



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

Facultad de Economía

Licenciatura en Economía

Unidad de Aprendizaje: Regulación Económica

Material didáctico: Marco legal de la regulación económica en México

Profesor: M. en E. Félix Héctor Alcántara Cruz

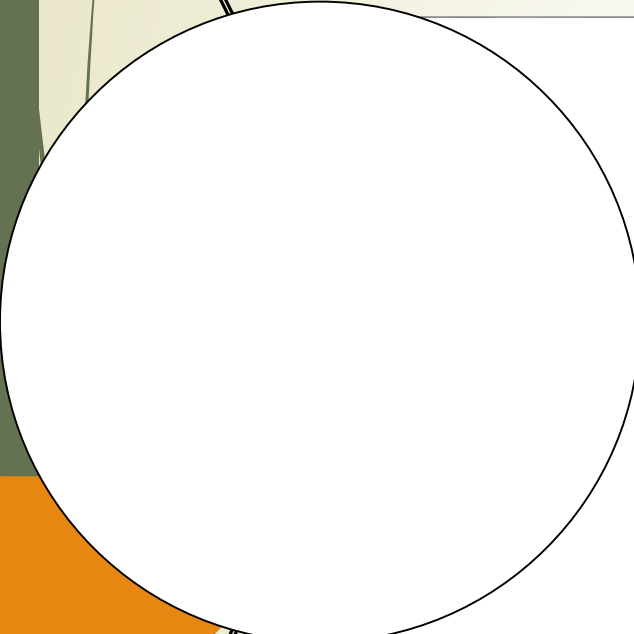
Septiembre de 2018

Guion explicativo

Unidad de competencia 3

- ✓ Marco legal de la Regulación Económica en México
 - ✓ Artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos
 - ✓ Ley Federal de Competencia Económica
 - ✓ Ley Federal de Protección al Consumidor
 - ✓ Ley de la Propiedad Industrial
 - ✓ Instrumentos de Regulación Económica en México
 - ✓ El concepto de incentivo
 - ✓ Control de precios, precios administrados o regulados
 - ✓ Impuestos
 - ✓ Concesiones, permisos
 - ✓ Licitaciones
 - ✓ Funciones de Instituciones de Regulación y Competencia Económica en México
- Comisión Federal de Competencia
- Procuraduría Federal del Consumidor
- Comisión Federal de Mejora Regulatoria (COFEMER)
- ✓ Centro Nacional de Metrología (CENAM)
 - ✓ Comisión Nacional de Arbitraje Médico (CONAMED)
 - ✓ Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial
 - ✓ Procuraduría Federal del Medio Ambiente

Artículo 28

- 
- **No constituirán monopolios las funciones que el Estado ejerza de manera exclusiva en las siguientes áreas estratégicas: correos, telégrafos y radiotelegrafía; minerales radiactivos y generación de energía nuclear; la planeación y el control del sistema eléctrico nacional, así como el servicio público de transmisión y distribución de energía eléctrica, y la exploración y extracción del petróleo y de los demás hidrocarburos.**

Artículo 28

La comunicación vía satélite y los ferrocarriles son áreas prioritarias para el desarrollo nacional ... el Estado al ejercer en ellas su rectoría, protegerá la seguridad y la soberanía de la Nación, y al otorgar concesiones o permisos mantendrá o establecerá el dominio de las respectivas vías de comunicación



LEY FEDERAL DE COMPETENCIA ECONÓMICA

Esta Ley se integra por siete capítulos:

**Disposiciones generales,
de los monopolios y prácticas monopólicas,
de las concentraciones,
de la Comisión Federal de Competencia,
del procedimiento,
de las sanciones,
de los recursos de reconsideración,
transitorias**

LEY FEDERAL DE COMPETENCIA ECONÓMICA

Objeto

Proteger el proceso de competencia y libre concurrencia, mediante la prevención y eliminación de monopolios, prácticas monopólicas y demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados de bienes y servicios.

Quedan prohibidos los monopolios, así como las prácticas que disminuyan, dañen o impidan la competencia y la libre concurrencia en la producción, procesamiento, distribución y comercialización de bienes o servicios.

LEY FEDERAL DE COMPETENCIA ECONÓMICA

Son prácticas monopólicas absolutas cuyo objeto o efecto sea cualquiera de los siguientes:

Fijar, elevar, concertar o manipular el precio de venta o compra de bienes o servicios

Establecer solamente una cantidad restringida o limitada de bienes o de servicios

Establecer, concertar o coordinar posturas en las licitaciones, concursos, subastas públicas.

LEY FEDERAL DE COMPETENCIA ECONÓMICA

La Comisión es un órgano autónomo e independiente, que tiene como objetivo la libre competencia y competencia económica en el país con domicilio en la Ciudad de México.

**La Comisión tendrá las siguientes atribuciones:
Garantizar la libre competencia y competencia económica, eliminar barreras a la competencia y la libre competencia, entre otras que aseguren la competencia económica del país.**

LEY FEDERAL DE COMPETENCIA ECONÓMICA

La Autoridad Investigadora es el órgano de la Comisión encargado de desahogar la etapa de investigación y es parte en el procedimiento seguido en forma de juicio.

El Órgano Interno de Control es un órgano dotado de autonomía técnica y de gestión para decidir sobre su funcionamiento y resoluciones.

LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

Objeto

- Promover y proteger los derechos y cultura del consumidor y procurar la equidad, certeza y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores

LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

Consumidor

- **Persona física o moral que adquiere, realiza o disfruta como destinatario final bienes, productos o servicios. Se entiende también por consumidor a la persona física o moral que adquiera, almacene, utilice o consuma bienes o servicios con objeto de integrarlos en procesos de producción, transformación, comercialización.**

LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR



Proveedor

- **Persona física o moral en términos del Código Civil Federal, que habitual o periódicamente ofrece, distribuye, vende, arrienda o concede el uso o disfrute de bienes, productos y servicios.**

LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

Las autoridades

La Secretaría está facultada para expedir normas oficiales mexicanas y normas mexicanas respecto de:

Productos que deban expresar los elementos, substancias o ingredientes de que estén elaborados o integrados así como sus propiedades, características, fecha de caducidad, contenido neto y peso ó masa drenados.

Características de productos, procesos, métodos, sistemas o prácticas industriales, comerciales o de servicios que requieran ser normalizados de conformidad con otras disposiciones.

Atribuciones de la procuraduría del consumidor

Promover y proteger los derechos del consumidor

Procurar y representar los intereses de los consumidores

Representar a los consumidores ante autoridades jurisdiccionales y administrativas, y ante los proveedores

Recopilar, elaborar, procesar y divulgar información objetiva

Formular y realizar programas de educación para el consumo

LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

Orientar a la industria y al comercio respecto de las necesidades y problemas de los consumidores



Realizar y apoyar análisis, estudios e investigaciones en materia de protección al consumidor



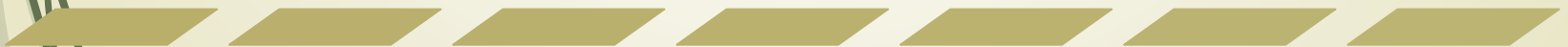
Prestar asesoría a consumidores y proveedores



Promover nuevos o mejores sistemas y mecanismos que faciliten a los consumidores el acceso a bienes y servicios en mejores condiciones de mercado.



Actuar como perito y consultor en materia de calidad de bienes y servicios y elaborar estudios relativos



LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

Celebrar convenios con proveedores y consumidores y sus organizaciones



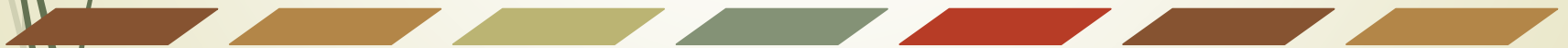
Celebrar convenios y acuerdos de colaboración con autoridades de los 3 ordenes de gobierno en beneficio de los consumidores



Vigilar y verificar el cumplimiento de las disposiciones en materia de precios y tarifas



Verificar que las pesas, medidas y los instrumentos de medición que se utilicen en transacciones sean adecuados



Registrar los contratos de adhesión que lo requieran



LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

Procurar la solución de problemas entre consumidores y proveedores

Denunciar ante el Ministerio Público los hechos que puedan ser constitutivos de delitos

Promover y apoyar la constitución de organizaciones de consumidores, proporcionándoles capacitación y asesoría

Aplicar las sanciones

Coadyuvar con las autoridades para salvaguardar los derechos de la infancia, adultos mayores, personas con discapacidad e indígenas

LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

Objeto:

- Promover y fomentar la actividad inventiva de aplicación industrial
- Propiciar e impulsar el mejoramiento de la calidad de los bienes y servicios en la industria y en el comercio
- Proteger la PI mediante la regulación y otorgamiento de patentes; diseños industriales, marcas, y avisos comerciales
- Establecer condiciones de seguridad jurídica entre las partes en la operación de franquicias

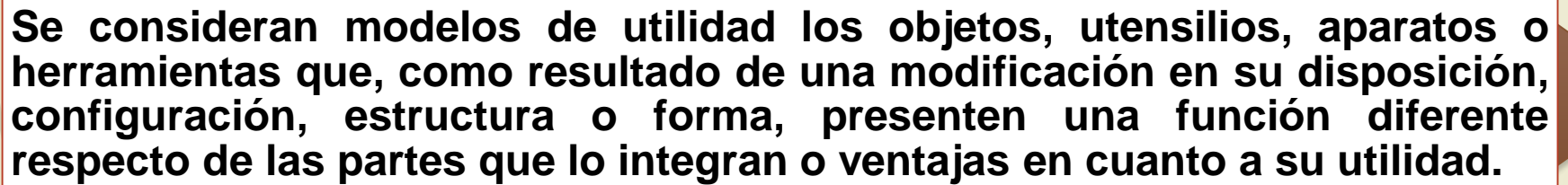
LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

Patentes

Serán patentables las invenciones que sean nuevas, resultado de una actividad inventiva y susceptibles de aplicación industrial.



Modelos de Utilidad



Se consideran modelos de utilidad los objetos, utensilios, aparatos o herramientas que, como resultado de una modificación en su disposición, configuración, estructura o forma, presenten una función diferente respecto de las partes que lo integran o ventajas en cuanto a su utilidad.



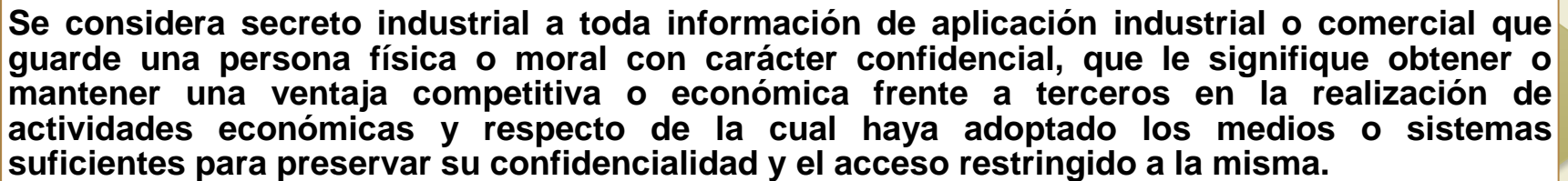
Diseños Industriales



Serán registrables los diseños industriales que sean nuevos y susceptibles de aplicación industrial. Se consideran nuevos los diseños que sean de creación independiente y difieran en grado significativo, de diseños conocidos o de combinaciones de características conocidas de diseños



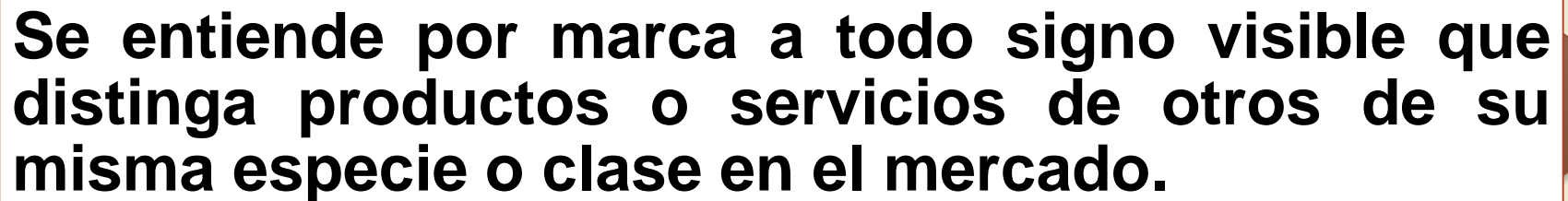
Secretos industriales



Se considera secreto industrial a toda información de aplicación industrial o comercial que guarde una persona física o moral con carácter confidencial, que le signifique obtener o mantener una ventaja competitiva o económica frente a terceros en la realización de actividades económicas y respecto de la cual haya adoptado los medios o sistemas suficientes para preservar su confidencialidad y el acceso restringido a la misma.



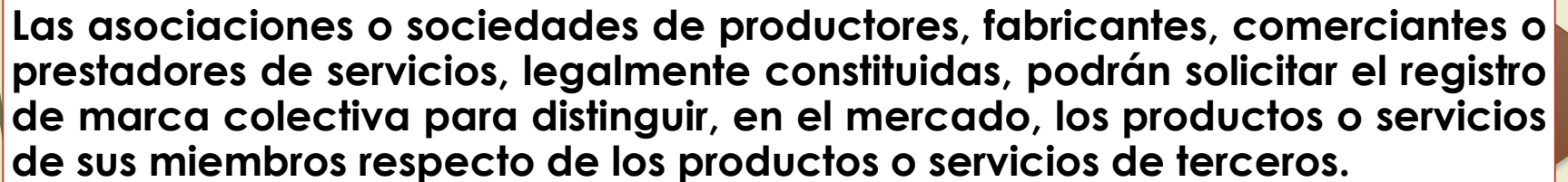
Marcas, avisos y nombres comerciales



Se entiende por marca a todo signo visible que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado.



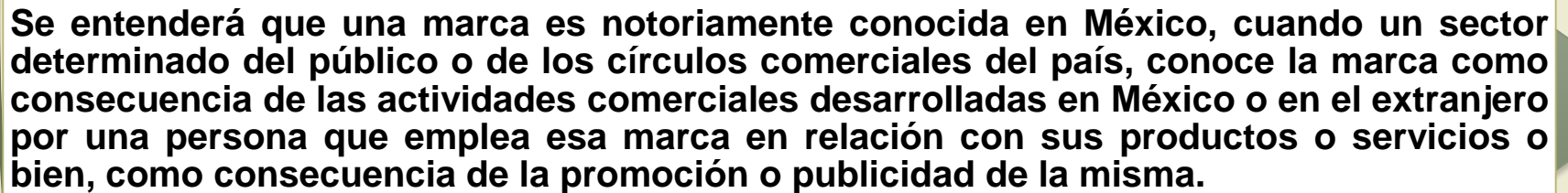
Marcas colectivas



Las asociaciones o sociedades de productores, fabricantes, comerciantes o prestadores de servicios, legalmente constituidas, podrán solicitar el registro de marca colectiva para distinguir, en el mercado, los productos o servicios de sus miembros respecto de los productos o servicios de terceros.



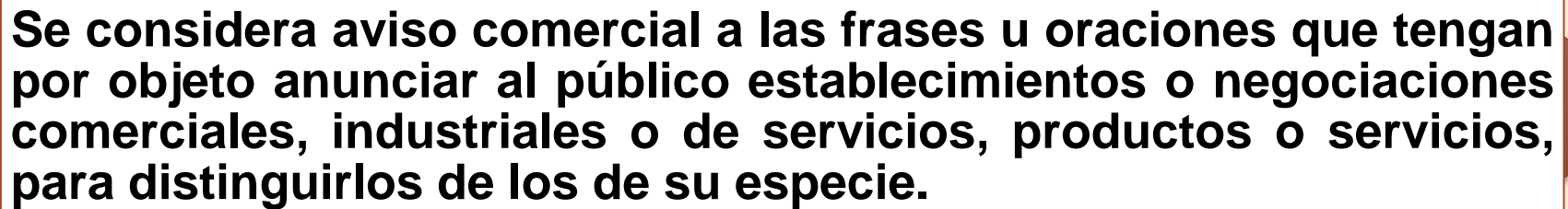
Marcas notoriamente conocidas y famosas.



Se entenderá que una marca es notoriamente conocida en México, cuando un sector determinado del público o de los círculos comerciales del país, conoce la marca como consecuencia de las actividades comerciales desarrolladas en México o en el extranjero por una persona que emplea esa marca en relación con sus productos o servicios o bien, como consecuencia de la promoción o publicidad de la misma.



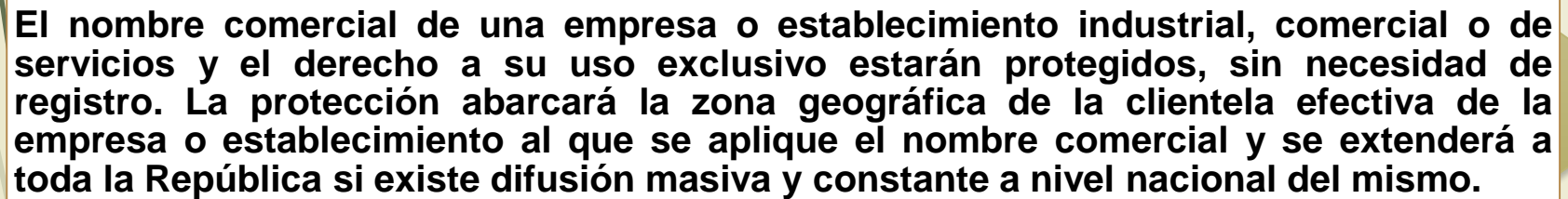
Avisos comerciales



Se considera aviso comercial a las frases u oraciones que tengan por objeto anunciar al público establecimientos o negociaciones comerciales, industriales o de servicios, productos o servicios, para distinguirlos de los de su especie.



Nombres comerciales



El nombre comercial de una empresa o establecimiento industrial, comercial o de servicios y el derecho a su uso exclusivo estarán protegidos, sin necesidad de registro. La protección abarcará la zona geográfica de la clientela efectiva de la empresa o establecimiento al que se aplique el nombre comercial y se extenderá a toda la República si existe difusión masiva y constante a nivel nacional del mismo.




Denominación de origen




Se entiende por denominación de origen, el nombre de una región geográfica del país que sirva para designar un producto originario de la misma, y cuya calidad o característica se deban exclusivamente al medio geográfico, comprendido en éste los factores naturales y los humanos.

LICITACIÓN PÚBLICA



La oferta pública abierta es uno de los procedimientos para la contratación del Estado y otros entes públicos.



Es un procedimiento de selección del contratante, que sobre la base de una previa justificación de la idoneidad ética, técnica y financiera, tiende a establecer la mejor oferta, el precio más conveniente para la adquisición o enajenación de un bien, prestación de servicios o ejecución de obras.

LA TEORÍA DE LOS INCENTIVOS Y LA REGULACIÓN

La presencia de información asimétrica que toma la forma de riesgo moral y selección adversa y, por tanto, limita el control que el regulador ejerce sobre la empresa regulada.

Razones legales contractuales dificultan al regulador comprometerse con los esquemas de incentivos, lo que reduce la eficiencia de la regulación, ya que un regulador benefactor puede querer actuar en el futuro de maneras que hoy se quieren evitar.

Los reguladores y políticos pueden ser incompetentes, tener sus propias agendas o ser capturados por los grupos de interés y, por tanto, no optimizar el bienestar social.

LICITACIÓN PÚBLICA

Licitaciones federales

- **Son todas las licitaciones que llevan a cabo las dependencias Federales y los Estados y Municipios con cargo total o parcial a fondos federales.**

LICITACIÓN PÚBLICA

Licitaciones estatales

- **Licitación estatal con presupuesto propio.**
- **Licitación estatal con presupuesto federal.**

LICITACIÓN PÚBLICA

Licitaciones municipales

- En las licitaciones municipales aplican los mismos mecanismos que en las estatales, sólo que en un ámbito de menor alcance. En el momento de participar en alguna licitación federal, estatal o municipal, en el inicio de las bases, se encontrará el origen de los fondos o recursos a utilizar en ese determinado concurso o licitación, por lo que el licitante podrá darse cuenta de la legislación que aplica y prever una posible defensa en caso de controversia.

LICITACIÓN PÚBLICA



**Medio de la
licitación pública**

- **Presenciales**
 - **Electrónicas**
 - **Mixtas**
- 

Impuestos Federales



Impuestos sobre la renta



Impuestos al valor agregado



Impuesto especial sobre producción y servicios



Impuesto sobre automóviles nuevos



Impuesto al comercio exterior



Impuesto a los rendimientos petroleros



Impuestos del Estado de México



Sobre erogaciones por remuneraciones al trabajo personal



Sobre la adquisición de vehículos automotores usados



Sobre loterías, rifas, sorteos, concursos u juegos permitidos con cruce de apuestas



Impuestos de los Municipios del Estado de México



Predial



Sobre adquisición de inmuebles y otras operaciones traslativas de dominio de inmuebles



Sobre conjuntos urbanos



Sobre anuncios publicitarios



Sobre diversiones, juegos y espectáculos públicos



Sobre la prestación de servicios de hospedaje



Comisión Federal de Competencia Económica

Misión de la COFECE es: Garantizar la libre competencia y concurrencia, y prevenir, investigar y combatir los monopolios, las prácticas monopólicas, las concentraciones ilícitas, emitir lineamientos para regular los insumos esenciales y eliminar las barreras a la competencia y libre concurrencia, así como las demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados, en los términos que establecen la Constitución, los tratados y las leyes.

Comisión Federal de Competencia Económica

Visión: Ser una autoridad de prestigio nacional e internacional, que impulsa eficazmente la competencia en los mercados, cuyas opiniones, estudios y resoluciones contribuyen al crecimiento económico y al bienestar de los mexicanos, y que es referente obligado en las decisiones de política pública por su apego a los valores de legalidad, imparcialidad, objetividad, transparencia y excelencia.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

- **Cumplir con el mandato constitucional y legal en materia de competencia económica.**
- **Promover los beneficios y la cultura de la competencia entre los actores económicos y en la sociedad en general.**
- **Contribuir al crecimiento económico y al bienestar de la sociedad a través del impulso a la libre competencia en los mercados.**
- **Ser una institución de excelencia, reconocida por su apego a la legalidad, imparcialidad, objetividad, transparencia y profesionalismo.**

Objetivos:

- Proteger y promover los derechos del consumidor.
- Fomentar una cultura de consumo inteligente.
- Procurar la equidad en las relaciones de consumo.
- Procurar la seguridad jurídica en las relaciones de consumo.

Procuraduría Federal del Consumidor

Misión. Somos una institución que protege y promueve los derechos de las y los consumidores, garantizando relaciones comerciales equitativas que fortalezcan la cultura de consumo responsable y el acceso en mejores condiciones de mercado a productos y servicios, asegurando certeza, legalidad y seguridad jurídica dentro del marco normativo de los Derechos Humanos reconocidos para la población consumidora.



Procuraduría Federal del Consumidor

Visión. Ser una Institución cercana a la gente, efectiva en la protección y defensa de las personas consumidoras, reconocida por su estricto apego a la ley, con capacidad de fomentar la igualdad, la no discriminación, la participación ciudadana, y la educación para un consumo responsable.

Funciones:

- **Revisa el marco regulatorio nacional, diagnostica su aplicación y elabora propuestas legislativas y administrativas, así como programas para mejorar la regulación en actividades o sectores económicos específicos.**
- **Analiza y dictamina las regulaciones que pretenden emitir las dependencias y los organismos descentralizados del Gobierno Federal, a fin de garantizar que su impacto, en términos de beneficios sociales, sean mayores a sus costos.**

Comisión Federal de Mejora Regulatoria

Funciones:

- **Administra el Registro Federal de Trámites y Servicios que es un inventario de los trámites de la Administración Pública Federal. Las Dependencias y Organismos Descentralizados no pueden aplicar trámites adicionales a los inscritos en este registro ni aplicarlos en forma distinta a lo que se establezca en el mismo.**
- **Brinda asesoría técnica en materia de mejora regulatoria a las entidades federativas y municipios del país, misma que consiste en promover leyes de mejora regulatoria locales, adecuaciones a reglamentos y bandos locales, sistemas de apertura rápida de empresas y consejos estatales y municipales de mejora regulatoria.**

Comisión Federal de Mejora Regulatoria

La COFEMER se centra en mejorar los impactos que la regulación genera en la economía nacional, o bien los efectos sustanciales sobre algún sector específico.

Es decir, lo que se busca es que las regulaciones promuevan el funcionamiento eficiente de los mercados, o bien, eviten daños inminentes o atenúen o eliminen daños existentes a la salud o bienestar de la población, a la salud animal y vegetal, al medio ambiente, a los recursos naturales o a la economía, al menor costo social posible.

Comisión Federal de Mejora Regulatoria

El propósito de la mejora regulatoria radica en procurar mayores beneficios para la sociedad con los menores costos posibles, mediante la formulación normativa de reglas e incentivos que estimulen la innovación, la confianza en la economía, la productividad, la eficiencia y la competitividad a favor del crecimiento, bienestar general y desarrollo humano.

Visión

- **Ser una organización científica y tecnológica de excelencia en el ámbito de la metrología a nivel nacional e internacional; origen de la trazabilidad de las mediciones en el país; reconocida por la eficiencia y confiabilidad de sus servicios; puente efectivo entre el conocimiento y sus aplicaciones; promotora de la cultura metrológica, que trabaja con personal de reconocido prestigio en un ambiente de superación integral continua y de sólidos valores éticos.**

Misión.

- **Apoyar a los diversos sectores de la sociedad en la satisfacción de sus necesidades metrológicas presentes y futuras, estableciendo patrones nacionales de medición, desarrollando materiales de referencia y diseminando sus exactitudes por medio de servicios tecnológicos de la más alta calidad, para incrementar la competitividad del país, contribuir al desarrollo sustentable y mejorar la calidad de vida de la población.**

CENTRO NACIONAL DE METROLOGÍA, CENAM

Áreas técnicas del CENAM

Metrología eléctrica

Metrología física

Metrología de materiales.

Metrología mecánica

Servicios tecnológicos

COMISION NACIONAL DE ARBITRAJE MEDICO

La CONAMED es un organismo desconcentrado de la Secretaría de Salud que posee plena autonomía técnica para emitir sus opiniones, acuerdos y laudos, por lo que garantiza a las partes la imparcialidad en el análisis, dictamen y resolución en las controversias que conozca.

COMISION NACIONAL DE ARBITRAJE MEDICO

MISION

Institución pública gubernamental que ofrece mecanismos alternativos de solución de controversias entre usuarios y prestadores de servicios médicos

Colabora con autoridades de procuración e impartición de justicia y participa en la investigación, en el fomento a la calidad de la atención médica y la seguridad del paciente.

COMISION NACIONAL DE ARBITRAJE MEDICO

VISION

Ser la instancia de primera elección que responda a las necesidades de la población en la atención de controversias médicas.

Ser referencia que genere y aporte conocimientos para mejorar la calidad de la atención médica y seguridad del paciente.

COMISION NACIONAL DE ARBITRAJE MEDICO

VALORES

Bien común

Liderazgo

Integridad

Respeto

Honradez

Igualdad

Imparcialidad

Generosidad

Justicia

Entorno cultural y ecológico

Transparencia

Rendición de cuentas

¿PARA QUE SE CREO CONAMED?

Se creó, para que los usuarios de los servicios de salud puedan presentar una queja por probables actos u omisiones derivados de la prestación de los servicios médicos y tanto el paciente como el prestador de servicio de salud quieran resolverla de manera pacífica, mediante acuerdos conciliatorios y el arbitraje.



COMISION NACIONAL DE ARBITRAJE MEDICO

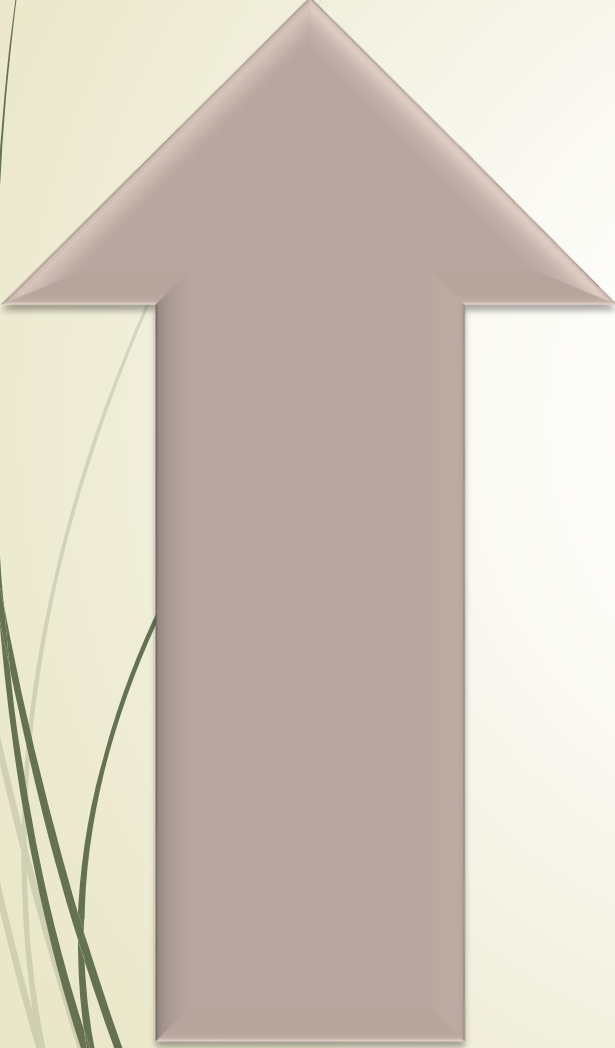
**¿QUÉ
HACE?**

Recibe y atiende quejas por la posible irregularidad o negativa en la prestación de servicios de salud por probables actos u omisiones derivados de la prestación del servicio; probables casos de negligencia con consecuencia sobre la salud del paciente y aquéllas que sean acordadas por el Consejo.

Además emite dictámenes institucionales únicamente cuando son solicitados por los órganos de control, de procuración e impartición de justicia y por Condusef.

COMISION NACIONAL DE ARBITRAJE MEDICO

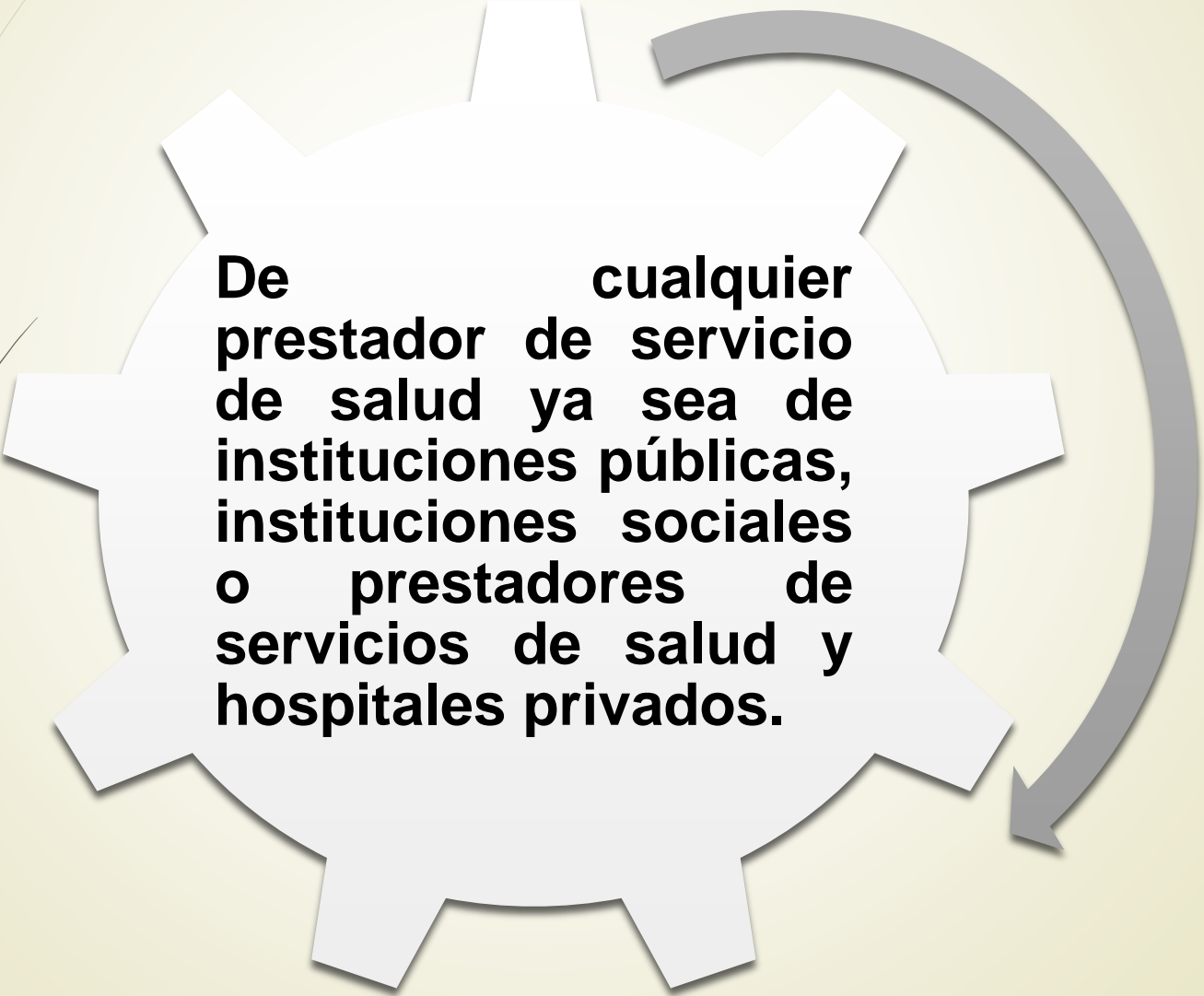
¿QUÉ TIPO DE QUEJAS ATIENDE?



Aquellas en la que exista materia médica, es decir que se hayan propiciado por la actuación u omisión del médico o algún integrante del equipo de salud en cuanto al diagnóstico, tratamiento, seguimiento de la atención, etc.

COMISION NACIONAL DE ARBITRAJE MEDICO

¿DE QUIEN SE PUEDEN QUEJAR?



De cualquier prestador de servicio de salud ya sea de instituciones públicas, instituciones sociales o prestadores de servicios de salud y hospitales privados.

¿QUÉ TIPOS DE SERVICIOS OFRECE?

Ofrece servicios de Orientación, Asesoría , Gestión para la Atención Medica y la Queja, estas a su vez se brindan por el personal experto en quejas medicas y considerando las particularidades del caso que se presente. Además de que todos estos servicios son gratuitos

¿QUÉ ES LA ORIENTACION Y ASESORIA?

Es un servicio para que se conozca dónde, cuándo, cómo, por qué y para qué presentar una queja por la atención médica recibida, brindan información especializada sobre las ventajas de los medios alternos de solución de conflictos así como de los derechos y obligaciones, tanto del paciente como del prestador del servicio de salud.

COMISION NACIONAL DE ARBITRAJE MEDICO

¿A quién da servicio la CONAMED ?

A los Pacientes o sus Familiares que recibieron una atención médica, pública o privada, que les pudo ocasionar algún daño por mala práctica.

A los médicos y demás prestadores de servicios de atención médica que son demandados ante la CONAMED asegurando una atención imparcial y profesional del caso.

¿Qué es el Arbitraje Médico?

Es cuando el Paciente y su Médico aceptan que la CONAMED resuelva el fondo del asunto, convirtiéndolo en cosa juzgada.

Para la resolución del caso la CONAMED obtiene la opinión de un asesor externo, que es un Médico experto certificado.

COMISION NACIONAL DE ARBITRAJE MEDICO

Los 10 derechos generales que como pacientes tenemos.

Recibir atención médica adecuada

Recibir trato digno y respetuoso

Recibir información suficiente, clara, oportuna y veraz

Decidir libremente sobre tu atención

Otorgar o no tu consentimiento válidamente informado

Ser tratado con confidencialidad

Contar con facilidades para obtener una segunda opinión

Recibir atención médica en caso de urgencia

Contar con un expediente clínico

Ser atendido cuando te inconformes por la atención médica recibida

COMISION NACIONAL DE ARBITRAJE MEDICO

CÓDIGOS ÉTICA

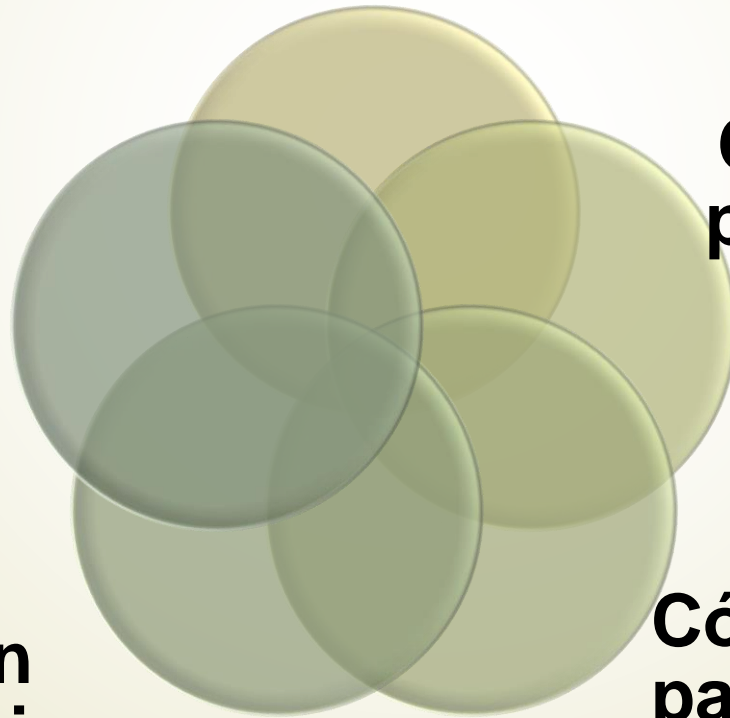
El código de bioética para el personal de salud 2002

Juramento hipocrático

Código de ética para enfermeras

Declaración del Helsinki

Código de ética para servidores públicos



INSTITUTO MEXICANO DE PROPIEDAD INDUSTRIAL (IMPI)

El IMPI es el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial es el único organismo con la facultad legal de otorgar o rechazar el título de propiedad de marcas y patentes en México. Es un organismo descentralizado y, económicamente, depende meramente de los trámites que gestiona.

INSTITUTO MEXICANO DE PROPIEDAD INDUSTRIAL (IMPI)

MISIÓN

MISION: Garantizar que la intervención del Estado en el campo de la protección de los derechos de propiedad industrial, otorgue a sus titulares la seguridad jurídica necesaria para que el aprovechamiento legítimo de su capacidad creativa e inventiva promueva la inversión privada, la creación de empleos, el desarrollo económico, y en general, la competitividad del país.

VISIÓN

Constituirse en un agente de cambio para que el sistema educativo, la investigación, la actividad empresarial y la creatividad de la población, con la intervención que corresponda al Estado, se integren efectivamente en la cadena de valor que lleve a la sociedad, a través del mercado, los beneficios derivados de la innovación, las buenas prácticas, el uso de signos distintivos, la mejora continua y la actividad inventiva de la comunidad científica e industrial mexicana, convirtiéndose en un referente para los países que forman la sociedad internacional.

INSTITUTO MEXICANO DE PROPIEDAD INDUSTRIAL (IMPI)

VALORES



HONESTIDAD

SERVICIO

EFICIENCIA

CREATIVIDAD

INSTITUTO MEXICANO DE PROPIEDAD INDUSTRIAL (IMPI)

OBJETIVO INSTITUCIONAL

Que las actividades industriales y comerciales del país, utilicen el sistema de propiedad industrial como un elemento de protección legal en la distinción y perfeccionamiento de sus bienes y servicios.

INSTITUTO MEXICANO DE PROPIEDAD INDUSTRIAL (IMPI)

ANTECEDENTES

Sus antecedentes datan desde las Cortes Españolas en 1820, en las que se protegieron los derechos de los inventores, pero es hasta 1942 que se publica la Primera Ley que contiene en un sólo ordenamiento disposiciones de patentes y marcas.

En 1987 se reforma y adiciona la Ley de Invenciones y Marcas y en 1991 se publica la Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial y se estableció en su artículo 7° la creación de una Institución especializada IMPI.

INSTITUTO MEXICANO DE PROPIEDAD INDUSTRIAL
(IMPI)

Servicios

INFORMACIÓN

SERVICIO PERSONALIZADO

ASESORÍA

PROTECCIÓN

ENLACE

INSTITUTO MEXICANO DE PROPIEDAD INDUSTRIAL (IMPI)

Tarifas de servicios del IMPI



Es el costo por los servicios que presta el Instituto en materia de patentes, marcas, avisos, nombres comerciales, certificado de invención, denominaciones de origen, consulta sobre datos bibliográficos de documentos de patentes, modelos de utilidad y diseños industriales y esquemas de trazado de circuitos integrados.

INSTITUTO MEXICANO DE PROPIEDAD INDUSTRIAL (IMPI)

El IMPI pone a disposición de público usuario la descripción, trámites y formatos.

Claves de Promociones

Tarifas Marcas, Avisos y Nombres Comerciales

Clasificación Internacional (Títulos de las Clases)

Clasificación - Lista Complementaria de Productos y Servicios




Visión

- **Ser una institución fuerte y confiable, en donde la aplicación de la Ley Ambiental responde al ideal de justicia que la población demanda en una sociedad en la que cada uno de sus miembros es guardián de una amable convivencia entre el ser humano y la naturaleza.**

Misión

- **Procurar la justicia ambiental a través del estricto cumplimiento de la Ley, desterrando a la vez impunidad, corrupción, indolencia y vacíos de autoridad, haciendo partícipes de esta lucha a todos los sectores de la sociedad y a los tres niveles de gobierno, bajo los más puros principios de equidad y justicia.**

Objetivos estratégicos

- 
- 
- 
- Contener la destrucción de nuestros recursos naturales y revertir los procesos de deterioro ambiental.**
 - Procurar el pleno acceso de la sociedad a la impartición de una justicia ambiental.**
 - Lograr la participación decidida, informada y responsable de los miembros de la sociedad y de sus organizaciones.**
 - Fortalecer la presencia de la Procuraduría y ampliar su cobertura territorial**
 - Construir una institución moderna y eficiente**

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Álvarez, F.; et al. (2007). *Economía Pública. Una introducción*. España: Ed. Ariel Economía.

- ▶ Ayala Espino, J. (2001). *Economía del Sector Público Mexicano*. México: Esfinge Grupo Editorial.
- ▶ CFC (2012) *Competencia Económica en México*. Ed. Comisión federal de Competencia Económica. México.
- ▶ Estavillo Flores (2007), María Elena; *La prevención de colusiones*; Porrúa-ITAM; México.
- ▶ Flores Bernés, Miguel y Rivera Pedroza, José Abel; (2010). "Las enseñanzas del caso American Needle v. NFL para la competencia económica en México", *Pauta*, Núm. 62, México.
- ▶ González de Cossío, Francisco; (2010). "Oligopolio a la mexicana", *Pauta*, Núm. 62, México.
- ▶ OCDE (2004) *Políticas y Ley de Competencia Económica en México*.
- ▶ OCDE (2004) *Revisiones sobre las mejoras regulatorias en México*, París.
- ▶ Parkin, Michael y otros (2006). *Microeconomía. Versión para Latinoamérica*, Séptima edición. Editorial Pearson. México.
- ▶ Rivera, Eugenio (2004). *Teorías de la Regulación en la perspectiva de las políticas públicas*.
- ▶ Roldán Xopa, José y Mena Labarthe, Carlos, coords.; (2007). *Competencia económica. Estudios de Derecho, Economía y Política*; Porrúa-ITAM, México
- ▶ Samuelson, Paul y otros (2006). *Microeconomía con aplicaciones a Latinoamérica*, Décimo séptima edición. Editorial McGraw Hill. México.