



PERIÓDICO OFICIAL



ÓRGANO DEL GOBIERNO CONSTITUCIONAL DEL ESTADO LIBRE Y SOBERANO DE TAMAULIPAS

Periódico Oficial del Estado

RESPONSABLE

Registro Postal publicación periódica

PP28-0009

TAMAULIPAS

SECRETARÍA GENERAL DE GOBIERNO

AUTORIZADO POR SEPOMEX

TOMO CXLIII

Victoria, Tam., viernes 15 de junio de 2018.

Extraordinario Número 06

SUMARIO

GOBIERNO FEDERAL

PODER EJECUTIVO

SECRETARÍA DE ECONOMÍA

DECRETO por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley de la Propiedad Industrial..... 2

SECRETARÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, DESARROLLO RURAL, PESCA Y ALIMENTACIÓN

DECRETO por el que se reforman los artículos 4 y 18 de la Ley Federal de Producción, Certificación y Comercio de Semillas..... 10

DECRETO por el que se expide la Ley de Fomento a la Industria Vitivinícola..... 10

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES

DECRETO por el que se adiciona un tercer párrafo al artículo 53 de la Ley de Caminos, Puentes y Autotransporte Federal..... 16

SECRETARÍA DE SALUD

DECRETO por el que se adiciona un artículo 10 Bis a la Ley General de Salud..... 16

GOBIERNO FEDERAL

PODER EJECUTIVO

SECRETARÍA DE ECONOMÍA

DECRETO por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley de la Propiedad Industrial.

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Presidencia de la República.

ENRIQUE PEÑA NIETO, Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, a sus habitantes sabed:

Que el Honorable Congreso de la Unión, se ha servido dirigirme el siguiente

DECRETO

“EL CONGRESO GENERAL DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, DECRETA:

SE REFORMAN, ADICIONAN Y DEROGAN DIVERSAS DISPOSICIONES DE LA LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

Artículo Único.- Se **reforman** el artículo 58, segundo párrafo; el artículo 87; el artículo 88; el artículo 89, fracciones I, III y IV; el artículo 90, fracciones I, II, III, IV, V, VI, VII, VIII, IX, XI, XII, XIII, XIV, XV, XVI y XVII; la denominación del Capítulo II del Título Cuarto “De las Marcas Colectivas y de Certificación”; el artículo 96; el artículo 97; el artículo 98; el artículo 98 BIS; el artículo 98 BIS-1; el artículo 98 BIS-2; el artículo 98 BIS-3; el artículo 98 BIS-4; el artículo 113, fracciones I, II, III y IV; el artículo 120; el artículo 122 BIS, segundo párrafo; el artículo 124; el artículo 125, tercer párrafo; el artículo 126, primer párrafo, fracciones II, VI y VII; el artículo 131; el artículo 133, primer párrafo; el artículo 145; el artículo 146; el artículo 151, fracciones IV y V, y último párrafo; el artículo 152, fracción II; el artículo 155; el artículo 180; el artículo 183; el artículo 184, segundo párrafo; y el artículo 213, fracción VII. Se **adicionan** el artículo 89, con las fracciones V, VI, VII y VIII; el artículo 90, con un párrafo a la fracción XIII, con dos párrafos a la fracción XIV, con los incisos a), b), c), d) y un párrafo a la fracción XVI y con las fracciones XVIII, XIX, XX, XXI, XXII y con un segundo, tercer y cuarto párrafos; el artículo 97 BIS; el artículo 97 BIS-1; el artículo 98 TER; el artículo 98 TER-1; el artículo 98 TER-2; el artículo 98 TER-3; el artículo 98 TER-4; el artículo 98 TER-5; el artículo 98 TER-6; el artículo 98 TER-7; el artículo 98 TER-8; el artículo 98 TER-9; el artículo 120 BIS; el artículo 120 BIS-1; el artículo 120 BIS-2; el artículo 120 BIS-3; el artículo 124, con un segundo párrafo; el artículo 126, con un segundo párrafo; el artículo 128, con un segundo, tercer y cuarto párrafos; el artículo 133, con un segundo, tercer y cuarto párrafos; el artículo 151, con una fracción VI; el artículo 152, con una fracción III; el artículo 180, con un segundo y tercer párrafos; el artículo 183, con un segundo y cuarto párrafos, pasando el actual segundo a ser tercer párrafo. Y se **derogan** el artículo 90, fracción XV-BIS; el artículo 98 BIS-5; el artículo 98 BIS-6; el artículo 98 BIS-7; el artículo 98 BIS-8; el artículo 98 BIS-9; el artículo 115; el artículo 120, tercer, cuarto, quinto y sexto párrafos; el artículo 134; y el artículo 135 de la Ley de la Propiedad Industrial, para quedar como sigue:

Artículo 58.- ...

El plazo a que se refiere el párrafo anterior, se contará a partir del día hábil siguiente al del vencimiento del plazo de dos meses previsto en los artículos antes referidos.

...

Artículo 87.- Cualquier persona, física o moral, podrá hacer uso de marcas en la industria, en el comercio o en los servicios que presten. Sin embargo, el derecho a su uso exclusivo se obtiene mediante su registro en el Instituto.

Artículo 88.- Se entiende por marca, todo signo perceptible por los sentidos y susceptible de representarse de manera que permita determinar el objeto claro y preciso de la protección, que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado.

Artículo 89.- ...

I.- Las denominaciones, letras, números, elementos figurativos y combinaciones de colores, así como los signos holográficos;

II.- ...

III.- Los nombres comerciales y denominaciones o razones sociales, siempre que no queden comprendidos en el artículo siguiente;

IV.- El nombre propio de una persona física, siempre que no se confunda con una marca registrada o un nombre comercial publicado;

V.- Los sonidos;

VI.- Los olores;

VII.- La pluralidad de elementos operativos; elementos de imagen, incluidos, entre otros, el tamaño, diseño, color, disposición de la forma, etiqueta, empaque, la decoración o cualquier otro que al combinarse, distingan productos o servicios en el mercado, y

VIII.- La combinación de los signos enunciados en las fracciones I a VI del presente artículo.

Artículo 90.- ...

I.- Los nombres técnicos o de uso común de los productos o servicios que pretenden distinguirse con la marca, así como aquellas palabras, denominaciones, frases, o elementos figurativos que, en el lenguaje corriente o en las prácticas comerciales, se hayan convertido en elementos usuales o genéricos de los mismos;

II.- Las formas tridimensionales que sean del dominio público o que se hayan hecho de uso común y aquellas que carezcan de distintividad; así como la forma usual y corriente de los productos o servicios, o la impuesta por su naturaleza o funcionalidad;

III.- Los hologramas que sean del dominio público y aquellos que carezcan de distintividad;

IV.- Los signos que, considerando el conjunto de sus características, sean descriptivos de los productos o servicios que pretenden distinguir. Quedan incluidos en el supuesto anterior, los signos descriptivos o indicativos que en el comercio sirvan para designar la especie, calidad, cantidad, composición, destino, valor, lugar de origen o la época de producción de los productos o servicios;

V.- Las letras, los dígitos o los colores aislados, a menos que estén combinados o acompañados de otros signos que les den un carácter distintivo;

VI.- La traducción, la variación ortográfica caprichosa o la construcción artificial de palabras no registrables, así como la transliteración de signos no registrables;

VII.- Los signos que, sin autorización, reproduzcan o imiten: escudos, banderas o emblemas de cualquier país, estado, municipio o divisiones políticas equivalentes; así como, las denominaciones, siglas, símbolos, emblemas o cualquier otro signo de instrumentos internacionales, organizaciones internacionales, gubernamentales, no gubernamentales o cualquier otra organización reconocida oficialmente; así como la designación verbal de los mismos;

VIII.- Las que reproduzcan o imiten signos o sellos oficiales de control y garantía adoptados por un Estado, sin autorización de la autoridad competente, o monedas, billetes de banco, monedas conmemorativas o cualquier medio oficial de pago nacional o extranjero;

IX.- Los signos que reproduzcan o imiten los nombres, signos o la representación gráfica de condecoraciones, medallas u otros premios obtenidos en exposiciones, ferias, congresos, eventos culturales o deportivos, reconocidos oficialmente;

X.- ...

XI.- Las denominaciones de origen, indicaciones geográficas, denominaciones o signos de lugares, que se caractericen por la fabricación o producción de ciertos productos o la prestación de ciertos servicios; así como aquellos que se acompañen de expresiones tales como: "género", "tipo", "manera", "imitación", "producido en", "con fabricación en" u otras similares que creen confusión en el consumidor o impliquen competencia desleal;

XII.- Los nombres de lugares de propiedad particular, cuando sean especiales e inconfundibles y que se caractericen por la producción de determinados productos o el ofrecimiento de determinados servicios, sin el consentimiento del propietario;

XIII.- Los nombres, apellidos, apelativos o seudónimos de personas que hayan adquirido tal prestigio, reconocimiento o fama que al usarse puedan crear un riesgo de asociación, inducir al error, confusión o engaño al público consumidor, salvo que se trate de dicha persona o exista consentimiento expreso de la misma o de quien tenga el derecho correspondiente;

Asimismo, no serán registrables como marca, la imagen, la voz identificable, el retrato y las firmas de personas, sin su consentimiento expreso, o si han fallecido, de quien tenga el derecho correspondiente;

XIV.- Los nombres o denominaciones idénticas o semejantes en grado de confusión a los títulos de obras literarias o artísticas, así como tampoco la reproducción o imitación de los elementos de dichas obras; cuando, en ambos casos, tengan tal relevancia o reconocimiento que puedan ser susceptibles de engañar al público o inducir a error por creer infundadamente que existe alguna relación o asociación con dichas obras, salvo que el titular del derecho correspondiente lo autorice expresamente.

Asimismo, no será registrable como marca la reproducción, ya sea total o parcial, de obras literarias o artísticas, sin la autorización correspondiente del titular del derecho de autor.

Tampoco serán registrables como marca aquellos personajes de ficción o simbólicos, ni los personajes humanos de caracterización que tengan tal relevancia o reconocimiento, excepto en aquellos casos que sea solicitado por el titular del derecho correspondiente o por un tercero con el consentimiento de éste;

XV.- Los signos susceptibles de engañar al público o inducir a error. Entendiéndose por tales, los que constituyan falsas indicaciones sobre: la naturaleza, componentes, cualidades o el origen empresarial, de los productos o servicios que pretenden distinguir;

XVI.- Los signos iguales o semejantes en grado de confusión a una marca que el Instituto estime o haya declarado notoriamente conocida en México, en términos del Capítulo II BIS, del Título Cuarto, para ser aplicadas a cualquier producto o servicio, cuando la marca cuyo registro se solicita pudiese:

a) Crear confusión o un riesgo de asociación con el titular de la marca notoriamente conocida;

b) Constituir un aprovechamiento no autorizado por el titular de la marca notoriamente conocida;

- c) Causar el desprestigio de la marca notoriamente conocida, o
- d) Diluir el carácter distintivo de la marca notoriamente conocida.

Este impedimento no será aplicable cuando el solicitante del registro sea titular de la marca notoriamente conocida;

XVII.- Los signos idénticos o semejantes en grado de confusión a una marca que el Instituto estime o haya declarado famosa en términos del Capítulo II BIS, del Título Cuarto; para ser aplicadas a cualquier producto o servicio.

Este impedimento no será aplicable cuando el solicitante del registro sea titular de la marca famosa;

XVIII.- Los signos idénticos o semejantes en grado de confusión, a una marca en trámite de registro presentada con anterioridad, o a una registrada y vigente, aplicada a los mismos o similares productos o servicios. Quedan incluidos aquellos que sean idénticos a otra marca ya registrada o en trámite por el mismo titular, para distinguir productos o servicios idénticos;

XIX.- Los signos que sean idénticos o semejantes en grado de confusión, a un nombre comercial aplicado a una empresa o a un establecimiento industrial, comercial o de servicios, cuyo giro preponderante sea la elaboración o venta de los productos o la prestación de los servicios que se pretendan amparar con la marca, y siempre que el nombre comercial haya sido usado con anterioridad a la fecha de presentación de la solicitud de registro de la marca o la de uso declarado de la misma. Lo anterior no será aplicable, cuando la solicitud de marca la presente el titular del nombre comercial, si no existe otro nombre comercial idéntico que haya sido publicado;

XX.- El nombre propio de una persona física que sea idéntico o semejante en grado de confusión a una marca en trámite de registro presentada con anterioridad o a una registrada y vigente, o un nombre comercial publicado, aplicado a los mismos o similares productos o servicios;

XXI.- Los signos que reproduzcan o imiten denominaciones o elementos que hagan referencia a variedades vegetales protegidas, así como las razas de animales, que puedan causar confusión en el público consumidor respecto de los productos o servicios a distinguir, y

XXII.- Los signos solicitados de mala fe. Se entiende por mala fe, entre otros casos, cuando el registro se solicite de manera contraria a los buenos usos, costumbres y prácticas en el sistema de propiedad industrial, el comercio, o la industria; o que se pretenda obtener un beneficio o ventaja indebida en perjuicio de su legítimo titular.

No será aplicable lo dispuesto por las fracciones I, II, III, IV, V y VI del presente artículo, cuando la marca haya adquirido, para los productos o servicios para los cuales se solicita, un carácter distintivo derivado del uso que se hubiere hecho en el comercio.

No será aplicable lo dispuesto por la fracción II, cuando la forma tridimensional haya adquirido un carácter distintivo del uso que se hubiere hecho en el comercio, entendiéndose que no es admisible que la forma inherente a su naturaleza o funcionalidad adquiera distintividad.

No será aplicable lo dispuesto por las fracciones XVIII, XIX y XX por cuanto hace a las marcas semejantes en grado de confusión del presente artículo, cuando se exhiba el consentimiento expreso, por escrito, de conformidad con el reglamento de esta Ley.

Capítulo II De las Marcas Colectivas y de Certificación

Artículo 96.- Podrán solicitar el registro de una marca colectiva las asociaciones o sociedades de productores, fabricantes o comerciantes de productos, o prestadores de servicios, legalmente constituidas, para distinguir, en el mercado, los productos o servicios de sus miembros siempre que éstos posean calidad o características comunes entre ellos y diversas respecto de los productos o servicios de terceros.

Artículo 97.- Los miembros de la asociación o sociedad titular de la marca colectiva podrán usar junto con ésta, el término "Marca Colectiva Registrada".

Artículo 97 BIS.- Con la solicitud de marca colectiva se deberán presentar las reglas para su uso, que contendrán lo siguiente:

- I.- El nombre de la asociación o sociedad que será titular de la marca;
- II.- La representación de la marca;
- III.- Los productos o servicios a que se aplicará la marca;
- IV.- Las características o cualidades comunes de los productos o servicios;
- V.- Los procesos de elaboración, producción, empaque, embalaje o envasado;
- VI.- La indicación de que la marca no podrá ser transmitida a terceras personas y de que su uso quedará reservado a los miembros de la asociación o sociedad;
- VII.- Los mecanismos de control del uso de la marca y del cumplimiento de las reglas de uso;
- VIII.- Las sanciones para el caso de incumplimiento de las reglas de uso;
- IX.- La indicación sobre el ejercicio de las acciones legales de protección, y
- X.- Las demás que estime pertinentes el solicitante.

En el caso de la fracción IX del presente artículo, cualquier modificación deberá ser inscrita ante el Instituto para surtir efectos contra terceros.

Artículo 97 BIS-1.- La marca colectiva no será objeto de licencia, ni podrá ser transmitida a terceras personas, quedando su uso reservado a los miembros de la asociación o sociedad.

Las marcas colectivas se registrarán, en lo que no haya disposición especial, por lo establecido en esta Ley para las marcas.

Artículo 98.- Se entiende por marca de certificación un signo que distingue productos y servicios cuyas cualidades u otras características han sido certificadas por su titular, tales como:

- I.- Los componentes de los productos;
- II.- Las condiciones bajo las cuales los productos han sido elaborados o los servicios prestados;
- III.- La calidad, procesos u otras características de los productos o servicios, y
- IV.- El origen geográfico de los productos.

Artículo 98 BIS.- La marca de certificación podrá estar conformada por el nombre de una zona geográfica o que contenga dicho nombre, u otra indicación conocida por hacer referencia a la citada zona, que identifique un producto como originario de la misma, cuando determinada calidad, reputación, u otra característica del producto sea imputable fundamentalmente a su origen geográfico.

En el caso de indicaciones geográficas nacionales protegidas como marcas de certificación, se entenderá que éstas son bienes de dominio del poder público de la Federación.

Artículo 98 BIS-1.- Podrá solicitar el registro cualquier persona moral, siempre y cuando no desarrolle una actividad empresarial que implique el suministro de productos o la prestación del servicio de la misma naturaleza o tipo que aquella certifica.

Cuando la marca de certificación se constituya por una indicación geográfica nacional, sólo podrán solicitar el registro:

- I.- Las personas morales que directamente se dediquen a la extracción, producción o elaboración del producto que se pretenda amparar;
- II.- Las cámaras o asociaciones de fabricantes o productores vinculados con el producto que se pretenda amparar con la indicación;
- III.- Las dependencias o entidades del Gobierno Federal, y
- IV.- Los gobiernos de las Entidades de la Federación en cuyo territorio o zona geográfica se extraiga, produzca o elabore el producto que se pretenda amparar.

Artículo 98 BIS-2.- La solicitud de registro de una marca de certificación deberá acompañarse de las reglas para su uso, en las que se indique:

- I.- Los productos o servicios a los que se aplicará la marca;
- II.- La representación de la marca;
- III.- Las especificaciones técnicas que definan los caracteres particulares del producto o servicio tales como el origen de las materias primas, las condiciones de producción, su procedimiento de transformación, sus características físicas, químicas, tóxicas, bacteriológicas o de utilización, su composición o etiquetado;
- IV.- El procedimiento de comprobación de los caracteres específicos señalados en la fracción anterior;
- V.- Las modalidades y periodicidad con que se deberán ejercer los controles de calidad sobre la producción del bien en sus diversas etapas, así como en la transformación y comercialización del mismo;
- VI.- El régimen de sanciones para el caso de incumplimiento de las reglas de uso;
- VII.- La indicación de que la marca no podrá ser objeto de licencia;
- VIII.- La indicación sobre el ejercicio de las acciones legales de protección;
- IX.- En su caso, el grado de concordancia de las reglas para su uso con las Normas Oficiales Mexicanas, Normas Mexicanas o cualquier otra norma o lineamiento internacional, y
- X.- Las demás que estime pertinentes el solicitante.

Las reglas antes señaladas permitirán el acceso a cualquier persona que cumpla con las mismas.

En el caso de la fracción VIII del presente artículo, cualquier modificación deberá ser inscrita ante el Instituto para surtir efectos contra terceros.

Artículo 98 BIS-3.- La marca de certificación no será objeto de licencia, quedando su uso reservado a las personas que cumplan con las condiciones determinadas en las reglas para su uso.

Las marcas de certificación se registrarán, en lo que no haya disposición especial, por lo establecido en esta Ley para las marcas.

Artículo 98 BIS-4.- El titular de una marca de certificación autorizará su uso a toda persona cuyo producto o servicio cumpla con las condiciones determinadas en las reglas para su uso.

Solo los usuarios autorizados podrán usar junto con la marca de certificación, el término "Marca de Certificación Registrada".

En caso de las marcas de certificación que protejan indicaciones geográficas nacionales se deberá estar a las disposiciones establecidas en el Título Quinto, Capítulo III, De la Autorización para su Uso.

CAPÍTULO II BIS

De las Marcas Notoriamente Conocidas y Famosas

Artículo 98 TER.- Para efectos de su estimación o declaración por el Instituto, se entenderá que una marca es notoriamente conocida en México, cuando un sector determinado del público o de los círculos comerciales del país, conoce la marca como consecuencia de las actividades comerciales desarrolladas en México o en el extranjero por una persona que emplea esa marca en relación con sus productos o servicios o bien, como consecuencia de la promoción o publicidad de la misma.

Para efectos de su estimación o declaración por el Instituto, se entenderá que una marca es famosa en México, cuando sea conocida por la mayoría del público consumidor.

A efecto de demostrar la notoriedad o fama de la marca, podrán emplearse todos los medios probatorios permitidos por esta Ley.

Artículo 98 TER-1.- La declaratoria o cualquiera de sus actualizaciones constituyen un acto administrativo por medio del cual el Instituto declara, con base en los elementos de prueba aportados, que las condiciones por virtud de las cuales una marca es notoriamente conocida o famosa, subsisten al tiempo en que el acto se emite.

Los impedimentos previstos en el artículo 90, fracciones XVI y XVII, para la protección de marcas notoriamente conocidas o famosas, se aplicarán con independencia de que éstas se encuentren registradas o declaradas.

Artículo 98 TER-2.- Para efectos de obtener la declaratoria de notoriedad o fama, el solicitante aportará los siguientes datos:

I. El sector del público integrado por los consumidores reales o potenciales que identifiquen la marca con los productos o servicios que ésta ampara, basados en una encuesta o estudio de mercado o cualquier otro medio permitido por la ley.

II. Otros sectores del público diversos a los consumidores reales o potenciales que identifiquen la marca con los productos o servicios que ésta ampara, basados en una encuesta o estudio de mercado o cualquier otro medio permitido por la ley.

III. Los círculos comerciales integrados por los comerciantes, industriales o prestadores de servicios relacionados con el género de productos o servicios, que identifiquen la marca con los productos o servicios que ésta ampara, basados en una encuesta o estudio de mercado o cualquier otro medio permitido por la ley.

IV. La fecha de primer uso de la marca en México y, en su caso, en el extranjero.

V. El tiempo de uso continuo de la marca en México y, en su caso, en el extranjero.

VI. Los canales de comercialización en México y, en su caso, en el extranjero.

VII. Los medios de difusión de la marca en México y, en su caso, en el extranjero.

VIII. El tiempo de publicidad efectiva de la marca en México y, en su caso, en el extranjero.

IX. La inversión realizada durante los tres últimos años en publicidad o promoción de la marca en México y, en su caso, en el extranjero.

X. El área geográfica de influencia efectiva de la marca.

XI. El volumen de ventas de los productos o los ingresos percibidos por la prestación de los servicios amparados bajo la marca, durante los últimos tres años.

XII. El valor económico que representa la marca, en el capital contable de la compañía titular de ésta o conforme a avalúo que de la misma se realice.

XIII. Las franquicias y licencias que respecto a la marca hayan sido otorgadas.

XIV. El porcentaje de la participación de la marca en el sector o segmento correspondiente del mercado.

Artículo 98 TER-3.- El Instituto presumirá, salvo prueba en contrario, que las condiciones que originaron la declaratoria o sus actualizaciones, subsisten por un período de cinco años a partir de la fecha de su expedición; en consecuencia, durante dicho período deberá aplicar según corresponda, el impedimento previsto en el artículo 90, fracción XVI o el previsto en la fracción XVII, de manera expedita.

La declaratoria podrá actualizarse en cualquier tiempo, a petición de quien tenga interés jurídico, siempre que acredite que las condiciones que le dieron origen subsisten a la fecha de la solicitud respectiva.

Artículo 98 TER-4.- La solicitud de declaración de notoriedad o fama se hará por escrito con las formalidades que para las solicitudes y promociones están señaladas en esta Ley y su reglamento, a la que se acompañarán los elementos probatorios que funden la petición y en la que se expresará cuando menos lo siguiente:

I. Nombre, nacionalidad, domicilio, teléfono y correo electrónico del solicitante y, en su caso, de su apoderado, y

II. Los documentos y elementos probatorios que se acompañan a la solicitud.

Artículo 98 TER-5.- Recibida la solicitud por el Instituto y enterado el pago de las tarifas correspondientes, se efectuará el examen de los elementos, datos y documentos aportados.

Si a juicio del Instituto, éstos no satisfacen los requisitos legales o resultan insuficientes para la comprensión y análisis de cualquiera de los elementos de la solicitud, se prevendrá al solicitante para que haga las aclaraciones o adiciones necesarias, otorgándole al efecto un plazo de cuatro meses.

Si el solicitante no cumple con el requerimiento dentro del plazo otorgado, la solicitud será desechada.

Artículo 98 TER-6.- Concluido el trámite de la solicitud y satisfechos los requisitos legales y reglamentarios, se expedirá la declaratoria correspondiente.

En caso de que el Instituto niegue el otorgamiento de la declaratoria, lo notificará por escrito al solicitante, expresando los motivos y fundamentos legales de su resolución y valorando todos los elementos probatorios recibidos.

Artículo 98 TER-7.- Las resoluciones sobre declaratorias de notoriedad o fama serán publicadas en la Gaceta.

Artículo 98 TER-8.- Procederá la nulidad de la declaratoria cuando:

I.- Se haya otorgado en contravención a las disposiciones de esta Ley, y

II.- Se hubiese concedido a quien no tuviera derecho a obtenerla.

Las declaraciones administrativas de nulidad se harán por el Instituto, a petición de quien tenga interés jurídico y acredite los supuestos en los que funda su solicitud.

Artículo 98 TER-9.- Para efectos de su transmisión, la declaratoria se considerará ligada al o los registros marcarios que le dieron origen.

Artículo 113.- ...

I.- Nombre y domicilio del solicitante;

II.- La representación del signo que constituya la marca;

III.- La fecha de primer uso de la marca en México o, en su caso, la mención de que no se ha usado. A falta de indicación se entenderá que no se ha usado la marca;

IV.- Los productos o servicios específicos a los que se aplicará la marca, y

V.- ...

Artículo 115.- (Se deroga).

Artículo 120.- El Instituto otorgará un plazo improrrogable de un mes, contado a partir de la fecha en que surta efectos la publicación en la Gaceta del Instituto, para que cualquier tercero que tenga interés, se oponga a la solicitud de registro o publicación por considerar que ésta incurre en los supuestos previstos en los artículos 4o. y 90 de esta Ley.

La oposición deberá presentarse por escrito, acompañarse de las pruebas respectivas, así como del comprobante de pago de la tarifa correspondiente.

Artículo 120 BIS.- Transcurrido el plazo a que se refiere el primer párrafo del artículo 120, el Instituto notificará al solicitante a través de la Gaceta sobre las oposiciones recibidas, otorgándole un plazo improrrogable de un mes, contado a partir de la fecha en que surta efectos la notificación respectiva, para manifestar por escrito lo que a su derecho convenga en relación con la oposición y, en su caso, presente pruebas.

Artículo 120 BIS-1.- Para el trámite de la oposición se admitirán toda clase de pruebas con excepción de la confesional y testimonial, salvo que el testimonio o la confesión estén contenidos en documental, así como las que sean contrarias a la moral y al derecho.

Artículo 120 BIS-2.- Transcurrido el plazo a que se refiere el artículo 120 BIS de esta Ley, y desahogadas las pruebas, las actuaciones se pondrán a disposición del solicitante y de las personas que hubieren presentado oposiciones para que, en su caso, formulen por escrito alegatos en un plazo de dos días, los cuales serán tomados en cuenta por el Instituto. Una vez transcurrido dicho plazo se procederá sin mayor trámite al examen de fondo.

Artículo 120 BIS-3.- La oposición al registro o publicación de una solicitud no suspenderá el trámite, ni tampoco prejuzgará sobre el resultado del examen de fondo que realice el Instituto sobre la solicitud.

Artículo 122 BIS.- ...

El plazo adicional, se contará a partir del día hábil siguiente al del vencimiento del plazo de dos meses previsto en el artículo 122 anterior.

...

Artículo 124.- El Instituto suspenderá el trámite de una solicitud de registro o publicación cuando la solicitud contenga un impedimento que se refiera a la existencia de uno o varios registros o publicaciones de uno o varios nombres comerciales, idénticos o similares en grado de confusión, sobre los cuales exista o se presente procedimiento de declaración administrativa de nulidad, caducidad o cancelación del o los registros o cesación de los efectos del nombre comercial.

Este supuesto procederá de oficio o a petición de quien inicie o haya iniciado la solicitud de declaración administrativa correspondiente, dentro del plazo establecido en el oficio de impedimento respectivo; o bien, cuando se presente el procedimiento a que se refiere el artículo 178 de esta Ley.

Artículo 125.- ...

...

El Instituto dictará la resolución que corresponda a las oposiciones recibidas, expresando los motivos y fundamentos legales de su resolución.

Artículo 126.- El Instituto expedirá un título por cada marca, como constancia de su registro. El título comprenderá la representación de la marca y en el mismo se hará constar:

I.- ...

II.- El signo que constituye la marca;

III.- a V.- ...

VI.- Fechas de presentación de la solicitud; de prioridad reconocida y de primer uso, en su caso; y de expedición, y

VII.- Vigencia.

Sólo podrán permitirse cambios en el título de una marca para corregir errores evidentes o de forma. Los cambios autorizados deberán ser publicados en la Gaceta.

Artículo 128.- ...

El titular de una marca deberá declarar ante el Instituto, acompañando el pago de la tarifa correspondiente el uso real y efectivo de la marca.

Dicha declaración se deberá presentar durante los tres meses posteriores, contados a partir de que se cumpla el tercer año de haberse otorgado el registro.

Si el titular no declara el uso, el registro caducará de pleno derecho.

Artículo 131.- Las leyendas "Marca Registrada", "Marca Colectiva Registrada" o "Marca de Certificación Registrada", las siglas "M.R." o el símbolo ®, sólo podrán usarse para los productos o servicios para los cuales dicha marca se encuentre registrada.

Artículo 133.- La renovación del registro de una marca deberá solicitarse por el titular acompañando el pago de la tarifa correspondiente, declarando el uso real y efectivo de la marca.

La solicitud se presentará dentro de los seis meses anteriores al vencimiento de su vigencia. Sin embargo, el Instituto dará trámite a aquellas solicitudes que se presenten dentro de un plazo de seis meses posteriores a la terminación de la vigencia.

Vencido este plazo sin que se presente la solicitud de renovación, el registro caducará de pleno derecho.

Los registros que se encuentren en el plazo de seis meses posteriores a la terminación de su vigencia, se considerarán como impedimento para el registro de un signo en términos de lo establecido por el artículo 90 fracciones XVIII y XIX de esta Ley.

Artículo 134.- (Se deroga).

Artículo 135.- (Se deroga).

Artículo 145.- Para efectos de su transmisión, se considerarán ligados los registros o solicitudes en trámite de las marcas de un mismo titular, cuando éstas sean idénticas y amparen similares productos o servicios, o bien sean semejantes en grado de confusión y se apliquen a los mismos o similares productos o servicios.

Artículo 146.- Cuando el titular de registros o solicitudes en trámite de dos o más marcas ligadas, considere que no existirá confusión en caso de que alguna de ellas fuera utilizada por otra persona, para los productos o servicios a que se aplica dicha marca, podrá solicitar que sea disuelta la liga impuesta. El Instituto resolverá en definitiva lo que proceda.

Artículo 151.- ...

I.- a III.- ...

IV.- Se haya otorgado por error, inadvertencia, o diferencia de apreciación, existiendo en vigor otro que se considere invadido, por tratarse de una marca que sea igual o semejante en grado de confusión y que se aplique a servicios o productos iguales o similares;

V.- El agente, el representante, el usuario o el distribuidor del titular, o cualquier otra persona que haya tenido relación con el titular, directa o indirecta, de una marca registrada en el extranjero, solicite y obtenga el registro, de ésta u otra semejante en grado de confusión, a su nombre sin el consentimiento expreso del titular de la marca extranjera, y

VI.- Se haya obtenido de mala fe.

Las acciones de nulidad previstas en las fracciones II, III y IV del presente artículo podrán ejercitarse dentro de un plazo de cinco años, contado a partir de la fecha en que surta sus efectos la publicación del registro en la Gaceta. Las relativas a las fracciones I, V y VI podrán ejercitarse en cualquier tiempo.

Artículo 152.- ...

I.- ...

II.- Cuando la marca haya dejado de usarse durante los tres años consecutivos inmediatos anteriores a la solicitud de declaración administrativa de caducidad, salvo que exista causa justificada a juicio del Instituto, y

III.- Cuando no se realice la declaratoria de uso real y efectivo en términos del artículo 128 de esta Ley.

Artículo 155.- La declaración de nulidad, caducidad o cancelación del registro de una marca, se hará administrativamente por el Instituto de oficio, a petición de parte o del Ministerio Público Federal, cuando tenga algún interés la Federación. La caducidad a la que se refieren las fracciones I y III del artículo 152 de esta Ley, no requerirá de declaración administrativa por parte del Instituto.

Artículo 180.- Las solicitudes y promociones deberán ser firmadas por el interesado o su representante y, en su caso, estar acompañadas del comprobante de pago de la tarifa correspondiente.

La falta de firma de la solicitud o promoción producirá su desechamiento de plano.

Ante la falta del comprobante de pago, el Instituto requerirá, por única ocasión, al solicitante para que exhiba el pago de las tarifas que correspondan en un plazo de cinco días hábiles. En caso de no cumplir con el requerimiento dentro del plazo señalado, la solicitud o promoción será desechada de plano.

Artículo 183.- En toda solicitud, el promovente deberá señalar domicilio para oír y recibir notificaciones dentro del territorio nacional.

El Instituto notificará a través de la Gaceta todas las resoluciones, requerimientos y demás actos que emita, relacionados con el trámite de patentes, registros y publicaciones nacionales, así como los relativos a la conservación de derechos, salvo los expedientes que se encuentren en el supuesto previsto en el artículo 186 de esta Ley.

En los procedimientos de declaración administrativa previstos en la presente Ley, incluyendo aquellos seguidos en rebeldía, las resoluciones de trámite y definitivas dictadas podrán ser notificadas a las partes por estrados en el Instituto y mediante publicación en la Gaceta, cuando no haya sido posible realizarla en el domicilio al que se refiere el primer párrafo del presente artículo.

El promovente deberá comunicar al Instituto cualquier cambio en el domicilio para oír y recibir notificaciones. En caso de que no se dé aviso, las notificaciones que se practiquen se tendrán por legalmente realizadas en el domicilio que aparezca en el expediente.

Artículo 184.- ...

Los plazos empezarán a correr al día hábil siguiente de la notificación respectiva. Las publicaciones en Gaceta surtirán efectos de notificación en la fecha que en la propia Gaceta se indique o, en su defecto, al día hábil siguiente de aquél en que se ponga en circulación.

Artículo 213.- ...

I.- a VI.- ...

VII.- Usar como marcas las denominaciones, signos, símbolos, siglas o emblemas a que se refiere el artículo 4o. y las fracciones VII, VIII, IX, XII, XIII, XIV, XV, XVI, XVII y XX del artículo 90 de esta Ley;

VIII.- a XXXIII.- ...

Transitorios

Primero.- El presente Decreto entrará en vigor a los sesenta días hábiles siguientes a su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Segundo.- Las solicitudes de registro de marca o aviso comercial o publicación de nombre comercial, incluyendo las oposiciones que se hayan presentado, que se encuentren en trámite a la entrada en vigor del presente Decreto se resolverán conforme a las disposiciones vigentes al momento de su presentación.

Ciudad de México, a 3 de abril de 2018.- Dip. **Edgar Romo García**, Presidente.- Sen. **Ernesto Cordero Arroyo**, Presidente.- Dip. **María Eugenia Ocampo Bedolla**, Secretaria.- Sen. **Juan G. Flores Ramírez**, Secretario.- Rúbricas.”

En cumplimiento de lo dispuesto por la fracción I del Artículo 89 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, y para su debida publicación y observancia, expido el presente Decreto en la Residencia del Poder Ejecutivo Federal, en la Ciudad de México, a once de mayo de dos mil dieciocho.- **Enrique Peña Nieto**.- Rúbrica.- El Secretario de Gobernación, Dr. **Jesús Alfonso Navarrete Prida**.- Rúbrica.

SECRETARÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, DESARROLLO RURAL, PESCA Y ALIMENTACIÓN**DECRETO por el que se reforman los artículos 4 y 18 de la Ley Federal de Producción, Certificación y Comercio de Semillas.**

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Presidencia de la República.

ENRIQUE PEÑA NIETO, Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, a sus habitantes sabed:

Que el Honorable Congreso de la Unión, se ha servido dirigirme el siguiente

DECRETO

“EL CONGRESO GENERAL DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, DECRETA:

SE REFORMAN LOS ARTÍCULOS 4 Y 18 DE LA LEY FEDERAL DE PRODUCCIÓN, CERTIFICACIÓN Y COMERCIO DE SEMILLAS.

Artículo Único.- Se reforman la fracción XI del artículo 4 y el cuarto párrafo del artículo 18 de la Ley Federal de Producción, Certificación y Comercio de Semillas, para quedar como sigue:

Artículo 4.- ...

I. a X. ...

XI. Promover y apoyar la conformación y consolidación de organizaciones, asociaciones y empresas nacionales productoras y distribuidoras de semillas;

XII. a XIV. ...

Artículo 18.- ...

...

...

En los programas para el desarrollo de la investigación, capacitación, extensión y vinculación en materia de semillas, se incluirá, entre otros aspectos, la formación de recursos humanos y redes de conocimiento para la generación de empresas semilleras nacionales con apoyo de Instituciones de Enseñanza Superior y Tecnológica y Centros de Investigación, la creación y fortalecimiento de la capacidad nacional en materia de semillas, la generación de nuevas y mejores variedades vegetales acordes a las demandas del mercado y los requerimientos agronómicos, el aprovechamiento de variedades de uso común sobresalientes, así como al desarrollo de métodos de análisis, conservación, calificación y tecnología de semillas.

TRANSITORIO

ÚNICO. El presente Decreto entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Ciudad de México, a 21 de marzo de 2018.- Dip. **Edgar Romo García**, Presidente.- Sen. **Ernesto Cordero Arroyo**, Presidente.- Dip. **Isaura Ivanova Pool Pech**, Secretaria.- Sen. **Lorena Cuéllar Cisneros**, Secretaria.- Rúbricas.”

En cumplimiento de lo dispuesto por la fracción I del Artículo 89 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, y para su debida publicación y observancia, expido el presente Decreto en la Residencia del Poder Ejecutivo Federal, en la Ciudad de México, a ocho de mayo de dos mil dieciocho.- **Enrique Peña Nieto**.- Rúbrica.- El Secretario de Gobernación, Dr. **Jesús Alfonso Navarrete Prida**.- Rúbrica.

DECRETO por el que se expide la Ley de Fomento a la Industria Vitivinícola.

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Presidencia de la República.

ENRIQUE PEÑA NIETO, Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, a sus habitantes sabed:

Que el Honorable Congreso de la Unión, se ha servido dirigirme el siguiente

DECRETO

“EL CONGRESO GENERAL DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, D E C R E T A :

SE EXPIDE LA LEY DE FOMENTO A LA INDUSTRIA VITIVINÍCOLA.

Artículo Único.- Se expide la Ley de Fomento a la Industria Vitivinícola.

LEY DE FOMENTO A LA INDUSTRIA VITIVINÍCOLA**Título I****Objeto y Definiciones de la Ley****Capítulo I****Disposiciones Generales**

Artículo 1. La presente Ley es de orden público e interés general y tiene por objeto impulsar, fomentar, promover y difundir las actividades relacionadas al Sector, en concordancia con la Ley para Impulsar el Incremento Sostenido de la Productividad y la Competitividad de la Economía Nacional, la Ley Federal sobre Metrología y Normalización y la Ley de Desarrollo Rural Sustentable, y demás ordenamientos legales aplicables, para impulsar una mayor productividad y competitividad de la actividad. Además de establecer las bases para el impulso y desarrollo de la industria vitivinícola mexicana.

Artículo 2. Son sujetos de esta Ley todos los actores involucrados, iniciando desde los procesos de plantación, siembra, cultivo, cosecha, fermentación, crianza, envasado y la comercialización del Vino elaborado, así como los productores, las organizaciones, asociaciones, comités, consejos de carácter nacional, estatal, regional, distrital y municipal, las subcomisiones de las entidades federativas que se constituyan o estén constituidos de conformidad con los lineamientos y las normas vigentes en la materia y, en general, toda persona física o moral que, de manera individual o colectiva, realice actividades relacionadas dentro de la cadena productiva a la actividad vitivinícola en territorio mexicano.

Artículo 3. Para los efectos de la presente Ley se entenderá por:

- I. Añejamiento: Es el proceso de maduración al que se somete un producto alcohólico de por lo menos un año en recipientes de madera de roble blanco o encino u otras maderas que demuestren inocuidad, cuya capacidad no debe ser superior a 700 litros.
- II. Comisión: La Comisión Intersecretarial de Fomento a la Industria Vitivinícola.
- III. Enología: Ciencia, técnica y arte de producir vinos, mostos y otros derivados de la vid mediante la implantación de técnicas de cultivo de viñedo, el análisis de los productos elaborados y almacenaje, gestión y conservación de los mismos.
- IV. Ley: La Ley de Fomento a la Industria Vitivinícola.
- V. Reglamento: El Reglamento de la Ley de Fomento a la Industria Vitivinícola.
- VI. Productor: Persona dedicada al cultivo, producción, elaboración y transformación de la uva destinada a la elaboración de Vino.
- VII. Registro: El Registro Nacional de Productores Vitivinícolas.
- VIII. Secretaría: La Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación.
- IX. Sector: Al sector vinícola, vitícola y vitivinícola mexicano.
- X. Vid: Planta que produce uva, fruto comestible y materia prima para la fabricación de Vino y otras bebidas alcohólicas.
- XI. Vinícolas: Adjetivo de la palabra "Vino" que hace referencia a los establecimientos relacionados con su elaboración y su comercio.
- XII. Vino: Bebida alcohólica que se obtiene de la fermentación únicamente de los mostos de uva fresca con o sin orujo, o mezcla de mostos concentrados de uva y agua, su contenido de alcohol es de 8% Alc. Vol. a 16% Alc. Vol.
- XIII. Vino de Importación: Todo aquel Vino elaborado fuera del territorio mexicano, que ingresa legalmente a nuestro país ya envasado en diversas presentaciones por empresas distribuidoras o en forma líquida a granel y que podrá terminar los procesos de fermentación, clarificación, filtrado, añejamiento y envasado, por empresas legalmente establecidas con domicilio fiscal en nuestro país.
- XIV. Vino Mexicano: Es el Vino producido con el 100% de uvas de origen mexicano y que además su contenido total es fermentado y envasado en territorio nacional.
- XV. Viñedos: Se refiere específicamente a las plantaciones de vides que son rigurosamente plantadas, cuidadas y mantenidas para la producción de Vino y otras bebidas alcohólicas en sus diferentes categorías, así como para la producción y venta de las uvas para consumo como frutas, pasas de uva y jugo de uva.
- XVI. Viticultura: Cultivo sistemático de la Vid, o parra, para usar sus uvas en la producción de Vino.

Artículo 4. Las autoridades en el ámbito de sus respectivas competencias, fomentarán el desarrollo y participación del Sector en el mercado, incluyendo la promoción de esquemas de participación de productores.

Artículo 5. Serán líneas estratégicas de acción para el cumplimiento del objeto de esta Ley:

- I. Fomentar el respeto del territorio considerado como apto para el cultivo de la Vid en territorio nacional;

- II. Estimular el crecimiento económico de la actividad vitivinícola en territorio nacional, generando las condiciones favorables para el impulso de inversión y acceso a fuentes de financiamiento y apoyos para la iniciativa privada;
- III. Fomentar el cumplimiento de las normas oficiales mexicanas y normas mexicanas aplicables al Sector, así como su evaluación de la conformidad para garantizar la disponibilidad y correcta información al consumidor sobre la calidad del Vino Mexicano y su correcta clasificación;
- IV. Fortalecer la competitividad de los vinos nacionales en el mercado fomentando el desarrollo de su producción y calidad de los mismos;
- V. Fomentar el uso y conocimiento en el público consumidor de distintivos relacionados con la calidad del Vino Mexicano, y
- VI. Fomentar campañas y/o actividades de promoción nacional e internacional orientadas a aumentar un mayor conocimiento y consumo de Vino Mexicano.

Artículo 6. Son sujetos de aplicación de esta Ley toda persona física o moral que, individualmente o de forma colectiva, estén constituidos de conformidad con la legislación vigente y que preponderantemente realice actividades vitivinícolas, así como las organizaciones, asociaciones, comités y consejos vinculados a dichas actividades, de conformidad con las disposiciones de la normatividad aplicable.

Artículo 7. Son factores básicos para el impulso del Sector:

- I. Los procesos de plantación, siembra, cultivo, cosecha, fermentación, crianza, Añejamiento, envasado y de la distribución y comercialización del Vino Mexicano elaborado, así como de los actores que participan en la cadena productiva entre los que se encuentran los productores, empresas, academia, las organizaciones, asociaciones, comités y consejos de carácter nacional, estatal, regional, distrital y municipal, que son la base fundamental para el fomento del Sector mediante la inversión directa, la generación de empleo y la promoción del Vino Mexicano a nivel nacional e internacional;
- II. El estímulo del desarrollo de los productores de uva y de la industria del Vino a través del fomento de inversión en infraestructura y el mejoramiento de los servicios públicos, y
- III. La tecnificación de los procesos de producción, así como el empleo de nuevas herramientas especializadas en la producción de Vino Mexicano.

Artículo 8. El Ejecutivo Federal, a través de sus dependencias y entidades, podrá suscribir convenios de coordinación con los gobiernos de las entidades federativas, y de los Municipios para el cumplimiento de los objetivos de esta Ley.

Título II De la Comisión

Capítulo I De la Integración de la Comisión

Artículo 9. Se crea la Comisión Intersecretarial de Fomento a la Industria Vitivinícola, como órgano de consulta y coordinación de la Administración Pública Federal, de conformidad con lo establecido en esta Ley y demás disposiciones aplicables.

La Comisión se integrará por representantes de la Secretaría de Gobernación, Secretaría de Hacienda y Crédito Público, Secretaría de Relaciones Exteriores, Secretaría de Turismo, Secretaría de Educación Pública, Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales y Secretaría de Salud.

Los servidores públicos que integran la Comisión deberán tener un nivel mínimo de Director General, asimismo, podrán designar a sus suplentes quienes deberán tener un nivel mínimo de Director de Área.

Podrán ser invitados a las sesiones de dicha Comisión los previstos en el artículo 19 de la presente Ley, así como aquellos que la propia Comisión considere necesarios para el cumplimiento de sus funciones.

La participación de los integrantes de la Comisión y de los invitados, será de carácter honorífico, por lo que no recibirán percepción alguna.

Artículo 10. La Comisión tiene como objeto orientar, promover, apoyar y proponer políticas públicas para el fomento de la industria vitivinícola nacional.

Artículo 11. Corresponde la Presidencia de la Comisión a la Secretaría de Economía y la Secretaria Ejecutiva a la Secretaría, y sus representantes fungirán como coordinadores de los trabajos y el funcionamiento en general de la Comisión.

Artículo 12. La Comisión para el cumplimiento de su objeto, tendrá las siguientes funciones:

- I. Proponer en congruencia con el sistema de planeación democrática del desarrollo nacional, las políticas generales y definir las estrategias de fomento a la industria vitivinícola nacional;
- II. Fomentar la investigación acerca de las diferentes variedades y clasificaciones de uva para vinificación;

- III. Establecer la obligatoriedad de la adopción y uso de certificaciones y/o mecanismos de evaluación para dar cumplimiento con las normas oficiales mexicanas y en concordancia con la legislación federal aplicable, a efecto de impulsar el uso y promoción de un distintivo público acerca de la calidad y clasificación en la producción de vinos mexicanos;
- IV. Establecer las bases para la creación, el funcionamiento y regulación aplicable del Registro, incluyendo a los productores primarios relacionado a la producción de las variedades de Vid utilizadas para la elaboración de vinos mexicanos, mismo que servirá como base instrumento de consulta para beneficio de políticas públicas, programas, apoyos e incentivos de los diferentes ámbitos gubernamentales;
- V. Ser instancia de consulta y colaboración para la realización de estudios, planes, programas, proyectos y políticas públicas que se desarrollen en la materia;
- VI. Impulsar las políticas públicas relacionadas con el Sector, para su crecimiento y desarrollo integral del Sector;
- VII. Participar en foros nacionales e internacionales relacionados con el cumplimiento del objeto de la Comisión;
- VIII. Publicar un informe anual sobre el desempeño de sus funciones y los avances en la materia, y
- IX. Las demás que establezcan las disposiciones legales aplicables.

Artículo 13. Las diferentes instituciones y entes de la Administración Pública Federal y Estatal, en el ámbito de sus competencias, así como las asociaciones, consejos, comités y representaciones privadas podrán apoyar a la Comisión en el ejercicio de sus atribuciones, bajo los principios de colaboración, coordinación e información interinstitucional.

Artículo 14. La Comisión celebrará sesiones ordinarias por lo menos cuatro veces al año y las extraordinarias que convoque su Presidente y Secretario Ejecutivo o por acuerdo de la mayoría de sus miembros.

Artículo 15. La Comisión sesionará con la mitad más uno de sus miembros. Las resoluciones y acuerdos se tomarán por mayoría simple de votos. El Presidente tendrá voto calificado, en los casos de empate.

Capítulo II De los Órganos de la Comisión

Artículo 16. El Presidente y Secretario Ejecutivo de la Comisión tendrán las siguientes facultades:

- I. Formular y presentar a la Comisión el Programa Anual de Trabajo y los programas de acción;
- II. Formular opiniones y proponer a la Comisión las vías para la solución de conflictos relacionados con la industria vitivinícola;
- III. Proponer los asuntos a tratar en las sesiones de la Comisión;
- IV. Formular y presentar a la Comisión el calendario de encuentros relacionados con la industria vitivinícola, considerando la información que los propios productores y asociaciones relacionadas con la industria vitivinícola determinen;
- V. Representar a la Comisión en foros, y actividades nacionales e internacionales vinculados con el Sector;
- VI. Convocar a las reuniones ordinarias de la Comisión, y
- VII. Las demás que le sean conferidas en éste y otros ordenamientos.

Artículo 17. Los representantes de la Secretaría de Economía y de la Secretaría que asistan a la Comisión de manera directa, tomarán los acuerdos y levantarán las minutas correspondientes a las sesiones de la misma, además de las funciones que le sean encomendadas por la propia Comisión.

Artículo 18. La Comisión será incluyente y representativa de las opiniones e intereses de los Comités Nacional y Estatales de los Sistemas Producto Vid, productores, consejos, asociaciones civiles, académicos y demás organizaciones que tengan por objeto o se encuentren relacionados con la industria vitivinícola mexicana.

Toda organización reconocida y acreditada por la Secretaría, podrá nombrar un representante ante la Comisión Intersecretarial.

Asimismo, las entidades federativas que así lo requieran podrán crear subcomisiones relacionadas con la industria vitivinícola mexicana, a través de sus Secretarías de Desarrollo Agropecuario para enriquecer los trabajos de la Comisión de conformidad con las disposiciones del Reglamento.

Artículo 19. Los funcionarios de las secretarías de estado, de los gobiernos de las entidades federativas, Diputados Federales y Senadores de la República, así como los miembros o representantes de las diferentes cámaras empresariales, y los presidentes de los Comités Nacional y Estatales de los Sistemas Producto Vid, las asociaciones, y los consejos constituidos podrán ser invitados con voz pero sin voto a las sesiones de la Comisión con objeto de impulsar, difundir, promover y distribuir el Vino Mexicano.

Capítulo III De la Coordinación entre la Comisión y las Dependencias de la Administración Pública Federal

Artículo 20. La Secretaría en coordinación con la Comisión apoyará al Sector a:

- I. Promover, evaluar y ejecutar una política nacional de fomento económico específica delineada a favor de la industria vitivinícola con la participación de los representantes de los Comités Nacional y Estatales de los Sistemas Producto Vid, comités interinstitucionales, consejos, productores, asociaciones civiles y académicos que por objeto o interés estén vinculados a la Industria Vitivinícola;
- II. Instrumentar el Registro, el cual deberá contener los datos completos del padrón de productores de uva destinada a la producción de Vino, embotelladores, comercializadores, distribuidores, importadores y exportadores de Vino; el cual será parte del Sistema Nacional de Información para el Desarrollo Rural Sustentable, establecido en la Ley de Desarrollo Rural Sustentable;
- III. Asesorar a los productores para que en el desarrollo de cultivos destinados a la producción de insumos para la vitivinicultura se realicen de acuerdo con las mejores prácticas agrícolas aplicables en materia de sanidad vegetal y que las investigaciones científicas y tecnológicas aconsejen;
- IV. Promover programas específicos destinados al desarrollo del Sector, sin importar los niveles de producción;
- V. Implementar las acciones de capacitación y asistencia técnica para la producción de la uva destinada a la producción vitivinícola;
- VI. Realizar campañas de protección fitosanitaria y demás instrumentos en materia de sanidad vegetal en el marco de su competencia;
- VII. Impulsar la integración de la cadena productiva, y
- VIII. La formación de los productores y demás agentes relacionados con la producción vitivinícola a través de mecanismos de capacitación, consultoría y concertación.

Artículo 21. La Secretaría de Economía en coordinación con la Comisión apoyará al Sector a:

- I. Realizar campañas de promoción del Vino Mexicano, asegurándose que las marcas participantes en estas campañas estén debidamente certificadas conforme lo establezcan las normas oficiales mexicanas aplicables al Vino;
- II. Difundir las normas oficiales mexicanas en donde se establezcan las características y especificaciones necesarias que deberán cumplir la elaboración de productos vitivinícolas para su comercialización;
- III. Incentivar en conjunto con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público la incorporación de los productores mexicanos, al padrón nacional de exportadores, conforme a los lineamientos legales vigentes;
- IV. Difundir las políticas de exportación para potenciar la penetración del Vino Mexicano en otros mercados, y
- V. El acceso a los programas federales en relación a los apoyos vitivinícolas.

Artículo 22. La Secretaría de Hacienda y Crédito Público en coordinación con la Comisión apoyará al Sector a actualizar la incorporación de los productores nacionales al padrón de exportadores.

Artículo 23. La Secretaría de Educación Pública, en coordinación con la Comisión apoyará al Sector Vitivinícola promoviendo e impulsando en la educación media superior y superior las áreas encaminadas al estudio de la Enología y la Viticultura.

Artículo 24. La Secretaría de Salud en coordinación con la Comisión apoyará al Sector Vitivinícola a través de sus programas para la prevención contra las adicciones, promoviendo el consumo moderado del Vino, en coordinación con el Consejo Nacional Contra las Adicciones.

Artículo 25. La Secretaría de Turismo en coordinación con la Comisión apoyará al Sector a:

- I. Promocionar las rutas de Vino y de turismo enológico;
- II. Impulsar al Vino Mexicano como producto representativo nacional, y
- III. Fomentar y dar cumplimiento a lo establecido en la Política de Fomento a la Gastronomía Mexicana.

Artículo 26. La Secretaría de Relaciones Exteriores, en coordinación con la Comisión, apoyará al Sector promocionando al Vino Mexicano a través de todas sus representaciones, embajadas y consulados, dentro y fuera del territorio nacional, promoviendo la oferta y calidad del Vino Mexicano en el extranjero.

Artículo 27. La Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, a través de la Comisión Nacional del Agua y las entidades federativas, a través de sus Comisiones Estatales u Organismos Operadores de Agua, proporcionarán en el ámbito de sus respectivas competencias, con cargo a los productores en términos de las disposiciones aplicables, el abastecimiento y acceso al agua en las regiones productoras de Vid.

Artículo 28. La Secretaría de Energía, en coordinación con la Comisión, apoyará al Sector a:

- I. Fomentar y promover una mayor integración nacional de equipos y componentes para el aprovechamiento de las energías renovables en los diferentes procesos de producción del Vino Mexicano, y
- II. Promover las energías renovables utilizadas en la vitivinicultura, en apego a la Ley de Transición Energética.

Artículo 29. El Ejecutivo Federal y las entidades federativas, a través de sus dependencias y entidades, en el ámbito de sus respectivas competencias, podrán celebrar convenios de colaboración entre los sectores público, social, académico y privado para impulsar la investigación científica y tecnológica, así como la capacitación en materia de Viticultura, vinicultura, vitivinicultura, Enología y las demás ramas derivadas del Sector.

Título III
De la Normatividad, la Certificación, las Energías Renovables en la Vinicultura y los Mecanismos de Cooperación Nacional e Internacional

Capítulo I
De la Normatividad

Artículo 30. Los productores y envasadores de Vino deben cumplir con los sistemas de control de calidad, especificaciones fisicoquímicas, envase, embalaje e información comercial establecidas en las disposiciones sanitarias y normas oficiales mexicanas del Sector que le sean aplicables.

Artículo 31. La evaluación de la conformidad del Vino debe llevarse a cabo conforme lo dispuesto por la Ley Federal sobre Metrología y Normalización y su Reglamento y en las normas oficiales mexicanas de la calidad y clasificación del Vino Mexicano aplicables al Sector, a fin de corroborar la autenticidad de la calidad y clasificación del Vino Mexicano.

Título IV
De la Promoción del Vino Mexicano

Capítulo I
Del Fomento, Difusión y Distribución

Artículo 32. Corresponden a la Comisión la promoción y difusión de los productos vitivinícolas, la cual podrá:

- I. Elaborar material de promoción para dar a conocer el Vino Mexicano;
- II. Impulsar el diseño de políticas públicas a fin de propiciar la definición de programas específicos o conceptos de apoyo dentro de aquellas políticas existentes en los tres órdenes de gobierno, y
- III. Las demás que establezcan las disposiciones jurídicas aplicables.

Artículo 33. La Comisión tendrá acceso a espacios y tiempos oficiales para la divulgación de sus funciones y para la correcta promoción de la cultura del consumo del Vino Mexicano en los términos de las leyes respectivas.

Artículo 34. Los criterios orientadores que se deberán seguir en las campañas financiadas con fondos públicos serán los siguientes:

- I. Recomendar el consumo moderado y responsable del Vino;
- II. Informar y difundir los beneficios del Vino, en materia de salud pública y los riesgos para la salud cuando se consume en exceso;
- III. Fomentar el desarrollo sostenible del cultivo de la Vid, favoreciendo el respeto del medio ambiente;
- IV. Destacar los aspectos históricos y tradicionales de los vinos mexicanos, en particular, las peculiaridades específicas de la diversidad de las regiones como son las características del suelo, altitud, aire, clima, entre otros que influyen en ellos, y
- V. Informar y difundir la calidad, los beneficios, propiedades, cualidades y la composición del Vino, a efecto de tener información completa sobre el producto.

Artículo 35. Los Organismos de Productores y Empresariales relacionados con la industria podrán realizar campañas nacionales de promoción y difusión del Vino Mexicano, con la participación de la Comisión, los productores y los tres órdenes de gobierno.

Transitorios

Primero. La presente Ley entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Segundo. El Ejecutivo Federal expedirá dentro de los 180 días siguientes a la entrada en vigor de la presente Ley, el Reglamento. Asimismo, establecerá las adecuaciones de carácter orgánico, estructural y funcional para su debido cumplimiento.

Tercero. Las erogaciones que se generen con motivo de la entrada en vigor de la presente Ley, se cubrirán con cargo al presupuesto aprobado a las dependencias y entidades involucradas de la Administración Pública Federal, para el ejercicio fiscal que corresponda a la entrada en vigor de esta Ley y los subsecuentes que correspondan.

Ciudad de México, a 26 de abril de 2018.- Sen. **Ernesto Cordero Arroyo**, Presidente.- Dip. **Edgar Romo García**, Presidente.- Sen. **Juan Gerardo Flores Ramírez**, Secretario.- Dip. **Ana Guadalupe Perea Santos**, Secretaria.- Rúbricas.”

En cumplimiento de lo dispuesto por la fracción I del Artículo 89 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, y para su debida publicación y observancia expido el presente Decreto en Villahermosa, Tabasco, a veintidós de mayo de dos mil dieciocho.- **Enrique Peña Nieto**.- Rúbrica.- El Secretario de Gobernación, Dr. **Jesús Alfonso Navarrete Prida**.- Rúbrica.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES**DECRETO por el que se adiciona un tercer párrafo al artículo 53 de la Ley de Caminos, Puentes y Autotransporte Federal.**

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Presidencia de la República.

ENRIQUE PEÑA NIETO, Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, a sus habitantes sabed:

Que el Honorable Congreso de la Unión, se ha servido dirigirme el siguiente

DECRETO

“EL CONGRESO GENERAL DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, DECRETA:

SE ADICIONA UN TERCER PÁRRAFO AL ARTÍCULO 53 DE LA LEY DE CAMINOS, PUENTES Y AUTOTRANSPORTE FEDERAL.

Artículo Único.- Se adiciona un tercer párrafo al artículo 53 de la Ley de Caminos, Puentes y Autotransporte Federal, para quedar como sigue:

Artículo 53.- ...

...

Las terminales de origen y destino de pasajeros deberán contar, al menos, con instalaciones para el ascenso, espera y descenso de pasajeros, así como con instalaciones sanitarias de uso gratuito para los pasajeros, de conformidad con el reglamento correspondiente.

Transitorios

Primero.- El presente Decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Segundo.- El Ejecutivo Federal deberá adecuar sus normas reglamentarias y disposiciones administrativas de la materia de conformidad con el presente Decreto, en un plazo no mayor a noventa días naturales a la entrada en vigor del presente Decreto.

Ciudad de México, a 10 de abril de 2018.- Dip. **Edgar Romo García**, Presidente.- Sen. **Ernesto Cordero Arroyo**, Presidente.- Dip. **María Eugenia Ocampo Bedolla**, Secretaria.- Sen. **Rosa Adriana Díaz Lizama**, Secretaria.- Rúbricas.”

En cumplimiento de lo dispuesto por la fracción I del Artículo 89 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, y para su debida publicación y observancia, expido el presente Decreto en la Residencia del Poder Ejecutivo Federal, en la Ciudad de México, a once de mayo de dos mil dieciocho.- **Enrique Peña Nieto**.- Rúbrica.- El Secretario de Gobernación, Dr. **Jesús Alfonso Navarrete Prida**.- Rúbrica.

SECRETARÍA DE SALUD**DECRETO por el que se adiciona un artículo 10 Bis a la Ley General de Salud.**

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Presidencia de la República.

ENRIQUE PEÑA NIETO, Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, a sus habitantes sabed:

Que el Honorable Congreso de la Unión, se ha servido dirigirme el siguiente

DECRETO

“EL CONGRESO GENERAL DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, DECRETA:

SE ADICIONA UN ARTÍCULO 10 BIS A LA LEY GENERAL DE SALUD.

Artículo Único.- Se adiciona un artículo 10 Bis a la Ley General de Salud, para quedar como sigue:

ARTÍCULO 10 Bis.- El Personal médico y de enfermería que forme parte del Sistema Nacional de Salud, podrán ejercer la objeción de conciencia y excusarse de participar en la prestación de servicios que establece esta Ley.

Cuando se ponga en riesgo la vida del paciente o se trate de una urgencia médica, no podrá invocarse la objeción de conciencia, en caso contrario se incurrirá en la causal de responsabilidad profesional.

El ejercicio de la objeción de conciencia no derivará en ningún tipo de discriminación laboral.

Transitorios

Primero.- El presente Decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Segundo.- La Secretaría tendrá un plazo de 90 días naturales posteriores a la publicación de este Decreto para emitir las disposiciones y lineamientos necesarios para el ejercicio de este derecho en los casos que establece la Ley.

Tercero.- El Congreso de la Unión y las Legislaturas de las entidades federativas, en el ámbito de sus respectivas competencias, realizarán las modificaciones legislativas conforme a lo dispuesto en el presente Decreto, dentro de los 180 días naturales siguientes a su entrada en vigor.

Cuarto.- Las acciones que se generen con motivo de la entrada en vigor del presente Decreto, se cubrirán con los recursos financieros, humanos y materiales con los que actualmente cuente la Secretaría de Salud.

Ciudad de México, a 22 de marzo de 2018.- Dip. **Edgar Romo García**, Presidente.- Sen. **Ernesto Cordero Arroyo**, Presidente.- Dip. **Verónica Bermúdez Torres**, Secretaria.- Sen. **Lorena Cuéllar Cisneros**, Secretaria.- Rúbricas.”

En cumplimiento de lo dispuesto por la fracción I del Artículo 89 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, y para su debida publicación y observancia, expido el presente Decreto en la Residencia del Poder Ejecutivo Federal, en la Ciudad de México, a nueve de mayo de dos mil dieciocho.- **Enrique Peña Nieto**.- Rúbrica.- El Secretario de Gobernación, Dr. **Jesús Alfonso Navarrete Prida**.- Rúbrica.
