

Estimados miembros AMPPI:

Por considerarlo de su interés les hacemos llegar las publicaciones correspondientes al día de hoy bajo los siguientes rubros:

1. DOF

AVISO de inicio de procedimiento de ratificación en el cargo de Juzgadores Federales de los servidores públicos que se mencionan.

<http://200.66.72.182/dof/2015/04/13/DOF-LEYCDLJF-11.htm>

2. P. REFORMA

Impulsan marcas con botargas

Alejandro Olivares

Monterrey, México (13 abril 2015).- Aunque no tienen el impacto masivo de la publicidad a través de medios electrónicos, si son bien ejecutadas las campañas a través de botargas pueden causar un impacto positivo en ventas de las compañías y acercar a la marca con sus consumidores.

Esto es debido a que las botargas, que son una estrategia de marketing "Below The Line", concepto que se refiere a herramientas de mercadotecnia que ponen a la marca a convivir con el consumidor de forma no convencional y directa, crean un sentimiento de cercanía con los clientes.

"La gente compra gente, o las personas compran personas, y al tener una representación de tu marca en un personaje, crea una empatía con tu marca y con tu producto, lo que te genera una mayor oportunidad de negocio", explicó Gabriel Baza, director comercial de Grupo Arco.

El directivo añadió que el desarrollo de personajes puede costarle a las compañías desde 11 mil pesos, en su modalidad básica, y ascender hasta los 40 mil pesos, aunque no proporcionó cuántas botargas producen.

El directivo añadió que el desarrollo de personajes puede costarle a las compañías desde 11 mil pesos, en su modalidad básica, y ascender hasta los 40 mil pesos, aunque no proporcionó cuántas botargas producen. Añadió que las botargas varían en su precio, el cual puede ir desde los 2 mil 500 pesos, las más básicas, y ascender hasta los 35 mil pesos, en el caso de las más laboriosas.

Aprovechan elecciones

Este 2015, en que se celebran elecciones intermedias en el País, los negocios de botargas ven sus ventas y pedidos incrementados, sobre todo ante la urgencia de los partidos políticos por acercar a posibles simpatizantes a sus eventos.

Gabriel Baza, director comercial de la fábrica de botargas Grupo Arco,

detalló que durante los periodos electorales abren una línea extra de producción enfocada específicamente a los pedidos por parte de partidos políticos.

"Yo tengo mi línea de producción actual, pero vienen las elecciones y sé que el 70 por ciento (de sus pedidos) son bomberazos, porque a ellos no les sueltan el presupuesto con planeación", dijo.

Añadió que los pedidos electorales causan un incremento de entre un 15 y 20 por ciento en ventas totales.

Por separado, Daniel Blanco, de Nomito Disfraces y Botargas, refirió que recientemente entregaron al Partido Verde Ecologista botargas de tucanes; así como también se han involucrado en la elaboración de lonas y banderas para fines electorales.

3. SCJN

REVISAN Y COMPARTEN SCJN, GOBERNACIÓN Y PGR AVANCES EN TORNO A LA IMPLEMENTACIÓN DE LA REFORMA PENAL

[http://www2.scjn.gob.mx/red2/comunicados/noticia.asp?id=30](http://www2.scjn.gob.mx/red2/comunicados/noticia.asp?id=3067)

[67](http://www2.scjn.gob.mx/red2/comunicados/noticia.asp?id=3067)

4. IIJ - UNAM

Límites a la publicidad engañosa*

· Se reproduce con autorización del autor, publicado en *El Universal*, el 17 de marzo de 2015

<http://biblio.juridicas.unam.mx/revista/HechosyDerechos/cont/26/art22.htm>

Atentamente,

Bernardo Herrerías
Presidente

Martín Michaus
Secretario

Asociación Mexicana para la Protección de la Propiedad Intelectual, A.C.
Insurgentes Sur 2453, Piso 6 – 6043, Torre Murano,
Col. Tizapán San Ángel, Deleg. Álvaro Obregón, CP 01090, México D.F.
Tel.: (52 55) 8000 – 0210 www.ampipi.org.mx