

The background features a light green color with various geometric patterns and shapes. There are solid green shapes, dashed green lines, and a grid of small white dots on a green background in the corners. A central green speech bubble with a white border contains the main text.

IMPORTANCIA DE LOS ESTUDIOS DE MERCADOS EN COMPRAS Y CONTRATACIÓN

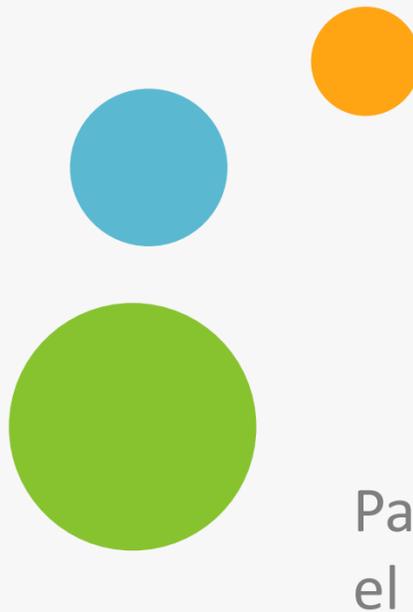
1

Estudio de Mercados

¿Qué es y cuándo se requiere?

Un estudio de mercado es una herramienta utilizada en el **proceso de planeación** de un contrato y es fundamental para realizar el análisis de **viabilidad del mismo**.

Este tipo de estudio permite **conocer** a los proveedores y al mercado de forma simultánea.



¿Cuándo se solicita un estudio de mercado?

Al Inicio de todo proceso de contratación y compra

Para adición de ítems extras a contratos en ejecución, con el fin de evidenciar la viabilidad económica y financiera

Para ejercer una Opción de compra de bienes o servicios

1 Estudio de Mercados

¿Cuál es el objetivo?

La investigación de mercados es el **punto de partida** para la adquisición de bienes y servicios en el Grupo EPM con el fin de **recopilar información** sobre las características del bien o servicio, los proveedores y su comportamiento en el mercado.

- 1 Requisitos de participación
- 2 Factores de ponderación
- 3 Valor estimado
- 4 Formas de pago
(precios reajustables o no)
- 5 Forma de participación
(personas naturales, jurídicas, nacionales, extranjeras, en forma individual, consorcio, unión temporal)
- 6 Definir la estrategia de contratación

2

Desarrollo del contenido Investigación de Mercados

Lista de chequeo para una investigación de mercados óptima

¿El Qué? Son las características generales y particulares del bien o servicio, los proveedores y lo que se quiere contratar.

¿El Cuánto? Estima la cantidad de los bienes y/o servicios, que se necesitan, con el fin de evaluar capacidad operativa (producción) y calcular un valor unitario o global de compra (oferta), volumen.

¿El Cómo? Condiciones y características para la entrega del bien o ejecución del servicio. Le permite cuantificar y determinar espacio y recursos.

¿Cuándo? Tiempos de ejecución y tiempos de entrega.

¿El Dónde? Es el lugar de entrega o ejecución de los bienes o servicios. Permite determinar la disponibilidad de recursos de logística y distribución.

2

Desarrollo del contenido Investigación de Mercados

Lista de chequeo para una investigación de mercados óptima

1

Complejidad en el mercado: Permite conocer las características del mercado del bien o servicio.

2

Técnico/Comercial: Permite identificar las particularidades de los proveedores, aspectos técnicos y operativos del mercado, desarrollo de bienes y servicios por el proveedor, conocimiento de los clientes, de los proveedores, capacidad de producción, etc.

3

Económicos: Permite validar los valores contractuales, conocimiento de los aspectos financieros del proveedor, los componentes principales del costo, etc.

2

Desarrollo del contenido Investigación de Mercados

Lista de chequeo para una investigación de mercados óptima

4

Logísticos: Permite determinar condiciones mínimas operativas y la modalidad de entrega, con relación a la disponibilidad y oportunidad, canales de distribución, capacidad de almacenamiento, unidad de empaque, etc.

5

Normativo: Permite validar el cumplimiento de normatividad y establecer la conveniencia de solicitar certificados internos y externos.

6

Perfil del personal: Permite validar que personal se va a exigir en el contrato, experiencia, perfil, etc.

3

Oportunidades del Estudio de Mercados

¿Qué oportunidades ofrece a los proveedores participar en un estudio de mercado?

El resultado de la investigación de mercado define la estrategia de contratación del bien o servicio.



Proveedor

- Conocer la necesidad del Grupo EPM y pensar en una posible oferta a futuro (precio, especificaciones, certificaciones, normativa general).
- Permite proponer nuevas tecnologías y nuevas formas de atender las necesidades del Grupo EPM.
- Es la oportunidad de conectar el plan de contratación con expectativa de un negocio futuro.

3

Oportunidades del Estudio de Mercados

¿Qué oportunidades ofrece al grupo EPM hacer estudios de mercados?

El resultado de la investigación de mercado define la estrategia de contratación del bien o servicio



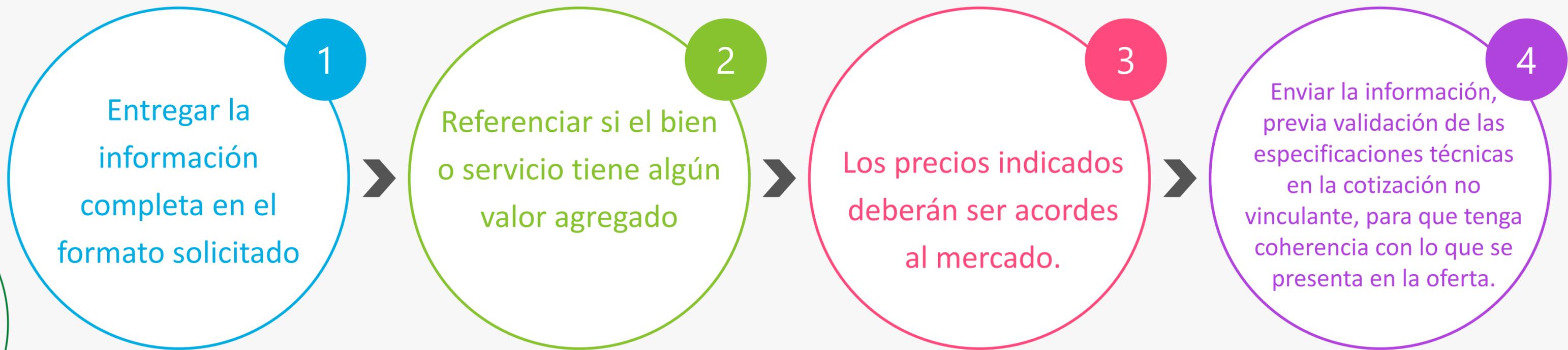
Grupo EPM

- Permite tener una panorámica mas abierta y ayuda a definir la estrategia acorde al mercado.
- Permite identificar un rango de disponibilidad Presupuestal conforme el mercado lo plantea.
- Identifica si la necesidad del Grupo EPM puede adaptar nuevas tecnologías o una mejor forma de fortalecer la especificación técnica.

4

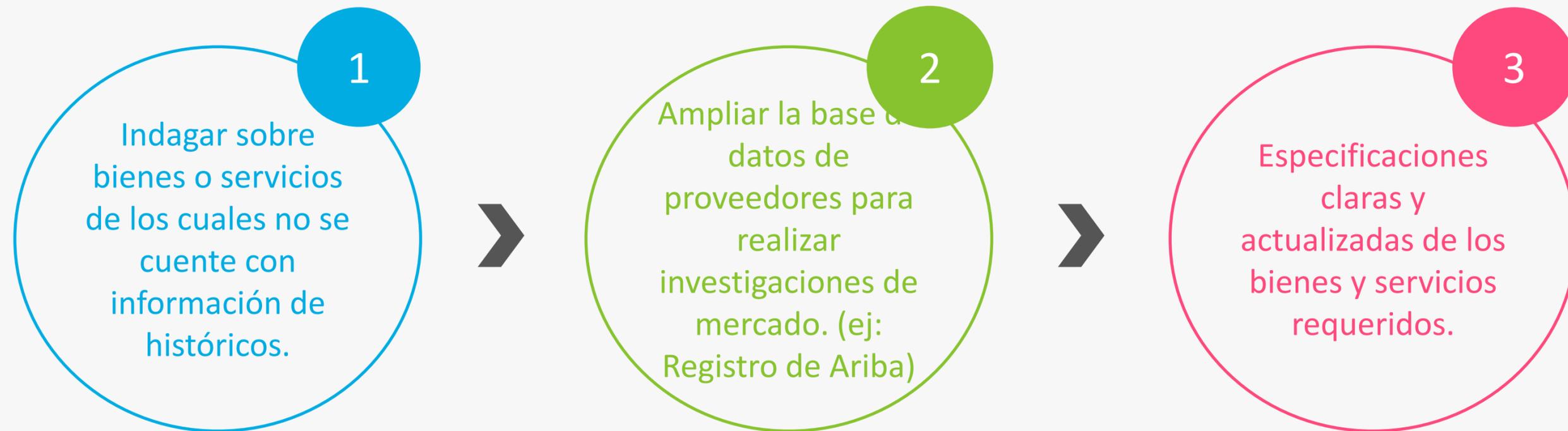
Oportunidades de mejora

¿Cuál es tu aporte desde tu rol como proveedor?



4 Oportunidades de mejora

¿Cuál es el aporte como Grupo EPM?



5

Registro

¿Sabes cuáles son los beneficios de tener actualizada la información en el registro de Ariba?

Información disponible y actualizada para los diferentes procesos de contratación en sus diferentes etapas.

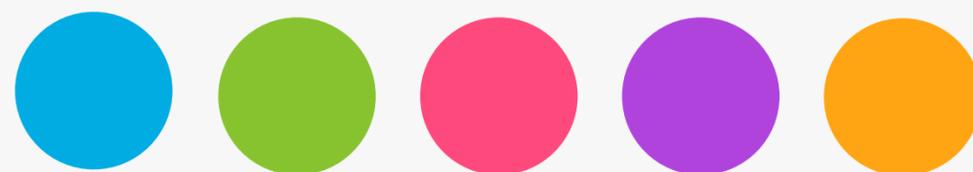
Desde el estudio de mercado:

- Nos permite optimizar la solicitud de información.
- Ayuda a establecer los requisitos para un proceso de contratación.
- Mayor rendimiento de los tiempos en el proceso de planeación.

En la presentación de ofertas:

- Validación de documentos que minimizan la etapa de subsanación.
- Optimización de tiempos en la evaluación de ofertas.
- Certeza de la información necesaria al momento de aceptación de oferta.

Garantizar el recibo de información general y relevante a los usuarios actuales del registro. (Ej: Invitaciones a eventos, socialización de cambios normativos, relacionamiento con P&C, iniciativas de desarrollo de proveedores, etc.)



Queremos conocer tu percepción.
Ayúdanos con las siguientes preguntas





Gracias
