concursos públicos o con directorios de proveedores. Estos servicios generan tráfico adicional para los portales, por lo que los concursos anunciados están expuestos al mayor número posible de profesionales.

Además, algunos portales han enriquecido la plataforma de licitación con servicios adicionales, como sistemas de puntuación de los proveedores y la posibilidad de publicar dibujos técnicos o herramientas de gestión de proyecto. La elección de servicios dependerá de las necesidades del sector respectivo.

3.2.1 Perspectiva del proveedor

En contraste con los directorios de proveedores y los motores de búsqueda, en los que tiene que esperar a que los compradores se pongan en contacto con usted, los servicios de licitación le permiten tomar la iniciativa. Puede buscar entre las convocatorias de licitación abiertas aquellas que mejor se adapten a su perfil y capacidades e intentar adjudicarse esos contratos. Además, si su objetivo es el mercado público, no dispone de muchas opciones, ya que las autoridades públicas tienen que seguir a menudo complejos procedimientos formales de licitación que incluyen a esas plataformas.

Si quiere buscar en las bases de datos de licitación públicas dispone de una amplia gama de portales para elegir: además de TED, existen sitios web de ámbito más reducido para concursos de administraciones nacionales y regionales. Si el número de servicios que tiene que supervisar

5 Apéndice

crece en exceso, busque un agregador que incluya todas las convocatorias de su autoridad pública objetivo. Tenga presente que muchos servicios de agregación tienen las mismas fuentes de información (a veces, de carácter público).

Al buscar contratos podría también encontrar convocatorias que no ha de considerar. Cabe que la convocatoria esté aún abierta pero que el contrato ya se haya adjudicado, que la convocatoria sólo se publique para obtener ofertas de precios de proveedores potenciales y tener así un mejor conocimiento de sus tarifas, o que la normativa (pública) exija esa publicación aunque en realidad exista un proveedor preferente. Por lo general es útil ponerse en contacto con la parte licitadora para verificar que la convocatoria sigue siendo válida, sobre todo cuando la licitación requiera alguna inversión por su parte.

Al buscar en bases de datos de licitación debe familiarizarse con los sistemas estructurales que estos portales utilizan: por ejemplo, TED utiliza el sistema CPV (vocabulario común de contratación) para organizar sus convocatorias. Pero no todos los funcionarios que preparan un concurso se saben el CPV de memoria, ni anuncian el concurso en la categoría correcta. Por tanto, debe estar preparado para buscar en categorías lejanamente relacionadas con el producto o servicio que ofrece. A menudo, merece la pena combinar una búsqueda estructural con una búsqueda por palabras clave. Por ejemplo, si ofrece formación informática, puede buscar el término “informática” en la categoría “formación”, y el término “formación” en la categoría de equipos de TI.

Caso 2: Venegazzù comercializa sus vinos presentándose a convocatorias de concursos

La empresa italiana Venegazzù spa es un productor de vinos radicado en un viñedo con solera. La compañía la fundó en 1950 el Conde Piero Loredan, descendiente directo de Leonardo Loredan, Dux de Venecia. Su filosofía consiste en el respeto y fortalecimiento del lazo de unión entre la variedad del vino y su región de procedencia.

Venegazzù utiliza la plataforma Global Wine and Spirits (www.globalwinespirits.com), de Canadá, una plataforma B2B de Internet para vinos y licores de todo el mundo; esta web cuenta con cientos de visitantes diarios, y la mayoría de ellos realizan operaciones habitualmente.

Giovanni Luca Atena, de eMarket Services y el ICE, entrevistó a Giovanni Dall'Ozzo, de Venegazzù, publicándose originalmente la entrevista en agosto de 2004.

- P: ¿Podría comentarnos qué uso hacen de Global Wines and Spirits (GWS)?
- R: Nuestra empresa ha elaborado vinos de alta calidad desde su creación. En la actualidad utilizamos GWS para promocionar nuestros caldos: los contactos de mercado se han incrementado y hemos recibido muchos pedidos de nuestros vinos.
- P: ¿Cómo conocieron GWS y por qué se incorporaron a esta plataforma?
- R: Antes de incorporarnos ya habíamos tenido noticias de GWS y éramos conscientes de sus ventajas. Cuando ICE, en su promoción de GWS, nos invitó a participar, enseguida lo hicimos. Ahora tenemos una suscripción de pago de un año.
- P: ¿Cómo funciona la plataforma y qué servicios emplean?
- R: Fundamentalmente utilizamos el servicio “convocatoria de ofertas”, con el que compradores de numerosos países realizan una solicitud y nosotros podemos contestar con una oferta. Para nuestro producto, se trata de la herramienta más útil.

P:	¿Cómo se ponen en contacto con una empresa que anuncia una solicitud de compra?
R:	Lo hacemos sobre todo por correo electrónico a través de la plataforma GWS, algo que sucede en el 90% de los casos. A veces nos ponemos en contacto directamente, pero no es lo habitual.
P:	¿Cuántas ofertas han contestado y de qué países?
R:	Hasta ahora hemos recibido 10 solicitudes interesantes, la mayoría procedentes de países europeos.
P:	¿Cómo gestionan este nuevo canal comercial?
R:	Un miembro de la plantilla es responsable de supervisar la plataforma y contestar a las ofertas.
P:	La confianza es uno de los mayores problemas al utilizar un mercado electrónico. ¿Cómo abordan esta cuestión?
R:	Por lo general, comprobamos cuidadosamente todas las ofertas anunciadas en la plataforma para asegurarnos de que son fiables.
P:	En general, y considerando que se trata de su primera experiencia en el uso de estas plataformas, ¿están contentos? ¿Tiene previsto seguir utilizando este medio de comercio?
R:	Los primeros resultados son interesantes, aunque en realidad no prevemos ir más allá.

3.2.2 Perspectiva del comprador

Las plataformas de licitación abiertas también revisten interés para las empresas que quieren comprar algo. Son especialmente útiles para proyectos de servicios, como investigaciones de mercado, diseño, impresión, traducción o proyectos de construcción, aunque también sirven para adquirir volúmenes elevados de suministros físicos, como papel u ordenadores. Sin embargo, hay que tener en cuenta que el volumen de licitación debe ser lo suficientemente elevado para que a un proveedor le merezca la pena presentar una oferta.

Para las pequeñas empresas, el principal beneficio que se deriva de las plataformas de licitación abiertas es que aúnan unos costes reducidos y un amplio ámbito de alcance. Al menos en teoría, anunciar nuestra convocatoria la hace llegar a un elevado número de proveedores potenciales, pudiendo a continuación pujar por el contrato los mejores candidatos. A menudo, también podrá seleccionar a proveedores que quiera invitar a participar siguiendo criterios específicos, como la región o el sector. Esta opción es especialmente interesante para las pequeñas empresas, que deben mantener reducidas sus actividades de selección de proveedores.

Cuadro 6: Lista de comprobación para servicios de licitación

<u>Proveedores:</u>	
‡	En primer lugar hay que saber perfectamente qué tipo de ofertas buscamos. Si busca un nuevo tipo de cliente, como grandes empresas o Administraciones Públicas, debe preguntarse: ¿estoy realmente preparado para atender a estos clientes? ¿Conozco sus procedimientos?
‡	A continuación identifique los servicios de licitación relevantes. Seleccione los más adecuados para su empresa. Siga los consejos proporcionados en la sección 3.6. Utilice bases de datos como eMarket Services para localizar posibles servicios. Si busca concursos fuera de su país de origen, recurra también a los organismos de promoción comercial.
‡	En el caso de contratos públicos, normalmente existe una publicación oficial (online o impresa) en la que deben publicarse los concursos. Puede consultar las correspondientes plataformas directamente o recurrir a un agregador.
‡	Advierta que también encontrará convocatorias de concursos en los sitios web de grandes empresas u

5 Apéndice

organismos públicos. También podría interesarle incluir estos sitios en su búsqueda de concursos.

- ‡ Una vez que haya identificado los servicios de licitación, familiarícese con la organización y palabras clave que emplean, para poder encontrar todos los concursos relevantes.
- ‡ Acostúmbrese a buscar en servicios de licitación de forma habitual o a emplear, si están disponibles, servicios de notificación por correo electrónico. De esta manera se familiariza con los servicios y no se arriesgará a perderse un concurso de licitación.
- ‡ Una vez haya encontrado un concurso interesante, póngase en contacto con el organismo que anunció el concurso para analizar los aspectos particulares oportunos. Además, este es un buen momento para comprobar si el concurso tiene seriedad.
- ‡ Revise su elección de plataformas con regularidad. ¿Cuántos concursos relevantes ha encontrado en esas plataformas? Si no localizó ninguno o fueron muy pocos, deje de seguirlas y, aun arriesgándose a perderse alguna convocatoria futura, dedique el tiempo a actividades más provechosas.

Compradores:

- ‡ En primer lugar, identifique los servicios de licitación abiertos más interesantes. Recorra a bases de datos como eMarket Services para identificar plataformas potenciales. Podría interesarle contar con organismos de promoción comercial, sobre todo si quiere contactar con proveedores en el extranjero.
- ‡ Asegúrese de que su grupo objetivo realmente emplea las plataformas elegidas con asiduidad. Siga las sugerencias que se ofrecen en la sección 3.1 para ampliar su conocimiento sobre las plataformas.
- ‡ Los términos de la convocatoria deberían ser claros y precisos, al tiempo que diesen a los postores la libertad de sugerir sus propias soluciones cuando sea pertinente. Cuando solicite una propuesta de un proveedor existente, sea más concreto y específico de lo estrictamente necesario.
- ‡ Utilice servicios de licitación en conjunción con formas tradicionales de recibir ofertas, ya que podría recibir muchas ofertas o ninguna.
- ‡ Quizá contesten proveedores de países lejanos, por lo que tiene que establecer por anticipado cómo gestionar los costes derivados de la distancia (p. ej., transporte, costes de desplazamiento para asistir a reuniones, imposibilidad de celebrar reuniones personales inmediatas).
- ‡ Valore la calidad y la capacidad financiera y económica de los proveedores que no conoce. Determine qué documentos precisa y qué procedimientos quiere seguir. Al principio puede servirle de los servicios de reputación comercial que emplean algunas plataformas.