



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



COMUNICADO No. 207 /29 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:

1. P. REFORMA

Elevar ventas con personajes de éxito

Las empresas que buscan incrementar sus ventas adquieren los derechos de los personajes de moda, esquema que incluso es exigido por algunos proveedores y cadenas comerciales.

Dayna Meré

Lo de hoy entre las pequeñas, medianas y grandes empresas que buscan elevar sus ventas hasta 30 por ciento, es el licensing, que es el proceso de arrendamiento de una marca registrada o derechos de autor, para su uso en combinación con un producto, servicio o promoción.

La propiedad podría ser un nombre, imagen, logotipo, gráfico, slogan, la firma, el personaje o una combinación de varios de estos elementos.

Ejemplos sobran, pero lo más representativos actualmente son los que están haciendo empresas como Lala, Scribe y Peras USA, las cuales aprovecharon la efervescencia que sabían causaría la película de los Minions y se adelantaron a comprarle los derechos de estos personajes a Universal Studios.

Así, los Minions aparecen en los botes de leche Lala, en los cuadernos de Scribe y en los anuncios espectaculares de Peras USA.

Elías Fasja, director de Tycoon, empresa que realiza el enlace entre las empresas y los dueños de los derechos de personajes, dijo que incluso hay cadenas comerciales que exigen a sus proveedores tener la licencia de algún "muñequito" de moda para ingresar sus productos al anaquel, o de lo contrario no entran.

Aseguró que el incremento en ventas de un producto que utiliza la licencia puede ir del 10 y hasta el 30 por ciento, dependiendo de la temporalidad del personaje .

Esto es que un personaje clásico como el Pato Donald puede incrementar las ventas de un producto en un 10 por ciento, mientras que los Minions pueden hacerlo en 30 por ciento o incluso más.

"Estando el mercado tan restringido, si no logras diferenciarte entras a la guerra de precios, y ahí casi todos pierden", señaló Fasja.

Destacó que otro ejemplo claro es la tienda Coppel, la cual introdujo productos de la marca Jennifer López.

"Me comentaron que en Coppel están felices con el resultado, porque es un nombre aspiracional para el mercado de Coppel, y que han estado vendiendo los productos de excelente forma, entonces ellos al estar pagando una regalía a Jennifer López, de su imagen y su nombre, están

generando un tráfico en sus tiendas que no solamente van a comprar los productos de JLo, sino que además ya los tienes dentro de la tienda", explicó.

Fasja añadió que el esquema de licensing funciona por medio de comisiones, esto es que Lala, por ejemplo, le paga a Universal entre el 14 y el 16 por ciento de los ingresos que registre por la venta de productos que traigan a los Minions.

2. P. EL FINANCIERO

Grave situación en robo de señal de TV de paga

Dr. Mauricio Jalife

La piratería de señales de televisión de paga en América Latina muestra un preocupante incremento que llega al 20%, siendo México uno de los mayores mercados, con los más altos índices de tráfico ilegal entre los países de la región. Esta es una de las líneas de medición del "Reporte Anual Anti-Piratería" que presentan las empresas productoras y distribuidoras de **contenidos televisivos, encabezadas por HBO.**

Según las cifras de Bussines Bureau, el número total de suscriptores legales en América Latina llega a los 84 millones, por lo que el número de ilegales rondaría la desafiante cifra de 17 millones de hogares. Las empresas productoras no solo se enfrentan a este tipo de piratería de "colgados" y de antenas clandestinas (**free to air o FTA**), sino a la subfacturación que ejercen muchas de las cableras que distribuyen la señal sin reportar los números reales de suscriptores.

En el caso de nuestro país, según cifras de la Cámara Nacional de la Industria de Televisión por Cable (Canitec), la estimación de pérdidas en el año 2014 llega a los 200 millones de dólares, que representa hasta el 50% de las utilidades estimadas por la industria. Solo en la capital del país el porcentaje estimado de señal ilegal en hogares y comercios es del 45%. Visto así, según el Presidente de la CANITEC, tendríamos que tener una cárcel para más de un millón y medio de piratas.

Lo que resulta muy interesante y que el estudio deja ver, es el hecho de que, por virtud de los vertiginosos cambios tecnológicos las formas de piratería de señales se estén transformando radicalmente. La muy rudimentaria practica de colgarse está siendo superada por la nueva señal digitalizada; sin embargo, esta tecnología está abriendo nuevas formas de copiado ilegal a través de internet, que empieza a ser el nuevo escenario de las batallas. El muy comentado caso de "**rojadirecta.com**" es sin duda representativo de esta novedosa forma de confrontación.

Un sentimiento claramente percibido de los números y mediciones del Reporte es el escaso involucramiento que los parlamentos latinoamericanos están manifestando en torno al fenómeno. Cuesta aun trabajo que las leyes de nuestros países den un trato equivalente a este comportamiento, como lo darían al robo de otros fluidos como la energía eléctrica o el gas. Lo pernicioso de este bajo perfil de respuesta, es que la tolerancia franca y oficial de este tipo de piratería es un abierto mensaje de respaldo al robo de propiedad intelectual como forma marginal –y aceptable-, de comportamiento social.

Un factor que en este contexto debe destacarse es el papel fundamental que las tareas coordinadas de los protagonistas genera como contención del fenómeno. El hecho de que las empresas afectadas, los programadores, las asociaciones y las autoridades puedan comunicarse e intercambiar información, permite entender mejor el fenómeno, definir estrategias y facilitar la gestión legislativa y de operativos antipiratería. Los alcances y consecuencias del **tráfico ilegal de derechos de propiedad** intelectual en todos los campos culturales y de actividad económica está alcanzando tales niveles que se requiere el involucramiento de todos, aunque suene y sea un lugar común. La destrucción de la cadena de valor en ésta y otras industrias es clara y siniestra, y no da pausa para asumir medidas correctivas inmediatas.

3. GACETA DEL SENADO

INICIATIVAS DE CIUDADANOS LEGISLADORES

Del Dip. Federico José González Luna Bueno, del Grupo Parlamentario del Partido Verde Ecologista de México, con proyecto de decreto por el que se reforma el artículo 59 del Código Federal de Procedimientos Civiles

<http://www.senado.gob.mx/index.php?ver=cp&mn=4&id=56462>

INICIATIVAS DE CIUDADANOS LEGISLADORES

Del Dip. Federico José González Luna Bueno, del Grupo Parlamentario del Partido Verde Ecologista de México, con proyecto de decreto por el que se reforman diversos artículos de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, por el que se crea el Tribunal Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos

http://www.senado.gob.mx/sgsp/gaceta/62/3/2015-07-29-1/assets/documentos/Inic_PVEM_Dip_Luna_Bueno.pdf

4. IMPI

ATENTO AVISO

"El 28 de julio de 2015, se publicó en el Diario Oficial de la Federación, el Acuerdo mediante el cual se da a conocer el nuevo formato oficial de solicitud de registro o publicación de signos distintivos.

De conformidad con el artículo segundo transitorio del Acuerdo, **el IMPI recibirá indistintamente el nuevo y anterior formato hasta el lunes 31 de agosto de 2015. A partir del miércoles 2 de septiembre del mismo año, sólo se recibirá el nuevo formato.**

La versión descargable de la nueva forma oficial se encuentra disponible en esta página electrónica en el apartado de "[formatos](#)"

Accesar a <http://www.impi.gob.mx/servicios/Paginas/Formatos.aspx>

Específicamente el formato de la publicación del día de ayer lo encuentran en:

http://www.impi.gob.mx/servicios/Formatos/IMPI_00_001_2015.pdf

Concluye Seminario Regional de Observancia de los Derechos de Propiedad Industrial

http://www.impi.gob.mx/QuienesSomos/Noticias/NI_2015_041.pdf

5. COFEPRIS

CONCLUYE COFEPRIS VISITAS DE VIGILANCIA A FARMACIAS Y CONSULTORIOS EN EL PAÍS

<http://www.cofepris.gob.mx/Paginas/Inicio.aspx>

Atentamente,

**Bernardo Herrerías
Presidente**

**Martín Michaus
Secretario**