

## ANEXO «F»

---

### Recomendaciones en la elaboración de Investigación de Mercado para acreditar los distintos supuestos previstos en la Ley de Contrataciones Públicas para el Estado de Guanajuato

1. **Diferenciar** entre la justificación de la marca y la investigación de mercado.

**Por regla general no podrá solicitarse una marca específica o una empresa determinada**, salvo que existan razones técnicas debidamente justificadas por las áreas solicitante y normativa. En este sentido, el documento de **justificación de una marca específica deberá presentarse por separado** ya que tienen objetivos diferentes. Por un lado la justificación de marca reviste elementos técnicos de necesidad, y por otro lado la investigación de mercado un ejercicio de consulta en distintas fuentes sobre las condiciones en el mercado de un bien o servicio.

2. **Investigación de mercado.**

El **objetivo** de las investigaciones de mercado es **proporcionar al funcionario público información** para llevar a cabo un proceso de compras que **permita obtener el mayor valor por el dinero gastado**. Esta investigación debe realizarse previo al inicio de los procedimientos de contratación

Algunos de los contenidos con los que debe contar dicha investigación para cumplir este objetivo son:

- La **existencia de los bienes**, arrendamientos o servicios y la **identificación de los proveedores** a nivel nacional o internacional
- La identificación de bienes y servicios **sustituibles**
- La identificación de **procesos alternativos** (como renta en lugar de compra)
- El **precio prevaleciente** de los bienes y servicios requeridos al momento de llevar a cabo la investigación de mercado
- Una **estimación** de qué tan **competitivo** es el **mercado**

Algunos de los factores que deben tomar en cuenta las unidades usuarias al momento de realizar investigaciones de mercado son:

- Uso de **fuentes de información confiables**

La principal característica que deben cumplir las investigaciones de mercado es que la **f fuente** que utilicen sea **verificable**. De esta manera se **garantiza** que los **precios y condiciones** encontrados en la investigación estén realmente **disponibles** en el **mercado** y pueden ser obtenidos por la dependencia, entidad o unidad administrativa.

- **Confidencialidad**

Las dependencias, entidades o unidades administrativas deben cuidar que **los participantes no tengan acceso a la información recopilada** por medio de las investigaciones de mercado antes de que se lleve a cabo la presentación de ofertas. La divulgación de los datos contenidos en la investigación de mercado puede generar ventajas para unos participantes sobre otros e incrementar el riesgo de colusión y en ambos casos el resultado es una **disminución en el nivel de competencia del concurso**.

- **Planeación**

Para que las investigaciones de mercado resulten útiles, es necesario que estén listas **antes de que inicie el proceso de compra**. Para lograrlo, es indispensable que la unidad requirente planeé con tiempo sus procedimientos de adquisición de tal forma que quede **tiempo disponible para analizar** y usar los **resultados** de las investigaciones de mercado. Se debe tomar en cuenta que la elaboración de estudios de mercados no es solamente un requisito, sino una fuente de información relevante para la toma de decisiones.

- **Diferenciación de investigaciones de mercado**

En todos los casos es deseable que se elabore una investigación de mercado pero no siempre se requieren acreditar los mismos supuestos. Cuando se trata de un bien o servicio estandarizado y/o con amplia competencia en el mercado, la necesidad de investigar será diferente y la investigación de mercado requerirá pocas fuentes de información; en contraste, cuando la compra o contratación se refiera a un bien, servicio o arrendamiento con alto nivel de complejidad, será necesario realizar una investigación de mercado a profundidad para determinar las condiciones óptimas del diseño de la convocatoria.

### 3. **Fuentes para acreditar la Investigación de Mercado**

Para acreditar la investigación de mercado se deben incorporar en el documento respectivo **cuando menos dos de las fuentes siguientes**:

- I. Procesos anteriores de compra, compras o adquisiciones realizadas por otras instancias dentro y fuera del estado, verificación de servicios proporcionados por proveedores similares.

Se recomienda que 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 el histórico de la Dependencia o Entidad, así como presentar la justificación de la elección. Cuando no existan referencias de contrataciones anteriores se puede solicitar al proveedor potencial la entrega de alguno de los siguientes documentos:

- A. Carta de mejor precio;
- B. Cotizaciones similares si las tuviera, o
- C. Información relativa de precios al público.

- II. La obtenida de **organismos especializados o fuentes oficiales (CENETEC, IMPI, PROFECO, BANCOMEXT, etc.)**; de cámaras, asociaciones o agrupaciones industriales, comerciales o de servicios, institutos especializados o de investigación; 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 realice el 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.

#### 4. Supuestos específicos

En todos los casos deberá hacerse mención expresa en el título del documento que se trata de una **Investigación de Mercado** y se deberá acreditar cada una de los elementos que los supuestos señalan a continuación:

- A) Solamente se efectuarán licitaciones de carácter **internacional**, cuando **previa investigación de mercado** realizada por las Dependencias, Entidades y Órganos de Administración, se justifique que **no existe oferta en cantidad y calidad** aceptables de proveedores nacionales; o cuando el **precio sea menor**, en **igual o superior** condición de **calidad** de los bienes.

Supuestos que se deben acreditar según se requiera:

**No existe oferta en cantidad por parte de proveedores nacionales** (No hay proveedores que puedan surtir o proporcionar las cantidades requeridas de los bienes o servicios en los plazos necesarios)

- ✓ Consulta organismos especializados públicos o privados
- ✓ Cartas o documentos de proveedores
- ✓ Consulta sitios de internet, teléfono u otro medio

**No existe oferta en calidad por parte de proveedores nacionales** (No hay proveedores que puedan surtir o proporcionar los bienes o servicios con la calidad requerida)

- ✓ Consulta organismos especializados públicos o privados
- ✓ Cartas o documentos de proveedores
- ✓ Consulta sitios de internet, teléfono u otro medio

**Precio menor en igual condición** (El proveedor internacional proporciona un bien o servicio requerido en menor precio)

- ✓ Consulta organismos especializados públicos o privados
- ✓ Cartas o documentos de proveedores
- ✓ Consulta sitios de internet, teléfono u otro medio
- ✓ Cotizaciones o comparativas de precios

**Precio menor en mejor condición** (El proveedor internacional proporciona un bien o servicio al mismo precio pero de mejor calidad dentro de las requeridas)

- ✓ Consulta organismos especializados públicos o privados
- ✓ Cartas o documentos de proveedores
- ✓ Consulta sitios de internet, teléfono u otro medio
- ✓ Cotizaciones o comparativas de precios

- B)** Cuando **previa investigación** de mercado **aprobada por el Comité** y previo acuerdo por el área competente, el Comité autorice que el contrato **sólo puede adjudicarse** o celebrarse con **una determinada persona, sin llevar a cabo las licitaciones** que establece la Ley, por ser la **titular de las patentes, marcas u otros derechos exclusivos de los bienes** o servicios de que se trate;

Supuestos que se deben acreditar según se requiera:

**Sólo puede adjudicarse o celebrarse con una determinada persona** (Solamente existe un proveedor, prestador de servicios o distribuidor)

- ✓ Consulta organismos especializados públicos o privados
- ✓ Cartas o documentos de proveedores
- ✓ Consulta sitios de internet, teléfono u otro medio

**Titular de las patentes, marcas u otros derechos exclusivos de los bienes** (Se debe acreditar que es titular)

- ✓ Consulta organismos especializados públicos o privados
- ✓ Cartas o documentos de proveedores
- ✓ Consulta sitios de internet, teléfono u otro medio

- C)** Cuando **previa investigación** de mercado **aprobada por el Comité** y previo acuerdo por el área competente, el Comité autorice que el contrato **se adjudique de manera directa por no existir** por los menos **tres proveedores**;

Supuestos que se deben acreditar según se requiera:

**No existan por los menos tres proveedores** (Se debe acreditar cuantos son los proveedores que pueden proporcionar los bienes o servicios)

- ✓ Consulta organismos especializados públicos o privados
- ✓ Cartas o documentos de proveedores
- ✓ Consulta sitios de internet, teléfono u otro medio

Es de señalarse que las recomendaciones que aquí se exponen, no sustituyen a los formatos y los lineamientos del Programa Operativo Anual de Compras de las Dependencias y Entidades, sino que son elementos para complementar y clarificar el contenido de los mismos.

**(FORMATO)**

**INVESTIGACIÓN DE MERCADO PARA (SEÑALAR EL OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO)**

**1. DESCRIPCIÓN DE LA CONTRATACIÓN**

Señalar brevemente los bienes o servicios que se pretenden contratar,

**2. ANTECEDENTES**

Se deberá incluir una exposición de la necesidad por parte de la Dependencia o Entidad, haciendo mención a la infraestructura con la que se cuenta actualmente, incluyendo fechas, cantidades y datos técnicos, entre otros.

**3. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN**

Describir el resultado que se pretende acreditar con la presentación de mercado.

Ejemplo:

Acreditar que el contrato sólo puede adjudicarse o celebrarse con una determinada persona, por ser la titular de las patentes, marcas u otros derechos exclusivos de los bienes o servicios de que se trate, en términos del artículo 93, fracción III, de la Ley de Contrataciones Públicas del Estado de Guanajuato. (En este caso, en su solicitud, además deberá adjuntar las razones técnicas para la contratación con “marca” o “empresa” determinada, mediante el formato Anexo E de los presentes lineamientos)

Acreditar que no existen por lo menos tres proveedores en el mercado con los que pueda adjudicarse el contrato en términos del artículo 93, fracción V, de la Ley de Contrataciones Públicas del Estado de Guanajuato.

**4. METODOLOGÍA DE INTEGRACIÓN DE LA INFORMACIÓN**

Señalar la forma y métodos mediante los cuales se recabó la documentación que sirve de soporte para la presente investigación.

**5. ALCANCE DE LA CONTRATACIÓN**

Señalar la razón de ser del proyecto, se deben precisar aquellos objetivos que se pretenden alcanzar con la adquisición de los bienes o contratación de los servicios

**6. PLAZOS Y CONDICIONES DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO (SOLO APLICA PARA SERVICIOS)**

Señalar las fechas o períodos en las que se pretenden recibir los servicios, puntualizando las condiciones como: condiciones de privacidad, garantías contractuales, definición de entregables, etc.

**7. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

Se deberán plasmar un resumen de las condiciones de mercado que se identificaron, producto de la documentación recabada en el punto anterior, señalando al menos la siguiente información:

<b>Nombre de proveedores</b>	<b>Proveedor 1</b>	<b>Proveedor 2</b>	<b>Proveedor 3</b>	<b>Proveedor 4</b>
Características ofertadas				
Tiempo de entrega				
Costo				
Análisis respecto al cumplimiento de las especificaciones solicitadas.				

**8. DOCUMENTACIÓN SOPORTE**

Enlistar toda la documentación que acredite la excepción de licitación.

**9. CONCLUSIÓN**

Señalar de manera ejecutiva los resultados de la investigación de mercado.

---

**FIRMA DEL RESPONSABLE**