

LAS EMPRESAS DE RETAIL Y LA PROPIEDAD INTELECTUAL.

El delicado equilibrio la libertad de comercio y la infracción a derechos de terceros

7 de diciembre 2020



Cencosud, Centros Comerciales Sudamericanos, es una empresa de retail chilena fundada en 1976, con operaciones también en Argentina, Brasil, Colombia y Perú, la cual cuenta con más de 130 mil colaboradores y ventas anuales sobre los 14 mil millones de dólares.

Además de una oficina comercial en Shanghai China





Nuestra compañía nace de la venta al detalle de la mano junto sus proveedores y sus productos



PEPSICO



P&G



allicorp



Grupo
nutresa



Costa[®]

Kellogg's[®]



A principios de los años 90 comienza a desarrollar marcas privadas para productos para supermercados, luego mejoramiento del hogar, tiendas por departamento y luego negocio inmobiliario y financiero



Desarrollo de Marcas Propias



COTIDIANA



ALANIZ



Legacy®



OPPOSITE

attimo



umbrale



MARITTIMO Flex

FOSTER

M!
Máxima



En nuestra compañía los derechos de PI de los proveedores, de terceros y propios tiene un rol muy relevante.



En este proceso hasta hoy el gran desafío es ser cada día mas creativos, competitivos y novedosos.

Agencias

Unidades de Marketing

Equipos de Comerciales de Compra

Diseñadores

En general cualquier colaborador puede ser una fuente de propuesta de PI para los negocios tanto internos como externos

Entender los requerimientos de la áreas de desarrollo de negocios y a su vez ser respetuosos de la propiedad intelectual de terceros.



Como desarrolladores de todo de tipo de productos y servicios (nuestra oferta abarca prácticamente por completo el clasificador internacional)

Es común en la industria del retail tener como referentes a los líderes en cada categoría.

En este aspecto es donde hemos puesto especial énfasis ya que inspiración y la infracción de derechos de terceros es una línea muy delgada.

La rigurosidad comienza en casa.....

Las áreas comerciales NO tienen formación en Propiedad Intelectual, es algo que tienen muy distante.

Ven a la Propiedad Intelectual un mundo lento y burocrático.

Seguramente para muchos de ustedes es usual las consultas de ultima hora de sus clientes (la campaña sale mañana, el contenedor esta en el puerto, el proveedor me dijo que si tenia su marca registrada)



Llegamos a la conclusión que la mejor manera de prevenir y dar valor es generando conciencia respecto de los derechos de propiedad intelectual, era hacernos cargo de eso.

Vimos una necesidad de ser proactivos, culturizar a nuestros equipos.



Junto al área de capacitación dependiente de nuestra gerencia de RR.HH., diseñamos el programa

“La Propiedad Intelectual en la Génesis de los Negocios”

“Así como buscas productos de calidad, innovadores, que sean rentables, donde intervienen muchas áreas con su esfuerzo, debes tener presente la misma importancia y prioridad a la PI

¿Tengo la PI adecuada para el éxito de todo ese trabajo?”



Programa de inducción en PI para todos los nuevos colaboradores.

Hemos desarrollado un E-learning Regional que deben desarrollar todos los colaboradores con distintos contenidos

Tenemos una cuenta de correo para que los colaboradores hagan sus consultas relacionada con PI

Reuniones con Equipos de manera semestral



- Clasificador de Marcas
- Derecho de Autor (PI) V/s P Industrial
- Principio de especialidad, de territorialidad
- Las marcas de los proveedores ni cualquier otro actor NO se registra a nombre de Cencosud.
- Exigirle al proveedor su registro y nos garantice no tener inconvenientes con su producto.
- Rigurosidad con la Agencias de publicidad y que proveen contenidos (origen de la idea obra, concepto, creación, contrato de sus creativos, etc.)
- Responsabilidad Civil y Penal

Desde la génesis, el Circulo Virtuoso de la Propiedad Intelectual



Para que este producto llegara a las manos del cliente muchas cosas tuvieron que suceder.



Cuando en Cencosud creamos un producto o servicio, queremos que sea reconocido entre nuestros clientes. Al crear nos fijamos en las necesidades de ellos, buscamos la mejor materia prima, procuramos que tengan una estrecha relación precio-calidad y consultamos con nuestra área de Propiedad Intelectual para que nuestros productos estén bajo los estándares de cada uno de los países en los que nos encontramos.



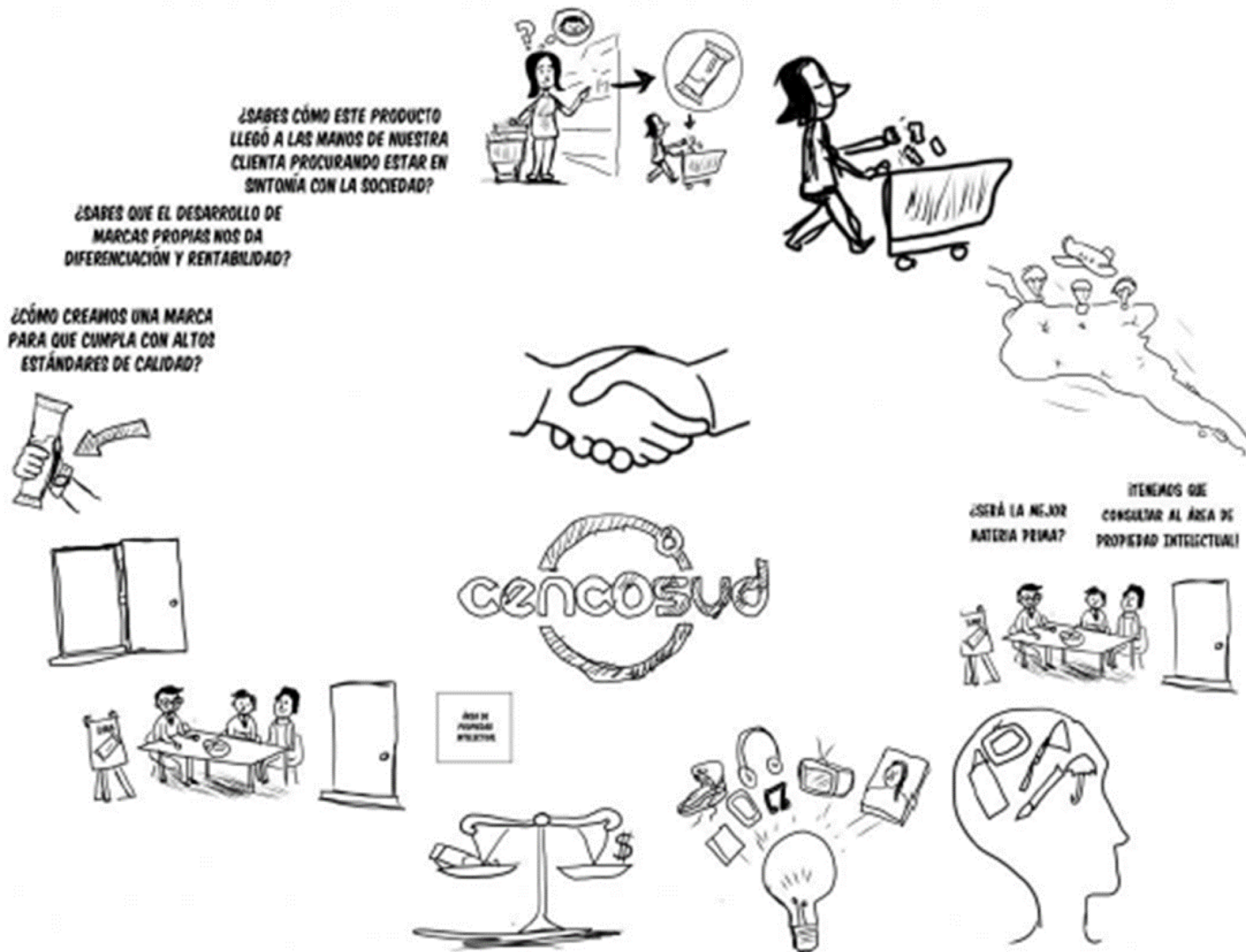
Luego nuestros productos y servicios viajan a sus respectivos países. Se distribuyen en todas nuestras tiendas y se ofrecen a nuestros clientes.



Recuerda que un cliente satisfecho con nuestro producto o servicio seguirá adquiriéndolo, basándose en las expectativas que hay sobre una marca reconocida.



El área de Propiedad Intelectual es un actor relevante que está a tu servicio, una vez finalizado el desarrollo del producto e incluso posteriormente, permitiendo generar y sostener un círculo virtuoso entre nosotros, la sociedad y nuestra principal preocupación nuestros clientes.



- Toda obra tiene un dueño o un potencial dueño
- Todo uso y explotación de contenidos es restringido
- Toda obra hay que pedir permiso (licencias)
- El uso de una obra por norma general va asociada a un pago o remuneración

- Considerar los tiempos de registro (la PI no es urgente)
- Marcas son proyectos de largo plazo (no es una promoción)
- Marcas y url son diferentes
- Los contenidos en la red NO son de libre disposición
- Solicitar contratos de licencia, autorizaciones, cesiones a proveedores
- Ultimo responsable es el Gerente General
- Exigir a proveedores responsabilidad por origen de productos, en sus marcas y propiedad

La Propiedad Intelectual es responsabilidad
de todos

Muchas Gracias



