

Referencia: Decreto (“Decreto”) por el que se reforma el artículo 45 del Reglamento de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público (“LAASSP”)¹

El pasado 27 de marzo se publicó en el Diario Oficial de la Federación el Decreto, cuyo objeto fue la modificación del artículo 45 del Reglamento de la LAASSP, en torno a lo cual comentamos lo siguiente:

1. Comparativo de artículo reformado:

Artículo 45 del Reglamento de la LAASSP anterior	Artículo 45 del Reglamento de la LAASSP modificado y vigente
Artículo 45. 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. El resultado de la investigación de mercado deberá remitirse al órgano interno de control para que emita los comentarios que correspondan en un plazo no mayor a siete días hábiles, contados a partir de la recepción de dicho resultado, los cuales no serán vinculantes.	Artículo 45. 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. El resultado de las investigaciones de mercado, con la información a que se refiere el artículo 52 de este Reglamento , deberá cargarse por las áreas contratantes en el módulo de la Plataforma que se habilite para tal efecto, dentro de los cinco días hábiles siguientes a su emisión.

2. Análisis de la regulación de la investigación de mercado previo a la reforma contenida en el Decreto.

Se trata de la primera reforma al Reglamento de la LAASSP publicado el pasado 18 de diciembre, en donde el nuevo artículo 45 elimina lo referente a la remisión del resultado de la investigación de mercado al órgano interno de control (“OIC”) para la emisión de comentarios en un plazo máximo de 7 días, lo que fue sustituido por la obligación de contener la información referida en el artículo 52 del mismo Reglamento y publicarse en la Plataforma.

En torno al artículo 45 del nuevo Reglamento en previa nota este despacho comentó lo siguiente²:

“4. La investigación de mercado

¹ https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5783437&fecha=27/03/2026#gsc.tab=0

² https://www.mgk.mx/files/pParticularidades_Reglamento_LAASSP.pdf

Aunque su regulación es mejor que la del Reglamento abrogado, en nuestro concepto continúa siendo deficiente. Como diferencias se encuentran las siguientes:

Se establece la obligación de remitir los resultados de la investigación de mercado para que, en un plazo de 7 días, el órgano interno de control correspondiente emita comentarios, aunque no son vinculantes³.

Por otro lado, el Reglamento abrogado establecía la obligatoriedad de utilizar dos de tres fuentes: a) Compranet (siempre obligatoria); b) la obtenida de cámaras, asociaciones, proveedores, etc.; y c) la obtenida por Internet o por medios electrónicos. De manera similar, lo hace el nuevo Reglamento⁴ (sustituyendo Compranet por la Plataforma), pero agregando una cuarta fuente consistente en “solicitudes de cotización a fabricantes, proveedores, distribuidores o comercializadores y, en su caso, a entes públicos”.

Hay algo importante en ello (cuando menos jurídicamente, aunque en la práctica podría ser distinto). Con la legislación previa (tanto LAASSP como su Reglamento) se desnaturalizaba el verdadero objetivo de la investigación de mercado, porque la investigación debería estar regulada como una facultad de planeación, no como una etapa de perfeccionamiento de la voluntad contractual donde un proveedor en lugar de cotizar en una simple estimación informativa debía presentar una oferta vinculante con objeto, precio y plazo, pero en la práctica pasaba lo último, es decir, un proveedor interesado cotizaba y la autoridad lo obligaba a sostener su oferta (lo que posiblemente era una reacción administrativa para evitar precios artificiales en el desahogo de estudios de mercado, pero que terminó por generar que la investigación de mercado fuese utilizada como un procedimiento real de contratación en suplencia de una licitación).

Sin embargo, debe considerarse que la nueva LAASSP⁵, cuando se refiere al “procedimiento de adjudicación directa”, no se refiere a la “cotización” del estudio de mercado, sino a la “confirmación de la cotización” del estudio de mercado, la cual es vinculante porque se ratifica e incluso existe la obligación de mantenerla vigente durante 20 días hábiles.

Esto es, ahora habrá -cuando menos jurídicamente- una cotización no vinculante para estudio de mercado, pero será vinculante (será una oferta formal) si la misma es confirmada y ratificada por el oferente (con ello se buscó evitar la artificialidad de los precios en la cotización no vinculante, pues si quien desahogó la investigación de mercado tiene interés en ser adjudicado directamente, tendrá que sostener el precio de la cotización no vinculante).

No obstante lo anterior, en nuestro concepto, la investigación de mercado sigue siendo una posible simulación del procedimiento de licitación pública, y la vinculación o no de la cotización dependería del momento en que la autoridad requiera la “confirmación” (lo cual podría ocurrir, de manera no deseada, desde el mismo desahogo de la invitación a cotizar). En adición a ello, se establece que la investigación de mercado debe contener diversos elementos⁶, entre estos, “el resultado de las ofertas subsecuentes de descuentos”, lo que confirma que la unión de investigación de mercado y adjudicación directa es un nuevo procedimiento de contratación paralelo a la licitación (simplificando la misma).”

3. Consecuencias del Decreto.

En nuestro concepto, la opinión previa prevalece en todo, salvo el cambio que se reduce a dos cuestiones, una que en nuestro concepto es negativa y otra sumamente positiva:

- i. La negativa, consistente en que ya no será informado el OIC (dependiente de la Secretaría Anticorrupción y Buen Gobierno) sobre el resultado de la investigación de mercado, lo que en nuestro concepto era favorable, pues la intervención del OIC en el

³ Artículo 45

⁴ Artículo 47

⁵ Artículo 57, fracción II

⁶ Artículo 52

análisis del origen mismo del documento del que parten las decisiones más elementales del procedimiento de contratación podría resultar en una herramienta de gran valía.

- ii. Sin perjuicio de lo anterior, la adición de la obligación de publicar en la Plataforma los resultados de la investigación de mercado con los datos a que se refiere el artículo 52 del Reglamento de la LAASSP⁷, si se cumple debidamente en la práctica, sería una ruptura de paradigmas en favor de la transparencia, y el Estado expondría sus errores (que con alto grado de seguridad existirían, pues no hay una debida regulación de la investigación de mercado) pero a cambio lograría, a través de la publicidad (principio previsto en el artículo 134 Constitucional), una herramienta que mediante la auto-regulación y la observancia e intervención de terceros (por ejemplo, a través de derechos de petición, preguntas en juntas de aclaraciones o inconformidades) permitiera mejorar el proceso de compra pública ante la exhibición de los defectos de la investigación.

En nuestro concepto, esta inclusión (sin perjuicio de la derogación de la intervención del OIC) es de gran valor y posiblemente una apuesta del Estado, cuando menos en esta materia muy particular, por la transparencia. El resultado previsible a corto plazo posiblemente será un cuestionamiento considerable al actuar del Estado, pero los resultados (si se permite dar la vida necesaria a esta reforma y se cumple en la especie) serán por demás favorables para el racional y debida utilización del erario y la justa y leal competencia.

Sin embargo, debe tomarse en cuenta que si bien el Decreto entró en vigor el día de su publicación, el Artículo Segundo Transitorio otorga a la referida Secretaría un plazo de hasta 180 días para habilitar el módulo correspondiente en la Plataforma, y a partir de esa habilitación las áreas contratantes contarán con 90 días para cargar las investigaciones generadas.

4. Límites de la reforma.

Aun cuando resultaba favorable la intervención del OIC, la inclusión de la transparencia es un beneficio mayor. Sin embargo, lo deseable no solo era la transparencia (en nuestro concepto lo más complejo, que ahora se establece como obligación) sino ello acompañado de la debida regulación de una investigación de mercado.

Un estudio o investigación de mercado debe ser regulado y ejecutado sólidamente con una verdadera gestión de investigación, con un diseño metodológico, recolección y análisis de datos profundo y sobre todo riguroso. El Reglamento de la LAASSP sólo establece que la investigación de mercado debe de obtenerse de ciertas fuentes muy básicas como obtener información de antecedentes de compras públicas, realizar cuestionarios a organismos o empresas (que pueden dar precios artificiales para “proteger” su mercado u obtener información de Internet, sin criterios de confiabilidad de la información), lo cual desde luego no puede ser considerado como un diseño metodológico, mucho menos riguroso.

⁷ Tal disposición normativa indica que la investigación debe contener los objetivos, fuentes de información utilizadas, existencia de bienes o servicios, número de potenciales proveedores, su nacionalidad, país de origen de bienes y grado de contenido nacional, **mediana y promedio de precios**, estratificación de potenciales proveedores y en su caso resultado de ofertas subsecuentes de descuento.

Además, en la práctica es común que los funcionarios públicos que realizan los estudios de mercado no estén debidamente capacitados para ello (menos aún sin la intervención del OIC). Por ejemplo, en España la Ley 9/2017 en su artículo 115 permite que los órganos de contratación que realicen estudios de mercado puedan contratar asesores externos expertos. Esta posibilidad podría estar prevista en México, o bien, otorgar facultades exclusivas a un órgano del Estado especializado en ello, como lo podría ser la Secretaría de Economía a través de sus Unidades de Competitividad y Competencia o de Desarrollo Productivo que cuentan con facultades y especialización en la materia. En este sentido, la contratación de un tercero o la concentración de facultades en un órgano del Estado abonaría a que la investigación de mercado no fuese realizada por la propia autoridad adquirente como “juez y parte” que puede generar, además de ineficiencias, potenciales riesgos de corrupción. Sin embargo, la publicidad no deja de ser una gran ventaja, porque permitirá la corrección de la investigación de mercado a través de criterios de la Secretaría Anticorrupción y Buen Gobierno (vía inconformidad) o los órganos jurisdiccionales (Tribunal Federal de Justicia Administrativa o Poder Judicial de la Federación vía jurisprudencia).⁸

No debe perderse de vista que un ejemplo claro que las deficiencias de un debido estudio de mercado fueron expuestas ante la intervención de oficio y anulación del evento LA-12-NEF-012NEF001-I-1-2025 relativo a la mayor compra de insumos para la salud en México para los años 2025 y 2026.

La reforma implica un compromiso con la transparencia, aunque los plazos de observancia son considerables. Es necesario además el acompañamiento de una infraestructura para cumplirla con el debido rigor técnico, así como la presión de la iniciativa privada para que no se trate de una reforma programática más que no sea eficaz.

Quedamos a sus órdenes para cualquier aclaración o duda al respecto.

Ciudad de México a 30 de marzo de 2026

⁸ Investigación doctoral en curso. “Análisis jurídico institucional del derecho humano de acceso a la salud. El problema del desabasto de insumos para la salud en el sector público”. Universidad La Salle (al226642).