



GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DE INVESTIGACIONES DE MERCADO

ÍNDICE

1. Fundamento legal
2. Definiciones
3. Antecedentes
4. Propósito
5. Integración de la investigación de mercado
6. Análisis de la información
7. Aspectos a considerar
8. Contratos marco
9. Adjudicación directa artículo 42
10. Adjudicación directa artículo 1
11. Formatos
12. Metodología de la búsqueda
 - 12.1 CompraNet.
 - 12.2 Organismos especializados, cámaras, asociaciones o agrupaciones industriales, comerciales o de servicios, o bien de fabricantes, proveedores, distribuidores o comercializadores del ramo correspondiente.
 - 12.3 La obtenida a través de páginas de Internet, por vía telefónica o por algún otro medio, siempre y cuando se lleve registro de los medios y de la información que permita su verificación.
 - 12.4 Histórico.
13. Solicitudes de cotización
14. Resultado de la investigación
15. Consideración final





1. FUNDAMENTO LEGAL:

- Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público (artículos 2 fracción X y 26 sexto párrafo), en lo sucesivo la Ley.
- Reglamento de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público (artículos 28 a 30), en lo sucesivo el Reglamento.
- Manual Administrativo de Aplicación General en Materia de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 9 de agosto de 2010, (apartado 4.2.1.1.109), en lo sucesivo el Manual.
- OFICIO Circular mediante el cual se emiten diversas directrices para los Oficiales Mayores de las dependencias y equivalentes en las entidades de la Administración Pública Federal y titulares de los Órganos Internos de Control, que deberán observarse en las contrataciones que se realicen entre entes públicos, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 6 de noviembre de 2017, en lo sucesivo el Oficio Circular.

2. DEFINICIONES

Investigación de mercado: la verificación de la existencia de bienes, arrendamientos o servicios, de proveedores a nivel nacional o internacional y del precio estimado basado en la información que se obtenga en la propia dependencia o entidad, de organismos públicos o privados, de fabricantes de bienes o prestadores del servicio, o una combinación de dichas fuentes de información. (artículo 2 fr X de la LAASSP)

LAAASSP: Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público.

MAAGMAASSP: Manual de Manual Administrativo de Aplicación General en Materia de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 9 de agosto de 2010 y sus reformas.

Oficio Circular del 6/11/2017. OFICIO Circular mediante el cual se emiten diversas directrices para los Oficiales Mayores de las dependencias y equivalentes en las entidades de la Administración Pública Federal y titulares de los Órganos Internos de Control, que deberán observarse en las contrataciones que se realicen entre entes públicos, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 6 de noviembre de 2017.

RLAASSP: Reglamento de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público.





3. ANTECEDENTES:

Previo al inicio de los procedimientos de contratación previstos en la Ley, las dependencias y entidades deberán realizar una investigación de mercado de la cual se desprendan las condiciones que imperan en el mismo, respecto del bien, arrendamiento o servicio objeto de la contratación, a efecto de buscar las mejores condiciones para el Estado. (artículo 26 LAASSP)

4. PROPÓSITO:

La investigación de mercado tendrá como propósito que la Entidad:

- I. Determine la existencia de oferta de bienes y servicios en la cantidad, calidad y oportunidad requeridas por las mismas;
- II. Verifique la existencia de proveedores a nivel nacional o internacional con posibilidad de cumplir con sus necesidades de contratación, y
- III. Conozca el precio prevaleciente de los bienes, arrendamientos o servicios requeridos, al momento de llevar a cabo la investigación.

La investigación de mercado podrá ser utilizada por la entidad para lo siguiente:

- I. Sustentar la procedencia de agrupar varios bienes o servicios en una sola partida;
- II. Acreditar la aceptabilidad del precio conforme al cual se realizará la contratación correspondiente;
- III. Establecer precios máximos de referencia de bienes, arrendamientos o servicios;
- IV. Analizar la conveniencia de utilizar la modalidad de ofertas subsecuentes de descuento;
- V. Determinar si existen bienes o servicios alternativos o sustitutos técnicamente razonables;
- VI. Elegir el procedimiento de contratación que podrá llevarse a cabo;
- VII. Determinar la conveniencia de aplicar alguna de las reservas contenidas en los capítulos de compras del sector público de los Tratados en relación al precio, cantidad, calidad y oportunidad de la proveeduría nacional;
- VIII. Determinar la conveniencia de efectuar un procedimiento de contratación internacional abierta, cuando la dependencia o entidad no esté obligada a llevarla a cabo bajo la cobertura de Tratados y se acredite fehacientemente que no existe en el país proveedor nacional, o que el o los existentes no pueden atender el requerimiento de la dependencia o entidad en lo que respecta a cantidad, calidad y oportunidad, o que el precio no es aceptable, y
- IX. Determinar la conveniencia de efectuar un procedimiento de contratación internacional abierto, cuando se acredite fehacientemente que en el territorio





nacional o en los países con los cuales México tiene celebrado tratado de libre comercio con capítulo de compras del sector público, no existe proveedor o que el o los existentes no pueden atender el requerimiento de la dependencia o entidad en lo que respecta a cantidad, calidad y oportunidad, o que el precio no es aceptable. (artículo 29 RLAASSP)

5. INTEGRACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO:

La investigación de mercado que realicen las dependencias y entidades deberá integrarse, de acuerdo con las características del bien o servicio a contratar, con información obtenida de **cuando menos dos** de las fuentes siguientes:

- I. La que se encuentre disponible en CompraNet;
- II. La obtenida de organismos especializados; de cámaras, asociaciones o agrupaciones industriales, comerciales o de servicios, o bien de fabricantes, proveedores, distribuidores o comercializadores del ramo correspondiente, y
- III. La obtenida a través de páginas de Internet, por vía telefónica o por algún otro medio, siempre y cuando se lleve registro de los medios y de la información que permita su verificación.

Para la debida integración de la investigación de mercado, en todos los casos deberá consultarse la información a que hace referencia la fracción I precedente. En el supuesto de que la información no se encuentre disponible en CompraNet, se deberá consultar la información histórica con la que cuente el Área contratante u otras áreas contratantes de la dependencia o entidad de que se trate. (artículo 28 LAASSP)

6. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN:

El análisis de la información obtenida en la investigación de mercado se efectuará considerando las mismas condiciones en cuanto a los plazos y lugares de entrega de los bienes o de la prestación de los servicios; la moneda a cotizar; la forma y términos de pago; las características técnicas de los bienes o servicios, y las demás circunstancias que resulten aplicables y que permitan la comparación objetiva entre bienes o servicios iguales o de la misma naturaleza.

La investigación de mercado la realizará el área especializada existente en la dependencia o entidad o, en su defecto, será responsabilidad conjunta del Área requirente y del Área contratante, salvo en los casos en los que el Área requirente lleve a cabo la contratación. Dicha investigación deberá realizarse con la anticipación que permita conocer las





condiciones que imperan en el mercado al momento de iniciar el procedimiento de contratación que corresponda.

Para los procedimientos de contratación por adjudicación directa realizados al amparo del artículo 42 de la Ley, cuyo monto sea igual o superior al equivalente a trescientas veces el salario mínimo diario general vigente en el Distrito Federal, la investigación de mercado **se podrá acreditar con al menos tres cotizaciones** obtenidas dentro de los treinta días naturales previos a la contratación.

La investigación de mercado y su resultado deberán documentarse e integrarse al expediente de contratación correspondiente. (artículo 30 LAASSP)

7. ASPECTOS A CONSIDERAR

La investigación de mercado deberá documentar que los requisitos y condiciones que se pretende establecer en la convocatoria a la licitación pública no limitan la libre participación de posibles licitantes, para lo cual deberá procurarse, en la medida de lo posible, **identificar la existencia de al menos cinco posibles proveedores** con capacidad para proveer los bienes o servicios de acuerdo con los requisitos y condiciones que se pretende establecer en la convocatoria.

Si como resultado de la investigación de mercado se identifica **un solo proveedor** potencial, se requerirá presentar el comparativo de los precios actuales cotizados por dicho proveedor y los ofrecidos en la última contratación registrada en CompraNet, o a falta de ésta, en el histórico de la dependencia o entidad, así como presentar la justificación de la elección. Cuando no existan referencias de compras anteriores se solicitará al proveedor potencial la entrega de alguno de los siguientes documentos:

1. Carta de mejor precio;
2. Cotizaciones similares si las tuviera, o
3. Información relativa de precios al público.

Cuando con motivo de la investigación de mercado, la información requerida no se encuentre en el medio consultado o no se reciba respuesta a la solicitud efectuada, **se deberá dejar constancia fehaciente de la gestión realizada.**

(Artículo 4.2.1.1.10, del MAAGMAASSP)

8. CONTRATOS MARCO

En la celebración de contratos específicos, derivados de contratos marco, no será necesaria la realización de la investigación de mercado, ya que será considerada como tal





la efectuada por la SFP, para la celebración del contrato marco.

Cuando los bienes o servicios requeridos por la dependencia o entidad correspondan a los de un contrato marco, la dependencia o entidad sólo puede celebrar contratación no sujeta al contrato marco si de la investigación de mercado que sobre el particular realice, demuestra la posibilidad de obtener mejores condiciones de contratación fuera de dicho contrato marco.

Para la demostración de ello deberá acreditar, cuando el precio del bien o del servicio de que se trate ya se encuentre fijado en el contrato marco, que el precio que puede obtenerse en el mercado es inferior al del referido contrato marco y, tratándose de contratos marco competidos -esto es, de aquéllos en que el precio no está fijado sino que es propuesto por los posibles proveedores que forman parte del contrato marco atendiendo a los requerimientos específicos que les formulen las dependencias y entidades para cada contrato específico- que ninguno de los posibles proveedores que forman parte del contrato marco es susceptible de ofertar mejores condiciones a aquéllas que son susceptibles de obtenerse fuera del contrato marco, para lo cual en la investigación de mercado deberá solicitarse cotización al total de los posibles proveedores que formen parte del contrato marco de que se trate. (Artículo 4.2.1.1.10, del MAAGMAASSP)

9. ADJUDICACIÓN DIRECTA ARTÍCULO 42

Para la adjudicación directa mixta o presencial, al amparo del artículo 42 de la Ley, en la que el monto sea igual o superior a la cantidad de trescientas veces el salario mínimo diario general vigente en el Distrito Federal, bastará contar con al menos tres cotizaciones con las mismas condiciones, obtenidas dentro de los treinta días previos a la adjudicación del contrato de proveedores plenamente identificados, para que se tenga por realizada la investigación de mercado.

En caso de adjudicación directa electrónica, fundamentada en el artículo 42 de la Ley, la investigación de mercado se acreditará con el envío de las solicitudes de cotización que se realicen a través de CompraNet, independientemente del número de cotizaciones que reciba la dependencia o entidad, sin embargo la dependencia o entidad deberá obtener al menos una por este medio, y en caso de no obtenerla deberá contar con las tres cotizaciones presenciales que refiere dicho precepto, de conformidad con el artículo 75, último párrafo del Reglamento. (Artículo 4.2.1.1.10, del MAAGMAASSP)

10. ADJUDICACIÓN DIRECTA ARTÍCULO 1

La investigación de mercado se realiza con la finalidad de estar en posibilidad de





determinar la procedencia de contratar o celebrar actos jurídicos fuera del ámbito de aplicación de la Ley, con otras dependencias o entidades, o entre entidades, o bien los que se lleven a cabo entre alguna dependencia o entidad de la Administración Pública Federal con alguna perteneciente a la administración pública de una entidad federativa, para adquirir o arrendar bienes muebles o prestar servicios se deberá dar cumplimiento a los artículos 4 del Reglamento.

En todos los casos, antes de la contratación o el acto jurídico a celebrar, deberá efectuarse una investigación de mercado que permita determinar a las dependencias o entidades contratantes, el procedimiento de contratación que deba llevarse a cabo para asegurar al Estado las mejores condiciones disponibles en cuanto a precio, calidad, financiamiento, oportunidad y demás circunstancias pertinentes, en el entendido que la investigación de mercado sustenta un procedimiento de verificación distinto y previo al de contratación que determine efectuar el ente público y será a partir del resultado que se obtenga de dicha verificación, que la dependencia o entidad estará en posibilidad de determinar si la mejor alternativa de contratación, que garantice dichas mejores condiciones, es otro ente público. (Oficio Circular del 6/11/2017)

11. FORMATOS

Los formatos a requisitar son los siguientes:

1. Solicitud de cotización FO-CON-04,
2. Resultado de la investigación de mercado FO-CON-05,

12. METODOLOGÍA DE LA BÚSQUEDA

Recibida y elaborada la requisición acorde al Formato FO-CON-03, se procederá a realizar la búsqueda de posibles proveedores o prestadores de servicios, en las fuentes que señala la norma, de acuerdo a lo siguiente:

12.1 CompraNet

La búsqueda se deberá de realizar en los siguientes apartados:

- Contratos marco vigentes y en contratos marco concluidos.
- Procedimientos de contratación en seguimiento, concluidos o vigentes.
- Para realizar la búsqueda del bien o servicio, se deberán agotar todas opciones que permitan localizar el bien o servicio en la Plataforma.
- Toda búsqueda deberá de ser documentada por medio de impresiones de las capturas de pantalla que acredite el resultado de los trabajos.
- En el supuesto de que la información no se encuentre disponible en CompraNet, se deberá consultar la **información histórica** con la que cuente el Área contratante u





otras áreas contratantes de la dependencia o entidad de que se trate.

- 12.2** Organismos especializados, cámaras, asociaciones o agrupaciones industriales, comerciales o de servicios, o bien de fabricantes, proveedores, distribuidores o comercializadores del ramo correspondiente

La búsqueda se deberá de realizar a través de:

- Internet,
- Directorios, revistas especializadas, o
- Cualquier otro medio que permita conocer sobre la oferta existente en el mercado.

- 12.3** La obtenida a través de páginas de Internet, por vía telefónica o por algún otro medio, siempre y cuando se lleve registro de los medios y de la información que permita su verificación.

La búsqueda que se realice deberá de ser documentada y verificable.

- Para realizar la búsqueda del bien o servicio en internet, se deberán agotar todas opciones que permitan localizar el bien o servicio que permita establecer comparativos cuantificables de la oferta existente en el mercado. Para mayor precisión de la información recabada, de los hallazgos en internet se podrá realizar llamada telefónica para la obtención de datos específicos del bien o servicio del que se investiga su existencia y precio de referencia.
- Toda búsqueda en internet deberá de ser documentada por medio de impresiones de las capturas de pantalla que acredite el resultado de los trabajos y toda llamada mediante nota informativa que contenga la información de la llamada, fecha y firma de la persona que realizó la consulta.

12.4 Histórico

Se realizará la búsqueda en los archivos del Centro Público de Investigación, para localizar el servicio requerido u otro afín que aporte información a la investigación.

13. SOLICITUDES DE COTIZACIÓN

Las solicitudes de cotización serán recabadas a través del formato FO-CON-04, cumpliendo con el contenido del formato y se deberá recabar lo siguiente:





- 13.1 Comprobante documental del envío de la solicitud de cotización.
- 13.2 Comprobante documental de la recepción de la cotización del proveedor.

Todas las solicitudes deberán de ser enviadas en idénticas condiciones a todos los proveedores o prestadores de servicios, debidamente detalladas.

14. RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN

El Resultado de la Investigación de Mercado, en el que se analizarán las cotizaciones, se plasmará en el formato FO-CON-05 y en un documento en que se relate la metodología del estudio y se analice toda la información obtenida, para arribar a una conclusión y deberá de contar con al menos lo siguiente:

- 14.1 Para la adjudicación directa mixta o presencial, al amparo del artículo 42 de la Ley, tres cotizaciones con las mismas condiciones.
- 14.2 Para la adjudicación directa electrónica, una obtenida por CompraNet o tres cotizaciones presenciales.
- 14.3 En los demás casos, haber identificado la existencia de al menos cinco posibles proveedores,
- 14.4 Cuando no existan referencias de compras anteriores se solicitará al proveedor potencial la entrega de alguno de los siguientes documentos:
 - Carta de mejor precio;
 - Cotizaciones similares si las tuviera, o
 - Información relativa de precios al público.

15. CONSIDERACIÓN FINAL

Toda la documentación que se genere con motivo de la investigación de mercado formará parte del procedimiento de contratación y quedará bajo resguardo del Área Contratante.

Se suscribe el presente documento a los 11 días del mes de noviembre del 2021.

Lic. Omar Francisco Gómez Martínez

Director de Administración del Centro de Investigación en Ciencias de Información Geoespacial, A.C.

