



COMUNICADO No. 74 / 30 Marzo 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

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA

ACUERDO número 03/03/15 por el que se abrogan las disposiciones que se indican

http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5387181&fecha=30/03/2015

2. REFORMA

'Sonará' BMG por Alibaba

Alibaba, el gigante chino de internet, firmó un acuerdo de derechos de autor para distribuir música digital con BMG.

Reuters

La compañía alemana de derechos musicales BMG anunció este lunes un acuerdo de distribución de música digital con Alibaba Group Holding Ltd, en otro esfuerzo de la mayor firma de comercio electrónico del mundo para convertirse en un imperio de medios digitales.

El acuerdo permitirá la llegada de más de 2.5 millones de derechos de autor a Alibaba, cuyas plataformas musicales ya tenían muchas canciones de artistas como Kylie Minogue, The Rolling Stones y Jean-Michael Jarre, afirmó un portavoz de la compañía china.

Alibaba quiere convertirse en un gigante de los medios en internet, con música, películas y televisión. La firma, valorada en 210 mil millones de dólares, confía en el potencial de la venta de productos digitales en China, a pesar del historial del país de usuarios que no pagan por estos contenidos.

En el proceso está compitiendo con Tencent Holdings Ltd, la mayor red social y de entretenimiento online de China, y con el buscador líder, Baidu Inc, y su unidad de video, iQiyi.

Para BMG, el acuerdo es una oportunidad tanto para aumentar los beneficios de sus artistas en China como para hacer crecer el mercado de la música legal en China, dijo la compañía.

BMG se alió en noviembre con la empresa independiente china Giant Jump para gestionar los derechos de publicación y grabación tanto a nivel local como en el extranjero.

La sección de entretenimiento digital de Alibaba promocionará a los escritores y artistas de BMG a través de canales como sus aplicaciones de streaming Xiami y TTPod y vigilará y actuará contra los servicios digitales y móviles que infrinjan los derechos de los clientes de BMG, señaló en un comunicado la subsidiaria de Bertelsmann AG, la principal compañía multimedia de Europa.

"Internet y, en particular, los medios móviles están aportando una rápida respuesta al antiguo reto de la industria musical de cómo monetarizar el gran potencial del mercado chino", dijo el presidente ejecutivo de BMG, Hartwig Masuch, en el comunicado.

Debe Adidas cumplir a clientes.- Profeco

Verónica Gascón

Cd. de México, México (30 marzo 2015).- La Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) espera que Adidas compense a los consumidores que se vieron afectados por el uso de publicidad engañosa de sus zapatos deportivos "Easytone".

El subprocurador jurídico de la Profeco, Rafael Ochoa, explicó que la Suprema Corte de Justicia le dio la razón a los consumidores, por lo que la empresa deberá comprobar los efectos que causó por el uso de publicidad engañosa.

El funcionario manifestó que en Estados Unidos la marca resarcía a los consumidores por el uso de publicidad engañosa y aunque en México se hizo el mismo reclamo, la empresa se inconformó.

"De manera internacional ellos respondieron a sus consumidores, en Estados Unidos, resarciéndolos por los efectos incumplidos de estos productos que se estaban comercializando.

"Nosotros realizamos este mismo reclamo y aquí se decían que la carga de la prueba era para los consumidores, es decir, debían acreditar que no se lograban los efectos esperados", explicó.

Como parte de la acción colectiva que interpuso la Profeco, la marca tendrá que dar una compensación, aunque aun no se determina el número de personas afectadas.

Este caso data de febrero de 2012, cuando la Profeco promovió una acción de grupo contra publicidad engañosa de la marca.

En la publicidad se afirmaba que el calzado tonificaba piernas y glúteos con cada paso. Además que contenía cámaras de aire que tonificaban al crear microestabilidad.

Según los anuncios, con Easytone se tonificaban en 28 por ciento más los glúteos y 11 por ciento más las pantorrillas.

Carlos Martínez, director general de la asociación civil Central Ciudadano y Consumidor, señaló que a través de la resolución de la Corte se fortalece al consumidor, porque dice que los consumidores no tienen por qué demostrar el daño por la publicidad engañosa, sino que esto corresponde a la empresa.

Añadió que la marca tuvo que resarcir a los consumidores tanto en Estados Unidos como en Canadá.

"Porqué en Estados Unidos sí se cumple una resolución judicial y aquí se pelea? Porqué las empresas tratan al consumidor de manera diferente cuando sale la misma publicidad y el daño al consumidor es el mismo?", cuestionó Martínez.

Describió que para reclamar el resarcimiento, se tienen que determinar el número de afectados, es decir, cuántos compraron el producto y el mecanismo de compensación.

"Lo que pasa normalmente es que se llama a los consumidores que tengan algún ticket

de compra o que tengan el producto, para cuantificar el daño. En EU la empresa devolvió millones de dólares a todos los consumidores y es lo que tendría que pasar en México", afirmó.

3. IIJ

Máster "La protección constitucional y en el sistema interamericano de los derechos fundamentales" Dr. Jorge Carpizo (2015)

<http://www.juridicas.unam.mx/invest/docen/maest/ProteccionConstitucional/>

16 de abril, 11:00 hrs.

Seminario Internacional México y Reino Unido: Retos Éticos y Legales de las Nuevas Tecnologías de Reproducción y Transferencia de Genes - El caso de la donación mitocondrial, posibilidad de tres padres. Participan: John Harris, Ricardo Tapia Ibargüengoytia y Ma. de Jesús Medina-Arellano
Coordinadora: Ma. de Jesús Medina-Arellano Teléfono(s): 56 22 74 74 ext. 2215 y 1726 **Sede:** Auditorio "Dr. Héctor Fix-Zamudio" **Organizadores:** [IIJ-UNAM](#), [Instituto de Fisiología Celular, UNAM](#), con apoyo de la Academia Británica.

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