

 UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA	MACROPROCESO: GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA	Código: U-GU-12.002.002
	GUÍA: ELABORACIÓN DE ESTUDIO DE MERCADO	Versión: 3.0
		Página: 1 de 7

PROCESO: ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	SUBPROCESO: SELECCIONAR PROVEEDORES Y FORMALIZAR LA ADQUISICIÓN
---	--

GUÍA:
ELABORACIÓN DE ESTUDIO DE MERCADO

	MACROPROCESO: GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA	Código: U-GU-12.002.002
	GUÍA: ELABORACIÓN DE ESTUDIO DE MERCADO	Versión: 3.0 Página: 2 de 7

PROCESO: ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	SUBPROCESO: SELECCIONAR PROVEEDORES Y FORMALIZAR LA ADQUISICIÓN
---	--

1. INFORMACIÓN GENERAL DE LA GUÍA

OBJETIVO: Adelantar acciones previas al proceso de invitación a presentar ofertas, que permitan conocer y analizar las condiciones, características y tendencias del mercado actual para la adquisición de un determinado bien y/o servicio, u obra.

ALCANCE: Aplica para las Órdenes Contractuales Superiores y los Contratos, con oferentes nacionales o extranjeros sin representación en Colombia.
 Incluye el análisis de precios, su comportamiento en el mercado y la evaluación de condiciones de capacidad de los eventuales proveedores, así como los diferentes servicios conexos con la contratación (soporte, instalación, administración, servicios complementarios, garantías comerciales, responsabilidad, etc.).
 Aplica para las áreas que requieran la adquisición de un bien o servicio mediante Orden Contractual Superior o Contrato en el Nivel Nacional, de Sede, de Facultad y en las Unidades Especiales.

DEFINICIONES:

1. **Directriz Técnica:** Es el conjunto de características y especificaciones técnicas de los bienes y/o servicios a adquirir por la Universidad, definidas por la instancia competente, que serán requeridas a los oferentes para garantizar el desempeño eficiente, y/o la vigencia tecnológica, la conectividad, la compatibilidad y la interoperabilidad con la plataforma tecnológica de la Universidad.
2. **Estudios previos:** Conjunto de documentos que soportan el análisis previo de la conveniencia, pertinencia y oportunidad de la adquisición del bien y/o servicio, el trámite de las autorizaciones y las aprobaciones previas necesarias para la contratación, o el desarrollo de los estudios y diseños técnicos previos y/o la formulación de proyectos requeridos para tal fin, determinando las especificaciones técnicas y el valor del bien y/o servicio, y analizando los riesgos en los que incurrirá la Universidad al contratar. Dichos documentos previos, serán de responsabilidad del área o proyecto que requiere la adquisición de un bien y/o servicio, y serán el insumo fundamental para la elaboración del estudio de mercado y del posterior pliego de condiciones, de manera que los posibles oferentes puedan valorar adecuadamente el alcance de lo requerido por la Universidad, así como la distribución de riesgos.
3. **Estudio de mercado:** Es la etapa previa a la invitación a presentar ofertas, en la que se documentan las actividades adelantadas por el área o proyecto que requiere la adquisición de un bien y/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.
4. **Medio escrito:** Se refiere para efectos de este Manual, a las comunicaciones o mensajes de datos remitidos a través de oficios, memorandos, fax, correo electrónico y otras que permitan demostrar que el mensaje en ellas contenido fue emitido por un servidor público de la Universidad o un agente competente de un tercero y recibido por su destinatario.
5. **Unidades especiales:** Las Unidades especiales tienen como propósito el ejercicio de funciones no misionales asignadas por la ley a la Universidad Nacional de Colombia y se reglamentarán a partir de las normas nacionales o internas que las crean o regulan. Estas unidades son: UNISALUD y Fondo Pensional UN.

	MACROPROCESO: GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA	Código: U-GU-12.002.002
		Versión: 3.0
	GUÍA: ELABORACIÓN DE ESTUDIO DE MERCADO	Página: 3 de 7

PROCESO: ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	SUBPROCESO: SELECCIONAR PROVEEDORES Y FORMALIZAR LA ADQUISICIÓN
---	--

<p>CONDICIONES GENERALES:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Las dependencias y/o cargos responsables se refieren a roles generales establecidos para determinar quién ejecuta determinada actividad, independientemente del cargo que se ocupe o el nombre de la dependencia dentro de la estructura administrativa de la Universidad Nacional de Colombia. 2. El estudio de mercado es de carácter obligatorio para adelantar los procedimientos de “Seleccionar proveedores y formalizar Órdenes Contractuales Superiores” y “Selección de proveedores y formalizar Contratos”. 3. Para adelantar un estudio de mercado, el solicitante deberá partir de lo siguiente: <ol style="list-style-type: none"> a) Planear los requerimientos de bienes y/o servicios, o las obras, de conformidad con las necesidades del proyecto o dependencia, así como con los rubros presupuestales aprobados en la ficha financiera del mismo, teniendo en cuenta que ésta planeación deberá ajustarse a los fines, conveniencia y pertinencia institucional. b) Garantizar que los bienes y/o servicios u obras requeridos sean contratados en las condiciones de mercado más favorables para la Universidad Nacional de Colombia.

2. INFORMACIÓN ESPECÍFICA DEL INSTRUCTIVO
--

A. VENTAJAS DE ADELANTAR UN ESTUDIO DE MERCADO

La realización de un adecuado y riguroso estudio de mercado otorga la posibilidad de:

1. Considerar la viabilidad de la contratación, de acuerdo con una caracterización y definición de las necesidades reales del proyecto, tanto económicas, como técnicas, a fin de cumplir con los objetivos formulados.
2. Identificar los posibles proveedores de los bienes, servicios u obras requeridos que se invitarán.
3. Estimar el valor de la disponibilidad presupuestal requerida, tomando como base no solo el valor del bien, servicio u obra requerido sino todos los costos asociados a éste.
4. Estimar el plazo de ejecución o de entrega del bien, servicio u obra requerido.
5. Identificar los riesgos previsibles que puedan afectar la contratación desde el punto de vista económico, técnico, financiero o jurídico, y en ámbitos geográficos, sociales, ambientales, climáticos, etc.
6. Identificar alternativas contractuales para satisfacer la necesidad, diferentes a las utilizadas de manera común, así como la posibilidad de encontrar valores agregados en la adquisición del bien y/o servicio, u obra.
7. Permitir la actualización técnica de las características del objeto a contratar, garantizando que la Universidad Nacional de Colombia adquiera obras, bienes y/o servicios con tecnología acorde a la actualidad del mercado y las necesidades institucionales, generando mayor competitividad entre los proveedores y optimización en el uso de los recursos.
8. Determinar las diferentes condiciones y/o limitaciones relacionadas con la provisión de dichos bienes y/o servicios. Ej: proveedor único o exclusivo, proveedores ubicados fuera de la ciudad o del país, etc.

	MACROPROCESO: GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA	Código: U-GU-12.002.002
	GUÍA: ELABORACIÓN DE ESTUDIO DE MERCADO	Versión: 3.0
		Página: 4 de 7

PROCESO: ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	SUBPROCESO: SELECCIONAR PROVEEDORES Y FORMALIZAR LA ADQUISICIÓN
---	--

B. PASOS Y REQUISITOS PREVIOS PARA HACER UN ESTUDIO DE MERCADO

Como requisitos para llevar a cabo el estudio de mercado, el solicitante deberá previamente:

1. Definir la necesidad que la Universidad pretende satisfacer con la contratación del bien, servicio u obra requerida (atendiendo a la pertinencia de la solicitud en el marco de ejecución del proyecto o de la dependencia, y los lineamientos de orden institucional establecidos para la adquisición de bienes, servicios y obras).
2. Definir las especificaciones técnicas y económicas del bien, servicio u obra requerida, de acuerdo con la necesidad de la Universidad. La definición debe ser clara, concreta, realista, cuantificada y delimitada: ¿Qué se quiere adquirir?, detallar punto por punto los objetivos que se pretenden obtener con el estudio de mercado, para saber que se puede esperar del estudio y que no. De igual forma, debe suministrarse a los invitados toda la información técnica posible que se dispone.
3. Analizar todas las variables externas que dependen de los entornos económicos, legales, socio/culturales, técnicos y tecnológicos del mercado.
4. Contar con los estudios previos que soporten: el análisis preliminar que adelantó la dependencia o proyecto solicitante sobre la conveniencia, pertinencia y oportunidad de la adquisición del bien y/o servicio u obra, el trámite de las autorizaciones y las aprobaciones previas necesarias para la contratación, o el desarrollo de los estudios y diseños técnicos previos y/o la formulación de proyectos requeridos para tal fin, determinando las especificaciones técnicas y el valor del bien y/o servicio o la obra, y analizando los riesgos en los que incurrirá la Universidad al contratar.
5. Tramitar las autorizaciones previas o las directrices técnicas previas, en los casos en los que por naturaleza del objeto a contratar se requieran. Dichas autorizaciones y directrices técnicas previas deberán ser emitidas previamente para poder dar inicio al estudio de mercado.
6. Detallar las condiciones y obligaciones precisas y completas que deban cumplir los participantes en el estudio de mercado tales como: el plazo, el lugar o lugares de ejecución o de entrega, cantidades, servicios de instalación, mantenimiento, garantía comercial, documentos entregables, condiciones de pago, entre otras, así como todas aquellas especificaciones que puedan tener incidencia en la determinación del precio del bien, servicio u obra.
7. Determinar la muestra de posibles proveedores que puedan suministrar el bien, servicio u obra, es decir, identificar previamente quiénes serán los proveedores que pueden satisfacer las necesidades de la Universidad, respondiendo al estudio de mercado, entre todo el público objetivo existente.

C. ELEMENTOS DE UN ESTUDIO DE MERCADO

1. Solicitud de cotizaciones de mercado del bien, servicio u obra, por medio escrito, a posibles proveedores que existan en el mercado local, nacional o internacional, y que puedan satisfacer la necesidad del solicitante. En dicho documento se deberá establecer expresamente que tal solicitud no genera ningún compromiso u obligación para la Universidad Nacional de Colombia, pues no corresponde a un proceso de invitación y selección.

	MACROPROCESO: GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA	Código: U-GU-12.002.002
	GUÍA: ELABORACIÓN DE ESTUDIO DE MERCADO	Versión: 3.0 Página: 5 de 7

PROCESO: ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	SUBPROCESO: SELECCIONAR PROVEEDORES Y FORMALIZAR LA ADQUISICIÓN
---	--

Dicha solicitud de cotizaciones de mercado para enviar a los posibles proveedores, deberá contener como mínimo lo siguiente:

- a) Fecha de elaboración.
 - b) Objeto general a contratar.
 - c) Obligaciones específicas.
 - d) Especificaciones técnicas y/o características del bien, servicio u obra requerida por la Universidad.
 - e) Documentos requeridos para verificar la idoneidad del proveedor, según aplique en cada caso (Ej.: Cámara de comercio, certificaciones de experiencia, estados financieros, etc.)
 - f) Fecha, lugar y hora límite para el envío de la respuesta por parte del posible proveedor.
 - g) Si se considera necesario, se podrá estipular la posibilidad de adelantar visitas a las instalaciones físicas de los posibles oferentes o conocer el lugar de ejecución del objeto que se pretende contratar.
 - h) Datos del responsable del estudio del mercado por parte de la Universidad Nacional de Colombia (Nombre completo, dependencia o proyecto, teléfono, correo electrónico).
2. Para complementar la estimación del valor comercial del bien, servicio u obra requeridos, se podrá hacer uso de herramientas adicionales, tales como:
- a) Consulta previa de páginas Web de proveedores de los bienes y/o servicios requeridos.
 - b) Contratos suscritos cuyo objeto sea similar a aquel para el cual se requiere el estudio de mercado, que se hayan ejecutado dentro de los tres (3) años anteriores a la fecha del respectivo estudio de mercado. En este caso, la comparación de precios deberá ajustarse a precios constantes (descontando en todo caso el IPC de cada año).
 - c) Precios o tarifas reguladas, cuando a ello haya lugar.
 - d) Consultas en Colombia Compra Eficiente.
3. Una vez recibida(s) la(s) cotización(es) escrita(s) por parte del (los) posibles proveedores, se deberá hacer un análisis cuantitativo y cualitativo, de tipo comparativo,

De igual forma se deberá determinar el valor estimado del bien, servicio u obra requerida, detallando y explicando la metodología utilizada (Media simple, Media aritmética, geométrica, entre otras), para estimar dicho valor.

4. Una vez se hayan efectuado las tareas de comparación y análisis de las cotizaciones de mercado recibidas, el área o proyecto solicitante establecerá las conclusiones y definirá las condiciones técnicas, jurídicas, financieras y económicas para la satisfacción de la necesidad de la dependencia o proyecto, generando un documento escrito denominado **“Análisis de estudio de mercado”** que incluya los antecedentes del estudio de mercado, la información de las cotizaciones solicitadas y recibidas, las

	MACROPROCESO: GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA	Código: U-GU-12.002.002
		Versión: 3.0
	GUÍA: ELABORACIÓN DE ESTUDIO DE MERCADO	Página: 6 de 7

PROCESO: ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	SUBPROCESO: SELECCIONAR PROVEEDORES Y FORMALIZAR LA ADQUISICIÓN
---	--

comparaciones efectuadas y las conclusiones a que haya lugar sobre: el tipo de invitación a realizar (pública o directa), la modalidad de selección (por comparación de ofertas o por selección directa), el valor y plazo estimado de la contratación, forma de pago, posibles proveedores a invitar (en caso de invitación directa a varios), requisitos técnicos a exigir y criterios técnicos de evaluación de ofertas, entre otros aspectos. Este documento de análisis debe elaborarse con base en parámetros objetivos, de manera que la información sea comparable, técnica, financiera y logísticamente.

5. Cuando el estudio de mercado evidencie que no hay pluralidad de proveedores para la contratación requerida, se podrá adelantar una invitación directa con selección directa, previa presentación de una justificación soportada en el estudio de mercado adelantado, y con fundamento en las causales establecidas en el Manual de Convenios y Contratos, Parte I. Definiciones. Invitación directa y Selección directa.
6. Finalmente, si se estima conveniente y pertinente adelantar la adquisición, se deberá solicitar previamente el CDP para poder dar inicio al proceso de invitación a presentar ofertas (pública o directa).

D. DOCUMENTACIÓN QUE DEBE HACER PARTE DE UN ESTUDIO DE MERCADO

La dependencia o proyecto solicitante deberá garantizar la existencia de los siguientes documentos que soportarán el Estudio de Mercado, los cuales deberán presentarse en su totalidad ante el área de contratación respectiva:

- a) Soporte escrito del envío de la invitación a presentar cotización para estudio de mercado a los posibles proveedores del bien, servicio u obra requerida por la Universidad.
- b) Cotización(es) de mercado, presentadas por los posibles proveedores.
- c) Soportes escritos de las cotizaciones recibidas de los posibles proveedores.
- d) Certificado expedido por el fabricante o la casa matriz, con vigencia inferior a treinta (30) días, en la que conste que el oferente del bien y/o servicio, es representante único o distribuidor autorizado en el país, según aplique en cada caso.
- e) Documento "Análisis de estudio de mercado", que describa de la metodología utilizada, las fuentes consultadas, los posibles oferentes invitados, el análisis y conclusiones del estudio de mercado, en donde se compile el objeto, las características, el valor, las condiciones comerciales, las condiciones de forma de pago, servicios conexos, plazo de ejecución, etc., que abarcaran la invitación, firmado por el jefe de la dependencia o proyecto.

Fin de la Guía.

	MACROPROCESO: GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA	Código: U-GU-12.002.002
		Versión: 3.0
	GUÍA: ELABORACIÓN DE ESTUDIO DE MERCADO	Página: 7 de 7

PROCESO: ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	SUBPROCESO: SELECCIONAR PROVEEDORES Y FORMALIZAR LA ADQUISICIÓN
---	--

ELABORÓ	Luisa Fernanda Navarro Jiménez, Graciela Urrea Pardo, Luz Piedad Avendaño Rodríguez	REVISÓ	Pilar Céspedes Bahamón, Julio cesar Morales Castañeda, Maria Fernanda Forero Siabato Ingrith Paola Rivera Almanza.	APROBÓ	Gerardo Mejía Alfaro
CARGO	Profesionales Contratistas División Nacional de Servicios Administrativos – Sección Adquisición de Bienes y servicios	CARGO	Jefe de la División Nacional de Servicios Administrativos, Jefe Sección Adquisición de Bienes y servicios, Asesora y contratista Gerencia Nacional Financiera y Administrativa.	CARGO	Gerente Nacional Financiero y Administrativo
FECHA	Octubre 07 de 2016	FECHA	Octubre 10 de 2016	FECHA	Octubre 21 de 2016