



Asociación afiliada a CONCAMIN

Profesionales
al servicio de la
innovación

COMUNICADO No. 37 / 18 febrero 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

IFAI

ACUERDO del Pleno del Instituto Federal de Acceso a la Información y Protección de Datos, por el que se aprueba el Proyecto de Reglas de Operación del Registro de Esquemas de Autorregulación Vinculante y se instruye su publicación oficial.

<http://200.66.72.182/dof/2015/02/18/DOF-LEYIFAID-11.htm>

2. REFORMA

Reconoce ProMéxico a tequilero

Jorge Velazco

“Guadalajara, México (18 febrero 2015).- La oficina de la Secretaría de Economía, ProMéxico, entregó un reconocimiento a Eduardo Orendain Giovannini, por su trayectoria y desempeño como presidente de la Cámara Nacional de la Industria Tequilera (CNIT).

Orendain Giovannini agradeció este reconocimiento y dijo que lo recibe a nombre de toda la industria tequilera.

"Lo recibo con mucho gusto a nombre de toda la agroindustria, a mí me tocó encabezar y liderar a la Cámara, pero el esfuerzo es conjunto y de toda la cadena", comentó.

El presidente de la CNIT agradeció el apoyo de ProMéxico y del Gobierno federal para la industria del tequila que busca posicionar a México en el mundo.

"Sin ProMéxico no hubiéramos tenido la penetración en el mundo que ha tenido el tequila y es una extraordinaria labor que hace esta institución", agregó.

Dijo que a través de este organismo la industria tequilera ha tenido respaldo en la participación en giras comerciales y exposiciones.

"El trabajo que ProMéxico hace es muy importante, ya que promueve el comercio y la inversión internacional, impulsa la participación activa del País en el panorama internacional y fomenta la exportación de productos nacionales como lo es el tequila, nuestro legado de México al mundo", concluyó.

El reconocimiento fue entregado por Francisco González, director general de ProMéxico y Elena Achar, Jefa de la Unidad de ProMéxico de Exportaciones."

Hallan con tequila oportunidad en China

Ulises Díaz

“Cd. de México, México (18 febrero 2015).- La apertura de China al tequila mexicano es una gran noticia para los productores establecidos en el País, incluida la industria agavera, que podría tener una revaloración a partir del aumento de la demanda.

Más compradores podrían significar que el agave, materia prima única en la fabricación y que actualmente pasa por un ciclo de precios bajos y escasa plantación, cobre un especial auge.

El año pasado, México vendió a China 486 mil litros de tequila, 495 por ciento más que en 2013, según datos de comercio exterior de Sagarpa.

Esa demanda podría potenciarse, luego de que en noviembre de 2014 China reconoció la denominación de origen del Tequila.

El Consejo Regulador del Tequila (CRT) proyecta que México podría llegar a vender hasta 10 millones de litros de tequila en los próximos cinco años.

Esto significa que las exportaciones a ese país aumentarán más de 2 mil por ciento.

"La idea es que China se convierta en el segundo destino más importante para las exportaciones de tequila, con esto quedará luego de Estados Unidos, que tiene el 80 por ciento de la exportación", explicó Ramón González Figueroa, director general del CRT.

Actualmente, Estados Unidos consume 131 millones de litros, es decir el 71 por ciento de la capacidad exportadora del País.

Aun cuando se llegue a estos 10 millones de litros potenciales exportados a China, esto significaría que el gigante asiático quedaría con 6 o 7 por ciento del volumen total de exportación.

"La industria está perfectamente preparada, hoy tenemos en inventarios ya certificados 272 millones de litros; de estos, 211 son de tequila 100 por ciento de agave y 70 millones de litros son de la categoría tequila", aseveró González.

Ángel González, productor de agave que siembra en el Paisaje Agavero y ex presidente de la Unión de Productores de Agave, explicó que el precio actual base del agave, por kilo, es de 6 pesos.

"Definitivamente es una oportunidad que nosotros esperamos, habrá un cambio en la dinámica en los precios a medida que cumplamos con esos compromisos que adquirimos del exterior, aunque lo más importante va a ser la situación que podamos mantener lo que el mercado nos va a exigir", señaló.

Este experto explicó que en este cultivo hay un ciclo de 6 o 7 años donde se presenta escasez, y la perspectiva ante este aumento de demanda es que se amplíen los cultivos, si bien existe cierta posibilidad que haya carencias en la materia prima.

"Cada vez más empresas demandan maguey, anteriormente eran sólo los tequileros los que compraban el maguey, pero actualmente hay nuevos actores en la industria", explicó Hipócrates Nolasco, presidente nacional del Consejo Regulador del Mezcal.

El mercado chino también representa un reto, según la experiencia de Dulce Vida, casa productora de tequila asentada en Jalisco y con operaciones en varios países.

"La diferencia con nuestras operaciones que dirigimos a Norteamérica es que se tiene que tramitar un certificado duro en la Secretaría de Economía que pruebe el origen así como un certificado de salud donde se señala que el producto es apto para el consumo humano emitido por Cofepris", narró Sinuhé Ramírez, coordinador de proyecto de esta marca.

El interés por entrar al mercado chino nació a partir del tamaño potencial del mercado, especialmente de una clase media que se comenzaba a interesar cada vez más por productos novedosos, y aunque lograron penetrar con éxito se percataron las barreras eran superiores a las de otros mercados."

Impulsa México a Heineken

Aporta el País 15 por ciento a las utilidades de la cervecera holandesa. Busca la firma fortalecer marcas estableciendo más asociaciones

Ulises Díaz

"La cervecera Cuauhtémoc Moctezuma Heineken reportó resultados positivos por tercer año en el País, dijo Marc Busain, presidente de la firma en México.

La aportación de México en 2014 a la operación global de Heineken fue de 14 por ciento en volumen, 11 por ciento en ingreso y 15 por ciento en utilidades.

Esto hace que, a nivel mundial, el País sea la operación más importante de la cervecera.

"Cuando México va bien, la mayor parte de las veces, Heineken global también va bien", dijo Busain en conferencia.

Entre las marcas, destaca que Tecate es una de las preferidas de los consumidores mexicanos, especialmente entre el sector entre 18 y 24 años; y durante 2014, tuvo un crecimiento en volumen mayor al de la compañía.

Otro producto destacado es Sol, que el año pasado tuvo crecimiento internacional de 40 por ciento y crecimiento de doble dígito en el norte del País mientras que Heineken experimentó un incremento también a doble dígito, 7 veces más grande que en 2010.

El mercado de exportación es crucial para esta compañía, al grado que es superior que el nacional, especialmente el de EU, con Tecate y XX.

Para Heineken, un factor esencial es el desarrollo de innovación en productos y en técnicas, para ofrecer nuevas presentaciones así como métodos de producción más competitivos, porque la compañía considera este es el motor de su crecimiento.

"Para mantenerse en la industria y ganar consumidores es necesario presentar innovaciones de productos, generar ofertas diferentes en términos de sabor porque habla con un tipo diferente de consumidor, de ofrecer nuevas imágenes, nuevos empaques", explicó el titular de la compañía en México.

Para 2015, el plan es fortalecer las marcas mediante establecimiento de asociaciones, patrocinios y presencia en eventos musicales y deportivos.

Por ejemplo, Tecate pretende ganar presencia en el mercado a partir de nuevas estrategias de publicidad centradas en pautas publicitarias de fútbol y box, mientras que Sol está trabajando en una campaña con músicos pop.

"La asociación de una marca con un evento, con un tipo de evento, con un tipo de música dice mucho de tu cerveza, dice algo sobre tu sentido del humor y dice algo sobre ti, tú no tomas algo que no te representa", dijo.

Señaló que dada la demanda, la expectativa es que sea necesario aumentar la capacidad productiva y en consecuencia será necesario hacer una inversión al respecto, pero es un monto que no está definido y en este momento se está evaluando.

Como espuma

México es importante vendedor mundial de cerveza, pues la bebida va a más de 100 destinos.

EXPORTACIONES DE CERVEZA, MÉXICO

(Millones de dólares, años completos)

2003 – 1,210

2006 – 1,823

2014 – 2,411

Fuente: Banco de México”

3. EL FINANCIERO

Panorama mundial para las Indicaciones geográficas

Mauricio Jalife

*“En pocos momentos a lo largo de la historia, la **regulación internacional de las llamadas Indicaciones geográficas y Denominaciones de origen** ha mostrado un nivel de tan profunda complejidad como el actual. Lo que a mediados de los noventa parecía finalmente tomar rumbo hacia la armonización bajo los auspicios de la OMC, hoy parece descomponerse hasta el punto de la total divergencia y la confrontación.*

Lo que está en juego es el control y el reconocimiento de exclusividad que países y regiones reclaman como pertenencia respecto de los nombres que les identifican y que marcan sus productos como propios, lo que no es cosa menor. Los valores económicos involucrados en este tipo de propiedad intelectual es determinante para la salud económica de grandes comunidades e industrias vinculadas a los denominados “productos de origen”; imaginemos lo que los productores de Champagne perderían si la gran ventaja competitiva de poder nombrar de esa forma a su producto se perdiese y todos los demás productores de vino blanco espumoso lo pudieran usar sin restricciones.

*Uno de los ejes del conflicto está centrado en la contienda internacional por comandar la administración de los nuevos tratados en la materia. Por una parte, instrumentos como el Arreglo de Lisboa para el registro internacional de denominaciones de origen, promovido por la **Organización Mundial de la Propiedad Intelectual**, pretende cerrar una actualización que incluya las Indicaciones Geográficas, y que modernice lo que hoy es un documento discontinuado. Por el otro lado, la OMC sigue pretendiendo ser la influencia decisiva en la materia, a través de sus tratados comerciales de mediados de los noventa. Otros instrumentos, como el TPP, amenazan también con convertirse en la nueva referencia para Indicaciones geográficas, con disposiciones de avanzada y una arquitectura de mayor eficiencia que sus precedentes.*

*El otro gran tema que está en la palestra es el del uso y registro de nombres de dominio relacionados a Indicaciones geográficas, que está en amplia discusión en la reunión que **ICANN**, órgano de gobierno de internet, sostiene en Singapur. La pretensión de algunos de los participantes en la reunión se orientan a mantener los mismos postulados que han inspirado el crecimiento de la red, evitando restricciones basadas en razonamientos de propiedad intelectual; otros en cambio, defienden a ultranza la necesidad de reorientar la gobernanza en internet hacia el respeto irrestricto de marcas y denominaciones de origen. Esta postura obligaría a observar nuevas reglas en las que el uso de nombres de dominio que consistan en denominaciones de lugares y países estaría solo permitida a las entidades políticas asentadas en los mismos.*

El escenario de las discusiones está construido sobre la visión divergente que dos de los grandes protagonistas de la Propiedad Intelectual en el mundo tienen sobre el alcance y debida protección de las Indicaciones geográficas, esto es, la Unión Europea y los Estados Unidos, el primero como defensor radical de esta antigua forma de activo intangible exclusivo, y el segundo con una posición mucho más liberal e indiferente, amarrada a la escasa tradición que ese país ha tenido con la figura de las denominaciones de origen.”

4. GACETA DEL SENADO PARA PUBLICACIÓN

*Firma del Convenio de Colaboración entre el Senado de la República y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), el **jueves 19 de febrero** del año en curso de las **13:30** a las **14:30 hrs**, en la sala de protocolo de la Junta de Coordinación Política, ubicada en el sótano 1 del recinto legislativo*

<http://www.senado.gob.mx/sgsp/gaceta/62/3/2015-02-18->

[1/assets/documentos/Sen.Roberto Albores Convenio OCDE.pdf](#)

5. IMPI

SE CONMEMORA EN GUADALAJARA EL DÍA DEL INVENTOR MEXICANO

http://www.impi.gob.mx/QuienesSomos/Noticias/NI_2015_009.pdf

IMPI conmemora el Día del Inventor Mexicano

http://www.impi.gob.mx/QuienesSomos/COMUNICADOSPrensa/IMPI_2015_002.pdf

6. OMPI

The latest issue of the PCT Newsletter (No. 02/2015) is now available on the PCT website in:

http://www.wipo.int/edocs/pctndocs/en/2015/pct_news_2015_2.pdf

Treaties and Contracting Parties

The following notification has just been published:

Budapest Treaty on the International Recognition of the Deposit of Microorganisms for the Purposes of Patent Procedure - Communication by the Government of the Republic of Italy Relating to the Acquisition of the Status of International Depositary Authority by the *Istituto Zooprofilattico Sperimentale della Lombardia e dell'Emilia Romagna "Bruno Ubertini"* (IZSLER) Budapest Notification No. 303

http://www.wipo.int/treaties/en/notifications/budapest/treaty_budapest_303.html

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