

FACULTAD LIBRE DE DERECHO DE MONTERREY
LICENCIATURA EN DERECHO

**ANÁLISIS JURÍDICO DEL MERCADO DE ARTES PLÁSTICAS EN MÉXICO:
APROXIMACIÓN DE DERECHO MERCANTIL Y COMPETENCIA ECONÓMICA**

TESIS QUE EN OPCIÓN A TÍTULO DE
LICENCIADO EN DERECHO

PRESENTA
JESÚS ALEJANDRO QUIJANO GARCÍA

Santa Catarina, Nuevo León, a 19 de noviembre de 2019

A los profesores que no sólo me enseñaron a ser mejor estudiante, sino que me motivaron a ser mejor persona; ojalá su contribución a la academia continúe inspirando demás jóvenes en los años venideros

Jesús Martínez
Rosa de Lourdes Marrufo Ancira
Blanca Lilia Dávalos Rojas
Antonio Salazar Lara
Carlos Raymundo Cantú Cantú
Bertrand Michel Stephane Lobjois
María de Lourdes Ayala Chapa
Georgina Yolanda Marcos Delgado
Reinaldo López-Bosch Larenas
Luis Darío Ángeles González
María Lourdes López Flores
José Alberto Abadié Rodríguez
Evaristo Paredes Torres
Rodrigo Morales Elcoro

ÍNDICE

	Página
INTRODUCCIÓN	3
CAPÍTULOS	
I. NATURALEZA JURÍDICA Y ESTRUCTURA DEL MERCADO DEL ARTE	
A. Adquisición de obras de arte como activo económico	6
B. Funcionamiento de las galerías de arte	11
C. Funcionamiento de las casas de subasta	14
D. Operaciones de corredores y coleccionistas de arte	17
E. Regulación vigente del mercado del arte en México	18
II. ESTUDIOS DE SEGURIDAD JURÍDICA EN EL MERCADO DEL ARTE EN MÉXICO	
A. Contratos mercantiles aplicables al funcionamiento de galerías de arte	29
a. Contrato de comisión mercantil	30
b. Contrato de consignación mercantil	34
c. Riesgos en materia de prácticas monopólicas relativas	39
B. Políticas de compradores y vendedores de casas de subastas	48
a. Políticas de compraventa y condiciones de obras adquiridas	48
b. Cláusula de cliente más favorecido o cláusula de no discriminación	51
c. Fijación de precios entre casas de subastas	55
C. Adquisición de obras de arte por corredores y coleccionistas	65
a. Lesión en la adquisición de obras de arte	65
b. Recomendaciones para la enajenación de obras por particulares	67
CONCLUSIONES	69
BIBLIOGRAFÍA	71
ANEXOS	75

INTRODUCCIÓN

Uno de los principales fines del Derecho es la efectiva tutela y protección de los intereses políticos, económicos, morales y/o sociales de los individuos sujetos de sus normas. El principio de seguridad jurídica constituye uno de los medios para alcanzar dicho fin al asegurar el acceso al conocimiento de derechos y obligaciones derivados de la legislación vigente. En el ámbito mercantil la seguridad jurídica se materializa con la existencia del conjunto de reglas que protegen los intereses de los comerciantes en sus operaciones ordinarias y extraordinarias, reforzando así su confianza en el comercio y, como consecuencia, contribuir gradualmente al progreso económico con el crecimiento y mejoramiento del mercado.

Sin embargo, en la teoría económica constantemente se ha debatido si la actividad de comercio necesita estar regulada por el derecho vigente, con el argumento de que las intervenciones por parte de cuerpos legislativos tienden a limitar al mercado más que a proteger a sus participantes. La postura radical de eliminar por completo toda regulación o intervención del Estado en el haber económico ha sido superada en el mundo contemporáneo, habiendo abundancia de economías de libre mercado, en el sentido mínimo, donde el Estado interviene en cuestiones necesarias para el cuidado y beneficio de los oferentes y demandantes.

Esto puede observarse con el surgimiento del derecho de competencia económica en los Estados Unidos de América a finales del siglo XIX, al expedirse la Ley Sherman,

concretándose el derecho de competencia económica como una nueva vertiente del derecho público, cuya finalidad convergió en limitar los principios de libertad de comercio y libertad contractual, específicamente sobre la conformación de carteles monopólicos, en protección ponderada del derecho fundamental de libre concurrencia y debida competencia económica.

El mercado del arte en México, comprendido como el espacio nominal donde se efectúan las operaciones referentes a la oferta y demanda de obras artísticas, es un modelo particular donde se ejemplifica cómo el Derecho puede o no habitar en concilio con la actividad comercial. Esto en atención a la informalidad que permea las operaciones efectuadas por sus oferentes, y el hecho de que la normatividad vigente adolece tanto en la ausencia de una catálogo íntegro y completo de disposiciones jurídicas enfocadas a la comercialización de obras artísticas, como en la conceptualización de que las que las existentes, especializadas o generales, no son suficientes para responder a las necesidades de los oferentes y demandantes.

La presente investigación, estructurada como una monografía con marco teórico y análisis de aplicación práctica, tiene como objetivo brindar una exploración completa de los usos del mercado del arte en México, a fin de evaluar si la legislación vigente, junto con los instrumentos jurídicos utilizados por las galerías de arte, casas de subasta y corredores de arte, desde la perspectiva del derecho mercantil y el derecho de la competencia económica, protegen el funcionamiento efectivo de dicho mercado. Se tiene como principal enfoque el área de las artes plásticas, siendo estas la pintura, escultura,

dibujo, grabado, cerámica y sus derivados, excluyendo a las formas de arte del cine, teatro, música, literatura, fotografía y danza, debido a que cada una de éstas presenta un mercado distinto respecto de los productos y servicios comercializados, lo cual refiere implicaciones jurídicas distintas. Así mismo, se excluye de la presente investigación el modelo de negocios referente a museos, debido a que su naturaleza no refiere a la especulación comercial y sus decisiones operativas parten de aspectos culturales ajenos al desarrollo del mercado del arte.

Se pretende identificar cuáles son los principales problemas jurídicos en cada sector del mercado del arte atendiendo a las características de su modelo de negocios y las necesidades de sus participantes, a fin de proponer soluciones prácticas con base en la regulación vigente. Para esto, la presente investigación se fundamentará en la legislación vigente de derecho mercantil y competencia económica, así como en los criterios jurisdiccionales y doctrina que resulten relevantes. También serán consideradas las disposiciones jurídicas referentes al patrimonio cultural y prevención de operaciones de operaciones con recursos de procedencia ilícita, exclusivamente en lo que refieren a la comercialización de bienes culturales.

CAPÍTULO PRIMERO

NATURALEZA JURÍDICA Y ESTRUCTURA DEL MERCADO DEL ARTE

El presente capítulo tiene como finalidad exponer cuál es la naturaleza jurídica del mercado del arte a partir de la estructura de su sector primario y secundario, así como las operaciones que derivan en su funcionamiento. Primeramente, se identificará cómo es que las obras artísticas figuran como activos en términos económicos, señalando cuáles son los criterios objetivos para determinar su valor monetario más allá de cuestiones subjetivas como son la técnica, composición y factores emocionales propios de cada pieza. Posteriormente se abordará la estructura y funcionamiento del mercado del arte al describir el *modus operandi* de las galerías de arte, casas de subasta y corredores y/o coleccionistas. Finalmente se identificará cuál es la regulación vigente referente a la comercialización de obras de arte en México, a fin de identificar cuáles son los problemas jurídicos que enfrentan en sus operaciones ordinarias.

A. Adquisición de obras de arte como activo económico

i) Criterios de valuación de obras de arte

Hasta la consolidación del mercantilismo en el siglo XVIII en Europa occidental el arte siempre fue un privilegio exclusivo de las acaudaladas familias aristócratas que tomaban bajo su protección a artistas, no solo en carácter de mecenas sino también como propietarios perpetuos y exclusivos de sus presentes y futuros trabajos. La

temática pictórica pasó de ser de lo épico y religioso a tener una cercanía más íntima con el ciudadano común, encontrando nuevos valores estéticos en la vida cotidiana y en los valores de una nueva sociedad. Con el paso del tiempo aparecieron nuevos géneros como el impresionismo, que situaron a las obras de arte como un nuevo producto del mercado y objeto de gran interés de los entonces marchantes¹.

La popularización de obras artísticas como objeto del mercado evidentemente se dio no sólo por su vínculo con la difusión de cultura y conocimiento de las humanidades, sino por su nueva conceptualización como medios de inversión. Sin embargo, desde aquel entonces hasta la actualidad los potenciales compradores se han de preguntar cómo un conjunto de trazos en un pliego puede aumentar o disminuir su valor de manera exponencial en el corto y mediano plazo a beneficio de uno, creando una ambigüedad para la especulación comercial que no se presenta en otros mercados.

Si bien el comprador de una obra de arte puede estarla adquiriendo solo por apreciación del contenido estético o la percepción de los sentimientos particulares que ésta le evoca, conocer el valor de su bien le puede ser bastante necesario para temas como planeaciones o sucesiones patrimoniales, contratación de seguros o proyecciones fiscales. Sin embargo, para efectos de dicho producto las reglas financieras convencionales de oferta y demanda no son suficientes para determinar el precio, por lo que deben descubrirse y emplearse nuevos métodos². Dentro del mercado del arte,

¹ Rodríguez, Julio. "Arte y Derecho". En: **Revista de la Facultad de Derecho**. Venezuela, Universidad Católica Andrés Bello. No. 56, 2001. p. 181-182.

² Reviriego, Carmen. **El Laberinto del Arte: El mercado del arte, su funcionamiento, sus reglas y principales figuras**. España, Paidós. 2014. p. 115.

además de la relación de costos de producción, como se puede intuir que la elaboración de una escultura de mármol o una pintura al óleo son más caros que un dibujo a lápiz o un grabado, sólo es posible tener certeza a través de la consideración de tres factores o sistemas de valuación: los precios referentes de subastas, presencia museográfica o impulso galerístico, los cuales serán desarrollados en los párrafos subsecuentes.

El precio de referencia en subastas, conocido como *costo de reposición*, puede ser considerado como aquella alusión o remisión que se hace al precio respecto del cual un lote haya salido en subasta, según su catálogo, en conjunto con la valoración de la cantidad por la que finalmente se haya vendido³. Un coleccionista que es propietario de una serigrafía de Alfredo Zalce, por ejemplo, que adquirió la pieza por cinco mil pesos hace cinco años decide venderla y acude a una casa de subastas para que ésta funja como intermediaria de la transacción. El propietario pretende venderla por el doble del valor en que la compró y la casa de subastas se niega a iniciar la puja en diez mil, debido a que el mes pasado sacaron a la venta una pieza del mismo autor, hecha en periodo y condiciones similares, por seis mil pesos y sólo alcanzó un precio de venta de ocho mil pesos, por lo que sería un absurdo presentar una pieza análoga en dicho precio.

Por otro lado, la presencia museográfica se refiere a la fama que tenga un autor y sus obras respecto de las instituciones de promoción cultural que son los museos, esto supone que el artista que tenga más exposiciones a su nombre en museos de renombre tendrá un mayor valor monetario. Es decir, artistas como Leonora Carrington, Rufino

³ Peraza, Miguel y Iturbe, Josu. **El Arte del Mercado en Arte**. 2ª ed. México, Universidad Iberoamericana. 1990/1998. p. 76-77.

Tamayo, José Chávez Morado, cuyas trayectorias han sido merecedoras de galardones como el Premio Nacional de Ciencias y Artes, y que han tenido numerosas exposiciones tanto a nivel nacional como internacional serán evidentemente más costosas que las de otros artistas que, aunque también con notorias exposiciones, no han proyectado su trayectoria en escalas internacionales.

Esto parte de una lógica comercial bastante sencilla, en que los oferentes del mercado, invariable del mercado de que se trate, pretenden que su producto sea atractivo para los inversionistas extranjeros, los cuales naturalmente son más propensos a invertir en productos con presencia internacional, contrario a aquellos cuya circulación está limitada a una región. En el mercado concreto que nos ocupa, dicho criterio puede ser considerado como un capricho o una presunción, pues parte de la premisa de que una obra aumentará su precio solo por estar expuesta en la vitrina contigua a un Picasso o un Monet, y es preciso concebir la idea de que puede estar allí por un acto de cabildeo institucional, o favoritismo de los administradores de la casa cultural, y no por méritos estéticos y/o socioculturales, sin embargo, el simple hecho de encontrarse en un museo de renombre implicará un aumento en el valor de mercado de las obras.

El tercer principal factor que determina la valuación de obras artísticas es el impulso galerístico, que puede ser considerado como el primer precio que se le atribuye a una obra en el mercado por su aparición a través de una galería de arte. Dicho criterio reconoce la relación que existe entre galeristas y nuevos artistas contemporáneos, siendo que los segundos optan por entrar al mercado a través de una comisión con

alguna galería de renombre que expondrá sus obras con mayor facilidad que un museo y las pondrá directamente a la vista de los compradores potenciales, teniendo un aparente contrato consensual que otorga presencia en el mercado a los nuevos artistas y exclusividad sobre sus obras a los galeristas que impulsan sus trabajos. Puede ser considerado como una transacción correspondiente al mercado primario porque es el autor quien atribuye un precio al producto de su trabajo⁴.

ii) Fallas de mercado, externalidades y regulación económica

La economía política corresponde al análisis de las distintas vertientes de intervención del Estado en el mercado. Dicha área de estudio no puede concebirse sin previamente comprender los conceptos de fallas de mercado y fallas del gobierno. Primeramente, las fallas de mercado refieren a condiciones estructurales del mercado y/o a situaciones generadas por los agentes económicos de un determinado mercado, que propician una ineficiente asignación de los recursos del mismo, principalmente por la ausencia de intervención del Estado en cierta medida, los principales fallos de mercado que estudia la economía política son: (i) ausencia de regulación, (ii) externalidades negativas, (iii) distribución desigual de la renta, (iv) falta de determinados bienes necesarios para el desarrollo en el mercado, (v) monopolios y sus derivados⁵.

Por otro lado, los fallos de gobierno refieren a la asignación ineficiente de los recursos en un mercado por una intervención deficiente por parte del Estado,

⁴ Idem. p. 23-24.

⁵ Stiglitz, Joseph E. **La economía del sector público**. 3ª ed. España, Antoni Bosh. 1986/2000. p. 91-100.

principalmente en lo que respecta a la implementación de políticas públicas que, en lugar de tener como efecto la defensa del orden público, producen efectos nocivos en los mercados⁶, al respecto, se concibe la idea de que, desde un punto de vista legislativo, los mercados fallan ya sea por ausencia o exceso de regulación. Léase como regulación las restricciones de productos, obligaciones de los agentes económicos para participar en el mercado, facultades de las autoridades públicas para intervenir en el curso de negocios, entre otros.

En el mercado del arte, la principal falla de mercado que debe considerarse son las externalidades negativas, referidas como elementos que hacen que el sistema de precios sea ineficiente porque existen costos sociales además de los costos privados de los productos⁷, en términos de lo expuesto en páginas anteriores, si bien existen criterios objetivos para valorar las obras de arte, no puede ignorarse que factores subjetivos o imprevisibles entran en la determinación de precio, distinto de otros mercados.

B. Funcionamiento de las galerías de arte

Las galerías de arte son el principal actor del mercado primario de obras de arte, toda vez que a través de ellas se realiza la primer venta de las piezas de un artista hacia los coleccionistas, corredores y casas de subasta, los cuales integran el mercado secundario. Las galerías son responsables de la exhibición, promoción, distribución, pero

⁶ Casares Ripol, Javier. **Ética, economía y política**. España, ESIC. 2011. p. 121-126.

⁷ Taborda Ríos, Rodrigo. **Curso de macroeconomía**. Colombia, Universidad del Rosario. 2005. p. 118-120.

principalmente de realizar las operaciones comerciales de venta de obras de arte. Pueden calificarse en tres tipos: galerías profesionales, culturales y comerciales. Las galerías profesionales son las que se dedican a impulsar, a través de publicaciones editoriales, artistas a nivel nacional e internacional, para incidir directamente en aumentar el precio de obras de artistas que ya cuentan con un reconocimiento adecuado, se encuentran integradas en su mayoría por críticos reconocidos y, por lo costoso de sus operaciones, su análisis es excluido de la presente investigación debido a que representan menos del 10% de las galerías de arte que existen en México⁸.

Las galerías culturales son las denominadas “casas de cultura” o una variación de museos, pertenecientes al Estado, que tienen única intención de promover y garantizar el acceso a la cultura para todo el pueblo⁹, de conformidad con la obligación derivada del último párrafo del artículo cuarto de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, debido a que este tipo de galerías laboran sin fines de lucro e inclusión en el mercado, sus actividades no serán evaluadas en la presente investigación.

Las galerías comerciales son aquellas empresas que tienen por objetivo proporcionar un espacio físico a artistas que, en su mayoría, comienzan las primeras etapas de su trayectoria y pretenden ser exhibidos por primera vez en algún centro de comercio o canal de distribución y así comenzar sus ventas. Estas representan más del 70% de las galerías de arte en México¹⁰. Para el cumplimiento de tal objetivo existen una

⁸ Peraza, Miguel y Iturbe, Josu. Ob. Cit. p. 65.

⁹ Idem. p. 67.

¹⁰ Idem. p. 66.

serie de implicaciones diversas, que constantemente dificultan la creación de una relación de confianza entre las galerías de arte comerciales y los artistas que pretenden formar parte del catálogo de dichas galerías.

El modelo de negocios de las galerías de arte se basa principalmente en dos fuentes de ingresos: i) venta secundaria de obras de arte de artistas reconocidos, mismas que son adquiridas por la galería; y ii) comisión por la venta de obras de nuevos artistas que optan por vender su obra a través de la galería. Desde la perspectiva del artista, lo que se busca es una galería que pueda realizar la labor de exhibición, promoción, venta y distribución de las obras, así como del resguardo del inventario, a fin de que el artista pueda enfocarse en la producción de su obra e incidir en la escena de museos, premios y publicaciones en el medio cultural. Desde la perspectiva de la galería, el beneficio que se obtiene refiere a la comisión por la venta de las obras y la distribución exclusiva que pacta con el artista, lo cual implica que el artista se obligue a comercializar su obra, presente y futura, exclusivamente a través de la galería.

El problema que se presenta en la relación entre artistas y galeristas es que dicho acuerdo rara vez se materializa por escrito. La relación comercial queda únicamente como un voto de confianza en donde se acuerdan las cuestiones mínimas de la relación como el porcentaje de la comisión y las condiciones de resguardo y exhibición de las obras. Esta situación deviene en una situación de inseguridad jurídica que puede resultar en la obstaculización del cumplimiento del acuerdo, no obstante de que se pueda

ejercitar acción procesal para su cumplimiento en instancia judicial, necesariamente se presentaría una dificultad probatoria por la forma en que se materializó el acuerdo.

Por otro lado, al constar por escrito dicho acuerdo deben cuidarse las condiciones en que se pacta la cláusula de distribución exclusiva, cuyo efecto es el principal interés de la galería de arte, debido a que esto puede tener implicaciones en materia de competencia económica. Esta situación, junto con la referida en el párrafo anterior, serán analizadas en el Capítulo Segundo de la presente investigación, a fin de proponer soluciones que brinden seguridad jurídica a las partes.

C. Funcionamiento de las casas de subasta

Las casas de subasta forman parte del mercado secundario de obras de arte, toda vez que su modelo de negocios se basa en la intermediación para la venta de piezas cuyos propietarios son coleccionistas o galerías comerciales, es decir, no involucran la primer circulación de la obra al mercado. La subasta es un mecanismo para la formación de un contrato de compraventa que tiene como elemento característico la actuación de un intermediario: el subastador. Dicho individuo concentra la demanda y aproxima la oferta en un mercado temporal que se crea en el evento de la subasta¹¹. Tiene como principal ventaja comercial el hecho de que, por la concentración de la demanda en el evento de la subasta, el propietario puede vender su obra de arte a un precio superior

¹¹ Alfaro Águila-Real, Jesús. “*La Subasta de Obras de Arte (Aproximación a sus problemas jurídicos)*”. En: **Revista de Derecho Mercantil**. España, Universidad de Cantabria. No. 179-180, Ene.-Julio., 1978. p. 105.

del que le atribuyó para el precio de salida, esto en virtud de la competencia que se presenta entre los compradores, sin necesidad de negociación.

El tipo de subasta comúnmente utilizado es la subasta al alza o inglesa, en que se anuncia un precio de salida para la obra y las pujas de los potenciales compradores proponen un precio ascendente, adjudicándose como comprador aquél que haya llegado a la puja de mayor valor. Sin embargo, en eventos con público reducido y específico, también suele utilizarse el método inverso de subasta a la baja u holandesa, en que el precio de salida es el más alto y las pujas de los clientes potenciales decrecen el valor propuesto, o la subasta de sobre cerrado en que los potenciales compradores realizan una única puja a sobre cerrado respecto de la pieza, y ésta es adjudicada al mejor postor al comparar todas las propuestas¹².

Así mismo, dentro de dichas variables de subasta, pueden formarse otras modalidades respecto de la participación de los potenciales compradores: i) el tradicional que implica una sala con los clientes presentes; ii) por *plica* que implica pujas no públicas que pueden presentarse por teléfono o mensaje; y iii) la subasta por internet, cuya presencia en la última década ha incrementado considerablemente la participación de nuevos colecciones en el medio¹³. El tipo de subasta y modalidad para la actuación de los participantes dependerá principalmente de a quiénes sea dirigida la subasta y quién sea la casa de subasta organizadora del evento.

¹² Mochón, María Asunción y Sáez, Yago. **Entendiendo las subastas**. España, Universidad Carlos III de Madrid. 2011. p. 184

¹³ Belmonte, Ana, Palomo Martínez, Jesús, y Laguna Sánchez, María Pilar. **La rentabilidad de las obras de arte**. España, Universidad Rey Juan Carlos. 2015. p. 105.

El modelo de negocio de las casas de subasta se basa en brindar el servicio de intermediación entre los vendedores de obras y sus compradores a través de la organización, difusión y ejecución del evento de la subasta. El ingreso que obtiene la casa de subastas por el evento deriva de la comisión (*sale's commission*) que recibe del vendedor y de la prima que recibe del comprador (*buyer's premium*), ambos determinados por un porcentaje sobre el precio de martillo.

Las casas de subastas pueden ser consideradas como el principal agente del mercado del arte, Christie's y Sotheby's, que son las empresas de dicha naturaleza con mayor presencia mundial, reportaron ventas de cerca de ochenta billones de dólares en el 2018, solo de obras de arte¹⁴. En México, Galerías Louis C. Morton S.A. de C.V., referida en adelante como Morton, por indicar un ejemplo, solo en nueve noches de subasta, exclusivas de obras artísticas en 2016, indicó ventas de \$86,968,291.00 pesos mexicanos, \$85,494,600.00 en ocho noches en el 2015 y \$62,049,200.00 en ocho noches del 2014¹⁵. Esto sin contabilizar las obras de arte que también aparecen ocasionalmente en las noches donde se subastan toda clase de objetos, denominados como "oportunidades". Tanto Christie's y Sotheby's como Morton utilizan el mismo sistema para realizar sus ventas, que consta de subastas a la alza reguladas por reglas

¹⁴ Deloitte Luxembourg y ArtTactic. **Art & Finance Report 2019**. Luxemburgo, Autores, 2019. p. 244.

¹⁵ Las cifras a las que se hace alusión son producto de la suma de los resultados publicados a lo largo de los años mencionados en la base de datos de la empresa en: <http://auction.mortonsubastas.com/sp/asp/resultsmenu.asp> Por los rubros de Subasta de Arte Latinoamericano, de Arte Mexicano, de Arte Contemporáneo, de Pintura y Obra Gráfica, de Verano de Pintura y Obra Gráfica, de Viejos Maestros y Pintura Europea, de Arte Moderno y Contemporáneo, de Fin de Año de Gráfica y Pintura, y de Arte Británico. Dicha suma fue realizada por el autor del presente.

contractuales estipuladas por las mismas sociedades, las cuales aceptan los vendedores y compradores potenciales.

D. Operaciones de los corredores de arte y coleccionistas

Los corredores de arte y coleccionistas integran el eslabón de mayor informalidad en el mercado del arte, esto se debe a que éste sector está conformado en su mayoría por personas físicas que adquieren y enajenan obras de arte informalmente o de manera esporádica. Dentro de este eslabón se encuentran los coleccionistas que adquieren sin ánimo de revender en el corto y mediano plazo, o que la variación del precio de la obra no influye en su decisión de compra o venta, debido a que su actuación se encuentra motivada en gustos y preferencias. Por otro lado, en este sector también se encuentran los corredores que, con el ánimo de obtener un lucro, habitualmente revenden obras que adquirieron en subasta o a través de una galería.

Los corredores de arte y coleccionistas suelen centrar su actuación en la compraventa de obras de arte entre sí, ya sea para su reventa o inclusión permanente en una colección privada. Otros negocios jurídicos en los que pueden llegar a participar los corredores y coleccionistas suelen ser: i) la concesión del uso de obras para exhibiciones en museos, ferias o galerías; ii) la constitución de garantías en que una obra se designa como colateral; y iii) la participación en conjunto con otros inversores en fondos de capital privado para la adquisición de obras de arte. Si bien estas operaciones distintas de la compraventa han incrementado en la actualidad, su rol en la actuación de

corredores y coleccionistas continúa siendo incidental y esporádico a comparación de la reventa de piezas adquiridas con anterioridad.

El principal problema jurídico que enfrentan los corredores y coleccionistas refiere a la variación exponencial del precio de la obra posterior a su enajenación. Por la naturaleza del mercado del y los factores extraeconómicos que influyen en el precio de sus bienes, suele suceder que un comprador adquiera una obra en determinado precio y al corto plazo este comprador pueda enajenarla a un valor de mercado exponencialmente superior al que él la adquirió, en cuyo caso el vendedor originario podría tener un argumento para accionar en la vía civil bajo el argumento de que se actualiza un supuesto de lesión en términos del artículo 17 del Código Civil Federal o sus análogos en fuero común. Esta situación es analizada en el Segundo Capítulo del presente a fin de proponer una solución.

E. Regulación vigente del mercado del arte en México

El presente apartado tiene como finalidad exponer el panorama actual de la regulación que guarda relevancia con el intercambio de bienes artísticos, su protección como objeto cultural y demás aspectos secundarios. Se tiene como justificación del presente identificar qué aspectos de la actividad artística tienen una regulación específica dentro del sistema jurídico mexicano y cómo interactúa precisamente con la actuación de los operadores del mercado del arte.

i) Tratados internacionales relevantes al mercado del arte

En el ámbito internacional, los instrumentos jurídicos relevantes al comercio de obras de arte a los que se encuentra suscrito el Estado Mexicano son la Convención para la Protección de los Bienes Culturales en Caso de Conflicto Armado de 1954 y la Convención sobre las Medidas que Deben Adoptarse para Prohibir e Impedir la Importación, la Exportación y la Transferencia de Propiedad Ilícita de Bienes Culturales de 1970, ambos de carácter multilateral impulsados por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

Ambos tratados tienen como finalidad la preservación de los bienes catalogados por cada Estado Parte como patrimonio cultural, siendo el primero un producto de la preocupación diplomática ante la destrucción de bienes culturales a causa de las guerras mundiales acontecidas en la primera mitad del siglo XX¹⁶, y el segundo una respuesta a la necesidad de crear un sistema que evitase el desplazamiento internacional de patrimonio cultural sin mayores requisitos y escrutinio que los previstos en materia de comercio exterior¹⁷.

Si bien estos instrumentos contienen reglas referentes al tratamiento material del patrimonio cultural, propiamente no figuran como cuerpos normativos que regulen aspectos específicos a la adquisición y comercialización de obras de arte en general, por

¹⁶ Badenes Casino, Margarita. **La protección de los bienes culturales durante los conflictos armados**. España, Universidad de Valencia. 2005. p. 31.

¹⁷ Querol Fernández, María Ángeles. **Manual de gestión del patrimonio cultural**. España, Akal. 2010. p. 127-128.

lo que no inciden en el funcionamiento del mercado secundario, debido a que: i) ambas se enfocan objetivamente en los bienes que hayan sido declarados como patrimonio cultural por los Estados Parte; y ii) ambas se enfocan subjetivamente en la actuación por parte del Estado y no en los agentes económicos que operan el mercado del arte.

ii) Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticas e Históricas (LFMZAH)

En el ámbito nacional, la LFMZAH prevé el procedimiento de declaración de monumentos arqueológicos, artísticos e históricos y de las zonas de monumentos expedido por el Presidente de la República o del Secretario de Cultura por conducto del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) o del Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura (INBAL)¹⁸ el cual tiene relevancia para los operadores del mercado secundario de arte en México que sean propietarios y/o poseedores de bienes objeto de dicha declaración.

De conformidad con el artículo 33 de la Ley, podrán ser declarados monumentos artísticos los bienes muebles y/o inmuebles que revistan un valor estético relevante ya sea por su representatividad, inserción en determinada corriente estilística, grado de innovación, materiales y técnicas utilizados y otras análogas. Pueden declararse como monumento artístico la totalidad o una fracción de la obra de un artista mexicano, como

¹⁸ De conformidad con los artículos 44 y 45 de la LFMZAH el INAH es competente en materia de monumentos y zonas de monumentos arqueológicos e históricos, mientras que el INBAL es competente en materia de monumentos y zonas de monumentos artísticos.

puede ser sólo un tipo de obra (sólo las pinturas del autor mas no su obra gráfica), independientemente del lugar en que se haya elaborado su obra, o extranjero respecto de las obras que haya elaborado en territorio nacional.

A la fecha, el Ejecutivo Mexicano ha emitido nueve¹⁹ declaratorias de monumentos artísticos, siendo estos los correspondientes a ciertas obras de: i) José María Velasco; ii) Diego Rivera; iii) José Clemente Orozco; iv) Gerardo Murillo "Dr. Atl"; v) David Alfaro Siqueiros; vi) Frida Kahlo; vii) Saturnino Herrán; viii) Remedios Varo; y ix) María Izquierdo²⁰. A continuación se señalan las principales obligaciones a considerar por parte de los propietarios de piezas que hayan sido declaradas monumentos artísticos en términos de la LFMZAH.

1. Inscripción de monumentos artísticos en el Registro Público de Monumentos y Zonas Artísticas (RPMZA). El artículo 22 de la LFMZAH establece la obligación de inscribir en el RPMZA, dependiente en INBAL, los títulos que avalen la propiedad de monumentos artísticos, ya sea que esta la ostenten dependencias federales, estatales y municipales, así como los organismos descentralizados, empresas de participación estatal y/o personas físicas o morales privadas.

¹⁹ Se excluye de esta lista la declaratoria de monumento artístico referente al acervo personal del escritor Octavio Paz, toda vez que el enfoque de la presente investigación refiere a las artes plásticas, siendo estas la pintura, escultura, dibujo, grabado, cerámica y sus derivados.

²⁰ Cada una de las nueve declaratorias se encuentra disponible en el sitio oficial del INBAL: <<https://inba.gob.mx/transparencia/obras>> (Consulta: 1 de diciembre de 2020).

Dicha inscripción podrá efectuarse a petición de la parte interesada, o de oficio por parte del INBAL, en cuyo caso el interesado deberá ser notificado personalmente por el Instituto, o ante su desconocimiento mediante publicación en el Diario Oficial de la Federación. Esto a fin de que el interesado tenga la posibilidad de oponerse a la inscripción dentro de los quince días siguientes a que haya sido notificado, aportando las pruebas y formulando los argumentos con los que sustente su dicho, a lo cual deberá resolver el Instituto dentro de los treinta días siguientes.

2. Registro de comerciantes en el RPMZA. El artículo 15 de la LFMZAH establece que la obligación de los comerciantes de monumentos artísticos de registrarse en la sección correspondiente del RPMZA, revelando la información referida por los artículos 20 y 22 Reglamento de la Ley.

El comerciante que pretenda obtener su registro en el RPMZA deberá presentar su solicitud dentro de los diez días hábiles siguientes al inicio de sus operaciones, acompañado de un inventario de los monumentos artísticos que sea propietario. De igual manera, deberá proporcionar al INBAL la información consistente en: i) nombre, denominación o razón social; ii) domicilio; iii) Registro Federal de Contribuyentes; iv) bienes que constituyen el objeto de sus operaciones; v) ubicaciones en las que opera.

3. Inscripción en el RPMZA de actos traslativos de dominio. El artículo 26 de la LFMZAH establece la obligación de dar aviso al INBAL de la celebración de actos que

tengan por objeto trasladar el dominio de los bienes muebles declarados monumentos artísticos, a fin de que dicha autoridad proceda a su inscripción en el RPMZA.

4. Exportación sujeta a autorización. El artículo 16 de la LFMZAH establece que los monumentos artísticos de propiedad particular podrán ser exportados temporal o definitivamente²¹, mediante autorización por parte del INBAL, en los términos del Reglamento. Aunado a solicitud de exportación que debe someterse a aprobación del INBAL, el artículo 36 del Reglamento prevé la posibilidad de que el Instituto condicione la autorización a que se otorgue fianza por concepto de garantía del retorno y conservación del monumento artístico. Finalmente, el artículo 53 de la Ley establece como tipo penal la conducta de pretender sacar o sacar del territorio nacional un monumento artístico sin autorización del Instituto competente, así como de ordenar, inducir, dirigir, organizar o financiar dicha conducta.

Si bien lo anterior implica una serie de implicaciones jurídicas a considerar por parte los comerciantes de monumentos artísticos, subsiste la opinión referida en el inciso anterior en el sentido de que las disposiciones contenidas en la LFMZAH no regulan específicamente el mercado del arte en general, sino que exclusivamente refieren a la protección de los bienes declarados como monumentos artísticos. Para los operadores de galerías de arte, casas de subasta y corredores y coleccionistas cuyas operaciones

²¹ Cabe mencionar que existe una antinomia entre el citado precepto y los artículos 32 y 33 fracción I del Reglamento de la LFMZAH, toda vez que dichas normas reglamentarias señalan una prohibición de exportación definitiva. Ante dicha problemática encontramos acertado el criterio aislado I.16o.A.9 A (10a.) del Décimo Sexto Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Primer Circuito el cual indica que dicha prohibición es contraria al principio de reserva de ley previsto por el artículo 89 fracción I de la Constitución Federal, de manera que debe prevalecer la postura de que se encuentra permitida la exportación definitiva referida por la Ley, no obstante que esta sea prohibida por el Reglamento.

se enfocan en otros artistas o en piezas que no refieren las citadas declaratorias, las disposiciones de la LFMZAH no guardan relevancia en su actividad.

iii) Ley Federal para la Prevención e Identificación de Operaciones con Recursos de Procedencia Ilícita (LFPIORPI)

La LFPIORPI, referida informalmente como la *Ley Antilavado*, tiene como finalidad la protección del sistema financiero y la economía nacional mediante el establecimiento de medidas y procedimientos para prevenir y detectar actos u operaciones que involucren recursos de procedencia ilícita. Para esto, se prevé en un catálogo de *actividades vulnerables* que, por la naturaleza de sus servicios o giros comerciales, la comunidad internacional ha estimado son susceptibles de utilizarse como medios de acceso para incorporar a la economía formal los recursos de procedencia ilícita captados por organizaciones criminales, de manera que sus operaciones requieren de un régimen de prevención que permita mitigar el riesgo de que sean utilizados para lavar dinero y financiar al terrorismo²².

El artículo 17 de la LFPIORPI establece el catálogo de actividades vulnerables, las cuales refieren a las vinculadas a la práctica de juegos con apuestas; la emisión o comercialización habitual o profesional de tarjetas de servicios o de crédito no bancarias, así como de cheques de viajero; la prestación de servicios de desarrollo de inmuebles o

²² Exposición de Motivos de la LFPIORPI, pág. 8-9, disponible en el sitio oficial de la Cámara de Diputados del Congreso de la Unión: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/proceso/lxii/003_DOI_17oct12.pdf> (Consulta: 1 de diciembre de 2020).

de constitución de derechos reales, cuando estos involucren la compraventa de bienes por cuenta o a favor de clientes; la subasta o comercialización de obras de arte; así como determinados servicios en que se requiera la intervención de un fedatario público, entre otras. A continuación se señalan las principales obligaciones a considerar por parte de los operadores del mercado del arte en términos de la LFPIORPI.

1. Umbrales de Identificación y Aviso. El artículo 18 de la LFPIORPI establece dos principales obligaciones para quienes realicen actividades vulnerables: i) obligación de identificar y resguardar la información relevante de las operaciones y sus clientes por un plazo de cinco años siguiente a la realización de la operación; y ii) obligación de dar aviso a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) mediante el portal electrónico del Servicio de Administración Tributario (SAT) de dichas operaciones, cuando el monto de éstas actualicen los umbrales establecidos por la Ley.

Cabe mencionar que ciertas operaciones sin excepción alguna serán objeto de la obligación de identificación y resguardo de la información relevante, independiente del monto de la transacción, mientras que otras únicamente serán objeto de dicha obligación al ubicarse dentro del umbral que para tal efecto refiere la Ley. Por otro lado, cada actividad tiene un umbral específico que al actualizarse da nacimiento a la obligación de dar el aviso correspondiente a la SHCP.

El artículo 17 fracción VII de la Ley señala como actividad vulnerable la subasta o comercialización habitual o profesional de obras de arte, teniendo como primer umbral

para la obligación de identificación y resguardo de la información relevante el de 2410 veces el salario mínimo vigente en el Distrito Federal, y como segundo umbral para la obligación de dar aviso a la SHCP el de 4815 veces el salario mínimo vigente en el Distrito Federal. A la fecha, la Comisión Nacional de los Salarios Mínimos (CONASAR) ha designado como salario mínimo la cantidad de \$141.70 M.N. a partir del 1 de enero de 2021²³, de manera que el primer umbral en concreto figura en \$341,497.00 M.N., mientras que el segundo umbral en \$682,285.50 M.N.

2. Uso restringido de efectivo y metales preciosos. El artículo 32 fracción III de la LFPIORPI establece una prohibición de liquidar o pagar, así como aceptar la liquidación o el pago, de actos u operaciones mediante el uso de monedas y billetes, en moneda nacional o divisas y metales preciosos en la operaciones que importen la transmisión de obras de arte por un por un valor igual o superior a 3210 veces el salario mínimo vigente en el Distrito Federal, al día en que se realice el pago o se cumpla la obligación. A la fecha esta cifra refiere a \$454,857.00 M.N.

3. Designación de un oficial de cumplimiento. El artículo 20 de la LFPIORPI establece que cuando sean personas morales quienes realicen actividades vulnerables, se deberá designar un oficial de cumplimiento (*compliance officer*) ante la SCHP, quien

²³ **Resolución del H. Consejo de Representantes de la Comisión Nacional de los Salarios Mínimos que fija los salarios mínimos generales y profesionales que habrán de regir a partir del 1 de enero de 2021**, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 23 de diciembre de 2020. Disponible en línea: <https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5608587&fecha=23/12/2020> (Consulta: 30 de diciembre de 2020).

estará a cargo del cumplimiento de las obligaciones derivadas de la Ley, debiendo mantener vigente su designación y dar aviso al designarse un nuevo oficial.

4. Obligación de abstenerse de contratar con clientes y/o usuarios que se nieguen a cumplir las disposiciones de la Ley. De conformidad con el artículo 18 fracción IV de la LFPIORPI, al actualizarse el primer umbral referido en el punto 1 anterior, los comerciantes quedarán obligados a custodiar, proteger, resguardar y evitar la destrucción u ocultamiento de la información y documentación que sirva de soporte la operación respectiva, por un plazo de cinco años contado a partir de la fecha de la realización de la operación. Consecuentemente, el artículo 21 de la Ley señala que quienes realicen la operación deberán abstenerse, sin responsabilidad alguna, de llevar a cabo el acto u operación de que se trate, cuando sus clientes o usuarios se nieguen a proporcionarles la referida información o documentación.

Similar al comentario señalado en inciso anterior sobre la LFMZAH, en opinión del autor del presente la LFPIORPI no regula el mercado del arte en general, no obstante de que sí contiene disposiciones enfocadas a regular la actuación de sus operadores en el ámbito privado, como es en el caso de las obligaciones referidas en los puntos 2, 3 y 4. Dicha Ley contiene una serie de disposiciones cuyo cumplimiento es observado por las autoridades fiscales, no así un marco jurídico para regular la actividad comercial entre particulares del sector de artes plásticas.

De igual manera, la LFPIORPI únicamente resulta aplicable para los comerciantes cuyas operaciones actualizan los umbrales previstos para el resguardo de información, aviso a la SHCP, uso restringido de efectivo y metales preciosos, así como la obligación de abstenerse de contratar con clientes y/o usuarios que se nieguen al resguardo de su información. Por consiguiente, a los operadores del mercado del arte que operan ordinariamente con piezas cuyo valor es menor a estos umbrales no les resultan aplicables las disposiciones de dicha Ley, por lo que este ordenamiento no puede considerarse como un cuerpo legislativo que regula el mercado del arte en lo general.

CAPÍTULO SEGUNDO

ESTUDIOS DE SEGURIDAD JURÍDICA EN EL MERCADO DEL ARTE EN MÉXICO

El presente capítulo tiene por objeto identificar los principales problemas de carácter jurídico que encuentran los operadores del mercado del arte en México en su actividad ordinaria, esto a fin de proveer posibles soluciones con base en la legislación vigente en materia de derecho mercantil y derecho de la competencia económica. De igual manera, se pretenden vincular los aspectos relevantes a la regulación secundaria identificada en el Capítulo Primero, en materia de protección al patrimonio cultural y de prevención de lavado de dinero y financiamiento al terrorismo.

A. Contratos mercantiles aplicables a la actuación de galerías de arte

El modelo de negocios de las galerías de arte consta de la venta posterior de piezas cuyos creadores ya se encuentran posicionados en el mercado como artistas con cierto renombre y del cobro de comisiones por la venta de piezas cuyos creadores comienzan su carrera en el mercado del arte y buscan un espacio para que su obra sea expuesta y vendida, mientras ellos se disponen a continuar creando obra y posicionándose en la escena museográfica.

Lo que se propone es formalizar la relación entre la galería y los artistas mediante la celebración de un contrato por escrito que pueda brindar seguridad jurídica a las partes respecto de los aspectos fundamentales e incidentales de su relación comercial. Para

esto, se estima puede optarse por un contrato de comisión mercantil o por un contrato de consignación mercantil, a continuación se exponen las características de estos instrumentos de sus pros y cons al utilizarse en la relación entre artistas y galerías.

a. Contrato de comisión mercantil

El contrato de comisión mercantil se prevé por los artículos 273 al 308 del Código de Comercio, este acto implica un mandato para llevar a cabo actos de comercio, de manera que el comisionista actúa en representación del comitente en términos de lo que hubieran pactado. Tiene la naturaleza de un contrato preparativo que puede emplearse para la celebración de cualquier contrato en el futuro que se encuentre dentro del objeto de la comisión, es decir, por efecto de este contrato el comitente puede autorizar al comisionista para efectuar todo tipo de actos de comercio en el presente o futuro. La función de este contrato permite al artista (comitente) autorizar a la galería (comisionista) para representarlo en la consecución de cualquier acto jurídico inherente al negocio del artista y la galería, ya sea para vender las obras presentes y futuras que el comitente produzca, atribuyéndole una retribución (comisión) por la realización de los actos.

Debe precisarse que la compraventa que involucre una comisión mercantil no genera una relación jurídica entre el comisionista y el tercero contratante, toda vez que éste no actúa como intermediario sino como representante del comitente, y en ese sentido la traslación de propiedad es entre el comitente y el tercero contratante.

Un ejemplo de cómo funciona esto puede estimarse al considerar la mecánica para el cumplimiento de obligaciones fiscales, toda vez que la regla 2.7.1.3 de la Resolución Miscelánea Fiscal para el Ejercicio Fiscal de 2020 establece que cuando se celebre un negocio jurídico mediante comisión mercantil, el comprobante fiscal que se emita al tercero contendrá la clave del Registro Federal de Contribuyentes del comitente, sin que haya una factura que vincule al comisionista con el tercero contratante, toda vez que el negocio jurídico fue efectuado en nombre y representación del comitente.

La principal ventaja de celebrar un contrato de comisión mercantil para el modelo de negocio de las galerías de arte radica en que la comisión puede pactarse para una variedad de operaciones mercantiles, no sólo para enajenar las obras de arte, pudiendo el galerista, por ejemplo, ceder el uso de las obras del artista para una exhibición ajena a la galería si así lo hubiese autorizado el artista por medio del contrato. Así mismo, contrario al contrato de consignación mercantil, la comisión puede surtir efectos jurídicos aún respecto de bienes futuros (obras futuras del artista) y no es necesario para su perfeccionamiento la entrega de la obra al comisionista.

Por otro lado, frente al contrato de consignación, el cual será expuesto más adelante, la comisión mercantil tiene la ventaja de que la muerte del comitente no se tiene como una causal de terminación del contrato, por lo que el galerista podría continuar con la venta de las obras en favor de la sucesión y de su negocio. Y, tampoco se refiere como causal de terminación la ejecución de la totalidad de las obligaciones derivadas del contrato, lo cual sí acontece en el contrato de consignación, por lo que, considerando

el ejemplo de que el galerista vendiera la totalidad de la obra en una feria de arte, no habría la necesidad de modificar el contrato base para incluir más obras dentro del inventario, *so pena* que esto actualizara una causal de terminación.

Adjunto al presente como **ANEXO 1** se muestra un modelo de contrato de comisión mercantil que pudiere emplearse por galerías y artistas, con base en las consideraciones expuestas en la presente investigación. Debe considerarse que los porcentajes que en éste se incluyen no constituyen una sugerencia o estándar de mercado para sus usuarios por parte del autor del presente.

Este contrato sigue una estructura de proemio, declaraciones y cláusulas, primeramente señalándose en el proemio la identificación de las partes, teniendo el artista el carácter de comitente y la galería el de comisionista, señala efectivamente que una parte es una persona moral que celebra el acto por conducto de su representante y, la otra, una persona física. Posteriormente en el apartado de declaraciones se indican cuestiones de reconocimiento y capacidad de ambas partes, como es el domicilio de éstas o la especificación de que el comitente es una persona física dedicada al comercio y el comisionista, por su lado, una persona moral que tiene por objeto social la compraventa de obras de arte, entre otros.

El clausulado comienza con las disposiciones de las cláusulas naturales, señalando el surgimiento del consentimiento a partir del concurso de voluntades de las partes y el objeto del contrato como la petición del artista a la galería para vender sus

productos artísticos a nombre y por cuenta suya. En seguida comienzan las reglas mínimas que fueron determinadas tras el estudio de los problemas entre artistas y galeristas, primeramente, la duración del contrato, señalando un periodo de 10 años para la vigencia del contrato y aclarando que ninguna de las partes pretende perpetuar lo dispuesto por el negocio por más del señalado.

Se establece la obligación del comisionista de vender una cantidad mínima de piezas del comitente, sujeto a la terminación anticipada del contrato por incumplimiento de ésta. Después se indica la cláusula de distribución exclusiva que obliga al artista a abstenerse de vender por fuera del canal de distribución de la galería. Las implicaciones en materia de competencia económica referentes a la cláusula de distribución exclusiva serán analizadas en el inciso siguiente.

Se designan también las obligaciones del comisionista de conservar las obras que el comitente le entregue para su venta y simultáneamente tenerlas constantemente en exhibición. Se sugiere el porcentaje de venta del cual la galería se hace acreedora por la venta de las obras del artista, considerando la obligación del comitente de señalar los precios de sus obras antes de que éstas salgan a la venta dentro de la galería. Se pacta a su vez respecto de la posibilidad de negociación que pueda surgir por parte de los clientes potenciales sobre el precio de salida de las obras y qué se haría en los supuestos en los que la obra llegase a venderse por una cantidad menor o superior del precio de salida, partiendo de la costumbre de que el comprador promedio acude a la galería a regatear precios que no puede obtener en subasta.

No pasa desapercibido, en atención a la consideración de asimetrías de información de la relación entre los contratantes, se sugiere incluir una cláusula que pretenda equilibrar el poder de negociación de los nuevos artistas hacia el futuro. Esto se hace a través de establecer el derecho del artista, cada año, de notificar al galerista su intención de celebrar un convenio modificadorio que cambie el monto de la comisión, o bien permita la eliminación de la cláusula de distribución exclusiva, cuando se obtenga un criterio avalado por peritos valuadores de arte, en que conste que el valor de su obra ha aumentado exponencialmente en el último año, que torna imprevisible y/o desproporcional la comisión pactada y la vigencia de la distribución exclusiva.

b. Contrato de consignación mercantil

Además de la comisión mercantil, otra opción viable para entablar la relación entre artistas y galerías es un contrato de consignación mercantil, cuya regulación refiere a los artículos 392, 393 y 394 del Código de Comercio. El artículo 392 del Código de Comercio establece el objeto del contrato de consignación, siendo este un contrato mediante el cual el consignante transmite la disponibilidad pero no la propiedad de uno o varios bienes muebles al consignatario, quien tendrá derecho a una retribución en caso de venderlos, o bien deberá restituirlos al consignante en caso de que no sean vendidos.

El artículo 393 prevé siete fracciones en que se refieren derechos y obligaciones del consignante y el consignatario, a continuación se muestran dos tablas

correspondientes a los derechos y obligaciones de ambas partes, esto a fin de comentar su relevancia en la celebración de este contrato entre artistas y galerías.

Derechos y obligaciones del consignatario	
Concepto	Obligación
Pago del producto de la venta	Entregar al consignante el producto de la venta de los bienes consignados por el precio que se haya pactado, para lo cual el consignatario tendrá un plazo de dos días hábiles, este plazo podrá variar por acuerdo de las partes.
Restitución por la falta de venta	Restituir al consignante los bienes consignados cuando éstos no fueren vendidos dentro del plazo previsto en el contrato.
Deber de conservación	Realizar todos los actos tendientes a la conservación tanto de los bienes consignados como de los derechos relacionados con los mismos.
Restitución ante causal de terminación	Poner de inmediato a disposición del consignante los bienes cuando acontezca cualquiera de las causales de terminación del contrato previstas en el artículo 394 del Código de Comercio.
Concepto	Derecho
Percepción de una retribución	Recibir una retribución por la venta de los bienes consignados, la cual puede ser una cantidad fija, un porcentaje del precio de venta, o algún otro beneficio.
Retribución no específica	Exigir una retribución con base en el estándar de mercado en operaciones similares cuando se haya omitido determinar un porcentaje o cantidad fija para su retribución.
Reembolso de gastos de conservación	Exigir el reembolso de las erogaciones que hubiese realizado para la conservación de los bienes consignados.
Enajenación de los bienes	Enajenar los bienes consignados para los fines y en los términos que se hayan pactado con el consignante.
Interés del 2% del valor de mercado	Exigir al consignante el pago del 2% del valor de mercado de los bienes consignados en concepto de almacenaje por cada mes que transcurra desde que haya concluido el plazo para que éste recoga la mercancía que se le haya puesto a su disposición por la actualización de una causal de terminación del contrato previstas en el artículo 394 del Código de Comercio.

Derechos y obligaciones del consignante	
Concepto	Obligación
Transmisión de posesión	Trasmitir la posesión de los bienes al consignatario.

Transmisión de propiedad	Transmitir la propiedad de los bienes al comprador en su momento.
Indeminización por daños y perjuicios	Responder por los daños y perjuicios causados por el incumplimiento en la transmisión de propiedad al comprador.
Saneamiento por evicción	Sanear por el caso de evicción de los bienes al comprador.
Vicios ocultos	Responder por los vicios ocultos de los bienes adquiridos por el comprador.
No vender los bienes durante el plazo del contrato	Abstenerse de disponer de los bienes consignados en tanto no se verifique el término establecido en el contrato para la venta de los mismos.
Cubrir gastos de conservación	Proveer de los fondos necesarios para a la realización de los actos de conservación de los bienes consignados que deba efectuar el consignatario, cuando menos con dos días de anticipación.
Concepto	Derecho
Pago del producto de la venta	Recibir del consignatario el producto de la venta de los bienes consignados.
Restitución de los bienes consignados	Ser restituido por los bienes consignados cuando estos no sean vendidos por el consignatario.
No retribuir por venta tardía	Abstenerse de retribuir al consignatario cuando ésta haya vendido los bienes consignados fuera el plazo, salvo pacto en contrario.
Vía ejecutiva mercantil	Accionar en la vía ejecutiva mercantil la restitución del bien consignado o el pago del producto de la venta cuando el consignatario los retenga de forma injustificada, toda vez que el contrato de consignación tiene el carácter de título ejecutivo.
Interés del 3% del valor de mercado	Exigir el pago del 3% del valor de mercado de los bienes consignados por cada mes transcurrido en que el consignatario retenga injustificadamente el producto de la venta o los bienes cuando deban restituirse.

Finalmente, el artículo 394 del Código de Comercio refiere cinco causales de terminación del contrato de consignación, las cuales refieren a: i) la ejecución total de las obligaciones derivadas del contrato; ii) el vencimiento de la duración del contrato; iii) la muerte de alguno de los contrates; iv) el mutuo consenimiento; y v) el incumplimiento de las obligaciones de alguna de las partes.

En términos económicos este contrato sirve para financiar el negocio consignatario en la adquisición, debido a que puede vender bienes de los cuales no es propietario y participar de la ganancia por enajenación²⁴. Desde el punto de vista jurídico, esto se explica doctrinariamente con la teoría de que la consignación mercantil implica dos transmisiones de propiedad; aquella del consignante al consignatario y del consignatario al comprador. Se estima que al momento en que el comprador acepta los términos de la venta se actualiza una condición cuyo efecto es trasladar la propiedad del consignante al consignatario, para que este posteriormente la traslade al comprador. Esta teoría tiene aceptación en la doctrina ya que permite justificar que el consignatario enajene el bien en nombre y por cuenta propia²⁵.

Siguiendo el ejemplo planteado en el punto anterior, se confirma el punto anterior al considerar la mecánica para el cumplimiento de obligaciones fiscales, toda vez que en una operación de consignación mercantil el consignatario es quien emite el comprobante fiscal por la enajenación de los bienes consignados al comprador²⁶. Esto como diferencia a la regla para la comisión mercantil en que el comprobante fiscal es emitido por el comitente debido a que éste es quien enajena el bien a través del comisionista.

Tanto el contrato de comisión como el de consignación mercantil pueden utilizarse para concretar la relación comercial entre galeristas y artistas, toda vez que ambos permiten al comisionista/consignatario enajenar los bienes producidos por el

²⁴ Arce Gargollo, Javier. **Contratos Mercantiles Atípicos**. 5ª ed. México, Porrúa. 1985/1988. p. 159.

²⁵ Ídem. p. 172-173.

²⁶ Ídem. p. 173.

comitente/consignante y cobrar una retribución por su labor de venta. La principal ventaja del contrato de consignación para el modelo de negocio de las galerías es que el Código de Comercio permite que la retribución sea fija, porcentual, o en otros beneficios, o inclusive que no se pacte un método para cuantificarla, en lo que aplicará la regla del 3% por el valor de mercado, lo cual permite una mayor flexibilidad y protección para las partes en la negociación de la retribución.

Las principales desventajas del contrato de consignación refieren que: i) es exclusivo para enajenar los bienes, sin que la galería pudiera ceder el uso de las obras consignadas para eventos de exhibición ajenos a la galería con base en dicho contrato; ii) al ser un contrato real que se perfecciona con la entrega del bien al consignatario²⁷, no podría contemplar las obras futuras del artista sin la necesidad de celebrar un convenio modificadorio que ampliase el inventario de los bienes consignados. Esto también entorpece la distribución exclusiva, pues al no resultar aplicable la consignación a bienes distintos de los previstos en su inventario, el artista podría vender el resto de su obra a través de otra galería.

El contrato de consignación mercantil se recomienda principalmente para artistas que ya cuentan con presencia en el mercado secundario y pretenden ampliar la venta y distribución por otros medios, o bien cuando la distribución sea específicamente por ciertas obras del artista. En este caso, no se pacta una cláusula de distribución selectiva y el contrato de consignación refiere a un número selecto de sus obras, ya sea sólo una

²⁷ Ídem. p. 163.

colección en específico o ciertas piezas valuadas al estándar en que vende la galería, así el artista puede vender sus obras de mayor y menor valuación a través de galerías que se dediquen a ese tipo de piezas y/o el resto de su inventario sea por ese valor, por ejemplo, consignar esculturas a una galería que preponderantemente vende esculturas o tiene un mejor sistema de cuidado de inventario, y consignar pinturas y/o dibujos a galerías que preponderantemente vendan este tipo de piezas.

c. Riesgos en materia de prácticas monopólicas relativas

Uno de los principales aspectos del modelo de negocio de las galerías de arte respecto de los artistas emergentes es la cláusula de distribución exclusiva mediante la cual el artista se obliga a no comercializar su obra mediante un intermediario distinto de la galería, o inclusive en ciertos casos se obliga a no comercializar ninguna de sus obras si no es a través de la galería contratante. Para la galería esta cláusula implica el beneficio de que, al elevarse el valor de mercado de la obra del artista contratante ya sea porque su obra ha incrementado su valor de reventa en subastas o que el artista haya sido reconocido en el medio museográfico o cultural, el inventario de la galería aumenta de valor sin costos adicionales, traducándose en un mayor rendimiento derivado de la comisión de venta.

Ahora bien, la negociación y redacción de una cláusula de distribución exclusiva tiene implicaciones más allá de las propias en materia contractual, ya que su aplicación trasciende al ámbito de competencia económica debido al impacto negativo que ésta

pudiese generar dentro del mercado relevante. Por esta razón, es preciso analizar desde la perspectiva del derecho de competencia de económica: i) cuáles son los riesgos de pactar una cláusula de distribución exclusiva dentro del ámbito de las galerías de arte; ii) y qué aspectos deben evaluarse al redactar la cláusula de distribución exclusiva a efecto de no incurrir en una práctica monopólica relativa.

i) Concepto de prácticas monopólicas relativas

La doctrina de competencia económica distingue un catálogo de conductas que son *per se* contrarias a los principios de competencia económica y libre de competencia, y conductas que, actualizándose ciertos supuestos específicos, pueden llegar a serlo. Las primeras denominadas como prácticas monopólicas absolutas y las segundas como prácticas monopólicas relativas²⁸.

Reciben la denominación de *absolutas* debido a que por el simple hecho de cometerlas se incurre en un ilícito, ya que no existen argumentos que las puedan justificar por un efecto procompetitivo de eficiencias, así como no se requiere analizar la participación de mercado o el poder sustancial de los agentes para estimar que dicha conducta se traduce en una afectación al mercado relevante. Por otro lado, se denominan *relativas* a las conductas que se consideran ilícitas luego de que se haya

²⁸ **Prácticas monopólicas. Diferencias en la aplicación de la regla “per se” y de la regla de la razón, al investigarlas.** Tesis aislada. Amparo en revisión. Segundo Tribunal Colegiado en Materia Administrativa Especializado en Competencia Económica, Radiodifusión y Telecomunicaciones del Primer Circuito. Clave I.2o.A.E.66 A (10a.). (SJF: 10ª época, T III, abr., 2018, p. 2090). Disponible en línea: SCJN <<https://sjf2.scjn.gob.mx/detalle/tesis/201973>> Registro 2019731. (Consulta: 1 de dic. de 2020).

realizado la evaluación correspondiente por parte de la autoridad de competencia y se haya determinado que, dadas las circunstancias específicas, dicha conducta provoca una afectación al mercado relevante²⁹.

Las prácticas relativas son también conocidas como *restricciones verticales* debido a que su afectación al mercado implica distintos eslabones de la cadena de producción y/o distribución³⁰, distinto de las prácticas absolutas que se conocen como *restricciones horizontales* debido a que implican una colusión entre competidores que operan respecto del mismo eslabon comercial. A continuación se profundizará respecto de los elementos de la actualización de prácticas relativas, esto en virtud de que el de caso de exclusividades entre galerías y artistas podría encuadrarse como un ilícito de tal naturaleza en términos de la Ley Federal de Competencia Económica (“LFCE”).

ii) Elementos de actualización de prácticas relativas

El artículo 54 de la LFCE establece tres requisitos para que un acto o combinación de actos se considere como una práctica relativa, los cuales refieren: i) que se encuadre en una conducta tipificada por el artículo 56 de la LFCE; ii) que el agente o agentes económicos que realicen la conducta tengan, en lo individual o conjuntamente, poder sustancial en el mercado relevante en que se realiza la conducta; y iii) que el objeto u efecto de la conducta implique desplazar indebidamente a otros agentes económicos,

²⁹ Ídem.

³⁰ Motta, Massimo. **Política de competencia**. México, Fondo de Cultura Económica. 2018. p. 360.

impedirles sustancialmente su acceso al mercado relevante o establecer ventajas exclusivas en favor de uno o varios.

1. Conducta tipificada. El primer requisito que refiere el artículo 54 de la LFCE consta de la remisión al catálogo de conductas previstas en el subsecuente artículo 56, las cuales refieren a distribución exclusiva, fijación de precios de reventa, exclusividades, descuentos por lealtad, ventas atadas, subsidios cruzados, depredación de precios, negativa de trato o *boicot*, y discriminación de precios. Estas actividades, dependiendo del mercado relevante y sus circunstancias particulares, pueden ser nocivas o eficaces para el proceso de competencia, por lo que el análisis para estimarlas como ilegales no se limita a su comisión, por lo que la LFCE establece otros requisitos más allá de la actualización de la conducta tipificada para referirlas como prácticas relativas.

2. Poder sustancial en el mercado relevante. El segundo requisito implica que el agente o agentes económicos que realicen la conducta tengan, en lo individual o conjuntamente, poder sustancial en el mercado relevante en que se realiza la conducta. Primeramente se define el mercado relevante para posteriormente estimar si el agente o agentes tienen poder sustancial dentro de éste.

La definición de mercado relevante implica identificar los productos o servicios que ejercen presión competitiva entre sí, incluyendo razonablemente sus sustitutos, dentro de una dimensión geográfica específica. Este es un concepto jurídico indeterminado, de manera que la Ley no lo define tajantemente, sino que establece directrices a considerar

para su definición, la cual será distinta dependiendo del caso en concreto que sea investigado³¹. La principal herramienta que se utiliza para definir el mercado relevante se denomina la prueba del monopolista hipotético o SSNIP-test, llamado así por su nombre en inglés (*Small but Significant Non-Transitory Increase in Price*).

La prueba del monopolista hipotético plantea la hipótesis de que existe un monopolista por el producto investigado y analiza hasta qué punto el monopolista podría aumentar en un pequeño porcentaje (entre 5 y 10%) el precio en que ofrece el producto, de manera permanente, sin que los consumidores opten por productos similares o intercambiables ante el aumento del precio³². El artículo 58 de la LFCE prevé también la necesidad de evaluar los costos de distribución de los bienes, cuáles son sus bienes complementarios, costos y probabilidades de que los consumidores migren a otro mercado, las restricciones normativas en la jurisdicción aplicable, y las reglas de carácter general y criterios que emita la autoridad de competencia.

Ahora bien, el poder sustancial consiste en la capacidad de un agente para incrementar los precios de un producto por encima de su costo marginal y/o para fijar precios superiores al competitivo, siendo éste el que se cobraría en condiciones de competencia perfecta con base en el costo marginal³³. Para determinar esto, la autoridad

³¹ **Mercado relevante. Su concepto en materia de competencia económica.** Jurisprudencia. Amparo en revisión. Cuarto Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Primer Circuito. Clave I.4o.A. J/75. (SJF: 10ª época, T XXVIII, oct., 2008, p. 2225). Disponible en línea: <<https://sjf2.scjn.gob.mx/detalle/tesis/168609>> Registro 168609. (Consulta: 1 de dic. de 2020).

³² Motta, Massimo. Ob. Cit. p. 139.

³³ **Competencia económica. Concepto de "poder sustancial" en esa materia.** Tesis aislada. Amparo en revisión. Primer Tribunal Colegiado de Circuito en Materia Administrativa Especializado en Competencia Económica, Radiodifusión y Telecomunicaciones. Clave I.1o.A.E.122 A (10a.). (SJF: 10ª

de competencia debe evaluar aspectos tales como: i) el nivel de concentración del mercado relevante; ii) la cuota o participación de mercado del agente investigado; iii) la existencia de potenciales entrantes al mercado; iv) la existencia de barreras a la entrada y acceso de insumos esenciales; v) el comportamiento reciente del mercado; y iv) los demás elementos que refiera la autoridad de competencia derivado de sus disposiciones de carácter general, opiniones previas, o las derivadas del análisis económico³⁴.

3. Objeto u efecto anticompetitivo. El tercer requisito refiere que la actividad realizada por el agente o agentes con poder sustancial en el mercado relevante cuyo objeto o efecto implique que se desplacen indebidamente a otros agentes del mercado relevante o de mercados relacionados, y/o que se les impida sustancialmente su acceso a estos mercados, y/o se establezcan ventajas exclusivas en favor de uno o varios agentes económicos. Esto refiere a la afectación del mercado por lo que hace a la relación vertical entre los fabricantes/productores y los distribuidores/revendedores.

4. Justificación por eficiencias. Adicional a los tres elementos que refiere el artículo 56 de la LFCE, debe precisarse que el artículo 55 dispone que no se considerará ilícita una conducta, no obstante de que convergan los tres requisitos referidos anteriormente, cuando el agente o agentes investigados puedan acreditar que la actividad efectuada puede generar eficiencias que sobrepasen los efectos anticompetitivos. Estas eficiencias

época, T III, feb., 2016, p. 2036). Disponible en línea: <<https://sjf2.scjn.gob.mx/detalle/tesis/2011144>> Registro 2011144. (Consulta: 1 de dic. de 2020).

³⁴ **Poder sustancial en un mercado relevante. Variables que deben considerarse para determinarlo.** Tesis aislada. Amparo en revisión. Primer Tribunal Colegiado de Circuito en Materia Administrativa Especializado En Competencia Económica, Radiodifusión Y Telecomunicaciones del Primer Circuito. Clave I.1o.A.E.123 A (10a.). (SJF: 10ª época, T III, feb., 2016, p. 2110).

permiten justificar la conducta tipificada debido a que se generan beneficios directos para los consumidores, por lo que deben evaluarse previo a estimar que una conducta es sancionable en términos de la LFCE³⁵.

Las eficiencias previstas en el artículo 55 de la LFCE consisten en: i) introducción de bienes o servicios nuevos; ii) aprovechamiento de saldos o productos defectuosos o perecederos; iii) reducciones de costos derivadas de la creación de nuevas técnicas y métodos de producción, de la integración de activos, de los incrementos en la escala de la producción y de la producción de bienes o servicios diferentes con los mismos factores de producción; iv) introducción tecnologías que produzcan de bienes o servicios nuevos o mejorados; v) combinación de activos que resulten en que mejoren la calidad o amplíen los atributos de los bienes o servicios; vi) mejoras en calidad, inversiones y su recuperación, oportunidad y servicio que impacten favorablemente en la cadena de distribución; y vii) las demás que demuestren que existen efectos procompetitivos que superan a los anticompetitivos.

iii) Distribución exclusiva entre artistas y galerías de arte

La distribución exclusiva refiere que el fabricante sólo pueda comercializar sus productos a través un distribuidor seleccionado, sin que la competencia de este distribuidor pueda acceder a una relación comercial con dicho fabricante durante la

³⁵ Comisión Federal de Competencia Económica. **Prácticas Monopólicas Relativas**. Autores, 2018. p. 5. Disponible en línea: <<https://www.cofece.mx/wp-content/uploads/2018/05/3practicmonorelativas.pdf>> (Consulta: 1 de dic. de 2020).

vigencia del acuerdo entre el fabricante y el distribuidor. Esto es distinto de un acuerdo de exclusividad en que distribuidor se obliga a no distribuir ningún producto proveniente de la competencia del fabricante con quien contrata.

En la mayoría de los casos analizados en competencia, la distribución exclusiva/selectiva opera a mayor beneficio del fabricante lo cual reduce la competencia *intra-marca*³⁶, sin embargo, en el caso del artista como fabricante, éste es quien resulta afectado por dicha cláusula, ya que el valor de mercado de sus obras puede elevarse exponencialmente en el corto y mediano plazo, dependiendo de factores como su presencia en museos, premios artísticos, y estimados de venta en subasta. Esta consideración parte de la premisa de que el mercado de obras de arte incorpora aspectos extraeconómicos de valuación estética y cultural³⁷.

Esto implica que el artista no pueda vender su obra por fuera de la galería, una vez que su obra haya aumentado significativamente su valor de mercado en el corto y mediano plazo, estando sujeto a que la galería aproveche la comisión pactada con una mayor que al inicio de su relación comercial con el artista, situación que permite a la galería beneficiarse en un desnivel a las circunstancias en que inicialmente se estableció la relación de exclusividad.

³⁶ Suponer el caso de un fabricante de collares de diamante que pacta distribución exclusiva con joyerías minoristas de alto prestigio, en este caso, el fabricante es quien se beneficia de que su producto no pueda ser distribuido por tiendas departamentales de menos renombre, mientras que para la joyería no representa una situación extraordinaria debido a que el valor de mercado de los diamantes implica una variación mínima en el corto y mediano plazo.

³⁷ Ramírez, José Carlos y Bueno, Patricia. “Competencia por cantidades en los mercados de arte de México”. En: **El Trimestre Económico**. México, Fondo de Cultura Económica. No. 297, Ene-Mar., 2008. p. 50.

No obstante, si bien la conducta encuadra en supuesto normativo del artículo 56 de la LFCE, ello no basta para determinar que la distribución exclusiva que se pacta en las galerías de arte es anticompetitiva, toda vez que no es una conducta *per se* ilegal, y puede ser justificada mediante eficiencias. Al respecto, el pacto de distribución exclusiva no podría actualizar una práctica relativa en términos de la LFCE, toda vez que se presenta una causal de justificación por eficiencias, misma que es la contenida en el inciso c) del artículo 55 de la LFCE, pues existe una significativa reducción de costos en derivada de la celebración de este contrato de comisión mercantil, mismo que no tendría una razón comercial para celebrarse si no fuera por la cláusula de distribución exclusiva que nivela los beneficios para ambas partes derivado del contrato.

Los artistas eliminan el costo de publicidad al delegar su labor de venta a la galería de arte, lo que reduce significativamente los costos de su obra hacia los compradores, pues no incluyen lo conducente en el precio de la obra y, así mismo, les permite hacer más eficiente su producción como nuevos artistas. Esto implicaría que, no obstante, de la existencia de poder sustancial por parte de las galerías³⁸, el pacto de una cláusula de distribución exclusiva no tendría efectos anticompetitivos mientras se acreditase por los contratantes la medida en que esto genera una ganancia por eficiencia consistente en la reducción de costos al productor que incide en menores precios de venta para los compradores, lo cual no sería rentable para el artista si tuviese que absorber los costos de no beneficiarse de la plataforma de distribución de la galería.

³⁸ El alcance del análisis de poder sustancial en el mercado de obras de artistas emergentes consideraría únicamente la participación de mercado del distribuidor (galería) y las condiciones del mercado, debido a que la naturaleza emergente del artista implica su obra compite en un mercado sin concentración o condiciones que impliquen que las decisiones del artista repercutan en efectos anticompetitivos.

B. Políticas de compradores y vendedores de casas de subastas

El presente apartado pretende abarcar tres de los principales problemas prácticos en materia mercantil y de competencia económica que enfrentan las casas de subasta frente a los vendedores y compradores que utilizan sus servicios. Estos problemas refieren principalmente a: i) la redacción de sus políticas de subasta respecto de las condiciones de las obras vendidas; ii) la existencia de cláusulas de cliente más favorecido en la consecución de subastas en línea; y iii) las condiciones del mercado que pueden propiciar la fijación de precios entre competidores.

a. Políticas de compraventa y condiciones de obras adquiridas

Las reglas contractuales de las casas de subastas constan de manuales o guías de compradores, mismas que deben ser aceptadas por los vendedores y compradores potenciales para participar en el evento de subasta. Lo anterior invariablemente implica el riesgo de que éstas políticas de subasta estén redactadas al beneficio de la intermediaria, sin que exista la posibilidad de que exista una negociación que nivele las circunstancias para los tres participantes de la subasta acorde a sus intereses particulares. A continuación se analizará como ejemplo el caso de Morton, por ser la casa de subastas con mayor antigüedad y prestigio en México, a fin de considerar los riesgos en la redacción de sus políticas de subasta.

Una reproducción de la Guía Para Compradores de Morton se encuentra al final del catálogo de cada subasta que se prepara, y también puede ser consultada en línea³⁹. Ésta Guía se divide en cinco apartados: i) Generales; ii) Lotes; iii) Ofertas en Presencia; iv) Ofertas en Ausencia; y v) Exportación. El primer capítulo designa a la empresa como intermediaria entre los vendedores y compradores, quienes son los presuntos propietarios de las obras, dando a conocer a éstos como los responsables de la autenticidad de la información mencionada en los catálogos y en la subasta respecto de sus bienes. El conjunto de reglas de la subasta no presenta conflictos de interpretación y aplicación hasta su segundo apartado.

El segundo apartado indica en sus primeros tres incisos que los obras por subastarse serán organizadas en lotes, esto es, una unidad de bienes que puede incluir una o varias piezas, obligando a Morton a exhibirlos para su inspección, en el lugar designado éste indique, cuando menos tres días antes de la subasta. La razón de ser de esta disposición es que los compradores potenciales tengan acceso a conocer el estado físico de las piezas del catálogo, antes y/o durante la subasta. El inciso 4 de dicho capítulo contiene una regla confusa al disponer que no se aceptarán devoluciones por daños, desperfectos o restauraciones de las obras que no se hayan hecho constar en el catálogo, pues los lotes serán subastados en el estado físico en que se encuentren al momento de la subasta.

³⁹ Morton Casa de Subastas, **GUÍA PARA COMPRADORES**. Disponible en línea: <<https://studylib.es/doc/5177895/>> (Consulta: 1 de dic. de 2020).

Dicho supuesto protege a Morton con la justificación que el comprador tuvo acceso a conocer el estado físico de la obra antes de comprarla, por lo que no podrá devolver la obra ni reclamar una indemnización por un desperfecto del que tuvo o pudo haber tenido conocimiento. Esto puede referirse, por ejemplo, a que el material del enmarcado de un dibujo sea diferente en el catálogo al que en realidad se encuentra en subasta, debido a que en el catálogo se ha incluido una foto que el propietario tomó años antes de que pretendiese venderla, parece razonable que esto no afecte al comprador. Sin embargo, existen otros aspectos sobre las características mínimas del estado de las obras de arte que son de suma relevancia en que el comprador decida adquirir la obra subastada por el precio de martillo.

Supóngase que en el catálogo aparece la imagen de una litografía común de Alfredo Zalce, y todos los datos de la ficha técnica concuerdan con lo que se encuentra en la subasta, sin embargo, existe una rasgadura en la esquina inferior derecha de la pieza, donde se encontraría la firma. Tal desperfecto pasa desapercibido porque Morton utilizó una fotografía tomada tiempo antes de que sufriera tal daño, misma que fue enviada por el vendedor al consignar la obra. Posteriormente, toda vez que el comprador ha renunciado a reclamar cualquier devolución o indemnización al aceptar los términos de la subasta, y no pudo cerciorarse de que la obra tenía un desperfecto con la firma, el precio por el que adquirió la obra no es propiamente el valor de mercado, pues la posibilidad de su reventa a tal precio se verá entorpecida al no poder acreditarse la autoría de la obra ante compradores potenciales.

b. Cláusula de cliente más favorecido o cláusula de no discriminación

i) Concepto de la cláusula de cliente más favorecido

Desde principios de la segunda década del siglo XXI, el comercio electrónico ha venido a revolucionar los métodos en que los comerciantes realizan sus operaciones por su potencial en la reducción de costos y su facilidad para tener un alcance internacional, en el caso del mercado del arte esto se observa principalmente con el auge de las subastas en plataformas digitales, en que las pujas son en línea y el evento de la subasta se limita a un período de tiempo en que la plataforma permite hacer ofertas. Para esto, la casas de subasta han optado por crear sus propios sitios web para el desarrollo de las subasta, o bien por utilizar plataformas digitales desarrolladas por terceros, en cuyo caso con los terceros la casa de subasta entabla un acuerdo de prestación de servicios, en que suele incluirse una cláusula de cliente más favorecido (*most favoured customer clause*), también conocida como cláusula de no discriminación⁴⁰ y abreviada por sus siglas en inglés como MFCC.

La MFCC tiene su origen en el ámbito del derecho internacional público respecto de las relaciones jurídicas entre Estados, ésta comenzó a incluirse en tratados internacionales a fin de asegurar que los Estados contratantes se tratasen en las mismas condiciones y otorgasen un trato tan favorable como aquél que otorgan a terceras partes,

⁴⁰ Parziale, Andrea. "Art at The Bar: Competition Law and Civil Liability in the Art Market Regulation". En: **Opinio Juris in Comparatione**. Italia, Pacini Giuridica. Volumen 1, Ene., 2018. p. 90.

lo cual implica un beneficio de las partes involucradas por el trato más ventajoso que se otorgue a terceros⁴¹. En el ámbito privado, las MFCC implican que el comprador se beneficie de las condiciones en que el vendedor interactúa con el resto de sus clientes, siendo que el trato mínimo que reciba será el que se efectúa con terceras partes, lo cual puede incluir términos de venta al por mayor y/o términos de venta minorista⁴². En la práctica estas cláusulas suelen justificar su existencia por ser *estándares de mercado* y su uso rara vez se considera por sectores de la economía en que las condiciones de operación pueden cambiar con facilidad o en periodos de inestabilidad en los precios⁴³.

En un primer análisis, parecería que las MFCC son esencialmente procompetitivas, pues desincentivan a los vendedores de incurrir en actividades anticompetitivas como otorgar descuentos por lealtad o fijar precios de reventa con sus clientes en secreto, sin embargo, esta situación también descincentiva al proveedor de otorgar descuentos en lo general y provoca que el precio pactado en un acuerdo vertical sea el estándar con los competidores de dicho cliente⁴⁴. El escenario en que se estima que dichas cláusulas siempre serían procompetitivas es caso de los oligopolios bilaterales, en que las posturas de los oferentes y demandantes son prácticamente idénticas ya que existe poder sustancial en ambos niveles, donde la existencia de una MFCC implica que una

⁴¹ García Corona, Irene Gabriela. **Arbitraje de inversión: La cláusula de la nación más favorecida en derechos adjetivos**. México, Universidad Nacional Autónoma de México. 2013. p. 140-141.

⁴² González Díaz, Francisco Enrique y Bennett, Mathew. “*The law and economics of most-favoured nation clauses*”. En: **Competition Law & Policy Debate**. Reino Unido. Volumen 1, No. 3, Ago., 2015. p. 27

⁴³ Fontaine, Marcel y De Ly, Filip. **Drafting international contracts**. Estados Unidos de América, Transnational Publishers. 2006. p. 535-536.

⁴⁴ Hylton, Keith N. **Antitrust law: Economic Theory and Common Law Evolution**. Estados Unidos de América, Cambridge University Press. 2003. 159.

negociación marginal beneficie a todos los participantes del mercado⁴⁵. No obstante, por los efectos nocivos que pueden tener, su aplicación está sujeta al análisis de la regla de la razón que realice la autoridad de competencia.

ii) Uso de MFCC en los servicios de subastas en línea

En distintos países las autoridades de competencia han evaluado los efectos de las MFCC en el sector de la economía digital por su potencial efecto de generar una fijación de precios entre competidores, con reguladores de distintas jurisdicciones conduciendo investigaciones a empresas como Amazon o Booking por posibles restricciones verticales en sus servicios en línea⁴⁶. En este mismo sentido, el mercado de las subastas en línea también ha sido objeto de evaluación por el uso de MFCCs, particularmente en lo que refiere a sus proveedores de plataformas digitales para el desarrollo de subastas en línea.

En 2016, la Autoridad de Competencia y Mercado del Reino Unido inició una investigación del mercado de subastas en línea por posibles prácticas relativas de exclusividades y restricción vertical de precios referentes al uso de MFCC en ventas en línea. En esta investigación la autoridad de competencia sostuvo que existían circunstancias que podrían inhibir el desarrollo competitivo del mercado al limitar el

⁴⁵ Ídem.

⁴⁶ Comisión Federal de Competencia Económica. **Rethinking competition in the digital economy**. México, Autores. 2018. p. 64.

derecho de las casas de subastas para operar como intermediarios, i.e. efectuar subastas, a través de distintas plataformas que ofrecieren a los usuarios distintas cuotas (*fees*) por el uso de la plataforma⁴⁷.

Al concluir la investigación, la autoridad de competencia llegó a un acuerdo con ATG Media (“ATG”), el principal proveedor de servicios de plataformas digitales para subastas en línea, a fin de que éste se abstuviese de: i) pactar exclusividades con casas de subasta para que no contraten proveedores de plataformas de subastas en línea distintos de ATG; ii) ofrecer beneficios a clientes que acepten no utilizar otras plataformas de subasta; iii) evitar que las casas de subastas cobren una cuota más barata a los postores que utilizan otras plataforma, a través de una MFCC planteada por ATG; y iv) exigir a las casas de subastas que usen otras plataformas distintas de ATG, que no haya publicidad de estas en sus sitios web⁴⁸.

En el caso mexicano, Morton también utiliza una sola plataforma externa para la consecución de subastas en línea, la cual se denomina *bidsquare* propiedad de International Auction Partners, Inc., mientras que en la actualidad se desarrolla una plataforma digital propia de Morton. Al comprar vía *bidsquare*, al comprador no se le

⁴⁷ Al participar en una subasta en línea, además de la comisión al vendedor y la prima del comprador existe un costo adicional que es la cuota por el uso de la plataforma digital a través de la cual se lleva a cabo la subasta. Esta cuota es percibida por la casa de subastas o por el tercero que le proveyó la plataforma.

⁴⁸ El oficio de inicio investigación y el acuerdo pactado con ATG Media pueden ser consultados en el sitio oficial del Gobierno del Reino Unido: <<https://www.gov.uk/cma-cases/auction-services-anti-competitive-practices>> (Consulta: 1 de dic. de 2020).

cobra una cuota adicional por su uso, sino que la casa de subastas paga a la plataforma un porcentaje de lo percibido por concepto de la prima del comprador.

Tomando como referencia las obligaciones derivadas del caso de ATG, a la fecha podría estimarse que esta relación comercial no tiene implicaciones nocivas al proceso de competencia, toda vez que: i) es improbable que exista exclusividad toda vez que Morton se encuentra desarrollando su propia plataforma de subastas, aunado al hecho de que los postores también pueden hacer pujas por correo electrónico dirigido a Morton; ii) *bidsquare* no ofrece a sus usuarios beneficios por abstenerse de comprar vía otras plataformas; y iii) la política interna de Morton permite rara vez publicitar servicios en sus plataformas, ya que estas se utilizan con fines informativos. Si bien Morton es un agente con poder sustancial dentro del mercado de servicios de subastas en México, su relación con *bidsquare* no parece inferir un ilícito en materia de competencia económica, más aún considerando el hecho de que no se tiene una MFCC.

c. Fijación de precios entre casas de subastas

i) Concepto de fijación de precios

De conformidad con el artículo 53 fracción I de la LFCE, se considera como práctica abusiva cualquier acuerdo entre competidores cuyo objeto u efecto sea fijar, elevar, o manipular el precio de venta o compra de bienes o servicios al que son ofrecidos

o demandados en los mercados. Como fue expuesto en el Apartado anterior, las prácticas absolutas se consideran ilícitas *per se*, por lo que la autoridad de competencia no requiere evaluar las circunstancias particulares del mercado relevante o la participación de mercado de los agentes coludidos. La propia naturaleza de estos acuerdos elimina la competencia entre los agentes coludidos, cuestión que se traduce en una afectación a los consumidores al privarles de los beneficios del proceso competitivo tales como la mejores precios y mejor calidad en los productos y/o servicios del mercado relevante.

El pacto de una práctica absoluta es nulo de pleno derecho, sin que se produzca efecto jurídico alguno, aunado a la sanción administrativa que sea impuesta en términos del artículo 127 de la LFCE, sin perjuicio de la responsabilidad civil o penal que pueda resultar de la práctica monopólica. A continuación se muestran cuáles son las sanciones referentes a la determinación de una práctica absoluta como es la fijación de precios:

Fundamento LFCE	Concepto y sanción
127 fracción I	Ordenar la corrección o supresión de la práctica monopólica de que se trate.
127 fracción III	Multa hasta por el equivalente a ciento setenta y cinco mil veces el salario mínimo general diario vigente para el Distrito Federal, por haber declarado falsamente o entregado información falsa a la Comisión, con independencia de la responsabilidad penal en que se incurra.
127 fracción IV	Multa hasta por el equivalente al diez por ciento de los ingresos del Agente Económico, por haber incurrido en una práctica monopólica absoluta, con independencia de la responsabilidad civil y penal en que se incurra.

127 fracción X	Inhabilitación para ejercer como consejero, administrador, director, gerente, directivo, ejecutivo, agente, representante o apoderado en una persona moral hasta por un plazo de cinco años y multas hasta por el equivalente a doscientas mil veces el salario mínimo general diario vigente para el Distrito Federal, a quienes participen directa o indirectamente en la práctica monopólica, en representación o por cuenta y orden de personas morales.
127 fracción XI	Multas hasta por el equivalente a ciento ochenta mil veces el salario mínimo general diario vigente para el Distrito Federal, a quienes hayan coadyuvado, propiciado o inducido en la comisión de la práctica monopólica.
127 fracción XV	Multa hasta por el equivalente al diez por ciento de los ingresos del Agente Económico, por incumplir alguna de las medidas cautelares referidas por el artículo 126 de la LFCE.

Para iniciar la investigación de una práctica absoluta, la autoridad de competencia puede hacerse valer de los medios referidos por el artículo 9 del Reglamento de la LFCE, consistentes en los indicios de la existencia de la práctica absoluta y las instrucciones o recomendaciones que emitan las cámaras empresariales o asociaciones a sus agremiados. Considerándose como indicios que el precio ofrecido en el territorio nacional de bienes o servicios intercambiables internacionalmente sea sensiblemente superior o inferior del ofrecido, y/o que los precios máximos y mínimos que se establezcan por competidores sean idénticos entre sí, o deriven el precio sugerido por una cámara empresarial o cualquier competidor.

Cabe señalar que los órganos del Poder Judicial de la Federación han sostenido reiteradamente que utilizar los indicios previstos en la LFCE y su Reglamento no implican

una violación a los principios constitucionales de legalidad y seguridad jurídica, toda vez que por la propia naturaleza de secrecía en que se pactan las prácticas monopólicas resulta idóneo que la autoridad de competencia se valga de pruebas indirectas, como son los indicios, para elaborar su teoría del caso⁴⁹.

ii) Caso de colusión entre Christie's y Sotheby's

A finales del siglo XX y principios del XXI, en los Estados Unidos de América se dio uno de los casos de persecución judicial que aportarían más al análisis competencial del mercado del arte, siendo este la fijación de precios entre Christie's y Sotheby's. El primer indicio para su investigación indicio de la investigación refirió cuando Christie's publicó su lista de comisiones de venta, con carácter no negociable, y Sotheby's hizo lo mismo un par de semanas después.

Antes de proseguir, conviene señalar un aspecto diferenciador entre el derecho de competencia económica mexicano y el norteamericano. Nuestro artículo 28 constitucional refiere que la investigación, persecución y sanción de prácticas monopólicas y sus análogas son exclusivos de la COFECE y el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), en lo referente a competencia en telecomunicaciones, en los

⁴⁹ **Competencia económica. la prueba indirecta es idónea para acreditar, a través de indicios, ciertos hechos o circunstancias a partir de lo que se conoce como la mejor información disponible, respecto de la actuación de empresas que han concertado acuerdos para llevar a cabo prácticas monopólicas.** Jurisprudencia. Amparo en revisión. Cuarto Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Cuarto Circuito. Clave I.4o.A. J/74. (SJF: 10ª época, T XXVIII, nov., 2008, p. 1228). Disponible en línea: <<https://sjf2.scjn.gob.mx/detalle/tesis/168495>> Registro 168495. (Consulta: 1 de dic. de 2020).

Estados Unidos además de existir dualidad de funciones entre el Departamento de Justicia (DOJ) y la Comisión Federal de Comercio (FTC), los particulares pueden accionar en lo relativo. Es decir, un ciudadano norteamericano puede exigir la responsabilidad del agente o agentes nocivos ante un órgano judicial, fundamentando su demanda en la legislación de competencia, mientras que en México el particular se limita a denunciar ante la COFECE, para que esta inicie su procedimiento de investigación y sanción referente.

Se accionó por la vía civil y la vía penal dicha colusión, tanto por el DOJ como por particulares afectados por la fijación de precios. La defensa de los demandados consistía en alegar que un porcentaje de 10% fijo no constituía una fijación de precios, por su naturaleza indeterminada, contra dicho argumento, planteó que ante una comisión más alta para la casa, los compradores potenciales estaban dispuestos ofrecer menos respecto del precio de martillo, afectando directamente al vendedor que acude a la casa de subasta como intermediario⁵⁰. Así mismo, se argumentó dicha afectación a los vendedores toda vez que desconocen, al momento de depositar su pieza, cuánto pueden ganar, sin embargo, en la consideración de que ellos mismos fijan el precio mínimo de salida para la primera puja (precio de reserva), las condiciones descritas anteriormente no ocasionarían más que ofrecer la pieza por debajo del precio que hubiese en condiciones óptimas.

⁵⁰ Ashenfelter, Orley y Graddy, Kathryn. **Anatomy of the rise and fall of a price fixing conspiracy: Auction's at Sotheby's and Christie's**. Estados Unidos de América, Buró Nacional de Investigación Económica. 2004. p. 13-15.

El DOJ descubrió, por escrito, una serie de acuerdos entre los agentes, consistentes, además de la fijación de comisiones en: (i) el carácter no negociable de las comisiones; (ii) intercambio de información de clientes para monitoreo de mercado; (iii) no contribuir en negocios de los clientes; y (iv) participar periódicamente en reuniones para monitorear el acuerdo. Este fue el punto de inflexión que provocó que las casas optarán por un *plea bargain*, asumiendo culpabilidad y terminando anticipadamente el proceso con un convenio de transacción.

El resultado de la fijación de precios entre las subastadoras resultó en la imposición de multas por las autoridades norteamericanas y por la Comisión Europea de Competencia, por realizar ventas de obras en territorio de la Unión Europea, por lo que su colusión también tenía efectos nocivos en el nivel de la UE, esto bajo el programa de sanción cooperativa⁵¹. Si no se hubiesen descubierto dichas actuaciones, la defensa por parte de los demandados hubiese sido que los precios análogos eran el resultado de respuesta competitiva y no colusión horizontal.

Esto ha resultado en diversas críticas respecto de las condiciones del mercado, principalmente respecto de la falta de transparencia sobre la actuación de las casas de subasta, así como de la falta de regulación del mercado de subastas, este creciente interés colectivo en la regulación del sector del arte no es injustificado, ya que el mercado

⁵¹ Sakkers, Ewoud C. “*Comission rules against collusive behaviour of Christie’s and Sotheby’s*”. En: **Competition Policy Newsletter**. No. 1. Dirección General de Competencia de la Comisión Europea. 2003. p. 2-5.

del arte ha dejado de ser un nicho económico pequeño y elitista que había sido por décadas⁵². Sin embargo, estas condiciones del mercado a la fecha persisten, junto con altos niveles de concentración a nivel internacional con Christie's y Sotheby's, y a nivel México con Morton, que, si bien no implican un daño directo al proceso de competencia, crean un riesgo frente a los consumidores.

iii) Caso Robert Cenedella v. Museo Metropolitano de Arte y otros

El caso de colusión entre Christie's y Sotheby's fue acreditado y sancionado por las autoridades de competencia debido a que se encontraron pruebas directas y tangibles de la práctica absoluta. De haberse preparado la teoría del caso exclusivamente con los indicios por similitud de comisiones, difícilmente se hubiese obtenido el mismo resultado. Otras acciones se han planteado por colusiones en el mercado del arte pero sin éxito debido a la falta de medios probatorios suficientes para estimar una colusión o un efecto anticompetitivo.

En 2018 el artista Robert Cenedella demandó a los cinco museos más prestigiosos de Nueva York⁵³ argumentando que éstos se encontraban conspirando junto con prestigiosas galerías de arte, casas de subastas, y reconocidos coleccionistas de arte de

⁵² Parziale, Andrea. Ob. Cit. p. 102.

⁵³ Los siguientes museos se señalaron como demandados: i) Museo Metropolitano de Arte; ii) Museo Whitney de Arte Estadounidense; iii) Museo de Arte Moderno MoMA; iv) Museo Solomon R. Guggenheim; y v) Nuevo Museo de Arte Contemporáneo de Nueva York.

la ciudad para fijar, aumentar y controlar artificialmente los precios del arte contemporáneo e impedir a algunos productores de arte contemporáneo incursar en sector del mercado del arte que comercializa obras con mayor valor de mercado, es decir, que los museos conspiraron junto con los operadores del mercado secundario para controlar y aumentar los precios de los artistas que arbitrariamente decidieran⁵⁴. Si bien el fondo de este asunto no fue estudiado en su totalidad por haberse sobreseído ante una falta de interés jurídico (*dismissal for lack of standing*), los planteamientos expuestos por parte por los demandados permiten identificar ciertos puntos importantes sobre el funcionamiento del mercado del arte y sus operadores frente a la política de competencia.

1. Gustos y preferencias. La actora consideró que por tener exhibiciones en Europa y una película documental dedicada a su obra, debía existir un acuerdo de negativa de trato en que los cinco museos se abstenían de exhibir su obras, aun teniendo una trayectoria considerable. Así mismo, que no existía una razón justificada de que preponderantemente exhibieran obras de los artistas relacionados con ciertas galerías, cuyo valor de mercado incrementaba exponencialmente luego de exhibirse.

El Juez de Distrito desestimó este planteamiento en favor del contrargumento que la exhibición en museos de artistas relacionados con ciertas galerías no es suficiente

⁵⁴ La sentencia dictada por el Juez del Distrito Sur de Nueva York, John G. Koeltl, dentro del caso con número de identificación 1:18-cv-01029-JGK puede ser consultada en línea: Justia Law <<https://law.justia.com/cases/federal/district-courts/new-york/nysdce/1:2018cv01029/487956/40/>> (Consulta: 1 de dic. de 2020).

para estimar que existe un acuerdo de exclusividad o negativa de trato, y más aún, que el hecho de que la obra de la actora tuviere cierta trayectoria implicara la obligación de los museos de exhibir su obra. Esto en virtud de que los gustos y preferencias privados o particulares tienen una incidencia significativa en este mercado, sin que exista un criterio objetivo para determinar que cierta obra *merece* o no ser exhibida en museos. Más aún, que el efecto jurídico de la sentencia entonces no podría ser para el efecto de obligar a los museos de exhibir las obras de la actora.

2. Definición de mercado relevante. El Juez de Distrito favoreció el argumento de los museos de que la actora omitió definir con precisión el alcance del mercado relevante, pues se limitó a indicar que Nueva York (circunscripción geográfica) es famosa por tener un gran volumen de venta de arte contemporáneo, dentro de las que se incluyen algunas de las operaciones de mayor valor en el país y en el mundo (producto relevante). Esto sin justificar qué productos ejercían presión competitiva entre sí o por qué los artistas, como la actora, no podrían aumentar sus ventas en Nueva York derivado de las exhibiciones que tuvieran en otras ciudades, o en otros museos de la ciudad.

3. Falta de efecto anticompetitivo. El Juez de Distrito estimó que la actora no definió ni acreditó un efecto anticompetitivo derivado de la supuesta conducta de los demandados, toda vez que se limitó a señalar que el aumento de valor de mercado de las obras que son expuestas por estos museos pone en desventaja al resto de los artistas y les impide acceder al nivel del mercado en que las obras de arte contemporáneo que

se comercializan tienen el valor más alto. Esto en virtud de que no existían elementos probatorios para considerar que la exposición de otras obras en los museos implicaba una *depreciación artificial* del valor de la obra de la actora, sino que en todo caso el aumento en el valor de los artistas expuestos no implicaría que la obra del resto de los artistas tuviese que ser *infravalorada* o que ésta se *depreciara* como activo.

En una entrevista que se planteó al actor sobre el resultado del Juez de Distrito, este manifestó: “Esta demanda nunca fue sobre mí. Siempre se ha tratado de exponer el secreto y el trato con información privilegiada del mundo del arte, en el que curadores, corredores y financiadores de museos conspiran para sacar provecho del trabajo de unos pocos artistas selectos, independientemente de su talento o mérito artístico. Casi un tercio de todas las exposiciones individuales de museos en los Estados Unidos, y en el Met, MoMA, Whitney, Guggenheim y el New Museum, cuentan con artistas representados por solo cinco galerías, de más de 1,400 galerías en la ciudad de Nueva York.”⁵⁵. Si bien la acusación de una conspiración puede ser considerado absurdo, estas condiciones de privilegio de ciertos artistas e instituciones son indicios o suposiciones que pueden plantearse en cualquier metrópoli del arte contemporáneo como Londres, Chicago, París, o Ciudad de México.

⁵⁵ Kinsella, Eileen. “*This Artist Sued Museums for \$100 Million for Declining to Show His Work. But a Judge Isn’t Buying It*”. En: **Artnet News**. 2018. Disponible en línea: <<https://news.artnet.com/art-world/art-bastard-suit-dismissed-1426297>> (Consulta).

Se estima que el caso de Robert Cenedella es de suma relevancia para comprender los elementos característicos del mercado del arte: la falta de transparencia, favoritismo, y subjetividad. Características que los operadores del mercado, y los externos que lo estudian, suelen estimar como sus grandes desventajas para atraer nuevos artistas, inversionistas, y coleccionistas. Así mismo, este precedente permite ejemplificar la necesidad de una argumentación sólida y medios probatorios idóneos al plantear agravios en materia de competencia económica para acreditar la existencia de una práctica relativa, ya sea por parte de la autoridad de competencia, o de particulares que pudieren tener interés en el caso del derecho norteamericano.

C. Adquisición de obras de arte por corredores y coleccionistas

a. Lesión en la adquisición de obras de arte

En el último apartado del primer capítulo, se identificó como principal problema para los particulares involucrados en el mercado del arte, la inseguridad jurídica que se tiene respecto del precio, que pudiese actualizar un supuesto de lesión en materia civil. De conformidad con el artículo 17 del Código Civil Federal, la lesión consiste en explotar la suma ignorancia, notoria inexperiencia o extrema miseria de otro, para obtener un lucro excesivo y desproporcionado a las obligaciones de uno. Lo cual concede al explotado el derecho de pedir la rescisión del contrato o la reducción equitativa del precio. Así mismo, la parte afectada podrá pedir una indemnización, en cualquier caso, ya sea el de rescisión

o de reducción de las obligaciones, fundado en que hay una conducta ilícita por parte del demandado, de conformidad con el artículo 1807 del Código Civil Federal.

Con base en dicho artículo, por ejemplo, el comprador en un contrato de compraventa, celebrado con el objeto de trasladar la propiedad de un grabado de José Luis Cuevas por el monto de quince mil pesos, corre el riesgo de que, por la avanzada edad del maestro y salud delicada en la actualidad, muera el maestro y el precio de su obra se incremente exponencialmente, por lo que el vendedor le podría accionar la rescisión del contrato.

Esto debido a que la muerte de un artista influye bastante, en la costumbre, en el criterio de presencia museográfica, al igual que se incrementa su precio en subasta por el hecho de que las obras ya existentes quedarían como las definitivas del maestro, pues en el futuro no habrá colecciones posteriores que adquieran mayor valor de mercado. Por lo tanto, el vendedor podría alegar la suma ignorancia o notoria inexperiencia respecto de tales aspectos tan específicos y delicados del mercado del arte, argumentando que desconocía que el precio por el que se vendió la obra no concordaba con la realidad de su valor.

La legislación vigente no prevé ninguna disposición expresa que pueda adecuarse al caso hipotético antes mencionado, que en la práctica se da constantemente, salvo que se pacte en el contrato de compraventa una cláusula que indique que, en el caso de una valuación errónea, por determinado porcentaje, el contrato igualmente subsistirá.

Nuevamente esto se debe a que el objeto de obras artísticas y la naturaleza del mercado se ve dotado por elementos aparentemente incompatibles con el ordenamiento jurídico, por lo cual debe utilizarse un criterio analógico o de coalición para resolver dicho enigma.

La única solución aparente para dicha situación es la propuesta por los estudios doctrinarios del reconocido jurista Don Fausto Rico Álvarez, el cual indica que, para la procedencia o improcedencia de la lesión, solo deberá tomarse en consideración el valor monetario de las prestaciones objeto del contrato al momento de su celebración. Por lo tanto, al momento de celebrarse la venta de una obra de arte valuada en determinada cantidad, el vendedor no tendrá derecho de exigir la rescisión con el argumento de la lesión, sin importar que poco tiempo después de la celebración del acto la obra haya aumentado exponencialmente su valor⁵⁶. Esto considerando que efectivamente se le haya dado una adecuada valuación, considerando los criterios el primer apartado.

b. Recomendaciones para la enajenación de obras por particulares.

Más allá de recomendar la formalización de contratos por escrito, la principal recomendación a plantear a los corredores y coleccionistas de arte es considerar las obligaciones derivadas de la LFMZAH y la LFPIORPI, especialmente debido a que los momentos artísticos muebles suelen tener un valor de mercado dentro de los umbrales que refiere la LFPIORPI. Esto implica que la enajenación de estos activos

⁵⁶ Rico Álvarez, Fausto, Garza Bandala, Patricio y Cohen Chicurel, Mischel. **Tratado teórico-práctico de derecho de obligaciones**. 2ª ed. México, Porrúa. 2013/2015. p. 194.

necesariamente implicará el cumplimiento de todas las obligaciones referidas anteriormente en el Capítulo Primero.

Al enajenar una pieza declarada monumento artístico, la operación necesariamente deberá constar por escrito, no por el interés de las partes, sino porque dicha operación: i) deberá inscribirse en el Registro Público de Monumentos y Zonas Artísticas dependiente del Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura; ii) deberá ser autorizada por el Instituto en caso de que implique la exportación de la obra; iii) deberá resguardarse por 5 años la documentación e información relevante a la operación; iv) deberá enviarse el aviso correspondiente a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público; y v) no podrá efectuarse el pago mediante efectivo o metales preciosos en una cantidad igual o superior a 3210 veces el salario mínimo vigente en el Distrito Federal, al día en que se realice el pago o se cumpla la obligación.

Si bien el catálogo de obligaciones anterior se encuentra cargado hacia el vendedor de la obra, deben considerarse por el comprador en la medida que al adquirir la obra para su posterior enajenación estará sujeto a las mismas obligaciones, aunado a que también podrá ser requerido por la autoridad fiscal, aunque no haya realizado la operación, para efecto de contribución a la verificación de la información relevante a la operación en términos de la LFPIORPI. Lo anterior reitera que ambas partes consideren la formalización de la operación por escrito, no sólo para el efecto de proveer seguridad jurídica en los términos de la venta, sino también para asegurar el cumplimiento de las disposiciones referentes a patrimonio cultural y prevención de lavado de dinero.

CONCLUSIONES

Si bien el sistema jurídico mexicano carece de una regulación precisa sobre el mercado del arte, a diferencia otros mercados regulados, esto no implica que las operaciones de las casas de subasta, galerías de arte, y corredores y coleccionistas de arte se encuentren totalmente desprotegidas o que no existan disposiciones que indirectamente afecten la manera en que se desarrolla el mercado. Específicamente, el modelo de negocios de las casas de subasta y galerías de arte presenta riesgos en materia de competencia económica referente al pacto de cláusulas de distribución exclusiva y de cliente más favorables (*most-favoured-customer clause*).

La informalidad que permea el mercado del arte implica riesgos para las galerías de arte, los corredores de arte y coleccionistas particulares, debido a que la ausencia de un instrumento jurídico que conste por escrito puede resultar en el incumplimiento de las obligaciones pactadas por las partes en su relación comercial. Para el caso de las galerías de arte, se recomienda la formalización de contratos de comisión mercantil o de consignación mercantil, ambos previstos por el Código de Comercio, para la venta de las obras del artista con retribución a la galería por su labor de venta y conservación.

Para los corredores y coleccionistas se recomienda valorar con precisión la obra a fin de no incurrir en errores que resulten en la desproporcionalidad del precio, ya que el precio de la obra será relevante para estimar si la operación tiene implicaciones por la

Ley Federal para la Prevención e Identificación de Operaciones con Recursos de Procedencia Ilícita, o bien si puede existir un riesgo de incurrir en lesión en términos de la legislación civil. Así mismo, considerar las implicaciones por la adquisición de obras declaradas como monumentos artísticos referentes a las obligaciones frente al Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura derivadas de la Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticos e Históricos.

Finalmente, se recomienda a futuras investigaciones de índoles similares analizar el impacto que puede tener la posibilidad de pago en especie en materia fiscal para artistas, referente a la Colección Pago en Especie de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, en las decisiones comerciales que efectúan los artistas en el mercado primario. De igual manera, se recomienda analizar las problemáticas jurídicas de las operaciones que incidentalmente se efectúan por los corredores y coleccionistas de arte referentes a la cesión del uso de obras para exhibiciones, constitución de garantías en que se designa una obra como colateral, e inversión en fondos de capital privado para la adquisición y posterior enajenación de portafolios de obras de arte.

BIBLIOGRAFÍA

A. DOCTRINA

Alfaro Águila-Real, Jesús. *“La Subasta de Obras de Arte (Aproximación a sus problemas jurídicos)”*. En: **Revista de Derecho Mercantil**. España, Universidad de Cantabria. No. 179-180, Ene.-Julio., 1978.

Ashenfelter, Orley y Graddy, Kathryn. **Anatomy of the rise and fall of a price fixing conspiracy: Auction's at Sotheby's and Christie's**. Estados Unidos de América, Buró Nacional de Investigación Económica. 2004.

Arce Gargollo, Javier. **Contratos Mercantiles Atípicos**. 5ª ed. México, Porrúa. 1985/1988.

Badenes Casino, Margarita. **La protección de los bienes culturales durante los conflictos armados**. España, Universidad de Valencia. 2005.

Belmonte, Ana, Palomo Martínez, Jesús, y Laguna Sánchez, María Pilar. **La rentabilidad de las obras de arte**. España, Universidad Rey Juan Carlos. 2015.

Casares Ripol, Javier. **Ética, economía y política**. España, ESIC. 2011.

Comisión Federal de Competencia Económica. **Prácticas Monopólicas Relativas**. Autores, 2018. p. 5. Disponible en línea: <<https://www.cofece.mx/wp-content/uploads/2018/05/3practicmonorelativas.pdf>> (Consulta: 1 de dic. de 2020).

Comisión Federal de Competencia Económica. **Rethinking competition in the digital economy**. México, Autores. 2018.

Deloitte Luxembourg y ArtTactic. **Art & Finance Report 2019**. Luxemburgo, Autores, 2019.

Exposición de Motivos de la Ley Federal para la Prevención e Identificación de Operaciones con Recursos de Procedencia Ilícita, disponible en el sitio oficial de la Cámara de Diputados del Congreso de la Unión: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/proceso/lxii/003_DOI_17oct12.pdf> (Consulta: 1 de diciembre de 2020).

Fontaine, Marcel y De Ly, Filip. **Drafting international contracts**. Estados Unidos de América, Transnational Publishers. 2006.

García Corona, Irene Gabriela. **Arbitraje de inversión: La cláusula de la nación más favorecida en derechos adjetivos**. México, Universidad Nacional Autónoma de México. 2013.

González Díaz, Francisco Enrique y Bennett, Mathew. “*The law and economics of most-favoured nation clauses*”. En: **Competition Law & Policy Debate**. Reino Unido. Volumen 1, No. 3, Ago., 2015.

Hylton, Keith N. **Antitrust law: Economic Theory and Common Law Evolution**. Estados Unidos de América, Cambridge University Press. 2003.

Mochón, María Asunción y Sáez, Yago. **Entendiendo las subastas**. España, Universidad Carlos III de Madrid. 2011.

Motta, Massimo. **Política de competencia**. México, Fondo de Cultura Económica. 2018.

Parziale, Andrea. “*Art at The Bar: Competition Law and Civil Liability in the Art Market Regulation*”. En: **Opinio Juris in Comparatione**. Italia, Pacini Giuridica. Volumen 1, Ene., 2018.

Peraza, Miguel y Iturbe, Josu. **El Arte del Mercado en Arte**. 2ª ed. México, Universidad Iberoamericana. 1990/1998.

Ramírez, José Carlos y Bueno, Patricia. “*Competencia por cantidades en los mercados de arte de México*”. En: **El Trimestre Económico**. México, Fondo de Cultura Económica. No. 297, Ene-Mar., 2008.

Reviriego, Carmen. **El Laberinto del Arte: El mercado del arte, su funcionamiento, sus reglas y principales figuras**. España, Paidós. 2014.

Rico Álvarez, Fausto, Garza Bandala, Patricio y Cohen Chicurel, Mischel. **Tratado teórico-práctico de derecho de obligaciones**. 2ª ed. México, Porrúa. 2013/2015.

Rodríguez, Julio. “*Arte y Derecho*”. En: **Revista de la Facultad de Derecho**. Venezuela, Universidad Católica Andrés Bello. No. 56, 2001.

Sakkers, Ewoud C. “*Comission rules against collusive behaviour of Christie’s and Sotheby’s*”. En: **Competiion Policy Newsletter**. No. 1. Dirección General de Competencia de la Comisión Europea. 2003.

Stiglitz, Joseph E. **La economía del sector público**. 3ª ed. España, Antoni Bosh. 1986/2000.

Taborda Ríos, Rodrigo. **Curso de macroeconomía**. Colombia, Universidad del Rosario. 2005.

Querol Fernández, María Ángeles. **Manual de gestión del patrimonio cultural**. España, Akal. 2010.

B. LEGISLACIÓN

Código de Comercio. (P.O. 13 de dic. de 1889/28 de mar. de 2018).

Código Civil Federal. (P.O. 31 de ago. de 1928/11 de ene. de 2021).

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. (Promulgación 5 de feb. de 1917/24 de dic. de 2020).

Convención para la Protección de los Bienes Culturales en Caso de Conflicto Armado. (P.O. 3 de ago. de 1956).

Convención sobre las Medidas que Deben Adoptarse para Prohibir e Impedir la Importación, la Exportación y la Transferencia de Propiedad Ilícita de Bienes Culturales. (P.O. 4 de abr. de 1973).

Ley Federal de Competencia Económica. (23 de mayo de 2014/27 de ene. de 2017).

Ley Federal para la Prevención e Identificación de Operaciones con Recursos de Procedencia Ilícita. (17 de oct. de 2012/9 de mar. de 2018).

Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticos e Históricos. (6 de mayo de 1972/16 de feb. de 2018).

Reglamento de la Ley Federal de Competencia Económica. (P.O. 12 de oct. de 2007).

Reglamento de la Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticos e Históricos. (P.O. 8 de dic. de 1975/3 de dic. 2020).

Resolución Miscelánea Fiscal para el Ejercicio Fiscal 2020. (P.O. 28 de dic. de 2019).

C. CRITERIOS JURISDICCIONALES

Competencia económica. Concepto de "poder sustancial" en esa materia. Tesis aislada. Amparo en revisión. Primer Tribunal Colegiado de Circuito en Materia Administrativa Especializado en Competencia Económica, Radiodifusión y Telecomunicaciones. Clave I.1o.A.E.122 A (10a.). (SJF: 10ª época, T III, feb., 2016, p. 2036). Disponible en línea: <<https://sjf2.scjn.gob.mx/detalle/tesis/2011144>> Registro 2011144. (Consulta: 1 de dic. de 2020).

Competencia económica. la prueba indirecta es idónea para acreditar, a través de indicios, ciertos hechos o circunstancias a partir de lo que se conoce como la mejor información disponible, respecto de la actuación de empresas que han concertado acuerdos para llevar a cabo prácticas monopólicas. Jurisprudencia. Amparo en revisión. Cuarto Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Cuarto Circuito. Clave I.4o.A. J/74. (SJF: 10ª época, T XXVIII, nov., 2008, p. 1228). Disponible

en línea: <<https://sjf2.scjn.gob.mx/detalle/tesis/168495>> Registro 168495. (Consulta: 1 de dic. de 2020).

Mercado relevante. Su concepto en materia de competencia económica. Jurisprudencia. Amparo en revisión. Cuarto Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Primer Circuito. Clave I.4o.A. J/75. (SJF: 10ª época, T XXVIII, oct., 2008, p. 2225). Disponible en línea: <<https://sjf2.scjn.gob.mx/detalle/tesis/168609>> Registro 168609. (Consulta: 1 de dic. de 2020).

Monumentos históricos de propiedad particular. El artículo 33, fracción I, del Reglamento de la Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticos e Históricos, que prohíbe su exportación definitiva, viola el artículo 89, fracción I, de la Constitución Federal. Tesis aislada. Amparo en revisión. Décimo Sexto Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Primer Circuito. Clave I.16o.A.9 A (10a.). (SJF: 10ª época, T III, ago., 2013, p. 1683). Disponible en línea: <<https://sjf2.scjn.gob.mx/detalle/tesis/2004265>> Registro 2004265. (Consulta: 1 de dic. de 2020).

Poder sustancial en un mercado relevante. Variables que deben considerarse para determinarlo. Tesis aislada. Amparo en revisión. Primer Tribunal Colegiado de Circuito en Materia Administrativa Especializado en Competencia Económica, Radiodifusión y Telecomunicaciones del Primer Circuito. Clave I.1o.A.E.123 A (10a.). (SJF: 10ª época, T III, feb., 2016, p. 2110).

Prácticas monopólicas. Diferencias en la aplicación de la regla “per se” y de la regla de la razón, al investigarlas. Tesis aislada. Amparo en revisión. Segundo Tribunal Colegiado en Materia Administrativa Especializado en Competencia Económica, Radiodifusión y Telecomunicaciones del Primer Circuito. Clave I.2o.A.E.66 A (10a.). (SJF: 10ª época, T III, abr., 2018, p. 2090). Disponible en línea: SCJN <<https://sjf2.scjn.gob.mx/detalle/tesis/201973>> Registro 2019731. (Consulta: 1 de dic. de 2020).

ANEXOS

Anexo 1

CONTRATO DE COMISIÓN MERCANTIL QUE CELEBRAN POR UNA PARTE _____, POR SU PROPIO DERECHO, A QUIEN SE LE DENOMINARÁ COMO “**EL COMITENTE**”, Y POR LA OTRA PARTE _____, REPRESENTADA EN ESTE ACTO POR _____, DE AHORA EN ADELANTE REFERIDO COMO “**EL COMISIONISTA**”, Y EN CONJUNTO CON **EL COMITENTE** COMO “**LAS PARTES**”, AL TENOR DE LAS SIGUIENTES DECLARACIONES Y CLÁUSULAS:

DECLARACIONES

1. De **EL COMITENTE**:

- 1.1 Que es mayor de edad, en pleno uso y goce de sus facultades.
- 1.2 Que es un comerciante, en términos del artículo 3 del Código de Comercio, cuya actividad de comercio implica la creación, distribución y comercialización de obras de arte.
- 1.3 Que se encuentra inscrito en el Registro Federal de Contribuyentes, bajo la clave X, por la actividad comercial referida en el inciso anterior.
- 1.4 Que tiene su domicilio en el número # de la Calle X de la Colonia Y, en la ciudad de Monterrey, Nuevo León.
- 1.5 Que en virtud de la experiencia del COMISIONISTA en la comercialización, exhibición y mantenimiento de obras de arte, requiere de sus servicios para comercialización, exhibición y mantenimiento de sus obras de arte.

2. De **EL COMISIONISTA**:

- 2.1 Que es una sociedad mercantil, constituida de conformidad con la legislación mexicana.
- 2.2 Que su objeto social es, entre otros, la compra, venta, exhibición, arrendamiento, conservación y depósito de obras de arte.
- 2.3 Estar inscrito en el Registro Federal de Contribuyentes, bajo la clave X, por la actividad comercial referida en el inciso anterior.
- 2.4 Que su representante cuenta con las facultades suficientes para representarla, mismas que no le han sido revocadas ni limitadas en forma alguna.
- 2.5 Tener su domicilio en el número # de la Calle X de la Colonia Y, en la ciudad de Monterrey, Nuevo León.

- 2.6 Que cuenta con la capacidad, los recursos económicos, la infraestructura, experiencia y personal necesario para la comercializar, exhibir y conservar las obras de arte de EL COMITENTE.

3. De **LAS PARTES**:

- 3.1 Que se reconocen mutuamente la capacidad legal para contratar, así como la personalidad jurídica con la que sus representantes comparecen.
- 3.2 Que se dedican ordinariamente a la comercialización de obras de arte.
- 3.3 Que no existe dependencia o subordinación entre ellas y por consiguiente cada una de ellas es responsable de sus obligaciones laborales, fiscales y administrativas.
- 3.4 Que en virtud de lo anteriormente manifestado por cada una de ellas, y por así convenir a sus intereses legales, están de acuerdo en obligarse al contenido de las siguientes:

CLÁUSULAS:

PRIMERA. - (CONSENTIMIENTO). LAS PARTES se reconocen mutua y recíprocamente la personalidad y carácter con que llegan a celebrar este contrato que se da con el acuerdo de voluntades entre EL COMITENTE y EL COMISIONISTA.

SEGUNDA. - (OBJETO). EL COMITENTE pide a EL COMISIONISTA vender las obras artísticas, tanto pinturas, óleos, dibujos, gráfica, esculturas e instalaciones, a nombre y por cuenta suya, que produzca durante toda la vigencia del contrato.

TERCERA. - (VIGENCIA). LAS PARTES manifiestan que el presente contrato lo celebran única y exclusivamente por el plazo de 10 años que dure la comisión o comisiones que se encomiendan, y que de ningún modo desean darle carácter de permanencia o indefinición; pudiéndose convenir por acuerdo de las partes.

CUARTA. - (VENTA MÍNIMA). EL COMISIONISTA se obliga a realizar una venta mensual mínima de diez obras, a nombre y por cuenta de EL COMITENTE, cada año por la vigencia del contrato. De no llegar a dicha meta, EL COMITENTE podrá dar por terminado anticipadamente el presente contrato.

QUINTA. - (EXCLUSIVIDAD). EL COMITENTE se obliga a no celebrar contratos de comodato, depósito, arrendamiento, usufructo compraventa, o cualquier otro que traslade el dominio y/o posesión de sus obras sin la autorización previa y expresa de EL COMISIONISTA, durante la vigencia del presente contrato.

SEXTA. - (DEPÓSITO). EL COMISIONISTA se obliga a conservar las obras de EL COMITENTE, según las reciba, y a devolverlas en el mismo estado una vez que el contrato se dé por terminado, salvo por caso fortuito o fuerza mayor.

SÉPTIMA. - (EXPOSICIÓN) EL COMISIONISTA se obliga a presentar ante el público de su galería por lo menos diez piezas de EL COMITENTE durante el periodo de vigencia del contrato, en carácter de exposición.

OCTAVA. - (RETRIBUCIÓN) EL COMITENTE se obliga a entregar lo que corresponda al 30% (por ciento) del importe de la venta de sus obras de arte al COMISIONISTA, cada vez que éste celebre un contrato de compraventa a nombre y por cuenta de éste.

NOVENA. - (GASTOS) LAS PARTES manifiestan que los gastos necesarios para llevar a cabo la comisión que se contrata serán por cuenta de EL COMITENTE.

DÉCIMA. - (RECURSOS MATERIALES Y FINANCIEROS) EL COMISIONISTA se obliga a contar a su costa, con los recursos materiales y financieros, así como con la infraestructura suficiente para la realización de la comisión conferida objeto del presente Contrato.

DÉCIMA PRIMERA. - (CONTRATO CONSIGO MISMO) EL COMISIONISTA bajo ninguna circunstancia puede comprar para sí, ni para otro, cualquiera de las obras que EL COMITENTE le haya mandado vender.

DÉCIMO SEGUNDA. – (PRECIO DE SALIDA) EL COMITENTE tiene la obligación de señalar el precio de toda obra que entregue a EL COMISIONISTA antes que éste pueda celebrar compraventas con ellos como objeto.

DÉCIMO TERCERA. – (NEGOCIACIÓN) En caso de que EL COMISIONISTA llegue a vender cualquiera de las obras de EL COMITENTE a un precio superior que el estipulado según la cláusula anterior, EL COMISIONISTA tendrá derecho a recibir los excedentes del precio de salida.

DÉCIMO CUARTA. – (REGATEO) En caso de que EL COMISIONISTA llegue a vender cualquiera de las obras de EL COMITENTE a un precio inferior que el estipulado según la cláusula décimo primera, se le restará de su comisión la cantidad que le haya rebajado al precio a la obra.

DÉCIMO QUINTA. – (ASIMETRÍA DE INFORMACIÓN) LAS PARTES acuerdan que EL COMITENTE tendrá derecho de exigir a EL COMISIONISTA la firma de un convenio modificatorio que cambie el monto de la retribución o extinga la relación exclusiva, cuando su obra haya aumentado significativamente de valor en un corto periodo de tiempo, y resulte económicamente razonable modificar dichos términos.

Este derecho únicamente será exigible cada primer mes del año calendario, durante la vigencia del presente contrato, y estará sujeto a que EL COMITENTE obtenga el criterio de tres peritos valuadores de arte, autorizados por las autoridades judiciales, en que conste que el valor de la obra de EL COMITENTE ha aumentado significativamente en el año inmediato anterior, tornando excesivamente beneficioso el contrato en favor de EL COMISIONISTA.

Para esto, EL COMITENTE deberá notificar fehacientemente a EL COMISIONISTA de contar con los tres peritajes respectivos, y los términos a modificar, para que pueda iniciar negociaciones con EL COMISIONISTA para celebrar el referido convenio modificatorio.

Este derecho no será exigible sino hasta el inicio del tercer año de vigencia del contrato.

DÉCIMO SEXTA. – (JURISDICCIÓN) LAS PARTES acuerdan que, para la interpretación, ejecución y cumplimiento del presente contrato, así como todo aquello que no esté contemplado en el mismo, se sujetarán a la legislación vigente y tribunales competentes de la ciudad de Monterrey, Nuevo León, renunciando expresamente a cualquier otro fuero que por su domicilio presente o futuro pudiera corresponderles.

FIRMA EL COMITENTE

FIRMA EL COMISIONISTA