

	PROCESO DE INTELIGENCIA DE MERCADOS DE BIENES Y SERVICIOS	CÓDIGO: PRIBS-PC-01
	PROCEDIMIENTO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	FECHA: 19/12/2023
		VERSIÓN: 1

1. OBJETIVO

Obtener información sobre los comportamientos del mercado, para la toma de decisiones que contribuyen a la definición del precio techo de los bienes y/o servicios que se requieren para suplir las necesidades de los Clientes, así como para la determinación de condiciones y/o requisitos habilitantes dentro de los procesos de contratación.

2. DEFINICIONES

Investigación de mercado: La investigación de mercados es una técnica que sirve para recopilar datos de cualquier aspecto que se desee conocer para después poder interpretarlos, analizarlos y al final hacer uso de ellos para una correcta toma de decisiones. La investigación de mercados permite comprender mejor un mercado y su público objetivo.

Análisis de datos históricos: Es el estudio del comportamiento del mercado durante un período de tiempo determinado.

Comportamiento del gasto histórico: Fuente de información primaria que sirve de referente para futuros procesos de contratación y provee información necesaria en cuantos aspectos relacionados con la relevancia de categorías de compras, los principales y potenciales proveedores, los históricos de precios, la retroalimentación general del mercado, entre otros. El comportamiento del gasto histórico es un proceso de recolección y compilación que permite identificar el comportamiento del gasto, durante un periodo de tiempo determinado.

Cotización: Es un documento informativo que se emplea para fijar el precio de un bien o un servicio.

Análisis del sector: Es una herramienta para identificar algunos de los riesgos, determinar los requisitos habilitantes y la forma de evaluar las ofertas dentro de un proceso de contratación.

Sector: Es el conjunto de organismos administrativos mediante los cuales el Estado cumple, o hace cumplir la política o voluntad expresada en las leyes del país. Conjunto de empresas que ofrecen diferentes productos y/o servicios que solucionan una necesidad en un mercado relativo al objeto del proceso de contratación.

Análisis de la demanda: Es un proceso de caracterización de la necesidad cuyo objeto principal es entender el comportamiento de compras de la Entidad, identificar las necesidades de adquisiciones y reconocer oportunidad de ahorro preliminar con una visión estratégica. El análisis de la demanda nos permite determinar cuál es la necesidad y cómo satisfacerla.

Análisis de la oferta: Es un proceso que busca determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio. El análisis de la oferta nos permite determinar cómo y quienes pueden proveer los bienes, obras y servicios identificados, así como el contexto en el cual los posibles proveedores desarrollan su actividad.

	PROCESO DE INTELIGENCIA DE MERCADOS DE BIENES Y SERVICIOS	CÓDIGO: PRIBS-PC-01
	PROCEDIMIENTO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	FECHA: 19/12/2023
		VERSIÓN: 1

Ley de la oferta y demanda: La ley de la oferta y demanda es un modelo económico básico postulado para la formación de precios de mercado de los bienes nacido de la escuela neoclásica, usado para explicar una gran variedad de fenómenos y procesos tanto macro como microeconómicos.

Estrategia de compra: Proceso dinámico que parte de los análisis de demanda y de oferta realizados, el cual determina con un conocimiento más amplio la estrategia que permita identificar y materializar los beneficios en un proceso de compra. La estrategia de compra establece como puede desarrollarse el proceso de adquisición de los bienes y/o servicios para satisfacer la necesidad de la Entidad de manera óptima.

Contexto económico : Identificación de la economía del sector al que pertenece el bien y/o servicio con el que se pretende satisfacer la necesidad requerida.

Contexto técnico: Análisis de las condiciones técnicas y tecnológicas del mercado que impactan al bien y/o servicio que satisface la necesidad de la Entidad.

Contexto regulatorio : Análisis de la regulación aplicable al mercado del objeto del proceso de contratación, así como la que regula la actividad de los proveedores y compradores de manera particular, en caso de que aplique.

Requisitos habilitantes: Se definen como aquellas exigencias de participación en los procedimientos de selección contenidas en el acto administrativos que regulan una convocatoria. Los requisitos habilitantes miden la aptitud del proponente para participar en un Proceso de Contratación como oferente y están referidos a su capacidad jurídica, financiera, organizacional y su experiencia. El propósito de los requisitos habilitantes es establecer unas condiciones mínimas para los proponentes de tal manera que la Entidad Estatal sólo evalúe las ofertas de aquellos que están en condiciones de cumplir con el objeto del Proceso de Contratación.

Criterio diferencial: Es un requisito diferente para un grupo empresarial específico. Los criterios diferenciales en la contratación pública buscan incentivar a un grupo empresarial en específico para la participación en los mismos.

Proveedor: Persona o empresa que provee o abastece lo necesario o conveniente para un fin determinado.

Propuesta: Proyecto o idea que se presenta a una persona o entidad para que lo acepte y dé su conformidad para realizarlo.

MIPYMES: Micro, pequeña y mediana empresa

3. GENERALIDADES

Las investigaciones de mercados realizadas en la Entidad tiene como fin obtener información para la toma de decisiones acertadas que permitan la contratación optima de bienes y/o servicios para los

	PROCESO DE INTELIGENCIA DE MERCADOS DE BIENES Y SERVICIOS	CÓDIGO: PRIBS-PC-01
	PROCEDIMIENTO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	FECHA: 19/12/2023
		VERSIÓN: 1

Clientes, basados en 7 líneas estratégicas las cuales corresponden a la Gestión de Tecnología Biomédica, Gestión de los sistemas de Transporte, Gestión de Suministros Asistenciales y Medicamentos, Gestión de los servicios Generales, Gestión de la Infraestructura, Gestión de los Sistemas de Información y las comunicaciones, Gestión de los Servicios de Atención a Clientes y Usuarios.

La investigación de mercados es el proceso mediante el cual la Entidad busca hacer una recolección de datos de manera sistemática para poder tomar mejores decisiones, pero su verdadero valor reside en la manera en que se usa todos los datos obtenidos para poder lograr un mejor conocimiento del mercado. Con la investigación de mercados se tiene más y mejor información para poder tomar decisiones acertadas que haga a la Entidad más eficiente, proporciona información real y precisa que ayuda a resolver problemas futuros que se puedan presentar, se conoce el tamaño del mercado objetivo y sirve de guía para la comunicación con los clientes actuales y los potenciales.

Para hacer esta investigación se recurre a métodos estadísticos y analíticos y de diversas técnicas para obtener los datos o información. Los informes realizados luego de realizar dicha investigación nos dan las bases para actuar a favor del cliente y tener éxito en la adquisición de bienes y/o servicios requeridos. Como producto de la Investigación de mercados se elaboran los Análisis del Sector y los Estudios de mercado documentos que hacen parte de los procesos de contratación que adelanta la Entidad.

La investigación de mercados tiene 3 tipos de finalidades:

- **Administrativos:** Ayudar al desarrollo de la Entidad mediante una correcta planeación, organización y control del recurso tanto material como humano, para así poder cubrir las necesidades específicas de los clientes en los tiempos óptimos.
- **Sociales:** Satisfacer las necesidades específicas del cliente mediante un bien y/o servicio requerido, es decir, que el producto o servicio cumpla con los requerimientos y deseos del cliente cuando sea utilizado.
- **Económicos:** Optimizar los recursos de la Entidad y/o Clientes, a través de la investigación de mercados que permite descubrir información que sirve para estimar los precios de un producto y/o servicio y encontrar un punto de equilibrio que beneficie a la Entidad y/o Clientes y a los diferentes oferentes.

El ANÁLISIS DEL SECTOR es una herramienta para identificar algunos de los riesgos, determinar los requisitos habilitantes y la forma de evaluar las ofertas dentro de un proceso de contratación, de otro lado el ESTUDIO DE MERCADO define el precio techo para los productos y/o servicios que se requieren para suplir las necesidades de los contratos no misionales y misionales, así mismo define el presupuesto estimado del proceso de selección.

4. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

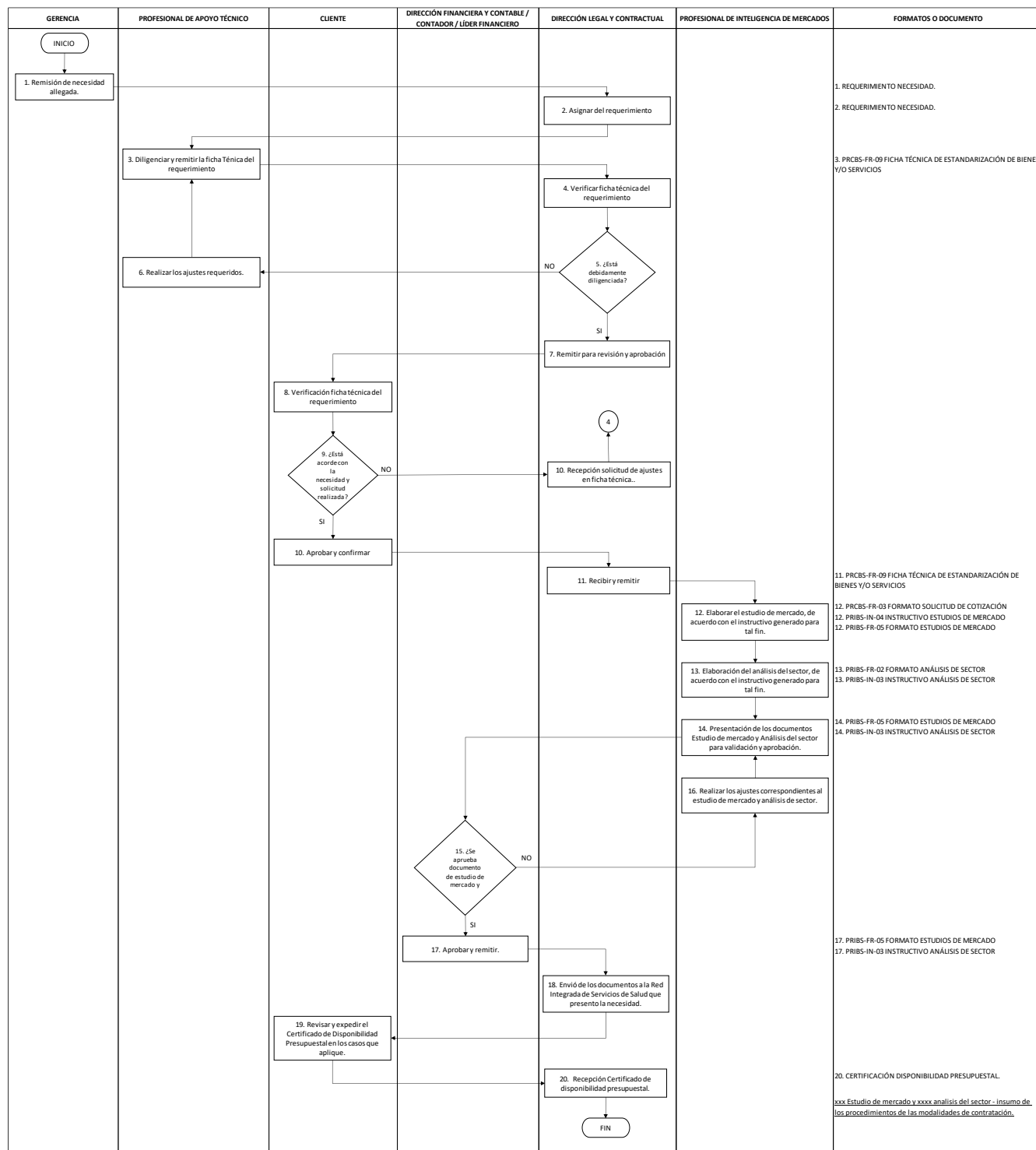
PROCESO DE INTELIGENCIA DE MERCADOS DE BIENES Y SERVICIOS

CÓDIGO: PRIBS-PC-01

FECHA: 19/12/2023

PROCEDIMIENTO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

VERSIÓN: 1



	PROCESO DE INTELIGENCIA DE MERCADOS DE BIENES Y SERVICIOS	CÓDIGO: PRIBS-PC-01
	PROCEDIMIENTO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	FECHA: 19/12/2023
		VERSIÓN: 1

5. DOCUMENTOS RELACIONADOS

PRIBS-IN-03 Instructivo análisis del sector

PRIBS-IN-04 Instructivo de estudio de mercado

PRIBS-FR-02 Formato análisis del sector

PRIBS-FR-05 Formato de estudio de mercado

PRCBS-FR-03 - Formato solicitud de cotización

PRCBS-FR-09 Ficha técnica de estandarización de bienes y/o servicios

Certificación disponibilidad presupuestal

6. CONTROL DE CAMBIOS DEL DOCUMENTO

VERSION	FECHA	DESCRIPCION DE LA MODIFICACION
Versión 1	19/12/2023	Primer documento.

Elaboró: Didsy Yoana Mahecha Prieto – Profesional Financiera
 Jeisson Leonardo Gil – Profesional de Planeación y Calidad
 Revisó: Daniel Enrique Wilches Aroca – Jefe de Contratación