

# **3**

## **Estrategias de interacción con el mercado**

---

Este Capítulo analiza las políticas y prácticas de interacción con el mercado en Chile, Colombia y México, particularmente en el contexto de la compra de computadoras. El Capítulo aborda los beneficios de tales estrategias, las buenas prácticas y las oportunidades para interactuar más, al mismo tiempo que se mitigan riesgos, como los relacionados con la integridad y los conflictos de interés.

---

## Prácticas actuales de interacción con el mercado en Chile

A través de consultas al mercado de proveedores registrados en la plataforma [www.mercadopublico.cl](http://www.mercadopublico.cl) y consultas ciudadanas abiertas, ChileCompra recoge información del mercado para contar con opiniones y datos actualizados. Además, debido al creciente impulso de las políticas de gobierno abierto y participación ciudadana, en Chile ha surgido gradualmente un espacio de colaboración entre compradores y proveedores.

La información sobre la contratación de computadoras personales y portátiles es pública, tanto a través del sistema de información sobre contratación pública como a través de una plataforma de datos abiertos, lo que permite a los posibles proveedores y usuarios conocer el estado y los resultados de los procedimientos de contratación y facilita la extracción y reutilización de datos.

La industria de las tecnologías de información y las comunicaciones (TIC) mantiene una fluida relación con la División de Gobierno Digital (DGD) y la Dirección de Presupuestos (DIPRES), como diseñadores de las políticas de transformación digital y gestión presupuestal, así como con ChileCompra, en su función de operador de la política de contratación pública.

El actual modelo de funcionamiento del sistema de contratación pública también facilita la incorporación de nuevos proveedores, fortalece la participación y favorece la neutralidad tecnológica, elementos valorados por la industria. De hecho, durante 2022, el número promedio de participantes en las licitaciones para la adquisición de computadoras personales y portátiles alcanzó un récord de tres años con 9.96.

### Cuadro 3.1. Número promedio de participantes en las licitaciones para la adquisición de computadoras personales y portátiles, 2020-22

Año	Número promedio de licitantes
2022	9.96
2021	5.80
2020	7.62

Fuente: Información proporcionada por ChileCompra.

En las primeras entrevistas con representantes del sector de las TIC, se comprobó que la industria no tiene preocupaciones significativas respecto a elementos que puedan limitar la neutralidad tecnológica en la contratación pública. Los representantes afirmaron que los procesos son competitivos y abiertos.

Sin embargo, como se señaló anteriormente, la industria también ha manifestado una oportunidad de mejora en relación a la eficiencia y eficacia de la estrategia de compra de computadoras, tanto por los riesgos mencionados en el proceso de investigación de mercado que, a juicio de los actores de la industria, actualmente se realiza de manera muy limitada, como por los riesgos de colusión, que a juicio de ChileCompra son bajos dado que el modelo se enfoca en fabricantes y no en distribuidores, así como la percepción de que el uso de referencias o estándares de comparación implica una carga administrativa muy alta.

Además, los agentes del sector han señalado que el calendario de los procesos no es el más adecuado, ya que la primera iteración se produce durante el periodo de fin de año, y la segunda coincide con la fase de transición a las nuevas versiones de los equipos.

Anualmente, ChileCompra patrocina ferias de proveedores, que no sólo permiten a los proveedores mostrar sus productos y ofertas de servicios, sino que también acogen talleres y debates para recabar la experiencia del sector sobre cómo participar en el mercado público. El más conocido de estos eventos es

ExpoMercado Público, un gran evento anual organizado conjuntamente por los sectores público y privado con los siguientes objetivos:

- **Poner en contacto a proveedores y compradores públicos y comunicar casos de éxito:** Facilitar la creación de redes y ofrecer un espacio de diálogo entre expertos en contratación pública y ayudarles a conocer los productos y servicios que ofrece el sector.
- **Desarrollo de capacidades:** Ofrecer oportunidades de capacitación a compradores públicos y proveedores, por ejemplo, sobre los servicios digitales de ChileCompra, actualizaciones metodológicas y normativas.
- **Exposición de proveedores:** Crear oportunidades de negocio para los proveedores en un entorno transparente, libre de restricciones y formalidades complejas.
- **Cooperación:** Crear una red que permita a los participantes mantener una comunicación activa en función de sus intereses, tanto para los proveedores como para los compradores públicos.

Durante 2023, el evento incluyó seminarios sobre cómo participar en el mercado público, estrategias de contratación, marco normativo de la contratación pública, contratación pública verde, innovación e inclusión.

Al mismo tiempo, la industria prepara una reunión anual con el gobierno para fortalecer la colaboración y fomentar el intercambio de conocimientos.

El caso de la Conferencia Anual de Intercambio de la Asociación Nacional de Funcionarios Estatales de Compras de Estados Unidos (NASPO) también es un buen ejemplo de grandes eventos (expos) para facilitar la interacción con el mercado en un entorno transparente (véase el Recuadro 3.1).

### Recuadro 3.1. La Conferencia Anual de Intercambio de la NASPO, Estados Unidos

La Conferencia *NASPO Exchange* ayuda a establecer relaciones entre la comunidad de proveedores y los gobiernos estatales, que son los mayores consumidores de bienes y servicios de Estados Unidos. La Conferencia es un lugar donde el aprendizaje, la creación de redes y la asociación se unen para desarrollar relaciones comerciales que apoyen unas contrataciones públicas eficaces, eficientes, transparentes y justas. Entre sus objetivos figuran:

- Proporcionar a la comunidad empresarial oportunidades de aprendizaje a través de una formación específica y enfocada en las tendencias actuales de la contratación pública estatal.
- Facilitar el establecimiento de redes durante la conferencia mediante citas individuales, sesiones educativas y una sala de contactos.
- Promover la colaboración entre proveedores y representantes de las administraciones estatales para apoyar la eficacia de los resultados de la contratación pública.

Para hacer frente a los riesgos de integridad, la Conferencia se desarrolla siguiendo estándares y expectativas explícitas:

- Los miembros de la NASPO, como empleados públicos involucrados directa o indirectamente en el gasto de fondos públicos a través de procesos de contratación estatales, deben comportarse siempre de una manera que promueva los estándares éticos más elevados.
- Los miembros de la NASPO no aceptarán regalos, gratificaciones u otras cosas de valor de los proveedores, que puedan influir o den la apariencia de influir en las decisiones de compra.

- Los miembros de la NASPO que asistan a la Conferencia de Intercambio deberán comprometerse a cumplir todas las citas individuales programadas. Se espera que los miembros participen plenamente en los eventos del programa con el fin de fomentar la interacción y la educación de la comunidad de proveedores.
- Los proveedores se abstendrán de ofrecer regalos, gratificaciones u otros artículos de valor a los miembros de la NASPO.
- Los proveedores se abstendrán de ponerse en contacto con los miembros con antelación a la conferencia o durante la misma para concertar reuniones fuera del sistema individualizado proporcionado por la NASPO.
- Los proveedores deberán asegurarse de que conocen y respetan las normas y directrices del tipo de registro seleccionado.
- Los miembros y proveedores se comportarán de manera que promuevan los estándares éticos más elevados y eviten actividades y comportamientos que pudieran colocar, o incluso parecer colocar, a un miembro de la NASPO en una situación de conflicto de interés.

Fuente: NASPO (s.f.<sup>[11]</sup>), *Página web de la NASPO*, [www.naspo.org](http://www.naspo.org) (consultado el 20 de diciembre de 2023).

## Prácticas actuales de interacción con el mercado en Colombia

Como ocurre en el contexto latinoamericano, la interacción con el mercado es una oportunidad en Colombia. En la fase pre-licitatoria, las principales herramientas utilizadas para la interacción con el mercado son el Plan Anual de Adquisiciones (PAA), las solicitudes de información (RFI) y la publicación de prebases de licitación. Las entidades públicas deben publicar sus PAA durante el mes de enero para comunicar con antelación sus necesidades a los proveedores potenciales y facilitar su participación. El acuerdo marco para la adquisición de computadoras y accesorios establece que las autoridades contratantes pueden solicitar aclaraciones sobre las características técnicas de los equipos ofertados por los proveedores a través de una RFI en la TVEC o directamente a través de CCE. Asimismo, el marco normativo exige que las prebases de licitación recojan la retroalimentación de la industria. Los borradores suelen estar abiertos a comentarios durante cinco a diez días hábiles y los comentarios se registran en la plataforma de contratación electrónica SECOP.

Además, desde 2011, el MINTIC organiza un evento anual llamado Colombia 4.0, en el que se exponen y debaten las tendencias tecnológicas. Como parte del evento, CCE organiza una mesa redonda pública con proveedores interesados y escucha de primera mano sus preocupaciones y sugerencias. CCE también organiza talleres con la industria durante la preparación de acuerdos marco.

Durante la fase licitatoria, cualquier pregunta u observación del mercado debe presentarse a través del SECOP. Por último, en la fase post-licitatoria, una vez que la adjudicación tiene lugar en audiencia pública (a veces en modo virtual), se publica una resolución en la que se abordan las observaciones recibidas. Sin embargo, no existe un proceso para proporcionar retroalimentación directa a los licitantes que participaron.

El principal elemento de mitigación desplegado para evitar riesgos de integridad consiste en estructurar el acuerdo marco y sus especificaciones de forma que se promueva el principio de neutralidad tecnológica para permitir la participación del mayor número posible de licitantes, una diversidad de marcas, y evitar dirigir las licitaciones para beneficiar a licitantes específicos. Del mismo modo, el uso del SECOP para recibir comentarios a los borradores de los documentos dificulta la posibilidad de irregularidades al evitar el contacto físico entre los funcionarios de contratación y los proveedores.

## Prácticas actuales de interacción con el mercado en México

En México no existe una práctica robusta de interacción con el mercado y no se aprovechan los foros de la industria. Los principales instrumentos en la fase pre-licitatoria, como se describe en el Capítulo 2, son el Programa Anual de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios (PAAAS) y la investigación de mercado llevada a cabo por la Unidad de Planeación e Investigaciones de Mercado (UPIM) y en la que existe interacción con los proveedores a través de solicitudes de cotización y un periodo para que los proveedores hagan preguntas o sugerencias. En general, dichas sugerencias suelen estar relacionadas con las especificaciones técnicas, la disponibilidad del bien o servicio que cumple las condiciones especificadas (características, obsolescencia, etc.) y los obstáculos a la participación (es decir, certificaciones, capacidad del mercado para entregar en un plazo restringido, etc.). Parte de la razón de la falta de diversidad en las herramientas de interacción con el mercado es que el marco normativo para abordar la corrupción es bastante restrictivo en términos de diálogo con el mercado, pero la percepción y la práctica de lo restrictivo que es, son aún más estrictas.

En efecto, el Protocolo de actuación en materia de contrataciones públicas, otorgamiento y prórroga de licencias, permisos, autorizaciones y concesiones (en adelante el Protocolo) formó parte de un paquete de normas destinadas a responder a escándalos de corrupción y, por ello, pone su énfasis en medidas de control. Si bien es cierto que ordena que la comunicación entre proveedores individuales y funcionarios de contratación se realice por escrito y en lugares oficiales, con la presencia de los respectivos funcionarios del OCF, no impide organizar eventos masivos para comunicarse con la comunidad de proveedores como grupo.

Actualmente no se organizan eventos como ExpoMercado Público (Chile) o *NASPO Exchange* (Estados Unidos), aun cuando en el pasado la Secretaría de Economía solía organizar la Semana de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYME), en la que diferentes secretarías y dependencias mostraban sus programas de apoyo y oportunidades para las PYME, incluidos las relacionadas con la contratación pública. Por ejemplo, la entidad federativa de Nuevo León organizó el evento Provee NL 2023, que facilitó la interacción con el mercado y la comunidad de proveedores (véase el Recuadro 3.2).

La Oficialía Mayor (OM) de la entonces Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) afirmó, durante las reuniones de investigación, que al inicio del proceso de investigación de mercado sí se reúnen con organizaciones de la industria, aun cuando esto no es obligatorio y más bien se hace de manera ad hoc. Algunas de las medidas adoptadas para mitigar los riesgos en las actuales actividades de interacción con el mercado son la publicación del proceso de interacción con el mercado en CompraNet, incluyendo preguntas y respuestas de los proveedores, de manera que cualquier empresa pueda acceder a la información, la oportunidad de que los proveedores aporten comentarios sobre las especificaciones técnicas para evitar obstáculos a la participación, el hecho de que cualquier contacto con proveedores debe realizarse por medios oficiales y en un tiempo limitado y la documentación de todos los procesos, incluyendo evidencia de interacciones. Algunas de estas medidas, por ejemplo, un plazo limitado para la interacción, pueden restringir el uso de métodos alternativos de interacción, por ejemplo, durante la fase post-licitatoria.

### Recuadro 3.2. Provee NL

Este evento ofrece un espacio de interacción y aprendizaje para las empresas inscritas en el padrón de proveedores del Estado de Nuevo León y para aquellas PYME interesadas en convertirse en proveedores del Gobierno del Estado. Las actividades durante el evento incluyen talleres, conferencias, asistencia personalizada para registrarse como proveedor del Gobierno del Estado y cumplir con otros trámites administrativos, así como la apertura en vivo de un procedimiento de licitación.

Los talleres y contenidos de la edición de 2023 fueron los siguientes:

- **Así de fácil es venderle al gobierno del estado:** Inscripción en el registro de proveedores, ofrecer bienes y servicios al Estado y conocer el Plan Anual de Adquisiciones.
- **El ABC de la plataforma de contratación electrónica (SECOP):** Incluye ejercicios prácticos para acceder a la plataforma y presentar una oferta.
- **Preparación de una oferta ganadora:** Tipos de procedimientos de contratación, subastas inversas (incluyendo ejercicios prácticos), cómo participar y procesos a seguir para cumplir con la convocatoria y resultar adjudicado.
- **Me han adjudicado, ¿qué sigue?:** Pasos a seguir para entregar el bien o prestar el servicio, firmar un contrato y facturar.

Fuente: Provee NL (s.f.<sup>[2]</sup>), *Página web de Provee NL*, [www.provee.nl.gob.mx](http://www.provee.nl.gob.mx) (consultado el 20 de diciembre de 2023).

## Referencias

NASPO (s.f.), *Página web de la NASPO*, National Association of State Procurement Officials, [1]  
<http://www.naspo.org> (accessed on 20 December 2023).

Provee NL (s.f.), *Página web de Provee NL*, <http://www.provee.nl.gob.mx> (accessed on [2]  
 20 December 2023).



**From:**  
**Good Practices for Procuring Computers and Laptops in Latin America**  
Fostering Neutrality and Market Engagement

**Access the complete publication at:**

<https://doi.org/10.1787/cdf11f4d-en>

**Please cite this chapter as:**

OECD (2024), “Estrategias de interacción con el mercado”, in *Good Practices for Procuring Computers and Laptops in Latin America: Fostering Neutrality and Market Engagement*, OECD Publishing, Paris.

DOI: <https://doi.org/10.1787/aa0252a3-es>

This document, as well as any data and map included herein, are without prejudice to the status of or sovereignty over any territory, to the delimitation of international frontiers and boundaries and to the name of any territory, city or area. Extracts from publications may be subject to additional disclaimers, which are set out in the complete version of the publication, available at the link provided.

The use of this work, whether digital or print, is governed by the Terms and Conditions to be found at <http://www.oecd.org/termsandconditions>.