



2021



Cómo convertirse en proveedor del Programa Mundial de Alimentos (PMA)

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Roma

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



OTROS
DOCUMENTOS

31 de agosto de 2021
Roma

Este estudio ha sido realizado por
Carlota Marco García

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Roma

<http://italia.oficinascomerciales.es>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 114-21-010-1



Índice

1. Introducción	4
2. Requisitos necesarios para ser proveedor del PMA	5
2.1. Requisitos para ser proveedor de alimentos	5
2.2. Requisitos para ser proveedor de bienes y servicios	6
3. Proceso de adquisición de bienes y servicios	7
3.1. Registro como proveedor en UNGM	7
3.1.1. Registro en UNGM	7
3.1.2. Niveles de registro	8
3.1.3. Alta como proveedor	8
3.2. Análisis de mercado en el Dpto. de bienes y servicios	9
3.3. Proceso de licitación	10
3.3.1. Proceso competitivo	10
3.3.2. Proceso no competitivo	11
3.4. Adjudicación del contrato de licitación	12
3.4.1. Registro en la plataforma <i>In-Tend</i>	12
3.4.2. Adjudicación de la licitación	12
3.5. Tipos de contrato de licitación	12
3.5.1. <i>Long Term Agreement</i> (bienes y servicios)	13
4. Ventajas y oportunidades	14



1. Introducción

El presente estudio tiene como objetivo ayudar a las empresas españolas a convertirse en proveedoras del Programa Mundial de Alimentos o PMA (WFP: World Food Programme). Para ello, se detallará el proceso de compra, los requisitos necesarios para poder trabajar con el PMA y los pasos a seguir.

El PMA es un programa de ayuda humanitaria, dentro de la Organización de Naciones Unidas (NN. UU.), que lucha contra el hambre en el mundo y se encarga de suministrar alimentos y proporcionar servicios, además de apoyo logístico, a países en desarrollo. El PMA se financia íntegramente con donaciones de gobiernos, empresas y particulares.

PMA es la segunda agencia con mayor volumen de compra dentro de NN. UU., después de UNICEF. Según datos de 2020, el valor de las compras de PMA ascendió a 3.981 millones de dólares, lo que representa un 18 % sobre el volumen de compras totales de todas las agencias de NN. UU. Además, el volumen de compras a países desarrollados continúa aumentando, pasando de suponer en 2019 un 22 % de las adquisiciones a un 25 % en 2020, siendo los países europeos los principales protagonistas.

PMA / WFP consta de dos divisiones; alimentación y bienes y servicios. La primera de estas se encarga de comprar y suministrar diferentes alimentos en todo el mundo, mientras que la segunda categoría engloba bienes y servicios diversos como transporte, servicios de telecomunicaciones y tecnologías de la información, almacenaje o ingeniería, entre otros.

Este estudio describe los requisitos para las dos divisiones, aunque se centrará en el funcionamiento interno de la de **bienes y servicios**. En el estudio [El mercado de compras del Programa Mundial de Alimentos](#) se explican las diferentes oportunidades para cada una de las divisiones.



2. Requisitos necesarios para ser proveedor del PMA

Para que una empresa pueda participar en los procesos de licitación del WFP se deben cumplir una serie de criterios mínimos en función de cada departamento.

2.1. Requisitos para ser proveedor de alimentos

Para la división de alimentación, los requisitos que deben cumplir las empresas son los siguientes:

- Proveer el certificado de constitución o equivalente.
- Disponer de alimentos de interés para el PMA.
- Estados financieros auditados de los últimos 3 años y una facturación mínima anual de 5 millones de dólares.
- 3 cartas de recomendación.
- Tener, al menos, 3 años de experiencia en comercio / fabricación con los productos con los que se presenta.
- Completar el cuestionario [IPA](#) (*Initial Paper Assessment*) y obtener el aprobado.

Este último requisito es necesario para garantizar la seguridad y calidad de estos productos, ya que PMA adquiere alimentos exclusivamente de proveedores autorizados. Para ello, diferentes expertos realizarán una evaluación de la cadena de suministros de PMA y el resultado será: aprobado, rechazado o solicitada realización de una auditoría. Si se diera el último caso, se realizaría una auditoría al proveedor de acuerdo con la lista de verificación [GFSI](#) (*Global Food Safety Initiative*).

Algunos de los alimentos deben cumplir requisitos especiales según los estándares internacionales y la regulación de los países de destino. Por ello, es importante revisar el [listado que ofrece WFP](#) con el detalle de todas las especificaciones por tipología de alimento.

Por último, será importante revisar el protocolo de estudio de la vida útil del PMA (*WFP Shelf Life Study Protocol – Processed Food Products*) para los productos alimentarios elaborados.

Para cualquier duda relativa a esta sección, el contacto a disposición de las empresas es: newsuppliers@wfp.org



2.2. Requisitos para ser proveedor de bienes y servicios

Los criterios mínimos para la venta de bienes y servicios por parte de una empresa son los siguientes:

- Ser proveedor de bienes y/o servicios de interés para el PMA.
- Tener capacidad legal para elaborar un contrato con el PMA. Se solicitará a la empresa el certificado de registro.
- Al menos 3 años de experiencia como negocio establecido.
- Capacidad financiera sólida. Se solicitarán los estados financieros de los últimos 2 años.

El contacto del departamento de adquisiciones de bienes y servicios es: goods-services.procurement@wfp.org





3. Proceso de adquisición de bienes y servicios

NN. UU. dispone de una base de datos global llamada *United Nations Global Marketplace* (UNGM), www.ungm.org, en la que participan todas las agencias de NN. UU. Esta plataforma ha sido creada para simplificar el acceso al mercado de compras de NN. UU. a las diferentes empresas y proporcionarles así el acceso a las oportunidades de negocio existentes.

Este portal ofrece amplia información sobre el sistema de compras de NN. UU., como información estadística de adquisiciones de NN. UU., información acerca de las diferentes organizaciones y mercados de NN. UU., anuncios de licitaciones en curso, información sobre adjudicación de contratos o seminarios de empresa, entre otros.

El proceso de adquisición (*Procurement process*) siempre se realiza en línea con las necesidades del cliente, de la urgencia de la compra y la tipología del producto demandado.

Los pasos que debe seguir una empresa para convertirse en proveedor de PMA son 4:

1. Registrarse como proveedor en UNGM
2. Análisis de mercado
3. Proceso de licitación
4. Adjudicación del contrato

3.1. Registro como proveedor en UNGM

3.1.1. Registro en UNGM

Si la empresa cumple los requisitos anteriormente expuestos, el primer paso, e imprescindible para poder participar en las licitaciones, es el registro de la empresa como proveedor en UNGM. Es un proceso rápido y gratuito. Desde la web www.ungm.org se debe acudir a la pestaña “Regístrese” que aparecerá en la esquina superior derecha. Posteriormente aparecerán 3 tipos de registro y, para el caso de la empresa, se deberá escoger la primera casilla “empresa”. Esta clasificación recoge todas aquellas entidades con licencia de negocio que pueden proveer productos y/o servicios a los organismos de NN. UU.

En este primer paso se solicitarán datos básicos de la empresa (correo electrónico, NIF, nombre del titular y nombre de la empresa). Una vez completados los datos exigidos, se mandará un correo a la dirección previamente solicitada para que el interesado active la cuenta.



PMA se reserva el derecho de eliminar a un proveedor de su base de datos en caso de bajo rendimiento, falta de respuesta a las ofertas u ofertas consecutivas no competitivas.

3.1.2. Niveles de registro

Una vez activada la cuenta se completará el registro como proveedor. En este paso, el proveedor deberá registrarse en uno de los siguientes niveles, según el que mejor se adapte a sus capacidades y estrategia comercial. La documentación requerida dependerá del nivel de registro. Cuanto mayor sea el valor estimado de volumen de compra, mayor será la documentación que habrá que entregar.

La documentación que se debe adjuntar según cada nivel será la siguiente:

- **Básico:** este registro es el primero y obligatorio para ser proveedor de PMA / WFP. La empresa debe adjuntar la aceptación del código de conducta para proveedores de la ONU, información básica del proveedor (nombre de la empresa, número de licencia, dirección, datos de contacto...), información sobre los países donde ya tiene negocios, clasificación de bienes y servicios del proveedor según el sistema de clasificación de UNSPSC¹ y cumplimiento de la declaración de elegibilidad.
- **Nivel 1:** la empresa deberá estar registrada previamente en el nivel básico y deberá incluir la siguiente documentación adicional: certificado de constitución, contacto de 3 empresas independientes y no afiliadas, información del propietario y director de la empresa y contacto de intermediarios o agentes (si los hubiera) que hayan participado con los contratos o licitaciones de NN. UU.
- **Nivel 2:** para registrarse en el nivel 2 la empresa debe estar registrada previamente en el básico y en el 1. El requisito es que el proveedor tenga una antigüedad mínima de 3 años. Si se cumplen estas condiciones, la empresa adjuntará cartas de recomendación de 3 clientes independientes y los estados financieros auditados de los últimos 3 años.

Toda esta documentación deberá presentarse en inglés o, en su caso, proporcionar una traducción certificada del documento en inglés.

3.1.3. Alta como proveedor

El equipo de gestión de proveedores del PMA examina a la empresa interesada y, en función de criterios preestablecidos, acepta o rechaza el registro. Si el producto es relevante para las operaciones del PMA, se le da la autorización para ser proveedor en UNGM.

¹ *United Nations Standard Products and Services Code*: sistema de cifrado que clasifica productos y servicios para fines comerciales a escala mundial.
<https://help.unqgm.org/hc/en-us/articles/360012816160>



En la sección de alimentos, el proceso de aceptación es más largo (3-9 meses) y complejo. Si se trata de alimentos procesados o productos especializados, la Unidad de Calidad de los Alimentos del PMA realizará un examen adicional.

3.2. Análisis de mercado en el Dpto. de bienes y servicios

Dentro del Departamento de bienes y servicios, el proceso de compra comienza cuando uno de los departamentos internos del PMA identifica una necesidad. No obstante, PMA no sigue un procedimiento específico para todas las compras, sino que se actuará siempre en función de las necesidades o intereses del momento. De este modo, para llevar a cabo el proceso de compra, las herramientas a utilizar en función de la situación son las siguientes:

- **Expression of interest (EOI):** dentro del departamento de bienes y servicios es la herramienta más utilizada para la investigación de mercados. Las EOI son invitaciones a empresas para que estas manifiesten su interés en participar en una licitación y tienen doble finalidad:
 - Obtener información del mercado y de los proveedores
 - Establecer listas cortas para procesos de licitación cerrados/ restringidos

En las EOI publicadas suele aparecer adjunto un documento especificaciones básicas del bien o servicio que se demanda.

- **Request for information (RFI):** se utilizan con menos frecuencia que las EOI. Estas solicitudes se lanzan cuando hay poco conocimiento del mercado o sector en cuestión y se realizan preguntas más concretas, como una solicitud de ideas. El objetivo es recabar información para la futura licitación y también puede tener la doble finalidad de las EOI antes mencionadas. No obstante, se centrará más en el conocimiento de mercado y de los proveedores.
- **Market research:** proceso de identificación de posibles empresas que satisfagan una necesidad. Se realiza, generalmente, por búsquedas en webs y distintas bases de datos. Cuando se opta por hacer *market research*, la Unidad Cliente puede contactar al departamento de compras para recibir un apoyo adicional en la búsqueda.

Se podría contar con la colaboración de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España para la identificación de posibles empresas proveedoras. Este proceso suele ser adicional a los dos anteriores, ya que permite ampliar las posibilidades de encontrar potenciales proveedores.

- **Procedimiento directo:** se emplea cuando ya existe un conocimiento previo de los proveedores y del mercado. La Unidad Cliente identifica a aquellos proveedores que quiere invitar a la compra. En estos casos no se emplea ninguno de los métodos previamente mencionados.



En UNGM se publican a diario diferentes tipos de solicitudes previas al proceso de licitación, aunque el departamento de bienes y servicios de PMA publica EOI de forma más recurrente. En este sentido, el fin es establecer listas cortas para procesos de licitación restringidos, que pueden llegar a realizarse o no.

Es importante revisar los datos y documentos necesarios para enviar la solicitud correctamente. En caso de que algún documento no estuviera disponible por parte de la empresa, esta deberá incluir una nota explicando la razón por la que dicho documento no está disponible. La documentación debe entregarse en inglés.

Una vez recopilada toda la documentación necesaria se deberá enviar a la dirección de correo: hq.tenders@wfp.org.

UNGM permite a las empresas recibir alertas sobre anuncios de licitaciones gracias al **tender alert service**. Con este servicio se podrá elegir si recibir alertas de las últimas licitaciones publicadas en UNGM o sólo de aquellas relacionadas con su producto / servicio. El coste de este servicio es de 250 dólares al año. Como alternativa, la Oficina Económica y Comercial de España en Nueva York ofrece un servicio gratuito de *newsletter* en el cual informa sobre las licitaciones publicadas en UNGM y las agrupa en diferentes categorías.

3.3. Proceso de licitación

Tras recibir varias propuestas de potenciales empresas vendedoras, PMA revisará la documentación presentada de todas las empresas y la examinará desde un punto de vista empresarial y financiero. El procedimiento de licitación puede ser competitivo o no competitivo.

3.3.1. Proceso competitivo

El proceso competitivo es aquel en el que participan, como mínimo, 3 empresas interesadas en conseguir un contrato de licitación.

El proceso competitivo puede ser abierto o cerrado. Si es abierto, la licitación se publica en UNGM o en In-Tend. No obstante, el departamento de bienes y servicios del PMA realiza, la mayor parte de las veces, procesos competitivos cerrados. En estos últimos, PMA elabora una lista corta (*short-list*) con las empresas interesadas que cumplen con los requisitos predeterminados para dar paso al proceso de competición entre las mismas.

Los procesos competitivos son los siguientes:

- **Request for Quotation (RFQ):** se utiliza para contratos con un volumen de compra reducido (máximo 50.000 USD) y el criterio principal de adjudicación es el precio. PMA no usa apenas esta modalidad en bienes y servicios, pero sí es más recurrente en la compra de alimentos.



- **Request for Proposal (RFP):** se utiliza para servicios específicos en los que la calidad o especificaciones técnicas son determinantes. El proveedor debe preparar una propuesta técnica y, por separado, una oferta económica. PMA verifica si se cumplen los requerimientos técnicos y, si es así, procede a analizar la oferta económica, aunque considera que el precio no es el factor decisivo en este tipo de licitación.
- **Invitation to Bid (ITB):** este tipo de solicitud se utiliza para la compra de bienes y servicios genéricos, con requerimientos técnicos de un bajo grado de complejidad y especialización. En estos casos, PMA realiza una evaluación técnica y financiera simultánea y adjudica el contrato a la oferta más económica y que cumpla con los requerimientos preestablecidos.

Si la licitación supera los 50.000 USD, será obligatorio realizar RFP o ITB. No obstante, sí se podría crear un RFP o ITB para proyectos con cuantía inferior a 50.000 USD, aunque no es frecuente.

Estos procesos requieren cierto tiempo, dependiendo del grado de especificidad del proceso, el volumen de solicitudes recibidas, el tipo de licitación en cuestión, etc. Si fuera necesario, PMA podría solicitar información adicional a las empresas.

Tras cerrar el proceso competitivo, la empresa ganadora firmará un contrato con PMA / WFP. Este contrato puede ser de dos tipos: *specific agreement* o *long term agreement* (LTA). Los primeros son contratos regulares que cambian según las necesidades de cada departamento, aunque en bienes y servicios, lo más común es firmar LTA, que se explicarán en apartados posteriores.

3.3.2. Proceso no competitivo

El proceso no competitivo ocurre cuando existe una situación extraordinaria para anular la competencia. En esta modalidad se distinguen dos procesos:

- **Waiver procedure:** en la división de bienes y servicios se da este tipo de proceso cuando existe un motivo de peso para poder excluir a la competencia. Pueden darse muchas circunstancias, un ejemplo podría ser que se diera el caso en el que el PMA tuviese una necesidad muy específica y difícil de cubrir por tratarse de un servicio muy especializado. En tal caso, se podría adjudicar el contrato directamente a la empresa en cuestión si existiesen suficientes razones para justificarlo, excluyendo así a la competencia. Para ello, la decisión deberá ser evaluada y pasaría por un proceso interno de aprobación.
- **Contratos de poco valor:** hacen referencia a contratos con poco valor económico, inferiores a 5.000 USD. En este tipo de contratos existen dos opciones:
 - Contratación directa a una empresa
 - Compra negociada, en caso de que hubiera dos empresas



En ambos casos, la Unidad Cliente podría expedir micro órdenes de compra (MPO: *micro purchase order*), siempre bajo su responsabilidad y sin pasar por el Dpto. de compras. Si la orden o el valor cumulativo de la orden supera 5.000 USD, la Unidad Cliente debe presentar un *waiver*. Si la compra se efectúa sin *waiver*, se considera una violación del proceso de compra y la unidad cliente debe presentar un *post-factum request*.

3.4. Adjudicación del contrato de licitación

3.4.1. Registro en la plataforma *In-Tend*

In-Tend es la plataforma de licitación electrónica que utiliza PMA para que participen en las licitaciones todos los proveedores a los que ya se les haya aprobado la solicitud.

Una vez elaborada la lista corta de empresas expuesta en el paso anterior, se las invita a la plataforma privada de PMA llamada *In-Tend*, donde deberán registrarse para poder participar en el proceso de licitación que se vaya a llevar a cabo.

Las empresas dispondrán de, aproximadamente, una semana para confirmar su participación en la licitación. Habrá un periodo breve de clarificación en el cual las empresas podrán enviar consultas.

3.4.2. Adjudicación de la licitación

Posteriormente, cuando se cierra el periodo de recepción de ofertas en los procesos competitivos, se procede a realizar la ceremonia de apertura de las ofertas. Para ello, la unidad cliente, el departamento de compras y dos miembros desinteresados (personal fijo de PMA de otras unidades cliente que participan para evitar conflicto de intereses) realizan una evaluación interna exhaustiva de las empresas que se hayan interesado por la licitación en cuestión. El proceso de evaluación consiste en un reparto de puntos por categoría, según cada paquete de licitación, a cada una de las empresas interesadas seleccionadas hasta elaborar una puntuación final. Por último, se contactará a la empresa o empresas ganadoras. Estas deberán proporcionar una serie de documentos para que PMA pueda crear el *vendor profile* en el sistema.

3.5. Tipos de contrato de licitación

El PMA trabaja con proveedores con los que establece relaciones comerciales y no comerciales:

- **Relaciones comerciales:**
 - *Contract (one-off)*: acuerdos legales para el suministro de bienes y servicios específicos por un coste y tiempo definidos.
 - *Long Term Agreement*: contrato marco para suministrar a la agencia un volumen sin especificar de bienes y servicios por un periodo de tiempo definido.



- **Relaciones no comerciales:** corresponden a las relaciones de colaboración, no basadas en aspectos comerciales, con resultados positivos para la gente a la que se abastece.

3.5.1. *Long Term Agreement* (bienes y servicios)

Los *Long Term Agreement* (LTA) son contratos marco no exclusivos que se caracterizan por la inexistencia de un compromiso de compra por parte del PMA y, por ello, no se acuerda ni una cuantía mínima ni máxima de gasto en el contrato (*not to exceed amount*). El plazo de estos contratos es variable, no existe ni un mínimo ni un máximo, aunque por lo general suelen durar alrededor de 3 años, con la posibilidad de prorrogarse 2 años más. No obstante, dependiendo de las necesidades del PMA, pueden variar de 1 a 6 años.

Cuando una agencia de NN. UU. firma un LTA con un proveedor, existe una cláusula en el contrato que permite que otras agencias puedan adherirse a este contrato (principio de reconocimiento mutuo de NN. UU.) que se conoce como ***piggyback***.

Gracias a esta cláusula, la empresa proveedora es introducida en la red de proveedores global de NN. UU. como posible candidato en un momento futuro. De esta manera, tanto el PMA como cualquier otra organización de NN. UU. podrán beneficiarse en el futuro de acuerdos establecidos, siempre que tengan una necesidad en la que pueda encajar este tipo de proveedor. Esto permite reducir considerablemente el tiempo de espera y fomenta las alianzas estratégicas en la cadena de suministro.

Si se quisiera utilizar esta opción, dicha agencia debería solicitar una petición interna a la unidad cliente y, posteriormente, a la empresa proveedora.

Los sectores donde se firman más LTA son los siguientes; servicios de consultoría, suministros de oficina, *hardware* y telecomunicaciones, vehículos y mobiliario.

En cuanto al departamento de alimentos, no dispone de tantos LTA. Esto se debe a que, en gran medida, uno de los objetivos que se persigue es la compra local para fomentar las economías en países de desarrollo y, por ello, priman los contratos locales.

Es importante resaltar que el importe y el volumen de compra de los LTA suponen un monto de contratación muy elevado, al ser contratos de elevada cuantía económica.



4. Ventajas y oportunidades

Como hemos mencionado anteriormente, la compra a países desarrollados ha ido creciendo en los últimos años (25 % de las compras se hicieron a estos países en 2020). No obstante, la división de alimentos se centra especialmente en la compra local (en 2019 un 77 % de las compras se hicieron a países en desarrollo) para estimular las economías de estos países.

A continuación, se enumera la tipología de servicios y de empresas más demandada actualmente para trabajar con el PMA:

- Compañías que ofrezcan soluciones innovadoras.
- Soluciones en la cadena de suministro para alcanzar mayor eficacia y transparencia en el envío de asistencia.
- Soluciones que apoyen las compras locales, favoreciendo a los pequeños agricultores, a través de mercados digitales, aplicaciones, seguimiento de la pérdida posterior a la cosecha, etc.
- Soluciones para conseguir una cadena de suministro más ecológica.
- Empresas que apuestan por la integración de personas con discapacidad.
- Oportunidades para empresas de transporte, almacenamiento y correos, dado que PMA abastece el 44 % de la demanda de este servicio

Son muchas las ventajas que tiene una empresa que es proveedora de NN. UU. Se enumeran a continuación las siguientes:

- Posibilidad de hacer uso de contratos de compra en vigor con otra agencia (*piggyback*). Gracias a este método, cualquier agencia puede comprar a un proveedor mediante un LTA ya existente, o bien establecer un LTA propio con ese proveedor.
- Establecer relaciones contractuales a largo plazo.
- Trabajar para la mayor organización internacional de ayuda humanitaria existente en el mundo.

ICEX

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)

informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

www.icex.es



ICEX España
Exportación
e Inversiones