

L I C I T A C I Ó N E S



Detección de Oportunidades



Licitar para Ganar:
desarrollo,
presentación &
seguimiento de
propuestas

FOCUS

LICITACIONES

CONTENIDO

PERSPECTIVAS

Detección de oportunidades:
presupuesto 2011 | página 2

BAJO LA LUPA

Licitación para ganar: desarrollo,
presentación & seguimiento de
propuestas | P.1 | página 4

“En licitaciones, por encima de todos”.

Litis Consorcio SC.

“Oportunidad de negocio”.

Somos una firma de abogados que se ha forjado en el litigio en contra de la autoridad. La práctica es el sello que nos distingue.

Nuestra misión radica en ofrecerle a nuestros clientes, soluciones inmediatas, certeras y satisfactorias que les permitan colocarse en el liderazgo de su mercado. Además, asesoramos a nuestros clientes en materia jurídica, de forma integral, en aspectos de Licitaciones y Concursos, Energía y Medio ambiente, así como Renovables.

Francisco Cuéllar Ontiveros
Presidente, Litis Consorcio



DIVIDENDOS

“Construimos su historia de éxito”

SEMINARIOS

Es preciso asesorarse con un experto para asegurar que su proyecto será aprobado.

www.licitacion-es.com.mx

PERSPECTIVAS

Detección de **oportunidades:** **Presupuesto 2011**

El Presupuesto de Egresos de la Federación (PEF) constituye un instrumento fundamental de políticas públicas, pues define el rumbo que tomará el Estado mexicano en el próximo ejercicio fiscal. El gasto público delinea, en buena medida, al Estado mismo.

La aprobación del PEF es una facultad exclusiva de la Cámara de Diputados; no obstante, el Senado interviene para aprobar las contribuciones necesarias para financiarlo.

El Presupuesto de Egresos de la Federación para este 2011 –por 3.5 billones de pesos- es mayor que el anterior del 2010 por poco más de un cuarto de billón de pesos, por lo cual si se quiere ser proveedor se tiene la obligación de analizar dónde hay mayor dinero para la ejecución de nuevos proyectos y estar puntualmente atentos al lanzamiento de convocatorias.

A continuación haremos un pequeño desglose de las cifras aprobadas en el PEF 2011 por si su empresa esta interesada en algún sector este año:

Con este colaborador, al igual que con el

- Para el rubro de Ramos Autónomos, que incluye a los poderes Legislativo y Judicial, así como al Instituto Federal Electoral (IFE) y a la Comisión Nacional de Derechos Humanos, se destinará un gasto de 59 mil 846 millones de pesos.
- Para Ramos Administrativos, que incluye a la Presidencia de la República y las diversas secretarías, se asignó un monto de **862 mil 63 millones de pesos.**



- En cuanto a Ramos Generales se asignaron **un billón 633 mil millones de pesos** para aportaciones a Seguridad Social, provisiones salariales y económicas, provisiones para los sistemas de educación básica, así como aportaciones federales para entidades federativas y municipios, entre otros rubros.

- Asimismo, el Presupuesto para 2011 establece recursos por **1.1 billones de pesos** para el rubro de Entidades Sujetas a Control Presupuestario Directo, como el ISSSTE, IMSS, CFE y PEMEX.

EN CORTO:

A través del Diario Oficial de la Federación, se dio a conocer el presupuesto para el próximo año que será de **tres billones 438 mil 895.5 MDP.**

La inversión de Petróleos Mexicanos (Pemex) se incrementará en 4.5 por ciento en 2011 con respecto al 2010, alcanzando un monto de **286 mil 337.9 millones de pesos**, con lo cual habrá crecido 38.0 por ciento desde 2007.

PERSPECTIVAS

¿Cómo se distribuye el presupuesto?



Estos son de manera general los procesos por los que pasa el dinero público para ser distribuido a las diversas dependencias y paraestatales para en primera instancia satisfacer sus necesidades propias y posteriormente proceder a la realización de proyectos de inversión que beneficien a la población.

En esta fase es donde inicia la detección de ciertas oportunidades para lo cual le tenemos que dar seguimiento a los presupuestos que se piden y lo que en realidad se asigna a cada dependencia o sector. Pero ¿dónde se dan las convocatorias? Para entender mejor este punto se ejemplificará de manera sencilla y breve un caso simulado de la Secretaría de Seguridad Pública (SSP).

1.- PRESUPUESTACIÓN. Los organismos y dependencias mandan su presupuestación anual a cada cabeza de sector para que se las autoricen en el Proyecto Anual de Egresos.

2.- LIBERACIÓN DE RECURSOS. El congreso aprueba la cantidad que en realidad se les otorgará y libera los recursos.



3.- ESTIMADO ANUAL. Cada dependencia divide su presupuesto de manera muy general en distintos rubros. SSSTE, IMSS, CFE y PEMEX.

4.- PROGRAMA ANUAL DE ADQUISICIONES. Se desglosa de manera más detallada los montos y especificaciones de cada compra.

5.- ETAPA DE CIERRE. A cada compra se le asigna su planeación final, se aprueban bases, especificaciones y se programa la compra. El Comité de Adquisiciones aprueba las bases, especificaciones y características de la planeación final. Se programa la compra y salen las convocatorias.

La cámara de Diputados asignó en este 2011 un monto de 7 mil 124 millones 300 mil pesos al Fondo de Aportaciones para la Seguridad

Como se puede ver, en el ámbito de las licitaciones públicas el presupuesto pasa por muchos filtros para su repartición, asimismo, algunos compradores gubernamentales tienen una técnica definida en la elección de sus proveedores, por lo que recalcamos la necesidad de siempre estar preparados con técnicas que resulten efectivas en cada una de las etapas concursales y asesorarse siempre con personal especializado en las Ventas a Gobierno.

BAJO LA LUPA

Licitación para ganar: Desarrollo, presentación & seguimiento de propuestas | PARTE I

En general, una vez que se hace pública la RFP o Convocatoria, la responsabilidad del prospecto se pasa al gerente de propuestas. El gerente de la unidad de negocios asigna a un gerente de propuestas, a menos de que la empresa ya tenga un gerente de propuestas de planta.

Las responsabilidades del gerente de propuestas incluyen:

- Llevar a cabo las juntas de arranque y sesiones temáticas
- Identificar al presidente y a los miembros del equipo revisor
- Preparar con el gerente de captación, un esquema comentado de la propuesta con los temas o un guión gráfico
- Administrar el proceso de propuestas completo (matriz de cumplimiento, volúmenes, técnicos y de precio, etc.)
- Coordinar las revisiones de los costos de las propuestas y los cambios realizados por el presidente, director financiero y director de contratos
- Coordinar la producción y procesamiento de textos, con el coordinador de propuestas de la compañía
- Entregar la propuesta da tiempo

Durante la fase de propuesta, el gerente de captación deberá:

- Presentar el material de revisión final de la licitación
- Presentar la estrategia para ganar. En la junta de arranque de la propuesta
- Coordinar los recursos técnicos de la propuesta
- Tomar las decisiones de las estrategias de captación, técnica y de administración, y ser un escritor clave de propuestas



El líder del "BD" deberá:

Dirigir el desarrollo de los temas para ganar propuestas.

Apoyar las revisiones de propuestas y, en caso de que le sea solicitado, realizar un resumen ejecutivo de la propuesta. Proporcionar un análisis competitivo y tratar de determinar el precio que tenga más probabilidades de ganar.

Las siguientes subsecciones describen el tiempo de respuesta corto (una a dos semanas) del proceso de la propuesta.

A. Distribuir la solicitud de propuestas (RFP) y tomar una decisión final de la licitación.

A la recepción de la RFP, ya sea en copia impresa o electrónica, el coordinador de la propuesta deberá asegurar que se lleven a cabo las siguientes acciones:

Anexar a la solicitud una forma de revisión de la RFP, asignar un número de rastreo y la fecha y hora de la fecha límite de la decisión de la licitación.

Reproducir y distribuir la solicitud de propuesta (RFP) a los gerentes de operación correspondientes y al lugar instruido, para que sea revisada a través del medio apropiado.

BAJO LA LUPA

Dejar un día para analizar las secciones de la solicitud propuesta

Sostener una conversación telefónica o llevar a cabo una junta, tal como sea conveniente, para discutir la decisión de la licitación y compartir cualquier información reunida acerca de la oportunidad. Si una persona no puede estar presente en la conversación telefónica, deberá proporcionar su participación a través de correo electrónico o voz (correo de voz), dentro del periodo de tiempo establecido.

El gerente de operaciones debe tomar la decisión final de licitar o no licitar.

Si se toma la decisión de licitar, se debe distribuir el anuncio de la decisión de la licitación y el coordinador de la propuesta junto con el gerente de operaciones correspondientes, programarán una junta de arranque, para discutir estrategias de licitación adicionales (por ejemplo, los temas, discriminadores, programas y equipos). Si las personas seleccionadas no responden dentro de un día de la fecha límite de licitar o no licitar, se tomará de hecho la no licitación por su parte.

B. Desarrollar un programa de la propuesta

EL gerente de propuesta debe desarrollar un programa detallado que incorpore las actividades y puntos clave (hitos). El nivel de detalle que debe ser rastreado, dependerá en la complejidad de la propuesta y la cantidad de tiempo hasta la fecha de entrega de la misma. La tabla 9-1 ilustra un ejemplo de un programa de tareas de tiempos de entrega cortos de una propuesta.

La tabla 9-2 presenta un ejemplo de una lista de verificación de un programa de propuesta.

Tabla 9-1: ejemplo del programa semanal de la propuesta

Día	Actividad de la propuesta	Responsable	Fecha de entrega de propuestas electrónicas
1	Recibir y distribuir la solicitud	Prop	
1	Tomar la decisión de licitar o no licitar	Ejecutivo de operaciones / BD	4 p.m.
1	Asignar un gerente de propuesta (PM) y un equipo de propuesta	Ejecutivo de operaciones	
1	Construir la matriz de cumplimiento y formato de la propuesta	Prop	
2	Preparar la junta de arranque de la propuesta	Prop / captación BD	
2	Dirigir la junta de arranque	Prop	9-10 a.m.
2	Repartir la minuta y tareas de la asamblea	Prop	
3	Revisar y presentar la solicitud de Proposiciones	Prop	
4	Preparar la propuesta de precios al mayoreo (por volumen)	Prop	
4	Revisar el borrador de las secciones de los volúmenes técnicos de la propuesta	Escritores de propuestas	
4	Presentar los borradores de las secciones a los gerentes de propuestas	Escritores de propuestas	3 p.m.
4	Preparar el borrador del equipo rojo y distribuir a los revisores	Prop	5 p.m.
4-5	Revisión de la propuesta	Equipo rojo	
5	Dirigir la junta de revisión del equipo rojo	Presidente del equipo rojo	3 p.m.
5-6	Incorporar las revisiones y presentarlas al gerente de propuesta	Escritores de propuestas	Medio día del día 6
7	Preparar la propuesta final y presentarla al gerente senior para su revisión final		8 a.m. - del día 7
7	Llevar a cabo la producción de la propuesta y entrega de la misma al cliente	Prop y captación	2 p.m.

Tabla 9-2: Lista de verificación del programa de la propuesta

Asunto	Fecha
Junta de la toma de decisión de licitar o no licitar, o fecha límite de respuesta	
Solicitud para aclaración debida al cliente (fecha y hora):	
Junta de arranque	
Comentarios a los borradores, que los escritores deben entregar a los PM	
Borradores de las propuestas distribuidos a los revisores	
Rendir informe de la revisión de la propuesta a los escritores	
Cambios finales al gerente de propuesta	
Formato final de la propuesta	

C. Seleccionar el equipo de desarrollo de la propuesta

Tal vez el paso más importante para desarrollar una propuesta exitosa es la selección de un gerente de propuestas con experiencia y un personal de desarrollo de propuestas preparado y dedicado. Una vez que se identifica este equipo, inicio el proyecto de la propuesta. Es muy importante que el equipo se identifique rápidamente y, con suerte, antes de que se publique la RFP. Concretamente, el equipo del desarrollo de la propuesta consiste en un gerente de propuestas con experiencia, un coordinador de propuestas, escritores de volúmenes técnicos y de administración, y el personal de precios y costos.

D. Llevar a cabo una junta de arranque

El gerente de propuestas electo preside la junta de arranque de la propuesta. Esta junta es diseñada para desarrollar las actividades en curso del marketing y del equipo del "BD". Para que una junta sea eficaz, se debe:

- Enfatizar el compromiso del gerente senior con este proyecto
 - Aumentar la motivación
 - Recalcar la naturaleza de la adquisición y los datos de marketing reunidos respecto a la oportunidad
 - Revisar la competencia, así como las fuerzas y debilidades de su empresa
 - Discutir las razones concretas para licitar
 - Resaltar las estrategias para ganar (técnicas, de administración y costos).
- ¿Por qué su empresa debe ganar y no la competencia?



BAJO LA LUPA

- Revisar el esquema de la propuesta
- Revisar el programa de los puntos clave de la propuesta. Enfatizar la importancia de apegarse al programa
- Realizar tareas bien definidas de redacción y asignar las acciones a tomar para darles seguimiento

Entre los asistentes a la junta de arranque se deben incluir, como mínimo:

- Escritores principales, expertos en la materia en cuestión y colaboradores
- Gerente de operaciones o un gerente senior de operaciones

- Programa de la junta (ver fig. 9-1)
- Copia completa de la RFP, en caso de que no haya sido previamente distribuida
- Hoja de resumen de la propuesta
- Lista completa de los miembros del equipo de la propuesta, incluyendo su dirección, teléfonos, número celular, número de oficina y dirección de correo electrónico
- Información conocida de la competencia y del cliente
- Factores de evaluación para la concesión
- Programa de los puntos clave (hitos)
- Esquema de la propuesta de los volúmenes y tareas de redacción, incluyendo la cantidad de páginas y palabras asignadas, según corresponda
- Lineamientos de temas y redacción
- Borrador del resumen ejecutivo (en caso de que esté completo)
- Requisitos del formato del currículum
- Hoja de tareas a realizar

Asunto	Fecha
Junta de la toma de decisión de licitar o no licitar, o fecha límite de respuesta	
Solicitud para aclaración debida al cliente (fecha y hora):	
Junta de arranque	
Comentarios a los borradores, que los escritores deben entregar a los PM	
Borradores de las propuestas distribuidos a los revisores	
Rendir informe de la revisión de la propuesta a los escritores	
Cambios finales al gerente de propuesta	
Formato final de la propuesta	
Revisión y aprobación del socio / compañero	
Reproducción e integración (copia impresa de la propuesta)	
Entrega de la propuesta (hora y fecha)	

- Discutir los lineamientos de redacción (por ejemplo el estilo, limitaciones de las páginas, número de palabras, en caso de ser necesario)
- Revisar los temas más importantes para la propuesta
- Discutir los currículos y experiencias relacionadas que deben incluirse en la propuesta
- Revisar el plan del personal del proyecto
- Identificar las necesidades específicas de publicación (Carpetas, etiquetas, gráficas, etc.)
- Determinar el método de entrega (cómo, cuándo y dónde) así como el plan de entrega de respaldo

- Personal del área de ventas (que tenga conocimiento del cliente y de la competencia)
- Gerente de contratos familiarizado con los términos y condiciones de la RFP
- Gerente de finanzas, que deberá realizar el estimado de costos
- Representante de coordinación de la propuesta, que será el responsable de la propuesta, procesamiento de textos y gráficas
- Revisores clave, quienes debe estar involucrados desde el inicio

E. Distribuir los materiales clave al equipo

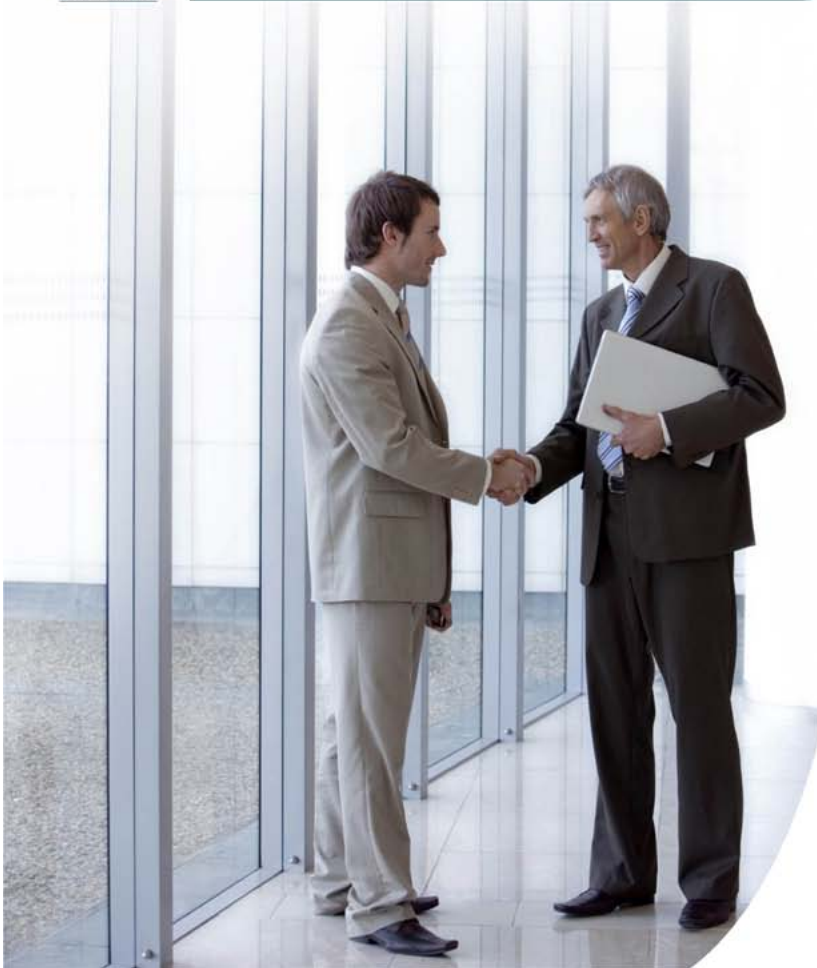
En la junta de arranque se distribuirán los siguientes artículos a las partes:

En el próximo número de Licitación Es, le presentaremos la parte II de este artículo donde podrá conocer un ejemplo del programa para una junta de arranque, cómo hacer la verificación de referencias, la matriz de cumplimiento y la entrega de su propuesta al organismo público.



LICITACIÓN ES

OPORTUNIDAD DE NEGOCIO



¿Desea aumentar sus ventas?

No lo piense más y véndale al gobierno

Licitación-es le invita al seminario:

“Venta Estratégica al Gobierno”.

Convierta la venta al gobierno en una verdadera oportunidad de negocio para su empresa

Beneficios:

- Aprenda la fórmula para venderle al gobierno de forma eficaz
- Conozca una perspectiva diferente de la venta al gobierno
- Optimice los recursos y maximice los resultados de su empresa
- Convierta la venta al sector público en una verdadera oportunidad de negocio
- Aplique lo aprendido de inmediato en su empresa

Litis Consorcio es:

Capacitación · Asesoría · Consultoría y Cobranza con el gobierno

GDL: (33) 12022455 y 12021972
CD. MÉX: (0155) 11078315 y 11078299

capacitación@licitacion-es.com.mx
informes1@licitacion-es.com.mx
www.licitacion-es.com.mx

La gaceta LICITACIÓN ES:

Es una publicación mensual de

Litis Consorcio Cuéllar, Romero & Asociados.

Presidente | Francisco Cuéllar Ontiveros
Director general | Diego Romero Velasco

Editor | María Teresa Jasso Barajas
Jefe de Información | Francisco Cuéllar O.
Diseño | Fanny Vega

Colaboran en este número
Gloria Viniza Cruz Toledo | Teresa Jasso Barajas

LITIS CONSORCIO, S.C.

Guadalajara, Jal.
Av. Pablo Neruda No. 2886 | Int. 4A
Col. Providencia
C.P. 44630, Guadalajara, Jal.

México, D.F.

Av. Presidente Masaryk No. 61, Segundo Piso
Col. Chapultepec Morales, C.P. 11570, México,
D.F.

www.licitacion-es.com.mx