



WORLD BANK GROUP

IDENTIFICACIÓN DEL MÉTODO DE SELECCIÓN Y ENFOQUE DE MERCADO APROPIADOS

AGENDA

- Estudio de Mercado previo a la competencia
- Identificar el método de selección
- Enfoque de Mercado
- Vínculo entre el enfoque de Mercado y el método de selección

ESTUDIO DE MERCADO PREVIO A LA COMPETENCIA

Cuándo y por qué debería realizar un estudio de mercado previo a la competencia?

Parte del Análisis de Mercado de la Estrategia de Adquisiciones

- Para obtener información sobre la capacidad del mercado, tendencias, alcance de la innovación e interés en la licitación,
- Formar un perfil del mercado, cuando fuera posible,
- En esta etapa, generalmente sería una investigación.

Previo al lanzamiento de la competencia

- Para promover la oportunidad y estimular una mayor respuesta del Mercado,
- Para conocer la respuesta sobre posibles métodos de selección o sobre el método propuesto,
- Identificar problemas, oportunidades y riesgos desde la perspectiva de los proveedores,
- En esta etapa, generalmente sería una consulta.

- **Se utiliza cuando posiblemente resulte beneficioso,**
- **Más aplicable a grandes proyectos con una Estrategia de Adquisiciones completa.**

COMO DESARROLLO UN ESTUDIO DE MERCADO PREVIO A LA COMPETENCIA?

El involucramiento temprano con el Mercado no debería distorsionar la competencia ni afectar los principios de transparencia y equidad.

Los mecanismos de consulta formales se necesitan generalmente antes de lanzar una competencia.

- Podría incluir, por ejemplo, un seminario abierto que brinde la oportunidad a la discusión en grupo o de manera individual,
- Puede ser necesario involucrar garantías de probidad.

El sondeo anticipado del Mercado suele ser menos formal.

- Reunión con proveedores existentes,
- Visita a las oficinas de potenciales nuevos proveedores.

Para los proyectos que involucren a varios mercados, se utiliza el principio de 80:20.

- Concentrarse en los mercados que incidan sobre el 80% del monto del Proyecto.

A QUÉ SE REFIEREN LOS TÉRMINOS “ADQUIRIR CONOCIMIENTO” Y “FORMAR UN PERFIL DE MERCADO”?

Diálogo con proveedores que permita ayudar a entender por ejemplo:

- Mercado competitivo y fuerzas del Mercado
- Nivel de interés y razones para participar en base a los requisitos específicos,
- Estrategias de precio y factores que la influncian,
- Riesgos y oportunidades en la cadena de valor,
- Comentarios sobre el enfoque y las especificaciones propuestas.

El conocimiento adquirido permite identificar la mejor manera de influenciar el Mercado para nuestra ventaja, por ejemplo:

- Promover que nuevos competidores presenten oferta al mismo tiempo que se mantiene el interés de los proveedores conocidos,
- Diseñar el modelo de precio y el enfoque de negociación adecuados,
- Optimizar las oportunidades de la cadena de valor para pymes,
- Ajustar el enfoque de adquisiciones para minimizar los riesgos identificados en la cadena.

ENFOQUE DE MERCADO

Abierto	<ul style="list-style-type: none">•Cualquier firma puede participar•Es el enfoque preferido
Limitado	<ul style="list-style-type: none">•Número restringido de firmas que se invita sin publicación,•Por razones excepcionales
Directo	<ul style="list-style-type: none">•Se invita a una sola firma
Internacional	<ul style="list-style-type: none">•Cuando sería atractivo, económico y eficiente para el mercado internacional.
Nacional	<ul style="list-style-type: none">•Cuando no sería atractivo, económico y eficiente para el mercado internacional.
Precalificación	<ul style="list-style-type: none">•Se aplican criterios de calificación para descartar firmas que no tengan capacidad para cumplir con los requisitos.
Selección Inicial	<ul style="list-style-type: none">•Limitación al número de invitados a presentar una propuesta o participar del diálogo competitivo.
Una etapa	<ul style="list-style-type: none">•Un solo sobre para las propuestas técnicas y financiera,•Excepcionalmente, dos sobres que separen la propuesta técnica y financiera
Multietapas	<ul style="list-style-type: none">•Diseño conceptual inicial o propuesta de resultados,•Se utiliza para un posterior SDP utilizando 1 o 2 sobres (reservado a diálogo competitivo)
MOF	<ul style="list-style-type: none">•Inicial seguida de oferta final•No hay negociación a continuación de la oferta final y sujeto a auditoría probidad
Negociaciones	<ul style="list-style-type: none">•Inicialmente con el licitante con la primera oferta en orden de menor precio, y, en caso negativo, con el segundo•No se pueden cambiar las características mínimas y sujetas a auditoría de probidad
Criterios de calificación	<ul style="list-style-type: none">•Se utiliza para evaluar las características financieras y no financieras•Ordena las ofertas en relación con los requisitos específicos y / o características deseables

VINCULO ENTRE EL ENFOQUE DE MERCADO Y EL MÉTODO DE SELECCIÓN

Métodos de Selección de Bienes, Obras y Servicios de No Consultoría

Bienes, Obras y Servicios de No consultoría	Enfoque de Mercado											
	Abierto	Limitado	Directo	Internacional	Nacional	Precalificación	Selección Inicial	Una etapa	Multi etapas	MOFD	Negociaciones	Criterios de calificación
Métodos y arreglos de selección aprobados												
Métodos de Selección												
Solicitud de Propuestas	√	√	X	√	√	X	Usualmente	√	√	√	√*	Usualmente
Solicitud de Ofertas	√	√	X	√	√	Opcional	X	√	X	√	√*	No es usual
Solicitud de Cotizaciones	√	√	X	√	√	X	X	√	X	X	X	X
Selección Directa	X	X	√	X	X	X	X	√	X	X	√	X
Arreglos de selección												
Diálogo Competitivo	√	√	X	√	√	X	Requerido	X	√	X	X	√
Asociaciones Público-Privadas	√	√	√	√	√	√	X	√	√	√	√	√
Prácticas Comerciales	Conforme a las prácticas comerciales aceptadas											
Agencias de Naciones Unidas	Conforme a los párrafos 6.47 y 6.48											
Subasta inversa a la baja	√	√	X	√	√	√	X	√	X	X	X	X
Importaciones	√	√	X	√	X	X	X	√	X	√	X	X
Commodities	√	√	X	√	√	√	X	√	X	X	X	X
Desarrollo por Comunidades	√	√	√	X	√	X	X	√	X	X	X	X
Administración Directa	X	X	√	X	√	X	X	X	X	X	X	X

√ Este enfoque de mercado es aplicable

X Este enfoque de mercado no es aplicable

* Se refiere a negociaciones luego de un proceso competitivo según lo descrito en los párrafos 6.34 y 6.36

CARACTERÍSTICAS CLAVE DE LA SDO VS SDP

Elemento	SDO	SDP
Requerimientos / Especificaciones	<ul style="list-style-type: none">• Normalmente basado en la conformidad,• Puede ser en base al rendimiento o en base a una mezcla de requerimientos.	<ul style="list-style-type: none">• Normalmente basado en el rendimiento,• Puede ser en base a la conformidad o una mezcla de requerimientos.
Selección Inicial	<ul style="list-style-type: none">• Selección inicial - Opcional	<ul style="list-style-type: none">• Selección Inicial - Mandataria
Oferta/Propuesta más conveniente	<ul style="list-style-type: none">• Licitante calificado,• Oferta que cumple sustancialmente,• Precio evaluado más bajo.	<ul style="list-style-type: none">• Proponente calificado,• Propuesta que cumple sustancialmente.• Mejor propuesta evaluada = propuesta con el puntaje más alto en base a criterios de calificación en donde el precio es uno de esos criterios.
Uso	<ul style="list-style-type: none">• Adquisiciones estándares,• El Prestatario mantiene el control sobre el diseño y prestación,• El principal factor es el precio	<ul style="list-style-type: none">• Adquisiciones complejas,• El costo de una licitación es alto,• Existen soluciones alternativas posibles,• El proveedor tiene mayor flexibilidad,• El principal factor es la calidad.

VINCULO ENTRE EL ENFOQUE DE MERCADO Y EL MÉTODO DE SELECCIÓN

Métodos de Selección para Servicios de Consultoría

Servicios de Consultoría	Enfoque de Mercado					
	Abierto	Limitado	Directo	Internacional	Nacional	Lista Corta
Métodos y arreglos de selección aprobados						
Métodos de Selección						
Selección basada en la Calidad y el Costo	√	X	X	√	√	√
Selección basada en un presupuesto fijo	√	X	X	√	√	√
Selección basada en el Menor Costo	√	X	X	√	√	√
Selección basada en la Calidad	√	X	X	√	√	√
Selección basada en la Calificación de los Consultores	√	√	X	√	√	X
Selección Directa	X	X	√	X	X	X
Arreglos de selección						
Prácticas Comerciales	Conforme a las prácticas comerciales aceptadas					
Agencias de Naciones Unidas	Conforme a los párrafos 7.27 y 7.28					
Organizaciones No Gubernamentales (ONGs)	√	√	√	√	√	√
Bancos	√	√	√	√	√	√
Agentes de Adquisiciones	√	√	√	√	√	√
Arreglos de selección						
Selección de Consultores Individuales	√	√	√	X	X	X

√ Este enfoque de mercado es aplicable

X Este enfoque de mercado no es aplicable