

LICITACIONES

CONVOCATORIA

Aviso público que realizan las dependencias anunciando el inicio de un determinado procedimiento de contratación en el que se especifican los datos esenciales para permitir la libre participación de los interesados, así como, el plazo o la fecha para adquirir las bases e inscribirse en el concurso.

PERSPECTIVAS

La información pública gubernamental: un conocimiento para todos

BAJO LA LUPA

En sus ventas con el gobierno: Conocer a su cliente le garantiza el 50% de éxito

LICITACIONES

Compañía de Gas del Centro, S.A. de C.V.



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

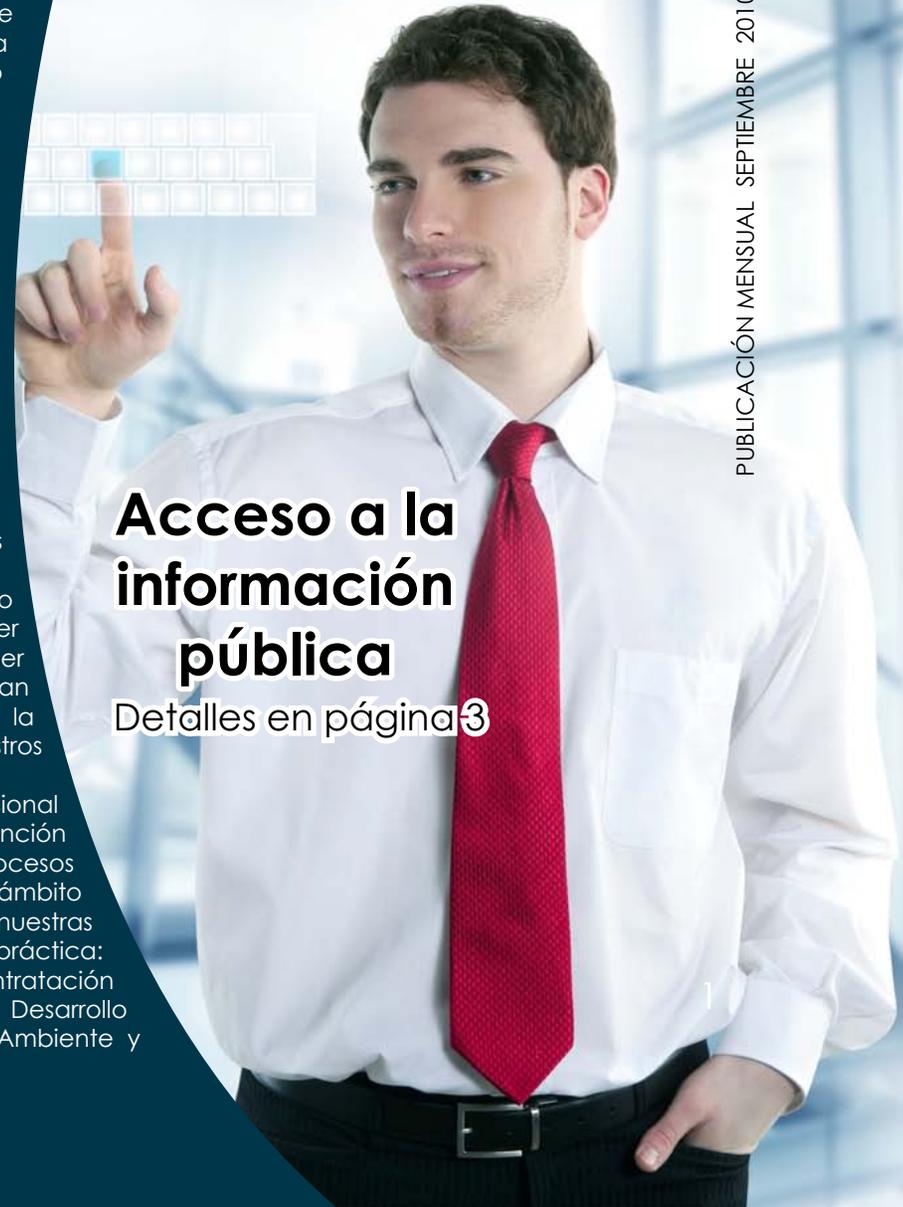
LITIS CONSORCIO, S.C.

Somos una Firma de abogados con amplia experiencia en el ámbito administrativo. En más de 12 años, nos hemos enfocado a la prestación de servicios especializados en materia administrativa, tanto en el sector público como privado.

Para nosotros, es una prioridad mantenernos actualizados en los temas que pudieran causar menoscabo en los negocios de nuestros clientes, por lo que la proactividad que nos distingue contribuye a blindar y fortalecer todas las áreas de negocio de nuestros representados.

En Litis Consorcio, nuestro compromiso es ofrecer representación de primer nivel en asuntos de gran complejidad garantizando la satisfacción total de nuestros clientes.

Nuestro servicio profesional comprende la atención de todo tipo de procesos relacionados al ámbito administrativo y a nuestras cinco áreas de práctica: Energía, Contratación gubernamental, Desarrollo Urbano, Medio Ambiente y Salud.



Acceso a la información pública

Detalles en página 3



CARTA DEL PRESIDENTE

Estamos convencidos de que 'hacer la tarea' antes de las convocatorias, le asegurará el 50% de los contratos.

Por cerca de 20 años de práctica en el campo de las ventas al gobierno, he sido testigo del mismo error. Pocas son las empresas que se adelantan a las convocatorias y que, por este trabajo previo, aseguran las bases a su favor, a favor de quien ya hizo la tarea de acercarse a su cliente, conocerlo, saber sus problemas y necesidades.

No pierda tiempo en reclamar, acusar de corrupción, de falta de transparencia y de funcionarios deshonestos.

Adelántese a sus competidores, investigue a sus posibles futuros clientes, vaya y déles servicio, conózcalos y, sobre todo, que sus prospectos de venta se den cuenta de que usted existe y de que usted se preocupa por las necesidades que debe cumplirles.

Usted decide, competir CUESTA ARRIBA (sólo y a partir de la Convocatoria) o CUESTA ABAJO (con investigación y servicio previo a sus prospectos).

Francisco Cuéllar Ontiveros.

La gaceta LICITACIÓN ES:

Es una publicación
mensual de
Litís Consorcio Cuéllar, Romero & Asociados.



Presidente | Francisco Cuéllar Ontiveros
Director general | Diego Romero Velasco

Editor | María Teresa Jasso Barajas
Jefe de Información | Bricio Baldemar Rivera Orozco
Diseño | Fanny Vega

Colaboran en este número
Bricio Baldemar Rivera
Gloria Viniza Cruz Toledo
María Teresa Jasso Barajas

LITIS CONSORCIO, S.C.
Guadalajara, Jal.
Av. Pablo Neruda No. 2886, Primer Piso, Int. 4A
Col. Providencia
C.P. 44630, Guadalajara, Jal.
Tel. (33) 3641 6758

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

www.litisconsorcio.com.mx
www.licitacion-es.com.mx

PERSPECTIVAS

La información pública gubernamental: un conocimiento para todos

Por: Bricio Baldemar Rivera Orozco

Las Licitaciones son hechas por las dependencias en base al presupuesto asignado por parte de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, dicho presupuesto es producto de la recaudación de impuestos, ingresos de PEMEX y demás compañías públicas. Por lo anterior al ser dinero Público (SUS IMPUESTOS) este presupuesto debe ser vigilado públicamente; debido a esto todos los procesos de compra gubernamental pueden ser solicitados documentalmente por cualquier ciudadano.

Por esta razón se han creado diversos mecanismos, leyes y organismos que facilitan esta tarea y permiten que cualquier ciudadano pueda recolectar la información que más convenga a sus intereses en el momento que lo requiera. Esta actividad, en el ámbito de las licitaciones, es una de las herramientas de investigación más poderosas con las que se cuenta, si sabe utilizarse de la manera adecuada y se conocen fluidamente los pasos a seguir.

El Gobierno Federal destina anualmente entre el 25 y el 30% del presupuesto de Egresos de la Federación a los procesos de contratación. Estos procesos se realizan a través de alrededor de 20 mil licitaciones al año, ya sean públicas, Invitación a cuando menos tres personas y adjudicaciones directas y en donde dicho presupuesto se e-

jerce a través de 3 mil unidades compradoras. Esto sólo en la Administración Pública Federal, los Estados y Municipios ejercen también su presupuesto por medio de estos procesos de compra.

En las licitaciones públicas la regla general es que TODO ES PÚBLICO con sus excepciones en algunas áreas como defensa nacional, seguridad pública (en algunos aspectos), datos personales de los licitantes, seguridad energética, etc. que pudieran afectar o amedrentar el buen desarrollo y estabilidad del país.

Para elaborar una buena propuesta se tiene que realizar un análisis del nivel de participación de la competencia directa de la empresa, de las necesidades de la dependencia gubernamental a la cual se quiere vender el producto o servicio, de las bases de concursos anteriores y de mucha más información que se localiza de manera fácil siguiendo en orden los trámites administrativos que se requieren para su obtención.

Primeramente hay que definir la clasificación de la información:

- Pública. La que cualquier persona puede solicitar mediante la Ley de Acceso a la Información Pública Gubernamental, en cualquier momento,



por ejemplo: los precios de una licitación, un documento de la propuesta técnica de uno o todos los competidores, etc.

-Reservada. La información que el Comité de Clasificación de Información de cada entidad o dependencia llega a retener por cierto tiempo hasta pasar a ser pública; por ejemplo todas las inconformidades son reservadas por 2 años, en este caso solo el inconforme o los que fueron parte del proceso de inconformidad pueden solicitar copias del asunto.

-Clasificada o confidencial. Aquella información que por cuestiones de defensa nacional, datos personales, energía nuclear y las previstas en la ley no se puedan proporcionar a ninguna persona por ser datos que pueden poner en riesgo la seguridad nacional.

Toda la información que se obtenga se puede entregar al solicitante de la siguiente manera:

- Vía internet por INFOMEX (sin costo)
- Copia simple (con costo \$.50)
- Copia certificada (con costo aproximado de \$13)
- Presencial

PERSPECTIVAS

Existen algunos estados que aún no entran a INFOMEX, tal es el caso de Michoacán, pero todos y cada uno de los estados cuentan con leyes de acceso a la información pública, lo que cambia es el procedimiento de solicitud y en algunos caso, como el mencionado de Michoacán, los precios también cambian, ya que por solicitar copia simple se tiene que pagar la cantidad de \$2.00 (dos pesos) por cada copia simple que se haya solicitado. La solicitud de información debe ser concreta y precisa para evitar posibles confusiones en la convocante, que puedan dar pie a la negación de información o retrasos en los procesos de recolección.

1. En caso de haber sido participante en la licitación de interés. Se solicita la información en COMPRANET o directamente a la convocante.
2. Cuando no se participó. Se puede recurrir a INFOMEX para solicitar el expediente completo o datos que se necesiten.
3. Si se niega la información. Se recurre al Instituto Federal de Acceso a la Información Pública (IFAI) para que se analice el caso (Recurso de revisión).

En el caso de que le sea negada la información, la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental previene la interposición de un Recurso de Revisión el cual es un pequeño juicio administrativo en donde el IFAI analiza lo que fue contestado por la dependencia a la cual le solicitó la información y la forma y proceso que llevó para solicitarla, dicho recurso es llevado por un comisionado que funciona co-

mo intermediario para la resolución del caso. El IFAI le notifica por medio de INFOMEX el dictamen final con una copia escaneada a la dirección del contacto otorgado, todo funciona perfectamente en sincronía mientras no se solicite información clasificada o confidencial.

Es importante señalar que este procedimiento representa un juicio administrativo hacia las dependencias pero se realiza en menos tiempo del que comúnmente se tardaría un juicio normal. Este procedimiento se lleva a cabo en aproximadamente mes y medio, si se quieren tener resultados exitosos se tiene que llevar un perfecto control de los periodos para darle un seguimiento a detalle y oportuno a toda la información, si el equipo de ventas llega a caer en la desidia nunca se podrán evaluar ni generar mayores ventajas, durante la planeación, que pudieran ser el punto fuerte de la empresa en futuras licitaciones.



El Instituto Federal de Acceso a la Información Pública (IFAI) es un tribunal administrativo especializado, al servicio de la sociedad, para la transparencia y rendición de cuentas de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal incluidas la Presidencia y la Procuraduría General de la República; asimismo, es un organismo del poder ejecutivo federal, con autonomía operativa, presupuestaria y de decisión.

Sus principales funciones son:

- Garantizar el derecho de acceso a la información pública gubernamental
- Proteger los datos personales que están en manos del gobierno federal y
- Resolver sobre las negativas de acceso a la información que las dependencias o entidades del gobierno federal hayan formulado.

BAJO LA LUPA

En sus ventas con el gobierno

Conocer a su cliente le garantiza el 50% de éxito

Por: María Teresa Jasso Barajas | Texto
Gloria Viniza Cruz Toledo | Gráficos

- *Identificar a sus prospectos, comprender sus necesidades y lograr ante ellos el posicionamiento de sus productos o servicios antes, incluso, de la publicación de las convocatorias, le garantizará el 50% de éxito en sus negocios con el gobierno.*

Los negocios de éxito con el gobierno no se gestan a partir de la publicación de una convocatoria, la compra de bases o la entrega de propuestas, sino con la identificación y conocimiento de sus prospectos para que usted pueda ajustar las capacidades de su producto o servicio con las necesidades de sus clientes potenciales.

La estrategia que le garantizará el 50% de éxito en las licitaciones gubernamentales, de cualquier nivel, está en recolectar la información de un prospecto de venta, antes de que inicie el contacto con el cliente, es decir, antes de que éste sea su cliente.

Posicionarse como proveedor es tan sencillo como visitar una dependencia de gobierno, presentarse con los empleados, escucharlos, conocer mejor sus problemas actuales y descubrir sus nuevas necesidades, nos referimos a una "simple" labor de relaciones públicas.

Este proceso puede ser tan obvio como tan poco aplicado por los profesionales de las ventas al gobierno que tienden a sucumbir por sus escasos resultados, ante el actual mercado altamente inestable y competitivo.

Haga su tarea

La tarea de identificar nuevos prospectos dentro de las dependencias meta, en las agencias asignadas o en las mismas organizaciones de los clientes existentes, es una actividad ordinaria que podría redituarse en más y mejores contratos, si lo hace adecuadamente.

Este proceso de recolectar información de sus clientes potenciales, consiste en identificar la organización de su prospecto, su misión y la gente específica a quien usted debe llamar; monitorear sus sitios web, espacios de noticias y revistas de negocios en la red donde puede acceder a sus planes estratégicos, informes de auditorías -internos y externos-, e información de personas que estén familiarizadas con su prospecto meta.

Otra herramienta que usted puede utilizar para identificar y conocer a



Gráfico 1

sus clientes potenciales es el denominado Plan de Cuenta de las dependencias, que le permitirá determinar, antes de cualquier proceso de venta, si esa dependencia es un buen objetivo para usted y su empresa. (Ver Gráfico 1)

Todo integrante de su equipo de trabajo puede descubrir un nuevo prospecto, es decir, una nueva oportunidad de negocio, a través de un esquema práctico y sencillo de relaciones públicas, como el que le mostramos a continuación en los Gráficos 2 y 3.

Calificar un nuevo prospecto

Mantener un proceso de monitoreo, identificación y calificación de nuevos prospectos, es un proceso que puede representar un gasto de

BAJO LA LUPA

¿Cómo conocer a tu cliente?

PRIMERAS VISITAS
Escuche con atención. Muestre interés. Evalúe sus necesidades. Establezca conexión personal.

CITA
OBJETIVO: Recopilar información
Llegue 5 min. antes. Interactúe con su material de venta NO LO LEA. Explique y haga preguntas. Sea breve en sus presentaciones. Entóque su atención en las necesidades del prospecto.

LLAMADAS DE VENTAS
- Si se obtuvo un intercambio positivo con el cliente, entonces pregunte por la venta:
¿ QUÉ PASOS NECESITAMOS REALIZAR PARA AVANZAR HACIA LA SOLUCIÓN QUE ACABAMOS DE DISCUTIR?
Evite los términos cargados.

VENTA
- Trate de descubrir cuatro piezas claves de información en el cliente:
- ¿Cómo toma las decisiones? ¿cuáles son sus necesidades?
- ¿Cuanto con el presupuesto suficiente para tratar los problemas identificados? ¿cuándo podrán tomar una decisión de compra?
- Detectar la necesidad imperiosa de cada cliente.
- Evite dar respuestas directas, responda con una pregunta para clarificar, enfatizar o disminuir impacto.
- Anticípese las objeciones, trate de diferenciar los servicios de su compañía.
- Si identifican alguna desventaja en sus servicios minimícela y regrese a los beneficios. Aliente al prospecto a manifestar sus objeciones, e inquietudes.

LITIS CONSORCIO S.C.

Gráfico 2

Un mecanismo más de acercamiento con su prospecto
más es el de llamadas de ventas, que puede emplear con éllo, si se apega a los siguientes lineamientos:

- Este preparado y haga su tarea antes de pedir una cita.
- Evite las necesidades de los comparativos, no lo suene.
- Establezca una conexión personal, encuentre intereses comunes.
- Recuerde que la primera impresión jamás se olvida.
- Descubra sus áreas de preocupación, ¡aquí es lo que los mantiene despiertos por las noches!
- Realice su presentación general lo más corto posible.
- Observe el lenguaje corporal. Si no hay interés, cambie el tema.
- No prometa lo que no pueda entregar.
- Huya de preguntar por la venta, evite las objeciones, pero no insista.
- Dale seguimiento, o alguien más lo hará en su lugar.

LITIS CONSORCIO S.C.

Gráfico 3

tiempo y energía considerable para su compañía, no obstante, es el mejor camino para determinar si este cliente es una verdadera oportunidad de negocio o si sólo le implicará desvío de recursos importantes que podrían ser empleados en objetivos comerciales viables para el giro de su negocio.

Evaluar un nuevo prospecto de mercadotecnia, desde esta perspectiva, le permitirá eliminar el apego emocional y entonces podrá preguntarse si la oportunidad concuerda con la dirección de la empresa o si es posible ganarla.

Los proveedores del gobierno que no están creciendo, por lo general, saben muy poco acerca de sus clientes y de oportunidades específicas de negocios. Para rectificar esta situación existe la herramienta de "calificación de prospectos" que se emplea una vez que se tomó la decisión de buscar y, en lo sucesivo, calificar a una oportunidad/prospecto específico.

Para conocer más de la Calificación de Prospectos espere el próximo número de Licitación Es de Litis Consorcio.

Mecanismo para evaluar a un nuevo prospecto

La identificación previa de los prospectos es el mejor camino para evitar mayores pérdidas, le compartimos la mejor manera de minimizar el impacto de inversión (dinero + hora/hombre + tiempo/resultados). Conteste detenidamente las siguientes preguntas, antes de gastar esfuerzos adicionales:

- ✓ ¿Una parte importante del trabajo concuerda con las habilidades o productos clave de la empresa?
- ✓ ¿El cliente percibió a mi empresa como un proveedor creíble de estos servicios?
- ✓ ¿Existe alguna posibilidad razonable de que esto sea un proyecto financiado?
- ✓ En caso de ser una tarea pequeña ¿Es de desempeño estratégico? ¿Puedo esperar que resulte un negocio más considerable?
- ✓ ¿Hay suficiente tiempo para proyectar de manera adecuada al cliente, antes de que se de a conocer o RFP?
- ✓ ¿Existe algún contratista aspirante importante? ¿Es una empresa vulnerable? ¿Somos lo potencialmente fuertes / suficientemente grandes para derribarlos?

LITIS CONSORCIO S.C.

Gráfico 4

Identificar nuevos prospectos de negocio es como ir a una mina a buscar oro, con la diferencia de que tiene que estar bien vestido, traer consigo tarjetas de presentación y probablemente se tenga que dar un baño. Ambas actividades requieren un espíritu emprendedor, paciencia, compromiso y algo de suerte.

Matriz para la decisión de perseguir prospectos
(Puede ser modificada y adaptada a las necesidades de su empresa)

Criterios de Evaluación	Criterios de Evaluación		Comentarios
	SI	NO	
1. ¿Una parte importante de este trabajo concuerda con una de nuestras capacidades o productos clave?			
2. ¿Se encuentra en una ubicación meta y/o con un cliente objetivo?			
3. ¿Vamos a ser catalogados como un proveedor principal creíble? ¿Si hay subcontrato, por contrato principal, necesitamos nuestras capacidades o experiencia con este cliente, para poder ganar?			
4. ¿Existe algún aspirante importante? ¿son vulnerables y nosotros (nuestra equip) somos potencialmente lo suficientemente fuertes/grandes para derribarlos?			
5. ¿Existe una probabilidad razonable que este sea un proyecto realmente financiado?			
6. En caso de ser una tarea pequeña, ¿es de importancia estratégica? (ver el #1 arriba) ¿Puede resultar un negocio más importante?			
7. ¿Existe suficiente tiempo para prospectar al cliente antes de que el RFP se de a conocer?			

Pregunta de último recurso...
En caso de dar o más "no" arriba: si todavía quiere continuar con este prospecto, explique por qué:

Gráfico 5



LICITACIONES

Compañía de Gas del Centro, S.A. de C.V.

Compañía de Gas del Centro, forma parte del Grupo Zeta, líderes en distribución de Gas L.P. a nivel continental. Esta filial de Grupo Zeta, tiene sede en el centro del país y abarca la distribución del Distrito Federal, Estado de México y Morelos.

Año con año, el Instituto Mexicano del Seguro Social, convoca a licitar el contrato más grande en lo que se refiere a Gas L.P., este contrato lo convoca la delegación sur del IMSS.

En el año 2007, nació la inquietud por parte de los directivos de la empresa, para participar en este tipo de proyectos, por lo que se acercaron a Litis Consorcio, S.C. para tratar de ganar tan codiciado contrato.

El multimencionado contrato estaba en manos de una empresa denominada Gas Bustamante, misma que había ganado durante 10 años consecutivos, generándole ganancias enormes cada año en cuestión de la distribución de gas para la Delegación Sur del IMSS en el Distrito Federal, puesto que se licitaba el suministro de 4,300,000 de litros de gas.

El contrato se encontraba amarrado por todas partes, el sólo leer las bases de licitación

disuadía a cualquier competidor de participar por los requisitos imposibles de cumplir que estaban contenidos en las mismas, por lo que sólo participaba dicha empresa año con año.

Compañía de Gas del Centro, decidió contratar a Litis Consorcio para tratar de controvertir dichos requisitos y participar en igualdad de condiciones en el concurso, los resultados en la licitación fueron desastrosos, los funcionarios encargados de llevar a cabo el procedimiento, impidieron la participación de Compañía de Gas del Centro en todo momento y se tuvo que optar por la vía judicial para controvertir todas las ilegalidades cometidas en el procedimiento de licitación.

A los tres meses de iniciados los procedimientos en contra de la Junta de Aclaraciones, Presentación y Apertura de Propuestas y el Fallo de la licitación, se resolvió que los funcionarios encargados de llevar los procesos, cayeron en excesos y protegieron en todo momento a la empresa Gas Bustamante, por lo que se controvertió el fallo y se le dio a Compañía de Gas del Centro, además, a los funcionarios corruptos se les inhabilitó por un largo tiempo para formar parte de la Administración Pública Federal, por apoyar a un distribuidor en un proceso de licitación.

La tenacidad y la visión a futuro por parte de los directivos de Compañía de Gas del Centro, nos dieron la oportunidad de participar en tan importante proyecto para ellos, ya que dicho contrato con el Instituto Mexicano del Seguro Social, posicionó a la compañía en el centro del país.

**Esta es una historia de éxito forjada
en Litis Consorcio, S.C.**





CONVIERTA LA **VENTA AL GOBIERNO** EN UNA REAL OPORTUNIDAD DE **NEGOCIO PARA SU EMPRESA**

- *Aprenda la fórmula para venderle al gobierno de forma eficaz.*

- *Optimice los recursos y maximice los resultados de su empresa.*

Seminarios | Fechas:

Octubre 07 en Guadalajara

Sede: Fiesta Americana Grand
de 10:00 a 15:00 y de 16:00 A 19:00 hrs.

Octubre 28 en México, D.F.

Sede: Presidente Intercontinental
De 10:00 a 15:00 y de 16:00 a 19:00 hrs.

Para más información, Visite:

www.licitacion-es.com;

www.liticonsorcio.com

o llámenos al

01 (33) 3641-6758 (Gdl.)