

QUE EXPIDE LA LEY PARA LA PROTECCIÓN Y PROMOCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS COMERCIALES, SUSCRITA POR LOS DIPUTADOS ALMA CAROLINA VIGGIANO AUSTRIA Y ALFREDO BEJOS NICOLÁS, DEL GRUPO PARLAMENTARIO DEL PRI

Los suscritos, diputada Alma Carolina Viggiano Austria y diputado Alfredo Bejos Nicolás, integrantes del Grupo Parlamentario del Partido Revolucionario Institucional, con fundamento en lo dispuesto en el artículo 71, fracción II, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, y en los artículos 6, numeral 1, fracción I, 77 y 78 del Reglamento de la Cámara de Diputados, someten a consideración de esta asamblea la presente iniciativa en materia de buenas prácticas comerciales, al tenor de la siguiente

Exposición de Motivos

Primero: El estado actual de la economía mundial y la creciente occidentalización, ha hecho posible que casi todos los países sean interdependientes y que sean objeto de un proceso de integración que ha alcanzado a sus regiones más distantes; lugares que en otros tiempos parecían llevar su propio ritmo. En términos económicos, esta interdependencia se debe a la variedad de las transacciones transfronterizas de bienes y servicios, al flujo internacional de capitales y al uso creciente de la tecnología –sobre todo en el ámbito de las comunicaciones y la información.

Precisamente el flujo internacional de capitales -que se ha dado con ciertas facilidades operadas por los gobiernos, quienes ven en ello la oportunidad de atraer inversión-, ha hecho posible que empresas transnacionales hayan logrado posicionarse en países donde la industria local, normalmente rezagada, no había logrado satisfacer las exigencias de su mercado. En un principio, la llegada de estas empresas se avizoró como una oportunidad de los consumidores para tener más variedad de productos, con mejor calidad y precio, partiendo de la idea de que la competencia propiciaría un crecimiento favorable de la industria local. No obstante, con el paso del tiempo, las empresas transnacionales han extendido sus alcances y han impuesto formas de consumo que han dado pie al rezago de los pequeños comercios.

Hoy en día encontramos, cada vez con más frecuencia, fenómenos trascendentales como la proliferación de cadenas de tiendas en los formatos de megamercados, hipermercados, supermercados, bodegas, tiendas de conveniencia, clubes de membresías y centros comerciales, y la expansión de las tiendas de autoservicio y departamentales a través de alianzas comerciales.

Por el contrario, los comercios tradicionales de venta al menudeo, como las tiendas de abarrotes, ultramarinos y misceláneas, siguen operando, pero en condiciones de desventaja por la forma en que los grandes establecimientos llevan a cabo sus operaciones en nuestro país y porque son objeto de prácticas que, si bien no son monopólicas, si afectan el adecuado desarrollo de su actividad.

Los pequeños y medianos comerciantes son un eslabón fundamental en la cadena de abastecimiento nacional y su aportación a la economía nacional es de vital importancia. Por ello, es cada vez más necesaria una regulación que los proteja contra las malas prácticas que, por su naturaleza, hasta la fecha no han sido atendidas. Se trata de prácticas como la venta a distribuidores de productos en mal estado, descuentos o reducciones unilaterales a precios facturados previamente o incumplir con cualquiera de las condiciones pactadas con anticipación entre los agentes económicos.

Es indispensable garantizar la supervivencia de los pequeños y medianos comerciantes, así como procurar su crecimiento y desarrollo, proveyéndolos de un marco normativo que les brinde seguridad jurídica. Su mantenimiento en la economía nacional es determinante para fomentar un mercado competitivo.

Por otro lado, en la actualidad, los micro, pequeños y medianos productores, proveedores de las tiendas de autoservicio, enfrentan dificultades para operar ante la fuerza económica de las grandes cadenas comerciales que los obliga a aceptar condiciones unilaterales y desventajosas para seguir en el mercado, o bien, a cerrar sus negocios.

La creciente participación de las cadenas de tiendas de autoservicios que concentran la demanda y consiguen una mayor participación del valor total de la producción vendida, obliga a los pequeños productores, agricultores, ganaderos, industriales, entre otros, y a sus organizaciones, a recurrir a estrategias cada vez más complicadas para lograr que sus productos ingresen y permanezcan en el mercado de las grandes cadenas comerciales.

Se requiere de un régimen jurídico que atienda específicamente la interacción de las transacciones entre comerciantes, así como entre éstos y sus proveedores, además de establecer una mínima protección contra los abusos de los grandes proveedores, establecimientos o cadenas comerciales, beneficiando con ello al consumidor final, que actualmente resulta perjudicado por abusos o mala calidad de la mercancía.

Segundo: Tomando en cuenta la situación descrita, se propone crear una ley específica que regule las prácticas comerciales que se dan entre productores y comerciantes, cuyo principal objetivo es brindarles un marco jurídico e institucional que les permita tener acceso expedito a la justicia.

Esta iniciativa de Ley para la Protección y la Promoción de Buenas Prácticas Comerciales desarrolla en su contenido las disposiciones básicas para garantizar las buenas prácticas comerciales que no son objeto de la Ley Federal de Competencia Económica, pero generan un desequilibrio en las relaciones comerciales. La finalidad es propiciar la interacción eficiente y equitativa entre agentes económicos.

Para tal fin, se contempla hacer uso de los medios alternativos de solución de conflictos entre las partes involucradas para facilitar los procedimientos y reducir los costos de la resolución de controversias. Puntualmente, se regulan los procedimientos de mediación y de arbitraje, con lo cual se amplía la gama de posibilidades por medio de las cuales los agentes podrán dirimir sus diferencias, propiciando así el diálogo, la negociación y la cooperación entre ellos.

Asimismo, se prevé la creación de un Consejo para la Protección y la Promoción de Buenas Prácticas Comerciales, dependiente de la Secretaría de Economía, y de Unidades de Buenas Prácticas Comerciales, a través de las cual se vigile el cumplimiento de esta Ley, así como el combate y la sanción a las conductas recurrentes contrarias a las buenas prácticas comerciales.

Entre las facultades del Consejo y las Unidades, según sea el caso, se incluyen: (i) iniciar procedimientos administrativos de investigación; (ii) imponer sanciones y medidas de apremio; (iii) conocer de las inconformidades presentadas por los agentes; (iv) establecer los procedimientos de mediación y arbitraje; (v) entre otros.

Las resoluciones que emitan respecto a un procedimiento administrativo de investigación podrán consistir en:

- Una recomendación a los agentes involucrados conminándoles a modificar sus prácticas comerciales;
- La determinación de que existe un patrón recurrente de conductas contrarias a las buenas prácticas comerciales y la imposición de una sanción de conformidad con esta Ley, o
- La determinación de que no existe un patrón recurrente de conductas contrarias a las buenas prácticas comerciales.

El crecimiento económico de México depende de efectivas condiciones de igualdad de oportunidades, equidad, legalidad, corresponsabilidad y competitividad. Para ello, es de gran importancia contar con un ordenamiento específico, como la iniciativa que se presenta, que regule las prácticas comerciales que se desarrollan en el territorio nacional, para que exista así, un adecuado equilibrio y distribución de la riqueza que permita la participación de todos los actores: pequeños, medianos y grandes.

Por lo anteriormente expuesto y fundamentado, sometemos a la consideración de esta honorable Cámara de Diputados, la siguiente iniciativa con proyecto de

Decreto por la que se expide la Ley para la Protección y Promoción de Buenas Prácticas Comerciales

Artículo Único. Se expide la Ley para la Protección y la Promoción de Buenas Prácticas Comerciales, para quedar como sigue:

Ley para la Protección y Promoción de Buenas Prácticas Comerciales

Capítulo I Disposiciones Generales

Artículo 1o. La presente Ley es de orden público, interés general y de aplicación en todo el territorio nacional; tiene por objeto proteger y promover las buenas prácticas comerciales competitivas, a lo largo del ciclo comercial y hasta la oferta de mercancías al consumidor final, con el fin de generar seguridad jurídica, facilitar la solución conciliada de conflictos entre éstos, sancionar las conductas contrarias a las prácticas comerciales competitivas y contribuir a la salvaguarda de los derechos de los consumidores finales.

Serán de aplicación supletoria a lo no previsto en esta Ley, el Código de Comercio, la Ley Federal de Protección al Consumidor, la Ley Federal de Procedimiento Administrativo, la Ley Federal de Competencia Económica y los tratados internacionales suscritos por México en los términos que marca la Constitución.

Artículo 2o. La presente Ley será aplicable a los contratos que se celebren entre los agentes a los que se refiere la fracción I del artículo 3º de este ordenamiento.

Para efectos de esta Ley se presumirá que existe un contrato siempre que se dé una relación comercial entre agentes.

Las disposiciones de esta Ley no serán aplicables a los contratos de prestación de servicios, cualquiera que sea la naturaleza de éstos.

Las dependencias y entidades de las administraciones públicas federal, estatal, municipal y del gobierno del Distrito Federal no estarán sujetas a esta Ley para efectos de las contrataciones que lleven a cabo.

Artículo 3o. Para los efectos de esta Ley se entenderá por:

- I. Agentes: las personas físicas y morales a las que se refiere el Título I del Código de Comercio, además de los consorcios, grupos empresariales, grupo de personas o personas relacionadas en los términos de la presente Ley;
- II. Cámara o Confederaciones: las definidas en la Ley de Cámaras Empresariales y sus Confederaciones;
- III. Conductas contrarias a las buenas prácticas comerciales: las establecidas en el artículo 6º de esta Ley;

IV. Contrato: cualquier acuerdo de voluntades entre agentes que tenga por objeto la compraventa, suministro o distribución de mercaderías, cualquiera que sea el medio por el que se alcance el acuerdo y sin importar la forma de celebración;

V. Consejo: el Consejo para la Protección y Promoción de las Buenas Prácticas Comerciales;

VI. Consorcio: el conjunto de agentes vinculados entre sí por una o más personas físicas que integrando un grupo de personas tenga el control de las primeras;

VII. Control, la capacidad de una persona o grupo de personas de llevar a cabo cualquiera de los actos siguientes:

a. Imponer, directa o indirectamente, decisiones en las asambleas generales de accionistas, de socios u órganos equivalentes, o nombrar o destituir a la mayoría de los consejeros, administradores o sus equivalentes, de una persona moral;

b. Mantener la titularidad de derechos que permitan, directa o indirectamente, ejercer el voto respecto de más del cincuenta por ciento del capital social de una persona moral, y

c. Dirigir, directa o indirectamente, la administración, la estrategia o las principales políticas de una persona moral, ya sea a través de la propiedad de valores, por contrato o de cualquier otra forma;

VIII. Costo de adquisición: el incurrido por las personas que realizan actividades comerciales y que se integra a partir del monto por compra de mercancías, disminuido con el monto de las devoluciones, descuentos y bonificaciones sobre las mismas, efectuados sobre las mismas en relación con los últimos costos o gastos conocidos en el ejercicio de que se trate, adicionado de los gastos o costos incurridos para adquirir y dejar las mercancías en condiciones de ser enajenadas;

IX. Costo de transformación: el que comprende aquellos costos o gastos directamente relacionados con las unidades producidas, además de una parte, calculada de forma sistemática, de los costos indirectos, variables o fijos, en los que se haya incurrido para transformar las materias primas en productos terminados;

X. Días: los días naturales;

XI. Grupo empresarial: el conjunto de personas morales organizadas bajo esquemas de participación directa o indirecta del capital social, en las que una misma sociedad mantiene el control de dichas personas morales;

XII. Grupo de personas: las personas que tengan acuerdos de cualquier naturaleza para tomar decisiones en un mismo sentido en el marco de la presente Ley. Se presume, salvo prueba en contrario, que constituyen un grupo de personas:

a. Las personas morales que formen parte de un mismo consorcio o grupo empresarial y la persona o conjunto de personas que tengan el control de dichas sociedades.

XIII. Ley: la presente ley;

XIV. Mediación: cualquier procedimiento por virtud del cual los agentes, con la ayuda de un tercero neutral, intentan alcanzar un acuerdo que resuelva sus diferencias, incluyendo la conciliación;

XV. Mercadería: Todo bien mueble susceptible de ser adquirido para su venta a un consumidor final;

XVI. Personas relacionadas: las que respecto de un agente se ubiquen en alguno de los supuestos siguientes:

- a. Las personas que controlen o tengan influencia significativa en una persona moral que forme parte del grupo empresarial o consorcio al que la pertenezca, así como los consejeros o administradores y los directivos relevantes de las integrantes de dicho grupo o consorcio;
- b. Las personas que tengan poder de mando en una persona moral que forme parte de un grupo empresarial o consorcio al que pertenezca;
- c. El cónyuge, la concubina o el concubinario y las personas que tengan parentesco por consanguinidad o civil hasta el cuarto grado o por afinidad hasta el tercer grado, con personas físicas que se ubiquen en alguno de los supuestos señalados en los incisos a. y b. de esta fracción, así como los socios y copropietarios de las personas físicas mencionadas en dichos incisos con los que mantengan relaciones de negocios;
- d. Las personas morales que sean parte del grupo empresarial o consorcio al que pertenezca, y
- e. Las personas morales sobre las cuales alguna de las personas a que se refieren los incisos a. a c. de esta fracción ejerzan el control o influencia significativa;

XVII. Patrón recurrente de conductas contrarias a las buenas prácticas comerciales: las prácticas comerciales en relación con las cuales existan, en términos de la presente Ley, más de dos inconformidades sin resolver respecto del mismo agente o cuando al menos tres agentes presenten de manera simultánea o colectiva una inconformidad contra el mismo agente por la misma práctica, y

XVIII. Unidad de Buenas Prácticas Comerciales: La unidad administrativa a que se refiere el artículo 16 de la presente Ley.

Artículo 4o. Serán principios de las buenas prácticas comerciales los siguientes:

- I. El fomento a la libre competencia y concurrencia;
- II. La formalización mediante contratos de las relaciones comerciales entre los agentes;
- III. El respeto y cumplimiento estricto de lo pactado;
- IV. La lealtad y buena fe en la conducción de las relaciones comerciales;
- V. La libre determinación contractual;
- VI. La información veraz, adecuada, clara, completa y oportuna sobre las condiciones de contratación;
- VII. El uso de la mediación y el arbitraje para solucionar las diferencias que se susciten en el cumplimiento de los contratos;
- VIII. El respeto a la legislación fiscal, mercantil, de competencia económica, de protección al consumidor, de propiedad intelectual, de metrología y normalización y demás disposiciones aplicables según el caso;
- IX. La seguridad jurídica entre los agentes;
- X. El respeto a los derechos de los consumidores, y

XI. La generación de condiciones que favorezcan relaciones comerciales estables, continuas y equitativas.

Artículo 5o. A efecto de proteger las buenas prácticas comerciales, los agentes estarán obligados a:

- I. Respetar los precios, garantías, cantidades, calidades, medidas, intereses, cargos, términos, plazos, fechas, modalidades y demás condiciones y aspectos señalados en los contratos y que se relacionen con los actos de comercio de los que sean parte, así como a informar a su contraparte de manera veraz, completa, oportuna, clara y adecuada de todas esas condiciones de manera previa a la celebración del contrato respectivo;
- II. Cumplir con las medidas que les sean impuestas por el Consejo;
- III. Colaborar con el Consejo para que pueda ejercer las atribuciones que le otorga esta Ley;
- IV. Conducirse en apego a los principios previstos en el artículo 4º de esta Ley;
- V. Proporcionar a su contraparte la información necesaria para la celebración de los contratos en que intervenga;
- VI. Respetar los derechos de autor y la propiedad industrial, así como las denominaciones de origen, y
- VII. Las demás obligaciones que establezca esta ley y demás disposiciones aplicables.

Artículo 6o. Se considerarán conductas contrarias a las buenas prácticas comerciales las siguientes:

- I. Aplicar de manera unilateral descuentos o reducciones al precio facturado o pactado en los contratos entre los agentes. Se considerarán descuentos o reducciones unilaterales aquellos respecto de los cuales no conste un soporte por escrito firmado por algún proveedor de la mercadería en cuestión;
- II. No pagar puntualmente las facturas;
- III. No entregar en la fecha acordada, la mercadería solicitada o pagada previamente;
- IV. Efectuar devoluciones o rechazos de mercaderías, a menos que la causa o causas sean imputables al proveedor o se hayan convenido en forma previa. *Se consideran causa o causas imputables al proveedor, las siguientes:*
 - a) No cumplir con los estándares de calidad requeridos y previamente pactados por las partes;
 - b) Recibir mercadería en caja en buenas condiciones sin la revisión a detalle del contenido y que posteriormente se identifique que el producto viene dañado de origen;
 - c) No cumplir con las disposiciones jurídicas aplicables al mismo;
 - d) Entregar mercadería fuera del rango de caducidad acordada o necesaria para su venta;
 - f) Cuando al deshacer el embalaje de la mercancía se encuentren fallas de origen a nivel de artículo; y
 - g) Las que los agentes convengan preferentemente por escrito.
- V. Aplicar penalizaciones de manera unilateral;

VI. Dar por terminadas las relaciones comerciales como represalia por el uso de los mecanismos de solución de controversias o bien cualquier tipo de coerción en algún momento a lo largo del establecimiento de las condiciones comerciales;

VII. Proporcionar información falsa o que induzca al error en la celebración de los contratos objeto de esta Ley;

VIII. Negarse injustificadamente a acudir a la sesión de inicio de la mediación prevista en el artículo 21 de esta Ley;

IX. Incumplir los acuerdos de mediación o de los laudos arbitrales, y

X. En general, toda violación a las condiciones pactadas en los contratos objeto de esta Ley.

Las conductas a las que se refiere este artículo no podrán justificarse argumentando la existencia de costumbres, usos, prácticas, convenios o estipulaciones en contrario.

Capítulo II Consejo para la Protección y Promoción de Buenas Prácticas Comerciales

Artículo 7o. El Consejo será un órgano administrativo desconcentrado de la Secretaría de Economía y contará con autonomía técnica, operativa y de decisión.

El Consejo tendrá por objeto la protección y la promoción de las buenas prácticas comerciales entre los agentes, la vigilancia del cumplimiento de esta Ley, así como el combate y la sanción a las conductas recurrentes contrarias a las buenas prácticas comerciales, en los términos de esta Ley, sin perjuicio de las atribuciones que en la materia correspondan a otras autoridades.

Artículo 8o. Para el cumplimiento de su objeto, el Consejo tendrá las siguientes atribuciones:

I. Difundir, fomentar y procurar las buenas prácticas comerciales entre los agentes;

II. Emitir las recomendaciones y acuerdos que considere necesarias a los agentes, cámaras y confederaciones con el propósito de mejorar las prácticas comerciales;

III. Implementar los mecanismos y herramientas idóneos para combatir las acciones que pongan en riesgo la marcha de las buenas prácticas comerciales;

IV. Vigilar el cumplimiento de las obligaciones que esta Ley señala a los agentes, así como la observancia por parte de éstos de los principios establecidos en el artículo 4º de esta Ley;

V. Establecer los mecanismos de vigilancia necesarios para identificar las buenas prácticas comerciales, así como las conductas que atenten contra ellas;

VI. Promover entre los agentes las buenas prácticas comerciales, así como la adopción de autorregulación basada en ellas;

VII. Expedir lineamientos para la codificación de las buenas prácticas comerciales por sectores;

VIII. Recibir de las Cámaras o Confederaciones, las inconformidades por conductas contrarias a las buenas prácticas comerciales e iniciar los procedimientos que establece esta Ley;

- IX. Dar inicio al procedimiento de investigación derivado del incumplimiento de un laudo arbitral;
- X. Fomentar el uso de la mediación y otros mecanismos alternativos de solución de controversias para la resolución de los conflictos entre los agentes;
- XI. Llevar un registro del cumplimiento de los acuerdos de mediación, laudos arbitrales o sentencias judiciales, en su caso;
- XII. Realizar análisis o estudios en materia de buenas prácticas comerciales o de las conductas que puedan atentar o atenten contra ellas;
- XIII. Revisar las resoluciones de las Unidad de Buenas Prácticas Comerciales que hayan desechado una inconformidad cuando el inconforme se haya opuesto a la misma. El Consejo resolverá si confirma, modifica o revoca la resolución en cuestión.
- XIV. Llevar a cabo las investigaciones necesarias para ejercer las atribuciones que les señala esta Ley;
- XV. Gestionar programas de apoyo a los agentes para fomentar la mejora en las prácticas comerciales;
- XVI. Imponer sanciones en los términos de esta Ley;
- XVII. Actuar como perito en materia de prácticas comerciales;
- XVIII. Actuar, a petición escrita de uno de los agentes, cámaras o confederaciones, en el establecimiento de las condiciones comerciales cuando se den situaciones de coerción;
- XIX. Celebrar convenios en materia de fomento y mejora de las buenas prácticas comerciales con los agentes, cámaras o confederaciones;
- XX. Certificar mediadores, integrar y difundir la lista de mediadores certificados;
- XXI. Elaborar una lista de árbitros calificados y de instituciones administradoras de arbitraje y difundirla;
- XXII. Establecer un arancel para los mediadores que intervengan en los procedimientos de mediación contemplados en esta Ley;
- XXIII. Expedir los lineamientos generales para la conducción de los procedimientos de mediación previstos en esta Ley;
- XXIV. Expedir el Reglamento Interno del Consejo;
- XXV. Rendir un informe anual de actividades a la Junta Consultiva, y
- XXVI. Las demás que le confiera esta Ley, su reglamento y las demás disposiciones aplicables

Artículo 9. El Pleno estará integrado por tres consejeros, incluyendo al Presidente del Consejo. Deliberará de forma colegiada y decidirá por mayoría de votos, teniendo su Presidente voto de calidad, y adoptará sus decisiones con plena independencia.

El Consejo contará con los recursos humanos y materiales necesarios para el desempeño de sus funciones.

Artículo 10. Los consejeros serán designados por el Secretario de Economía de temas propuestas por la Junta Consultiva y durarán en su encargo siete años no prorrogables.

Los consejeros sólo podrán ser removidos de sus cargos por causa grave, debidamente justificada. Por causa grave se entenderán aquellas que al efecto se determinen en el Reglamento de esta Ley.

Artículo 11. Los Consejeros deberán reunir los siguientes requisitos:

- I. Ser ciudadano mexicano y estar en pleno goce de sus derechos civiles y políticos;
- II. Ser mayor de 35 años y menor de 70, al momento de su designación;
- III. Haberse desempeñado en forma destacada en cuestiones profesionales relacionadas con el objeto de esta Ley, y
- IV. Gozar de buena reputación.

Los Consejeros deberán abstenerse de desempeñar cualquier otro empleo, cargo o comisión pública o privada, con excepción de los cargos docentes. Asimismo, los consejeros estarán impedidos para conocer de asuntos en los que tengan interés directo o indirecto, a efecto de lo cual se excusarán en los términos del Reglamento de esta Ley, en caso contrario, será causa justificada para su destitución, sin perjuicio de las sanciones que, en su caso, correspondan.

Artículo 12. El Presidente del Consejo será elegido de entre los propios Consejeros, quienes ocuparán dicho cargo de forma rotatoria y por un período de dos años.

Corresponderá al Presidente del Consejo:

- I. Coordinar los trabajos del Consejo;
- II. Ejecutar y vigilar la aplicación de las políticas internas del Consejo;
- III. Rendir anualmente un informe público de las actividades del Consejo dentro del primer semestre del año y en los términos que señale el Reglamento de esta Ley;
- IV. Representar legalmente al Consejo, y
- V. Las demás atribuciones que le confiera esta Ley, su Reglamento, el Reglamento Interno del Consejo y las demás disposiciones aplicables.

Artículo 13. El Consejo contará con una Junta Consultiva que tendrá las siguientes atribuciones:

- I. Ser enlace con los sectores público y privado para recabar las opiniones de éstos sobre el funcionamiento y operación del Consejo;
- II. Conocer y aprobar los programas del Consejo, así como el informe anual del Presidente;
- III. Expedir su Reglamento Interno;
- IV. Acordar los asuntos que se sometan a su consideración, y

V. Las demás que se establezcan en el Reglamento de esta Ley y en otras disposiciones aplicables.

Artículo 14. La Junta Consultiva del Consejo estará integrada por:

I. El Secretario de Economía, quien la presidirá;

II. El Presidente de la Comisión Federal de Competencia;

III. El Procurador Federal del Consumidor;

IV. El titular de la Comisión Federal de Mejora Regulatoria;

V. Dos representantes del sector académico, y

VI. Ocho representantes de cámaras, confederaciones y del sector empresarial en lo general, los cuales serán designados conforme al procedimiento que al efecto se establezca en el Reglamento Interno del Consejo y se incluirán, en todo caso, al menos cuatro representantes de las organizaciones que representen a las micro, pequeñas y medianas empresas.

Artículo 15. El Consejo contará con un Secretario Ejecutivo que será designado por el pleno del Consejo, a propuesta de su Presidente, y el cual tendrá a su cargo la coordinación operativa y administrativa del órgano desconcentrado.

Artículo 16. En cada una de las Delegaciones Federales de la Secretaría de Economía, habrá una Unidad de Buenas Prácticas Comerciales dependiente del Consejo.

Artículo 17. La Unidad de Buenas Prácticas Comerciales tendrá las siguientes atribuciones:

I. Representar y auxiliar al Consejo para vigilar el cumplimiento de las obligaciones que esta Ley señala a los agentes, así como la observancia por parte de éstos de los principios establecidos en el artículo 4º de esta Ley

II. Recibir las inconformidades por conductas contrarias a las buenas prácticas comerciales e iniciar los procedimientos que establece esta Ley;

III. Promover la inclusión de cláusulas de mediación o arbitraje en los contratos celebrados entre los agentes;

IV. Llevar a cabo las investigaciones necesarias para ejercer las atribuciones que les señala esta Ley;

V. Imponer sanciones en los términos de esta Ley;

VI. Las demás que le confiera esta Ley y las demás disposiciones aplicables.

Artículo 18. Los titulares de la Unidad de Buenas Prácticas Comerciales serán nombrados por el Consejo y podrán ser propuestos por los Delegados Federales.

Capítulo III Inconformidades

Artículo 19. Cualquier agente afectado por una conducta de las previstas en el artículo 6o. de esta Ley podrá inconformarse por su propio derecho ante la Unidad de Buenas Prácticas Comerciales en forma individual o colectivamente, a través de los medios electrónicos establecidos para tal efecto en forma escrita.

Las cámaras y confederaciones acudirán al Consejo a presentar una inconformidad, cuando detecten que se haya incurrido en una de las prácticas previstas en el artículo 6° en contra de tres o más agentes asociados a la misma y actuar en representación de éstos. En todo caso, la cámara o confederación estará obligada a documentar debidamente cada inconformidad, pudiendo mantener como confidencial la identidad del o los agentes en nombre del o los cuales actúa.

El Reglamento Interno del Consejo preverá los medios adecuados para que los consejeros puedan conocer la documentación que sustente cada inconformidad sin que se vulnere la confidencial e identidad de los agentes afectados por alguna conducta contraria a las buenas prácticas comerciales.

En toda inconformidad se deberá señalar:

- I. El nombre o razón social del agente o de los agentes que la presentan, o en su defecto, la denominación de la Cámara o Confederación que lo representa,
- II. El domicilio o dirección de correo electrónico para oír y recibir notificaciones;
- III. El nombre o razón social del agente que presuntamente cometió la conducta contraria a las buenas prácticas comerciales;
- IV. La descripción de la práctica que genera la inconformidad;
- V. Los medios y elementos de prueba que considere pertinentes;
- VI. En su caso, el consentimiento para que la *Unidad de Buenas Prácticas Comerciales* o, en su caso, el Consejo inicie el procedimiento de mediación de conformidad con lo establecido en el artículo 21 de esta Ley. Dicho consentimiento no deberá manifestarse cuando la inconformidad se presente a través de Cámaras o Confederaciones, y
- VII. En su caso, la solicitud a la Unidad de Buenas Prácticas Comerciales o al Consejo para que inicie el procedimiento administrativo de investigación sin sujetarse previamente al de mediación.

Artículo 20. Una vez que la Unidad de Buenas Prácticas Comerciales o, en su caso, el Consejo examine la inconformidad, podrá acordar:

- I. Admitirla y darle el trámite correspondiente;
- II. Desecharla cuando sea notoriamente improcedente;
- III. Remitirla a la Comisión Federal de Competencia, cuando considere que pudiera constituir práctica monopólica absoluta, conforme a lo establecido en la Ley Federal de Competencia Económica;
- IV. Remitirla a la Comisión Federal de Competencia, con la anuencia del Agente que presentó la inconformidad, cuando considere que pudiera constituir una práctica que, en los términos de la Ley Federal de Competencia Económica, disminuya, dañe o impida la competencia y la libre concurrencia en la distribución y comercialización de bienes;
- V. Remitirla al Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial cuando considere que ha lugar a iniciar los procedimientos administrativos establecidos en la Ley de la Propiedad Industrial;

VI. Admitirla y remitirla al procedimiento de mediación y arbitraje previsto en el Capítulo IV de esta Ley, o

VII. Integrar un expediente para iniciar, en su caso, el procedimiento administrativo de investigación previsto en el Capítulo V de esta Ley.

Artículo 21. Una vez presentada la inconformidad, la Unidad de Buenas Prácticas Comerciales o el Consejo, según corresponda, contará con un plazo de diez días para resolver sobre la admisión de la misma.

Si la inconformidad se remite a otra instancia para su atención en términos del artículo 20 de esta Ley, la Unidad de Buenas Prácticas Comerciales o el Consejo deberá informar a los inconformes, a fin de que puedan dar el seguimiento correspondiente.

En caso de que la queja sea desechada, se señalará a los inconformes las razones en las que funde y motive su decisión y éstos contarán con un plazo de diez días, contados a partir de que la resolución les sea notificada, para argumentar lo que a su derecho convenga. Si la resolución proviene de la Unidad de Buenas Prácticas Comerciales, los argumentos a su favor que hagan valer los inconformes en contra de ésta serán remitidos al Consejo para que resuelva.

Una vez escuchados los nuevos argumentos presentados por los inconformes el Consejo contará con un plazo de diez días para resolver en definitiva sobre la admisión y trámite de la inconformidad.

Artículo 22. Varios agentes podrán presentar una inconformidad respecto a la misma conducta por un agente en lo particular. En este caso y sólo para efectos del procedimiento de mediación, la Unidad de Buenas Prácticas Comerciales procederá a darle trámite como si se tratara de una sola inconformidad.

Si la inconformidad es presentada por al menos tres agentes conjunta y simultáneamente o por conducto de la Cámara o Confederación correspondiente en representación del mismo número de agentes, de acuerdo con lo señalado en el artículo 19 de esta Ley, se presumirá que existe un patrón recurrente de conductas contrarias a las buenas prácticas comerciales y corresponderá al Consejo actuar de oficio, dando inicio de inmediato al procedimiento administrativo de investigación, de acuerdo con lo que establece la fracción I del artículo 33 de esta Ley.

Capítulo IV Mediación y Arbitraje

Artículo 23. El procedimiento de mediación iniciará cuando la Unidad de Buenas Prácticas Comerciales o el Consejo turnen, a más tardar dentro de los 10 días siguientes a su recepción, una inconformidad a mediación, siempre y cuando el agente que presentó la inconformidad haya expresado su consentimiento en términos del artículo 19 de esta Ley. En caso contrario, se podrá requerir al agente que presentó la inconformidad que otorgue su consentimiento, en cuyo caso, podrá otorgarlo dentro de los diez días posteriores al requerimiento.

La Unidad de Buenas Prácticas Comerciales notificará a la contraparte del agente que presentó la inconformidad el día y la hora para celebrar una sesión de inicio de mediación en la que se procurará que los agentes convengan en el uso de este mecanismo y elijan a un mediador de entre la lista de mediadores certificados por el Consejo.

La sesión de inicio deberá tener lugar dentro de los cinco días siguientes a la fecha de notificación de la inconformidad a la contraparte, en el horario y en las oficinas de la misma Unidad de Buenas Prácticas Comerciales o en el lugar que la misma estime conveniente. Al final de la sesión se levantará un acta en donde los agentes manifiesten, en su caso, su libre voluntad de someter su desavenencia a una mediación y conste el nombre del mediador. En caso de que las partes no logren acordar la elección del mediador, éste será designado por el Consejo.

La sesión de inicio se podrá realizar en las instalaciones de la Unidad de Buenas Prácticas Comerciales, por vía electrónica, o telefónica; en estos dos últimos casos, la Unidad deberá establecer los mecanismos para que los agentes formalicen su consentimiento y los procedimientos necesarios para confirmar la identidad de las partes y su sujeción a las resoluciones que se obtenga.

Artículo 24. Durante la sesión inicial de mediación, los agentes podrán acordar recurrir a los buenos oficios de la Unidad de Buenas Prácticas Comerciales para lograr un acuerdo inmediato. En este caso, el titular de la Unidad facilitará la reunión y procurará que los agentes solucionen sus diferencias. De lograrse un acuerdo, se levantará un acta y la Unidad establecerá los mecanismos para formalizar el consentimiento.

En caso contrario, las partes podrán designar un mediador en términos del artículo 23 y continuar con el procedimiento ordinario de mediación.

Artículo 25. La negativa injustificada de la contraparte del inconforme para participar en la sesión de inicio a la que se refiere el artículo 23 de esta Ley se presumirá como una práctica violatoria a la presente Ley y el Consejo deberá proceder a integrar el expediente respectivo para iniciar el procedimiento administrativo de investigación.

En caso de que el inconforme no acuda a la sesión de inicio y no presente dentro de los siguientes diez días justificación fehaciente de su inasistencia, se tendrá por desistido de su reclamación y no podrá presentar otra ante la Unidad de Buenas Prácticas Comerciales por los mismos hechos.

La repetición de los hechos, posteriores a la fecha de la sesión de inicio, por parte de la contraparte del inconforme, podrán ser objeto de otra reclamación.

Artículo 26. En caso de que las partes no logren un acuerdo respecto al uso de la mediación, la Unidad de Buenas Prácticas Comerciales se dará inicio al procedimiento administrativo de investigación y se orientará al inconforme sobre las demás vías jurídicas de acción para dirimir la controversia.

Artículo 27. El mediador conducirá la mediación de conformidad con lo que establece esta Ley, con los lineamientos que para ese efecto haya expedido el Consejo y, en su caso, con las reglas que hayan acordado los agentes.

Artículo 28. El mediador deberá:

- I. Explicar a los agentes las características y alcances de la mediación;
- II. Exponer a los agentes un resumen de la inconformidad y señalar los elementos comunes y los puntos de controversia;
- III. Conducir la mediación de conformidad con lo dispuesto por el artículo 27 de la Ley, y
- IV. Procurar establecer las acciones necesarias para lograr un acuerdo entre las partes y presentar una o varias opciones de solución a los agentes, sin prejuzgar sobre el conflicto planteado, salvo oposición de uno o de los agentes.

Artículo 29. Una vez que concluya el procedimiento de mediación, se levantará un acta que reflejará, en su caso, el acuerdo al que hayan llegado los agentes. El acuerdo establecido entre los agentes tendrá el carácter de confidencial, pero la Unidad de Buenas Prácticas Comerciales lo conocerá a efecto de dar seguimiento a su cumplimiento. En caso de incumplimiento al acuerdo, se integrará un expediente administrativo para dar inicio al procedimiento administrativo de investigación.

En caso de que los agentes no lleguen a un acuerdo a través del procedimiento de mediación, la Unidad de Buenas Prácticas Comerciales los exhortará a celebrar un acuerdo arbitral. Para ello, les proporcionará una lista de árbitros privados y de instituciones encargadas de la administración de procedimientos arbitrales. Si se aceptara el arbitraje, se dará aviso al Consejo, en caso contrario, se dejarán a salvo los derechos de los agentes.

Artículo 30. Una vez que concluya el arbitraje, el laudo se notificará a los agentes y al Consejo. El laudo tendrá carácter de confidencial, pero el Consejo dará seguimiento a su cumplimiento. En caso de que cualquiera de los agentes incumpla el laudo arbitral, el Consejo integrará un expediente administrativo para dar inicio al procedimiento de investigación.

Artículo 31. En todo lo no previsto por este capítulo, se aplicará supletoriamente el Título IV del Libro Quinto del Código de Comercio.

Artículo 32. Cualquiera de los agentes podrá pedir al Consejo que, en calidad de perito, emita un dictamen en el cual se determine en cantidad líquida la obligación contractual. El dictamen del Consejo podrá utilizarse en los procedimientos arbitrales o jurisdiccionales y se efectuará con base en las siguientes consideraciones:

- I. Se calculará el monto de la obligación contractual, atendiendo a las cantidades originalmente pactadas por los agentes;
- II. Se analizará el grado de cumplimiento efectuado por los agentes con relación a la obligación objeto del procedimiento, y
- III. Se estimará la obligación incumplida tomando en consideración los datos antes señalados y, en su caso, el pago de las contraprestaciones que correspondería.

Capítulo V Procedimiento administrativo de investigación

Artículo 33. La Unidad de Buenas Prácticas Comerciales o, en su caso, el Consejo dará inicio al procedimiento administrativo de investigación en los siguientes supuestos:

- I. Cuando se presuma o identifique que se han realizado conductas contrarias a las buenas prácticas comerciales establecidas en el artículo 6º de esta Ley;
- II. Cuando el agente se haya negado a participar en la sesión de inicio de mediación sin causa justificada, a juicio del Consejo;
- III. Cuando un agente incumpla el acuerdo de mediación o el laudo arbitral.

Artículo 34. El Consejo o la Unidad de Buenas Prácticas Comerciales, en ejercicio de sus atribuciones, podrá requerir a los agentes, así como a las autoridades, los informes o documentos relevantes para llevar a cabo sus investigaciones, así como citar a declarar a quienes tengan relación con los casos de que se trate.

La información y los documentos que hayan obtenido directamente el Consejo o la Unidad de Buenas Prácticas Comerciales en la realización de sus investigaciones, así como aquellos que se le proporcionen, serán estrictamente confidenciales. Los servidores públicos adscritos a la Unidad de Buenas Prácticas Comerciales o al Consejo estarán sujetos a responsabilidad en los casos de divulgación de dicha información, excepto cuando medie orden de autoridad competente en ese sentido.

Artículo 35. El procedimiento de investigación se tramitará conforme a las siguientes bases:

I. La Unidad de Buenas Prácticas Comerciales, o en su caso, el Consejo emplazará al agente respecto de quien se plantea la inconformidad, informándole en qué consiste la investigación, acompañando, en su caso, copia de las inconformidades, garantizando, cuando corresponda, que se preserve la confidencialidad del agente inconforme;

II. El emplazado contará con un plazo de treinta días para manifestar lo que a su derecho convenga, adjuntar las pruebas documentales que obren en su poder y ofrecer las pruebas que ameriten desahogo;

III. Una vez desahogadas las pruebas, el Consejo fijará un plazo no mayor a treinta días para que se formulen los alegatos verbalmente o por escrito;

IV. Una vez integrado el expediente, el Consejo deberá dictar resolución en un plazo que no excederá de sesenta días, y

V. Las demás que se señalen en el Reglamento de esta Ley.

Artículo 36. Las resoluciones de la Unidad de Buenas Prácticas Comerciales y del Consejo respecto a un procedimiento administrativo de investigación podrán consistir en:

I. Una recomendación a los agentes involucrados conminándoles a modificar sus prácticas comerciales;

II. La determinación de que existe un patrón recurrente de conductas contrarias a las buenas prácticas comerciales y la imposición de una sanción de conformidad con esta Ley, o

III. La determinación de que no existe un patrón recurrente de conductas contrarias a las buenas prácticas comerciales.

Las resoluciones a las que se refiere el presente artículo serán públicas y deberán divulgarse en la página de Internet del Consejo, así como en al menos dos medios de comunicación impresos a nivel nacional o estatal, según de quien provenga la resolución. En los casos descritos en las fracciones I y II del presente artículo, el nombre o razón social de los infractores sobre los que recaiga la resolución no podrán ser considerados como confidenciales o reservados para efectos de la difusión. Cuando así lo estime conveniente el Consejo o la Unidad de Buenas Prácticas Comerciales, en razón de la extensión de las resoluciones, podrá elaborar un resumen de éstas para facilitar su publicación en los medios de comunicación impresos a nivel nacional.

Capítulo VI Medios de apremio y sanciones

Artículo 37. Para el eficaz desempeño de sus atribuciones, el Consejo podrá emplear los siguientes medios de apremio:

I. Apercibimiento, y

II. Multa hasta por el equivalente al tres por ciento de los ingresos totales del agente económico, cantidad que podrá aplicarse por cada día que transcurra sin que se dé cumplimiento a lo ordenado por el Consejo.

Artículo 38. Para efectos de lo señalado en la fracción II del artículo 36 de esta Ley, el Consejo o la Unidad de Buenas Prácticas Comerciales podrán imponer las siguientes sanciones:

I. Ordenar la suspensión, corrección o eliminación de la conducta contraria a las buenas prácticas de que se trate;

II. Multa hasta por el equivalente al cinco por ciento de los ingresos del agente económico, cuando se haya declarado falsamente o entregado información falsa al Consejo o la Unidad de Buenas Prácticas Comerciales, con independencia de la responsabilidad penal en que se incurra;

III. Multa hasta por el equivalente al ocho por ciento de los ingresos totales del agente económico, cuando se haya incurrido en un patrón recurrente de conductas contrarias a las buenas prácticas comerciales establecidas en el artículo 6o. de esta Ley;

IV. Multa hasta por el equivalente al diez por ciento de los ingresos totales del agente económico, a los individuos que participen directamente en cualquiera de las conductas contrarias a las buenas prácticas comerciales establecidas en el artículo 6o. de esta Ley, en representación o por cuenta y orden de algún agente, y

V. Clausura temporal o definitiva, total o parcial, de los establecimientos comerciales del agente relacionados con el patrón recurrente cuando:

- a. El infractor no hubiere cumplido en los plazos y condiciones impuestos por el Consejo o la Unidad de Buenas Prácticas Comerciales con las medidas ordenadas en términos de la fracción I de este artículo;
- b. Haya desobediencia reiterada, en tres o más ocasiones, al cumplimiento de las medidas ordenadas por el Consejo o la Unidad de Buenas Prácticas Comerciales, o
- c. En caso de reincidencia, sin perjuicio de la aplicación de las multas respectivas.

Artículo 39. Para la imposición de las sanciones previstas en esta Ley, el Consejo o la Unidad de Buenas Prácticas Comerciales deberán tomar en consideración:

- I. La gravedad de la infracción,
- II. El daño causado;
- III. Los indicios de intencionalidad;
- IV. El poder sustancial del infractor sobre el mercado relevante;
- V. El tamaño del mercado afectado;
- VI. La duración de la práctica, y
- VII. La reincidencia o antecedentes del infractor, así como su capacidad económica.

En caso de reincidencia, la Unidad de Buenas Prácticas Comerciales o el Consejo podrá imponer una multa hasta por el doble del monto que corresponda en términos del artículo 38 de esta Ley, así como a la clausura temporal o definitiva, total o parcial, de establecimientos comerciales de acuerdo con lo señalado en ese mismo artículo.

Artículo 40. Las sanciones a que hace referencia el presente capítulo serán impuestas sin perjuicio de la responsabilidad civil o penal a que haya lugar.

Artículo 41. Con independencia de las sanciones a que hace referencia el presente Capítulo, el Consejo o la Unidad de Buenas Prácticas Comerciales ordenará, cuando corresponda, a la parte responsable de incurrir en conductas contrarias a las buenas prácticas que repare los daños o las afectaciones causadas a su contraparte.

Artículo 42. Contra las resoluciones dictadas por el Consejo o la Unidad de Buenas Prácticas Comerciales, procederá el recurso de revisión previsto en la Ley Federal de Procedimiento Administrativo.

El recurso de revisión interpuesto contra una resolución emitida por la Unidad de Buenas Prácticas Comerciales será resuelto por el Consejo.

Artículo 43. Cuando dentro del procedimiento de investigación se haya demostrado que uno o varios agentes sufrieron daños y perjuicios a causa de las conductas contrarias a las buenas prácticas comerciales, podrán acudir a la vía judicial, con las formalidades de representación previstas en el artículo 19 de la presente Ley, para solicitar una indemnización por daños y perjuicios. La autoridad judicial podrá considerar la estimación de los daños y perjuicios que haya realizado el Consejo o la Unidad de Buenas Prácticas Comerciales.

Transitorios

Primero. La presente Ley entrará en vigor a los noventa días de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Segundo. El Ejecutivo Federal, a través de la Secretaría de Economía, tomará las medidas administrativas y presupuestales necesarias para que el Consejo para la Protección y Promoción de las Buenas Prácticas Comerciales y la Unidad de Buenas Prácticas Comerciales, inicien sus actividades a más tardar a los sesenta días de entrada en vigor de la presente Ley, incluyendo las gestiones necesarias para la implementación de medios electrónicos para la presentación de las inconformidades previstas en la Ley.

Tercero. La primera sesión de la Junta Consultiva del Consejo para la Protección y Promoción de las Buenas Prácticas Comerciales deberá celebrarse a más tardar a los cuarenta y cinco días del inicio de la entrada en vigor de esta Ley.

Cuarto. El Secretario de Economía deberá designar a los integrantes del Consejo para la Protección y Promoción de las Buenas Prácticas Comerciales dentro de los ciento ochenta días posteriores a la entrada en vigor de esta Ley.

Quinto. El Reglamento de esta Ley y el Reglamento Interno del Consejo para la Protección y Promoción de las Buenas Prácticas Comerciales deberán publicarse a más tardar a los sesenta días de la entrada en vigor de la misma.

Palacio Legislativo de San Lázaro, a 29 de marzo de 2016.

Diputados: Alma Carolina Viggiano Austria, Alfredo Bejos Nicolás (rúbricas).