



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



COMUNICADO No. 193 /15 de julio de 2015

Estimados miembros AMPPI:

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

DOF

DECRETO Promulgatorio del Acuerdo entre el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y el Gobierno de la República de Turquía sobre Asistencia Administrativa Mutua e Intercambio de Información sobre Asuntos Aduaneros, firmado en Ankara el diecisiete de diciembre de dos mil trece

http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5400628&fecha=15/07/2015

GACETA DEL SENADO

Oficio con el que remite el Informe de la participación del Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, Licenciado Enrique Peña Nieto, en la X Cumbre de la Alianza del Pacífico, celebrada los días 2 y 3 de julio de 2015, en Paracas, Departamento de Ica, República del Perú.

<http://www.senado.gob.mx/sgsp/gaceta/62/3/2015-07-15->

[1/assets/documentos/INFORME_Viaje_CUMBRE_ALIANZA_PACÍFICO.pdf](http://www.senado.gob.mx/sgsp/gaceta/62/3/2015-07-15-1/assets/documentos/INFORME_Viaje_CUMBRE_ALIANZA_PACIFICO.pdf)

INICIATIVAS DE CIUDADANOS LEGISLADORES

Del Dip. Abel Octavio Salgado Peña, del Grupo Parlamentario del Partido Revolucionario Institucional, con proyecto de decreto por el que se reforman y adicionan los artículos 1068, 1068 BIS y 1069 del Código de Comercio.

<http://www.senado.gob.mx/index.php?ver=cp&mn=4&id=56149>

P. El FINANCIERO

Avanza poderosamente Comercio Electrónico en el país

Dr. Mauricio Jalife

El crecimiento del **comercio electrónico** en México en los últimos 5 años supera las tasas que en países desarrollados se alcanzan, con promedios superiores al 30%. Ese dato, por sí solo, debería bastar para dar al estudio de la **Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI)** un peso específico en la toma de decisiones de cualquier minorista en nuestro mercado. Esta es ya la décima versión del estudio, lo que permite dar un seguimiento puntual de la evolución que este medio está representando como mecanismo disruptivo de la forma en que los vendedores venden y los consumidores compran.

Aunque todavía lejos de las cifras alcanzadas en mercados como el estadounidense, el volumen de ventas totales de productos y servicios a través de comercio electrónico en México llega ya a los 162 mil millones de pesos, y la tendencia para los siguientes 5 años es que pueda doblarse cada dos años. El comportamiento de los **consumidores** demuestra que muchas de esas compras son realizadas en lugar de lo que los mismos clientes

habrían gastado en el comercio tradicional. La conclusión parece simple pero en sí misma genera un desafío para las empresas: no se trata de un nuevo **mercado**, sino del mismo mercado que se expresa y materializa por vías nuevas.

De las conclusiones que es posible elaborar a partir del estudio, una sintomática es que muchos de los clientes siguen utilizando medios de pago que no son en línea; en muchos de los casos, se asume, por carecer de **tarjeta de crédito o débito**, o bien, por la desconfianza que sigue existiendo en el manejo de su información confidencial en sitios no identificados como seguros. Es este uno de los grandes retos del comercio en línea, que en la medida en que se supere dará pie a crecimientos exponenciales.

Las cuatro categorías principales vendidas en línea son viajes y boletos de avión, ropa, deportes, otras categorías no enlistadas y electrónicos de consumo; llama la atención que la enorme cantidad de incidencias en “otras categorías no enlistadas”, indica la diversificación de la oferta del comercio electrónico y las **ventanas de oportunidad** que estos canales representan.

El otro gran desafío del comercio exterior se orienta al tema de marcas, dada la notable **complejidad** que supone el sistema territorial de posesión de derechos, frente a las condiciones internacionales del tráfico de bienes; o dicho de otra manera, el comercio electrónico es el reto para los titulares de marcas, que está desbordando sus capacidades de monitorear, reclamar, accionar y detener formas de intercambio que violentan derechos y transgreden en su dinámica las soluciones tradicionales. Este es, sin embargo, un tema que deberá atenderse si se pretende tener un mecanismo eficiente de compraventa de bienes y servicios en el futuro.

Los propios sitios parecen decididos a implementar filtros que permitan discriminar **productos falsificados** o de dudosa procedencia. La pregunta es si el volumen y persistencia del comercio ilegal logrará traspasar las restricciones e inundar las rutas digitales.

Para muchas pymes nacionales, el comercio electrónico representa ya un **mecanismo democratizador** del mercado, una oportunidad que iguala disparidades propias de la posición en los anaqueles de autoservicios, hasta el punto en el que el cliente es empoderado para comparar y definir con la mayor libertad, en un nuevo escenario construido por la neutralidad y anonimato de las ofertas

OMPI

Tailandia

La **Ley de Derecho de Autor (No. 3) B.E. 2558 (A.D. 2015)** fue aprobada por la Asamblea Legislativa Nacional, promulgada por el Rey y publicada en la *Royal Gazette* el 5 de febrero de 2015. Entró en vigor el 6 de abril de 2015.

La Ley modifica la **Ley de Derecho de Autor B.E. 2537 (1994)**, al introducir la prohibición de grabar películas en cines, con las consiguientes sanciones en caso de infracción, y al contemplar excepciones respecto del derecho de autor en favor de las personas con discapacidades.

<http://www.wipo.int/wipolex/es/profile.jsp?code=TH>

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