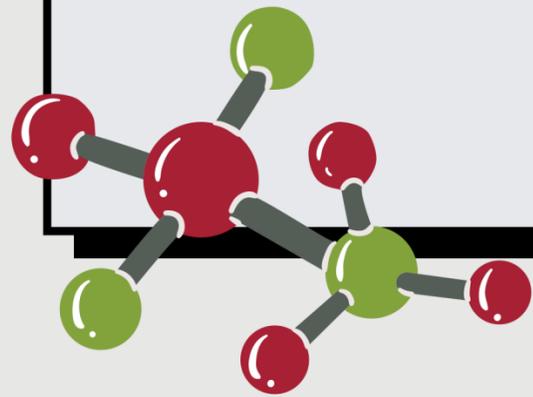


ELABORACIÓN DE ESTUDIOS DE MERCADO

PARA LA ADECUADA SELECCIÓN
DE CONTRATISTAS (PROVEEDORES)



Gerencia Nacional
Financiera y Administrativa
Área de Gestión Estratégica
- Adquisiciones

Juanita Martínez Fonseca - líder de proceso
Andrea Sendoya Ospina - contratista



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE COLOMBIA

OBJETIVO

**Compromisos de
mejoramiento
acordados con la ONCI**

**Acciones para la
prevención de riesgos**

- Fortalecer los conocimientos en cuanto a la correcta aplicación de la Guía "Elaboración de estudio de mercado", como instrumento para un adecuado ejercicio de planeación contractual y como recurso para la adecuada selección de proveedores.
- Dar claridad en relación con los distintos criterios de análisis a tener en cuenta en la elaboración de estudios de mercado.

ESTUDIO DE MERCADO

DEFINICIÓN

Etapa previa a la invitación a presentar ofertas, en la que se documentan las actividades desarrolladas por el área o proyecto que requiere la adquisición de un bien o servicio, con el fin de establecer y analizar las especificaciones técnicas, comerciales, económicas y jurídicas de lo que se requiere contratar, para satisfacer, de la mejor manera, las necesidades de la Institución, de acuerdo con las tendencias y condiciones del mercado.

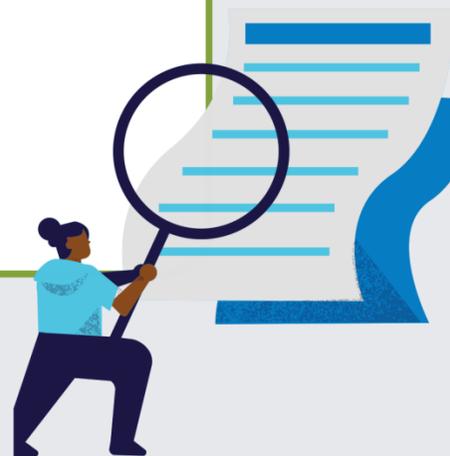


TÉRMINOS CLAVES

Directriz técnica

Conjunto de características y especificaciones técnicas de los bienes o servicios a adquirir por la Universidad, que son requeridas a los oferentes con el fin de garantizar:

- Desempeño eficiente.
- Vigencia Tecnológica.
- Conectividad.
- Compatibilidad.
- Interoperabilidad con la Universidad.



Estudios previos

Conjunto de documentos que soportan el análisis previo a la conveniencia, pertinencia y oportunidad de la adquisición del bien o servicio Y el trámite de las autorizaciones y las aprobaciones previas para la contratación. Se determinan:

- Especificaciones técnicas.
- Valor del bien o servicio.
- Riesgos de la contratación.

Es responsabilidad de cada área o proyecto que requiere la adquisición del bien y servicio, ya que es insumo para realizar el Estudio de Mercado y Pliego de Condiciones.

VENTAJAS DE REALIZAR UN ESTUDIO DE MERCADO

Viabilidad de la contratación: permite una caracterización y definición de las necesidades reales del proyecto, coherentes con los objetivos formulados.

Identificación los posibles proveedores: posibilita determinar las diferentes condiciones y/o limitaciones relacionadas con la provisión de dichos bienes y/o servicios.

Estimación el valor de la disponibilidad presupuestal requerida y plazo: es útil para determinar, no solo el valor del bien o servicio, sino todos los costos asociados al desarrollo de actividades.

VENTAJAS DE REALIZAR UN ESTUDIO DE MERCADO

Identificación de riesgos: permite identificar, de manera preliminar, situaciones internas o externas que puedan afectar la contratación.

Identificación de alternativas contractuales: durante la realización del estudio de mercado se puede llegar a determinar, por el valor y las especificaciones, la tipología.

Actualización técnica: permite realizar contrataciones acordes a la actualidad del mercado y las necesidades institucionales.

Adecuada selección de contratistas (proveedores): herramienta útil para determinar las condiciones que debe cumplir el contratista.



PASOS Y REQUISITOS PARA HACER UN ESTUDIO DE MERCADO

Definir la necesidad que la Universidad pretende satisfacer con la contratación del bien, servicio u obra requerida.

Definir las especificaciones técnicas y económicas del bien, servicio u obra requerida, de acuerdo con la necesidad de la Universidad.

Contar con los estudios previos que soporten:

- Análisis preliminar.
- Autorizaciones y aprobaciones previas.
- Especificaciones técnicas.

Analizar todas las variables externas que dependen de los entornos económicos, legales, socio/culturales, técnicos y tecnológicos del mercado.

Tramitar las autorizaciones o directrices técnicas previas, en los casos en los que por la naturaleza del objeto a contratar se requieran.

Determinar la muestra de posibles proveedores que puedan suministrar el bien, servicio u obra.

Detallar las condiciones y obligaciones precisas y completas que deban cumplir los participantes en el estudio de mercado, como plazo, lugar o lugares de ejecución o de entrega, cantidades, servicios de instalación, mantenimiento, garantía comercial, documentos entregables, condiciones de pago, entre otras.



ELEMENTOS DE UN ESTUDIO DE MERCADO

- **Solicitud de cotizaciones**, por medio escrito, la cual debe contener, como mínimo:
- Fecha de elaboración.
 - Objeto general a contratar.
 - Obligaciones específicas.
 - Especificaciones técnicas y/o características del bien, servicio u obra requerida.
 - Documentos requeridos para verificar la idoneidad del proveedor.
 - Fecha, lugar y hora límite para el envío de la respuesta.
 - Se podrá estipular la posibilidad de realizar visitas.
 - Datos del responsable del estudio del mercado por parte de la Universidad.
- Se podrá hacer **uso de herramientas adicionales**, tales como:
- Consulta previa de páginas web de proveedores.
 - Contratos suscritos cuyos objetos sean similares a aquel para el cual se requiere el estudio de mercado, que se hayan ejecutado dentro de los 3 años anteriores.
 - Consultas en Colombia Compra Eficiente.

ELEMENTOS DE UN ESTUDIO DE MERCADO

- Una vez recibida(s) la(s) cotización(es), se debe hacer un **análisis cuantitativo y cualitativo**, de tipo comparativo.
- Establecer las conclusiones y definir las condiciones técnicas, jurídicas, financieras y económicas, generando un “**Análisis de estudio de mercado**”, el cual debe elaborarse con base en parámetros objetivos, de manera que la información sea comparable, técnica, financiera y logísticamente.
- Cuando el estudio de mercado evidencie que **no hay pluralidad de proveedores** para la contratación requerida, **se podrá rerealizar una invitación directa** con selección directa.
- Si se estima conveniente y pertinente realizar la adquisición, se deberá **solicitar previamente el CDP** para poder dar inicio al proceso de invitación (pública o directa).

DOCUMENTACIÓN PARA UN ESTUDIO DE MERCADO



 Soporte escrito del envío de la invitación a presentar cotización.

 Cotización(es) de mercado, presentadas por los posibles proveedores.

 Soportes de las cotizaciones recibidas.

 Documento “Análisis de estudio de mercado”.

 Certificado expedido por el fabricante o la casa matriz, con vigencia inferior a 30 días, en el que conste que es representante único o distribuidor autorizado, cuando aplique.

GRACIAS!



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE COLOMBIA