



Grupo Mexicano de la Asociación Internacional
para la Protección de la Propiedad Intelectual
(AIPPI)



COMUNICADO No. 133 / 25 de mayo de 2015

Estimados miembros AMPPI:

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

1. DOF

CONSEJO DE LA JUDICATURA FEDERAL

ACUERDO General del Pleno del Consejo de la Judicatura Federal que reforma y adiciona diversos acuerdos generales.

ACUERDO General 19/2015 del Pleno del Consejo de la Judicatura Federal, que precisa la competencia de los Juzgados de Distrito Mixtos, Especializados y Semiespecializados de la República Mexicana, que actualmente tienen competencia en Juicios Civiles Federales, para atender los asuntos mercantiles señalados en el artículo 53 bis de la Ley Orgánica del Poder Judicial de la Federación.

ACUERDO General del Pleno del Consejo de la Judicatura Federal que reforma y deroga disposiciones de diversos acuerdos generales

<http://200.66.72.182/dof/2015/05/25/CJF05252.htm>

2. P. REFORMA

Tienen Levi's segundo aire

Ulises Díaz

Cd. de México, México (25 mayo 2015).- No hay clóset sin ellos. Es más, ni siquiera tiene que decirse pantalón de mezclilla, basta con afirmar: traigo Levi's.

Aun así, este gigante que es una de las marcas de referencia y más posicionadas en el mundo necesita tomar el lugar que tenía hace años.

"Nosotros inventamos el estilo, creamos los 'blue jeans', como se les conoce hoy, con elementos como las trabillas reforzadas que patentamos. Fuimos los primeros, que es algo que muchas compañías quisieran", advierte Chip Bergh, presidente mundial de Levi Strauss & Co, en entrevista con Grupo Reforma.

La mezclilla es tan demandada y se volvió un mercado tan redituable que en los últimos 25 años explotó la competencia, al grado que el grupo experimentó dificultades serias entre mediados de los noventa y hasta 2010.

Esta compañía surgió en 1853 en San Francisco, cuando revolucionó el jean tradicional: dado que el uso rudo hacía que ciertos puntos, como los bolsillos, las trabillas del cinturón o en la base del botón de la bragueta se desgastaran muy frecuentemente, se inventó colocar un remache de metal sobre ellos.

Los pantalones fueron patentados y se popularizaron gracias a la Fiebre del Oro de California y, luego, con la expansión hacia todos los sectores, Levi's se volvió punto de referencia.

Sin embargo, a partir de la década de los ochenta se observó un estancamiento y la consecuente caída en ventas por la llegada de los jeans de diseñador que abardaron el mercado premium, así como por la entrada de la prontomoda que se quedó con el sector de bajo precio.

Actualmente, la nueva estrategia de posicionamiento es recordarle a los clientes por qué son la referencia. "Ahora, para retomar el posicionamiento regresamos a lo que nos hizo grandes, que son los clásicos", precisó. Bergh entró a la marca en 2011. Entonces, la deuda de la empresa era de mil 900 millones de dólares, para una compañía valuada en 5 mil millones de dólares. En los últimos 3 años se han pagado alrededor de 750 millones de ese pasivo.

México está dentro de los cinco mercados primarios de esta marca.

"Este País es un gran consumidor de mezclilla, ves a la gente usando jeans en todos lados y aquí tenemos una gran presencia así que estamos comprometidos a hacer una gran inversión aquí porque ya entendimos que nuestro enfoque de negocios debe ser donde la gente nos acepta", indicó Berg.

Aunque esta compañía fabrica alrededor del mundo, en México tienen una producción importante, que se dedica a surtir tanto el mercado nacional como exportar a Estados Unidos.

Rebaja China arancel a bienes de consumo

En junio, China recortará los aranceles de importación a una serie de bienes de consumo, incluyendo productos para la piel y pañales, lo que impulsaría a marcas globales y avivaría el consumo interno.

Reuters

China recortará los aranceles de importación desde junio a una serie de bienes de consumo, incluyendo productos para la piel, ropa de estilo occidental y pañales, lo que podría dar un impulso a las marcas globales y avivar el consumo interno en medio de un crecimiento vacilante en la segunda economía del mundo.

El Ministerio de Finanzas dijo en un comunicado que bajará los impuestos de importación para algunos productos a partir del 1 de junio en un promedio de más del 50 por ciento, como una "medida importante para crear un crecimiento estable e impulsar la reforma estructural".

Los aranceles a las importaciones de ropa de estilo occidental bajarán entre 7 y 10 por ciento desde el rango actual de 14-23 por ciento, mientras que los aranceles para el calzado se reducirán a un 12 por ciento, la mitad de la cifra porcentual actual, informó el Ministerio.

Los aranceles por las compras de pañales y de productos para la piel bajarán a 2 por ciento, desde 7.5 y 5 por ciento, respectivamente.

Procter & Gamble Co, Unicharm Corp, Nike Inc, Adidas AG, L'Oreal SA y Amorepacific Corp son algunas de las empresas que se beneficiarán por la medida.

Analistas estiman que en China se paga cerca de un 20 por ciento más por productos de lujo que en Europa, por lo que muchas veces los consumidores del gigante asiático gastan sus ahorros fuera del país, lo que ha impulsado las ventas de artículos de lujo a nivel global.

La decisión llega tras una declaración del Consejo de Estado de China, gabinete del país, que anunció en abril que buscará reducir los aranceles a la importación de algunos bienes para los consumidores a fin de avivar el gasto interno y apoyar una economía desacelerada, en momentos en que fuera de sus fronteras se aprecia una cifra histórica de turistas chinos.

El crecimiento económico de China se desaceleró a un mínimo de seis años de un 7 por ciento en el primer trimestre de 2015, lo que llevó a Pekín a realizar una serie de medidas estímulos monetarios.

Las ventas minoristas de China crecieron un 10 por ciento el mes pasado, pero se desaceleraron con respecto a marzo. Datos mostraron que la economía china está presionada por una demanda floja, tanto dentro como fuera del país.

Frenan a Deezer en México piratería y medios de pago

Dayna Meré

Un bajo nivel de bancarización de la población, redes de telecomunicaciones poco eficientes y hasta la piratería son los principales obstáculos que limitan el crecimiento de Deezer en México.

Para la empresa de servicios de música por streaming, México es un país complejo en operación pese a que los mexicanos son los que pasan más tiempo escuchando la música que ofrece Deezer respecto al resto del mundo.

"México es un país muy complejo, ya que la piratería es muy alta; pero la penetración de smartphones y de usuarios que tienen internet es muy alta y va creciendo rápido.

De los 183 países donde Deezer está disponible, México es el país donde los usuarios se quedan más tiempo al día, donde escuchan más canciones en promedio que en cualquier otro país", señaló Eduardo Mussali, director de Deezer México.

En entrevista dijo que mientras en México los usuarios escuchan por sesión 32 canciones, el promedio mundial es de 26 piezas musicales.

"Algo que nos afecta mucho son los métodos de pago, en México los pagos on line y la bancarización es muy compleja, hay mucho porcentaje de rechazo en las plataformas de comercio electrónico, y por lo tanto tuvimos que personalizar los métodos de pago para México", dijo.

Añadió que en cuanto al servicio de internet que se tiene en México, el problema no ha sido la velocidad, sino la cobertura, ya que hay lugares donde las redes de operadores son deficientes, y si el usuario está usando Deezer en la versión gratuita, se interrumpe.

Adelantó que este año Deezer ofrecerá en México el servicio de podcasts, y que incluso ya está en pláticas con Grupo Radio Centro y W Radio, entre otras empresas, para agregar todos los canales posibles.

3. SE

México participa en la reunión de ministros responsables del comercio de APEC

<http://www.economia.gob.mx/eventos-noticias/informacion-relevante/11085-boletin15-046>

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.amppi.org.mx