

Tesis de la Maestría en Administración

"La necesidad estratégica de las empresas de tecnología de poseer recursos destinados al combate de la falsificación y piratería"

Dra. Maria Tereza Muriano Machado Autora de la Tesis.

Dr. Raúl Saroka Tutor de la Tesis.

Septiembre de 2008



Maestria en Administración – MBA	Dra. Maria Tereza M. Machado	

Dedicatoria

A mis padres, por haber dedicado sus vidas a formar la persona que soy.

A mi marido, quien me ha sostenido durante todo el proceso con su constante amor, estímulo e incondicional apoyo.

A mis hermanos, por ser parte importantísima de mi vida y haber aportado humor, cariño, amistad y paciencia en los momentos más oportunos.



Maestría en Administración – MBA	Dra. Maria Tereza M. Machado

Agradecimientos

Quiero agradecer a todas las personas que han contribuido a brindar información tan valiosa para poder elaborar este trabajo, como así también la desinteresada colaboración de mi tutor, el Prof. Raúl Saroka.



Maestría en Administración – MBA

Universidad de Buenos Aires Facultad de Ciencias Económicas

Dra. Maria Tereza M. Machado

Declaración		
"Declaro que el material en esta tesis, es a mi mejor saber y entender original, producto de mi		
propio trabajo (salvo en la medida en que se identifiquen explícitamente las contribuciones de		
propio trabajo (salvo en la medida en que se identifiquen explicitamente las contribuciones de		
otros) y que este material no lo he presentado en forma parcial o total en ésta u otra institución."		
Dro Mario Taraza Musica a Machada		
Dra. Maria Tereza Muriano Machado		



Maestria en Administración – MBA	Dra. Maria Tereza M. Machado

Índice General	6
Índice de Gráficos, Tablas y Figuras	9
Índice de Anexos	10
Índice de Entrevistas	11



Maestría en Administración - MBA Dra. Maria Tereza M. Machado **Índice General** Resumen Ejecutivo......12 Palabras Claves y Abreviaturas16 1.1. Evolución Histórica......19 1.2 Hechos y Cifras Reales21 2.1 Objetivos Generales y Específicos27 3. Metodología y Procedimientos Utilizados......33 4.1. ¿Qué es la Falsificación?......37



Maestría en Administración – MBA	Dra. Maria Tereza M. Machado
4.2 La Propiedad Intelectual: Definición legal y la ar	monización del concepto en el ámbito
internacional	40
4.3 Qué es una marca y cómo la falsificación afecta e	el valor de la misma51
4.3.1 El derecho exclusivo sobre la marca	55
4.4 Factores que explican el crecimiento de la falsific	cación a nivel mundial57
4.5 La gravedad y la amenaza que representa la fals	•
110	02
4.6 La globalización y las organizaciones volcada	·
piratería	67
5. Analisis de Situación	
5.1 La dimensión del problema	69
5.2 El perfil del consumidor	76
5.3 La observancia y acatamiento de la norma relacio	onada a la Propiedad Intelectual81
5.4 La fuerza económica de la industria tecnológica	
ser cosechados bajando los niveles de piratería y fal	sificación84
5.5 ¿Por qué invertir en recursos destinados a comb	atir la falsificación?90
5.6 Resultados del trabajo de campo realizado	96



Maestria en Administración – MBA	Dra. Maria Tereza M. Machado
6. Conclusiones	102
7. Recomendaciones	
7.1 Mejores prácticas para combatir la falsificaci	
el negocio	107
8. Bibliografía	113
8.1 Publicaciones	115
8.2 Páginas Web	116
Anexos	118
Entrevistas	147



Maestría en Administración - MBA Dra. Maria Tereza M. Machado Índice de Gráficos, Tablas y Diagramas Tabla 1. Gráfico 1. Cómo se divide la propiedad intelectual43 Tabla 2. Costos exclusivamente relacionados al combate de la piratería y la falsificación........... 65 Gráfico 2. Pérdidas en dólares por región en 2006 (Millones de dólares)70 Diagrama 1. Modelo simplificado del proceso de decisión para estudiar el comportamiento del Tabla 3. Posicionamiento de las marcas de IT en el ranking de las 20 marcas mundiales más Tabla 4. Tasa de piratería por región 86 Tabla 5.



Ма 	estría en Administración – MBA	Dra. Maria Tereza M. Machado	
Ínc	Índice de Anexos		
1.	Historia de la falsificación en México	118	
2.	Noticia extraída del diario chino China Daily (06 de Ene	ro de 2008)119	
3.	Listado de los 184 Estados miembros de la Organiz Intelectual	•	
4.	Listado de las organizaciones intergubernamentales (ONG) que han sido acreditadas como observadores a la Propiedad Intelectual	nte la Organización Mundial de	
5.	Listado de los tratados administrados por la OMPI	132	
6.	Ranking de las marcas mundiales más valiosas	136	
7.	Nota extraída del diario argentino La Nación, publica "Crucial sentencia contra la piratería"		
8.	Nota extraída del diario The Jakarta Post y publica "Bootleg goods causing fires around city"		
9.	Entrevista concedida al "Computer Reseller News de 2007: "Cisco pursues counterfeit products"	·	
10.	Noticia extraída del diario canadiense CNW el 28 de fel million of counterfeit network components"		



Maestría en Administración – MBA	Dra. Maria Tereza M. Machado
Índice de Entrevistas	
Christopher Macolini, MIC, Inc. Worldwide	147
2. Jim Simmons, Qualcomm Inc	150
3. Mike Watson, Cisco Systems Ltd	153
4. Juan Pablo Concha, Baker & McKenzie Colombia S.A	156
5. Emilio Daireaux, Dolby Laboratories Inc	160
6. Catherine Clark, Nokia Mobile Phones Ltd	163
7. David Lukasik, Motorola, Inc	166
8. Miguel E. Sciancalepore, Microsoft Argentina SA	169
9. George Parry, Xerox Corporation	174
10. Gonzalo Zorrilla, HP Argentina	176
11. Sherri Ronnebaum, Sterling Commerce	178



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

Resumen Ejecutivo

El presente trabajo de tesis tiene por objeto primario identificar, dimensionar y realizar un diagnóstico de la naturaleza, gravedad y amenaza que representa la falsificación y la denominada piratería al sector de tecnología e informática. El segundo objetivo es proponer alternativas viables para frenar su crecimiento y minimizar el impacto negativo y potencial daño en términos de violación de los derechos de propiedad intelectual e imagen, pérdidas económicas y financieras para la empresa y daños a la sociedad en general.

Básicamente, la idea de proponer alternativas viables para minimizar el daño y la amenaza que representa la falsificación a la industria de tecnología e informática comprende la demostración de que poseer recursos internos volcados al combate de la falsificación y piratería es efectivamente una importante necesidad para minimizar daños, evitar costos y mantener la competitividad en un mercado altamente agresivo y desafiante.

Concebida la idea sobre el objeto de la investigación, en primer lugar efectuamos la revisión de la literatura existente inherente a la problemática de estudio, y en segundo lugar realizamos un trabajo de investigación exploratoria sobre el tema falsificación y piratería en las principales industrias de tecnología, informática y comunicaciones (TICs). Entonces, unificamos la teoría y la práctica en una exposición actual y realista de una problemática interesante y al mismo tiempo preocupante.

El trabajo está organizado en ocho capítulos subdivididos de la siguiente forma:

El Capítulo 1 se encuentra dividido en tres partes: Introducción, Evolución Histórica, Hechos y Cifras Reales. A través de una breve introducción, recalcamos los puntos clave del trabajo para enseguida describir resumidamente la evolución de las prácticas de piratería y falsificación a través de los tiempos, llegando a algunos de los hechos y cifras actuales que juzgamos relevantes para la comprensión de este trabajo.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

- En el Capítulo 2 se plantea la naturaleza del problema, se definen los objetivos generales y específicos de la tesis (los cuales han sido la guía que ha permitido abordar la investigación en foco al desarrollo para la obtención de los resultados y formulación de las conclusiones y recomendaciones) y se presenta la justificación en cuanto a la elección de la temática, y la orientación del trabajo al contexto de las empresas de TIC.
- En el **Capítulo 3** se describe la metodología y procedimientos utilizados para llevar adelante la investigación aplicada a esta tesis.
- En el Capítulo 4 se desarrolla el marco teórico consistente para sustentar el estudio. Se han considerado aquellos aspectos relacionados con la naturaleza y efectos de la falsificación y piratería, además de los diversos conceptos teóricos que ayudan a entender mejor la temática, enmarcar el problema y respaldar las conclusiones. En este sentido, el marco teórico esta dividido en los siguientes tópicos:
 - Definición de lo que es la falsificación.
 - Definición legal de propiedad intelectual y la armonización del concepto en el ámbito internacional.
 - Definición de lo que es una marca y cómo la falsificación afecta el valor de la misma, incluyendo una explicación sobre el derecho exclusivo sobre la marca desde el punto de vista jurídico.
 - Definición de los factores que explican el crecimiento de la falsificación a nivel global.
 - Estudio sobre la gravedad y la amenaza que representa la falsificación y la piratería a la industria de TI.
 - Estudio sobre la globalización y las organizaciones volcadas al combate de la falsificación y la piratería.



.....

Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

- En el Capítulo 5 se exponen y analizan los resultados obtenidos en la investigación realizada, de acuerdo a los procedimientos indicados en el capítulo 3. A efectos de obtener un panorama integral analizamos:
 - La dimensión del problema.
 - El perfil del consumidor.
 - La observancia y acatamiento de la norma relacionada a la propiedad intelectual.
 - La fuerza económica de la industria tecnológica mundial y los beneficios que podrían ser cosechados bajando los niveles de piratería y falsificación.
 - Por qué es importante para las industrias de TIC poseer recursos destinados a combatir la falsificación y la piratería.
 - Los resultados del trabajo de campo realizado.
- En el Capítulo 6 están las conclusiones que responden a los objetivos generales y específicos planteados en el capítulo 2.
- En el Capítulo 7, sobre la base de las conclusiones y mediante una proyección de los resultados de la investigación, se formularon recomendaciones que podrán servir como una guía de mejores prácticas para combatir la falsificación y minimizar su impacto negativo para el negocio, desde del punto de vista corporativo.
- En el Capítulo 8 se detallan las fuentes de información utilizadas en el presente trabajo de tesis, consistente en la bibliografía propiamente dicha, las publicaciones y los links de acceso mediante medios electrónicos (Páginas de Internet).



Maestría en Administración – MBA	Dra. Maria Tereza M. Machado

Finalmente, se expone en los Anexos la información soporte de las investigaciones efectuadas con la finalidad de ampliar y facilitar la lectura de esta tesis. Adicionalmente, se compila en la última parte del trabajo el texto integral y original de las entrevistas realizadas.



Maestría en Administración – MBA Dra. Maria Tereza M. Machado

Palabras Claves y Abreviaturas

Término	Descripción	
ADPIC	Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio.	
AGMA	Alliance for Gray Market and Counterfeit Abatement.	
AMCHAM	Cámara de Comercio de los Estados Unidos en la República Argentina.	
BASCAP	Business Action to Stop Counterfeiting And Piracy.	
BSA	Business Software Alliance.	
CIPR	Coalition for Intellectual Property Rights.	
Counterfeit Goods	Productos Falsificados.	
Derecho de Autor	Término jurídico que describe los derechos concedidos a los creadores por sus obras.	
e-COMMERCE	Comercio Electrónico.	
e-LEARNING	Capacitación a través de Internet.	
FBI	Federal Bureau of Investigation.	
G8	Grupo de las 8 Naciones más industrializadas del mundo: Alemania, Francia, Reino Unido, Italia, Japón, Estados Unidos, Canadá y Rusia.	
Hardware	Substrato físico en el cual existe el software.	
IACC	International Anticounterfeit Coalition.	
ICC	International Chamber of Comerce.	
ICE	Immigration and Customs Enforcement.	
IFPI	International Federation of Phonographic Industries.	
IIPI	International Intellectual Property Institute	
INTA	International Trademark Association	



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

IP Intellectual Property

Mercado Gris Mercado de productos desviados del canal autorizado de ventas.

Mercado Negro Mercado de productos falsificados.

OECD Organización para Cooperación Económica y Desarrollo.

OMC Organización Mundial del Comercio.

OMPI Organización Mundial de la Propiedad Intelectual.

OMS Organización Mundial de la Salud.

Packaging Empaquetado.

Piratería Actividad de falsificación.

Propiedad Industrial Categoría de la Propiedad Intelectual que protege bienes

inmateriales como procedimientos y procesos.

RCMP Royal Canadian Mounted Police.

QBPC Quality Brand Protection Committee.

Royalties Pago que se realiza al titular de los derechos de propiedad

intelectual a cambio del derecho a usarlos.

Software Programas y datos almacenados en un ordenador.

TI Tecnología de la Información.

TIC Tecnología, Informática y Comunicación.

TRIPS Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights,

denominación en ingles del ADPIC.

WCO World Customs Organization.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

Capítulo 1

1. Introducción

Con el presente trabajo de tesis busco consolidar los conocimientos que he adquirido a lo largo de la Maestría en Administración de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires, con el objetivo de transformarlos en un real aporte a la gestión organizacional de las empresas de tecnología, informática y comunicación (en adelante industria de TIC) que necesitan prevenir y combatir la falsificación y la piratería de sus productos.

No tenemos duda de que la acción de los falsificadores es una preocupación global que se busca combatir a nivel mundial. Como veremos en el desarrollo del trabajo, hay operaciones de falsificación de nivel profesional como también amateur. Copias ilegales de productos de marcas reconocidas invaden los mercados consumidores de todo el mundo, ocasionando grandes pérdidas económicas y afectando principalmente a productos con nombres de marcas fuertes e importantes en donde se pueden obtener grandes ganancias sin el costo de investigación y desarrollo, marketing, publicidad y demás costos pertenecientes a la estructura empresarial.

En este sentido es necesario conocer la magnitud del problema y comprender la amenaza que representa la falsificación y la piratería para la industria de TIC. Asimismo, tratamos de explicar detalladamente en qué consiste la falsificación y sus consecuencias para las empresas modernas, al mismo tiempo que justificamos por qué hace falta tener recursos internos volcados al combate de un problema cuya escala de crecimiento es exponencial.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

1.1. Evolución Histórica

La falsificación y el fraude no son delitos modernos. Existen registros históricos de innumerables casos de falsificación en la antigüedad, como por ejemplo, la falsificación del cacao en la época prehispánica mexicana, donde se extraía el contenido de las frutas y se sustituía por tierra¹. Otro ejemplo es la falsificación de la moneda, que remonta hasta épocas anteriores al imperio romano. Son precisamente los romanos quienes, en la constitución de Constantino, hacen de la falsificación de la moneda un crimen contra el honor del soberano y por lo tanto contra el poder y la soberanía divina.

Sin embargo, es Tim Philips², un reconocido periodista británico con varias publicaciones sobre este tema, quien nos cuenta la curiosa historia de una falsificación organizada por comerciantes franceses en el año 27DC. En esta época, la ciudad francesa de Arles pertenecía al imperio romano y a los expatriados romanos les gustaba el vino italiano y no el ordinario vino francés. El vino italiano era comercializado por medio de una red comercial de confianza donde las ánforas eran llenadas en Italia y transportadas hasta Arles y otras ciudades del imperio a través de la "Via Aurelia".

Un día, un comerciante de vinos de la región tuvo una idea de cómo aumentar sus ganancias. El vino italiano era caro y el francés mucho más barato. Las ánforas eran muy parecidas y la única indicación de la procedencia del vino era el tapón de arcilla utilizado para lacrar las ánforas. Así que si tuviera el tapón de arcilla, él podría vender vino barato como si fuera el caro vino italiano. De hecho, lo hizo copiando el tapón de arcilla y firmándolo como si fuera un comerciante romano llamado Lassius.

¹ Banco de México (www.banxico.org.mx), Historia de la Falsificación en México, link específico consultado 10 de febrero de 2008. El cuadro cronológico completo de la historia de la falsificación en México está en el Anexo 1.

² Phillips, Tim, Knockoff: The Deadly Trade in Counterfeit Goods, 1ª Edición, publicado simultáneamente en Reino Unido y Estados Unidos en el año 2005 por la editora Kogan Page.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

Uno de esos tapones de arcilla falsificados se encuentra actualmente en exhibición en el Museo de la Falsificación en la *Union des Fabricants* (Unión de Fabricantes), asociación francesa para la protección internacional de la propiedad intelectual³.

Por historias como ésta, Tim Phillips ⁴ menciona que entre los abogados dedicados a la protección de la propiedad intelectual es un chiste fácil considerar que la falsificación es la segunda profesión más antigua del mundo: "The joke among the intellectual property lawyers, who need a laugh at the moment, is that it is the world's second old profession. It's definitely one of the most lucrative as well".

Actualmente, cualquier marca o producto pueden ser copiados. Inescrupulosos falsificadores producen desde jabón hasta los más sofisticados softwares, incluyendo avanzados productos farmacéuticos, artículos de lujo y equipos electrónicos. Según Christopher Macolini⁵ dondequiera que alguien pueda ganar plata hay falsificación: "Hemos visto falsificación de leche en polvo, de aceite para automotores, hasta de detergente para el piso. Ellos (por los falsificadores) no buscan una marca específica, sino que apuntan a donde más pueden ganar plata sin tener problemas."

La codicia de los falsificadores seguramente no ha cambiado con el correr del tiempo. Sin embargo, la diferencia entre la falsificación en la antigüedad y la falsificación en los días de hoy es la magnitud y la velocidad con la cual el problema crece mundialmente.

_

³ En el capítulo 4, bajo el título "La globalización y las organizaciones volcadas al combate de la falsificación y la piratería" describimos detalladamente la Asociación Francesa de Fabricantes.

⁴ "La broma entre los abogados dedicados a la propiedad intelectual que necesitan un chiste rápido es que la falsificación es la segunda profesión mas antigua del mundo. Además, definitivamente una de las más lucrativas." Phillips, Tim, Knockoff: The Deadly Trade in Counterfeit Goods, 1ª Edición, Capítulo 1, página 8.

⁵ Christopher Macolini es director de MIC, Inc. Worldwide, empresa argentina, especializada en investigaciones e inteligencia de negocios. MIC, Inc. Worldwide tiene clientes nacionales e internacionales que contratan sus servicios de investigación en materia de falsificación y piratería. Información extraída a través de entrevista realizada por el tesista. La entrevista completa puede ser encontrada en la página 147.



.....

Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

1.2 Hechos y Cifras Reales

Como hemos dicho previamente, cualquier producto hoy día puede ser ilegalmente copiado. No obstante, históricamente han habido segmentos industriales que desde un principio han enfrentado graves problemas de falsificación de sus productos. Según surge de la lectura de los principales referentes, notas de la prensa mundial e información proveída por las principales asociaciones anti-piratería, una de las industrias pioneras en manejar este tipo de situación es sin duda la industria farmacéutica.

Aunque sea difícil obtener cifras exactas, la Organización Mundial de la Salud (OMS) estima que las falsificaciones en el ámbito farmacéutico representan más del 10% del mercado global de medicamentos. Drogas pirateadas están presentes en todas las regiones pero los países en vías de desarrollo son los que sufren las peores consecuencias.

Se cree que un 25% de los medicamentos consumidos en países en vías de desarrollo son falsificados y en algunos países, el porcentaje puede llegar a ser tan alto como el 50%. El Centro para Medicinas de Interés Público de los Estados Unidos predice que las ventas de drogas falsificadas alcanzarán globalmente la suma de 75 mil millones de dólares en 2010, representando un aumento de más del 90% comparado con los números del año 2005.

En realidad, no solamente la falsificación de productos farmacéuticos puede generar serios y mortales daños a la salud pública. En Enero de 2008, 14 personas murieron y más de 125 personas han sido hospitalizadas en Ulan Bator, Mongolia después de consumir un licor falsificado que en realidad contenía metanol.⁶

_

⁶ China Daily, 06 de Enero de 2008. Noticia extraída de la versión digital del diario "China Daily " publicada el día 06 de enero de 2008. (http://www.chinadaily.com.cn/world/2008-01/06/content_6373670.htm) La nota completa en su versión original en inglés está en el Anexo 2.



.....

Maestría en Administración – MBA

mayor calidad) para evitar la suspicacia de consumidores⁷.

Dra. Maria Tereza M. Machado

Aunque el resultado no siempre sea la muerte de seres humanos, el peligro es eminente y está presente en casi todos los segmentos industriales. Vale citar como ejemplo los recientes incendios en la ciudad de Yakarta, Indonesia. Según una publicación del "The Jakarta Post" el 16 de octubre de 2007, se estima que alrededor del diez por ciento de los incendios ocasionados en los circuitos eléctricos son debido a la utilización de interruptores falsificados. El cuerpo de bomberos local afirmó que los productos falsos están extensamente disponibles, y los falsificadores los venden a menudo a un precio más elevado (como si el alto valor significara

Las pérdidas económicas asociadas a la falsificación y piratería también alcanzan todos los rubros. De acuerdo con la International Federation of Phonographic Industries (IFPI), en la industria musical se estima que mundialmente las pérdidas anuales en consecuencia de la piratería llegan a 4 mil millones de dólares⁸.

Según la Cámara de Comercio de Estados Unidos, la falsificación y la piratería cuestan a la economía americana entre \$200 y \$250 mil millones de dólares por año y a la economía mundial aproximadamente \$650 mil millones de dólares por año⁹. De acuerdo con las palabras del propio presidente y CEO de la Cámara de Comercio de Estados Unidos, Thomas Donohue, todas y cada una de las compañías e industrias modernas son vulnerables: "...You make it, you create it, and you invent it, and they steal it and fake it..." ¹⁰

7

⁷ Información extraída de la nota publicada día 16 de octubre de 2007 en la versión digital "The Jakarta Post.com" (http://www.thejakartapost.com/Archives/ArchivesDet2.asp?FileID=20071016.C01). La nota completa en su versión original en inglés puede ser encontrada en el Anexo 8.

⁸ IFPI Music Piracy Report 2002. Disponible para consultas en la página www.ifpi.org

⁹ Información extraída del portal http://www.thetruecosts.org/portal/truecosts/getthefacts/default. La organización "The True Costs.org" es un portal informativo sobre temas relacionados a la piraría y la falsificación mantenido por la Cámara de Comercio de Estados Unidos.

¹⁰ "Uno lo hace, lo crea, lo inventa y ellos (los falsificadores) lo roban y lo falsifican" Traducción del tesista de parte de la entrevista concedida por Thomas Donohue, presidente y CEO de la Cámara de Comercio de Estados Unidos publicada en http://www.thetruecosts.org/portal/truecosts/getthefacts/default.



Maestría en Administración – MBA	Dra. Maria Tereza M. Machado

Adicionalmente, Thomas Donohue afirma que los productos falsificados, peligrosos y defectuosos no solamente son vendidos en las esquinas sospechosas y oscuras de las grandes ciudades o a través de páginas de Internet; los falsificadores y los piratas modernos han conseguido infiltrar sus productos en la cadena de distribución formal y los mismos también se venden en locales legítimos y comunes: "... and these products are not just sold on street corners or on the internet. These dangerous and defective products have infiltrated the supply chain and are sold in legitimate retail outlets. It's everyday products bought in everyday stores. Counterfeiting and piracy can no longer be considered just another cost of doing business."



Maestría ei	ı Administra	ición – MBA
-------------	--------------	-------------

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

Capítulo 2

2. Planteo del problema

Decir que las prácticas de falsificación evolucionan con la misma rapidez del mercado tecnológico significa decir que los productos falsificados acompañan el mismo ritmo de desarrollo de la industria de tecnología. Un estudio conducido hace dos años por auditores de la conocida consultora KPMG y la Alianza para la Disminución del Mercado Gris¹¹ y Falsificación (AGMA, por sus siglas en inglés)¹² estimaba que 10% de todos los productos de la industria de tecnología vendidos globalmente eran falsificados. Este porcentaje ilustra la escala del problema. En términos monetarios, anualmente más de \$100 mil millones de dólares de la ganancia mundial del sector de TIC se pierde por la acción de falsificadores.

No obstante, para los falsificadores la satisfacción del cliente no tiene mayor importancia, ellos sólo se enfocan en hacer que el producto parezca genuino y no en que cumpla con las especificaciones técnicas, y para la industria de tecnología éste es un punto crítico. La marca está asociada al desempeño del producto, y el bajo rendimiento del mismo provoca la devaluación de la marca en el mercado. En este sentido, evitar la debilidad de la marca en el mercado también es uno de los grandes desafíos relacionados al combate de la falsificación.

-

¹¹ Las empresas de tecnología normalmente poseen un canal de distribución y venta autorizado. Dicho canal autorizado está compuesto por revendedores con valor agregado y capacidades técnicas específicas para proveer equipos y servicios de soporte de alta calidad. Cuando un producto es vendido fuera del canal autorizado, el mismo puede ser considerado un producto de mercado gris o mercado paralelo. Por ende, el mercado gris está constituido por productos usualmente genuinos pero que fueron desviados de su canal autorizado y desde luego no cuentan con las garantías originales.

¹² La Alianza para la Disminución del Mercado Gris y Falsificación (AGMA) es una iniciativa estratégica de las principales compañías de alta tecnología, cuyo objetivo es gestionar el impacto global causado por el mercado gris y la falsificación en la industria de TIC (http://www.agmaglobal.org/).



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

Además de dañar la integridad de la marca en el mercado, ser víctima de la falsificación significa que la empresa tendrá que competir con productos piratas y por ende enfrentar una disminución de la demanda. De esta manera, la importancia del tema está directamente relacionada con las ganancias de la empresa.

Como resumen de lo indicado precedentemente, identificamos puntualmente los siguientes problemas:

- La falsificación y piratería afectan negativamente y de forma general al negocio, representando pérdidas económicas relacionadas con la devaluación de la marca, costos adicionales y potencial deterioro del modelo de negocio.
- La falta de conocimiento de la gravedad del tema y/o la dificultad en reconocer la amenaza que representa el problema. Consiste en un gran desafío admitir tener serios problemas con la falsificación de sus productos y equipos. Este tipo de mensaje al mercado debe ser manejado con extremo cuidado por dos razones. La primera es que reconocer un gran problema puede significar la falta de medios suficientes para solucionarlo, y la segunda es arriesgarse a que los consumidores piensen que la única marca o empresa que tiene problemas con la falsificación es la que lo admitió públicamente.
- La latente necesidad de que las empresas de TI desarrollen internamente prácticas organizadas y uniformizadas para gestionar la problemática, y para evitar, controlar y combatir la falsificación. Considerando que tener recursos disponibles dedicados exclusivamente a la protección de la marca y al combate de la falsificación representa para la empresa mayores resultados económicos y financieros.



.....

Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

La organización eficiente y estratégica del área o departamento responsable de gestionar los temas relacionados a la falsificación. La denominación del mismo puede variar de empresa a empresa. Sin embargo, ese departamento debe tener capacidad y autoridad para desarrollar e implementar estrategias¹³ cuyas consecuencias afectarán a toda la organización. Asimismo, nuestro objetivo es demostrar que el área responsable de gestionar los temas relacionados a la falsificación tiene una función estratégica para el negocio y no sólo una función meramente de servicio.

Abordando los aspectos económicos, sociales y legales vamos a demostrar la eficacia de poseer recursos internos dedicados a identificar, evitar, controlar y combatir la falsificación. Como hemos dicho anteriormente, a través de acciones corporativas, se puede minimizar el impacto negativo de la falsificación en la economía de la empresa. Desde luego no se puede plantear el fin de la falsificación y de la piratería (del mismo modo que no se puede plantear del fin del crimen en general), pero a través de la utilización del área creada específicamente para gestionar la problemática de falsificación como un recurso estratégico, la empresa puede minimizar pérdidas y al mismo tiempo preservar el modelo de negocio.

¹³ Considerando los conceptos transmitidos por el Prof. Jorge Etkin durante el desarrollo de la materia "Políticas y Estrategias de Empresas" de la Maestría en Administración (FCE – UBA, 2004), entendemos el concepto de estrategia como directamente relacionado a resultados. Es decir, estrategia como "...decisión asociada al futuro, dentro de un contexto incierto, adaptable y que determina una línea de acción." Etkin, Jorge R., "Gestión de la complejidad en las Organizaciones, La estrategia frente a lo imprevisto y lo impensado", Oxford University Press, 2003.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

2.1 Objetivos Generales y Específicos

Considerando el planteo del problema, el *objetivo general* del trabajo es identificar, dimensionar y realizar un diagnóstico de la naturaleza, gravedad y amenaza que representa la falsificación y la denominada piratería al sector de tecnología e informática, con el fin de analizar alternativas para frenar su crecimiento y minimizar sus impactos en términos de violación de los derechos de propiedad intelectual e imagen, así como en aspectos económicos y financieros de la empresa y la sociedad en su conjunto.

Sobre todo en la industria tecnológica, la falsificación puede comprometer masivamente la equidad y la credibilidad de una marca, especialmente si los consumidores no se dan cuenta de que están adquiriendo un producto que no es genuino. Tan pronto empiecen los problemas y las fallas, la posibilidad del consumidor asociar la falta de desempeño y la mala calidad a la marca del fabricante aumenta enormemente.

Desafortunadamente, en la industria de TIC, la falsificación sigue siendo un problema que afecta todo tipo de equipo o producto desde hardwares para redes, componentes periféricos, computadoras y accesorios, hasta los softwares y programas de última generación. Incluso baterías recargables para productos tales como cámaras fotográficas digitales y cámaras de vídeo poseen sus versiones falsificadas.

Las sumas involucradas y las potenciales pérdidas dan miedo. Cada vez más empresas del sector de TIC se dan cuenta de lo imprescindible que es invertir en recursos internos y externos para tratar de minimizar el daño causado por la falsificación y la piratería. En este sentido, para avanzar hacia el cumplimiento del objetivo general, hemos establecido básicamente tres objetivos específicos. A saber:

 Comprobar la necesidad estratégica de las empresas de TIC de poseer recursos volcados al combate de la falsificación y piratería.



Maestría en Administración – MBA Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

- Hacer que las empresas de TIC tomen conciencia de la necesidad de acciones conjuntas, organizadas y constantes para minimizar el impacto negativo causado por la falsificación y piratería de sus productos, a través del desarrollo de un equipo especializado y dedicado exclusivamente al combate de la falsificación y la piratería.
- Demostrar a través de este trabajo final de tesis la incumbencia de los conocimientos, habilidades y destrezas que la carrera de postgrado en administración con especialización en Marketing otorga a sus graduados para el tratamiento del tema de la tesis, por su competencia profesional y formación académica.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

2.2 Justificación

Propongo una investigación sobre este tema, porque considero necesario analizar y presentar posibles soluciones a un problema actual, global y muy grave. Asimismo, la elección del tema, como también su orientación al contexto de las empresas de TI, se basó en dos ejes principales: la oportunidad de aplicar los conocimientos adquiridos en la Maestría en Administración y la experiencia profesional adquirida trabajando justamente en el área de protección a la marca en una empresa del sector de TIC.

La experiencia profesional me ha permitido estar familiarizada con la falsificación y piratería en la industria de TIC a nivel mundial, así como tener acceso a la información corporativa más relevante y actual relacionada al tema. Los conceptos aprendidos a lo largo de la Maestría en Administración me han brindado las herramientas necesarias para visualizar el problema desde el punto de vista administrativo y presentar soluciones corporativas con el objetivo de minimizar el impacto devastador de la falsificación y la piratería en dicho sector de la industria.

Aquí, es oportuno hacer notar que llevamos a cabo una investigación exploratoria cualitativa realizada a través de la recolección de datos primarios respecto al tema, donde hemos entrevistado a especialistas de distintos ámbitos relacionados con la temática. Vale destacar las siguientes afirmaciones:

1) Mike Watson, Director de Brand Protection de Cisco para América Latina, África, Medio Oriente, Este Europeo y Rusia.

"...Counterfeit is an issue Cisco takes seriously. The threat of counterfeiting is a reality for any manufacturer with a reputation for delivering innovation and quality. The counterfeiting of Cisco products represents a risk to our ability to deliver superior customer service and support, and ultimately degrades our brand.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

Because of the global nature of this threat to our company and our customers, Cisco has been working proactively, for several years now, to take necessary steps up-front to reduce the potential for larger problems in the future." ¹⁴

2) Dr. Juan Pablo Concha, abogado de Baker & McKenzie Colombia S.A., especialista en litigios en propiedad industrial y competencia desleal, asesora a empresas sobre iniciativas contra la piratería y la falsificación en diferentes jurisdicciones.

"...Si bien la piratería no es un problema reciente, lo cierto es que los esfuerzos por combatirla son mayores en la actualidad. Los titulares de marcas cada vez se encuentran más preocupados con esta problemática y por eso la lucha por atacarla está en aumento. Es probable que por ser la lucha contra la piratería un fenómeno relativamente reciente, en el sentido de judicializarla de forma efectiva, al menos en Colombia, pareciera que el fenómeno también lo fuera."

Asimismo, los representantes de las principales empresas de TIC también reconocieron públicamente en varias oportunidades la relevancia del tema al afirmar que la falsificación y la piratería son una real y grave amenaza para el sector. En este sentido vale destacar algunas entrevistas que les realizaron importantes medios vinculados con la gestión y el management de empresas:

1) "Phil Wright, director mundial del área de "Brand Protection" de Cisco:

_

[&]quot;La falsificación es un tema que Cisco toma con seriedad. La amenaza que representa la falsificación es una realidad para cualquier fabricante con una reputación basada en innovación y calidad. La falsificación de los productos de Cisco representa un riesgo a nuestra capacidad de proveer un servicio superior de atención al cliente y soporte técnico, y en última instancia degrada nuestra marca. Debido a la naturaleza global de esta amenaza para nuestra compañía y nuestros clientes, Cisco ha estado trabajando de forma dinámica en los últimos años, tomando las medidas necesarias pro-activamente para reducir el potencial de problemas más grandes en el futuro." Traducción del tesista de un trecho de la entrevista concedida al mismo el 21 de enero de 2008. La entrevista completa puede ser encontrada en la página 153.

¹⁵ Porción de la entrevista concedida al tesista el 29 de enero de 2008. La entrevista completa puede ser encontrada en la página 156.



.....

Maestría en Administración - MBA

productos falsificados." 16

Dra. Maria Tereza M. Machado

"En el año 2003, Cisco reconoció la necesidad de promover un esfuerzo coordinado en contra de los productos falsificados. La empresa ha designado un equipo de 40 personas para combatir la demanda de productos falsificados. Normalmente el fabricante no detecta el producto falsificado hasta que el daño en la red del cliente ya es una realidad. Nosotros tomamos muy en serio ese problema. El objetivo es limitar el daño infligido a nuestros clientes por causa de

2) "Cori Hartje, directora de la iniciativa de Microsoft para promover el software genuino (Microsoft's Genuine Software Initiative):

Microsoft está comprometida en proteger a los consumidores y a los revendedores de software de las copias falsificadas y otras formas de piratería de software. La compañía recientemente anunció la expansión de sus esfuerzos de combate a la piratería con la creación de la Iniciativa del Software Genuino (GSI por su nombre en inglés – Genuine Software Initiative). La mejor manera de proteger a nuestros consumidores es educarlos sobre el problema y proveerlos con las herramientas necesarias para identificar el software falsificado y finalmente ayudarlos a entender qué hacer en relación a eso."

3) "Nick Tidd, vice-presidente del área de canales de 3Com en un comunicado para los revendedores autorizados de esta empresa:

_

¹⁶ Porción de la entrevista concedida al "Computer Reseller News (http://www.crn.dk/)" en Dinamarca, el 18 de abril de 2007, cuyo título es "Cisco pursues counterfeit products". La entrevista completa puede ser encontrada en el Anexo 9.

¹⁷ Comunicado de prensa de Microsoft publicado el 24 de abril de 2006 cuyo título original en inglés es "The Continuing Fight for Genuine Software - Microsoft's Genuine Software Initiative expands programs to help customers identify counterfeit software." (http://www.microsoft.com/presspass/features/2006/apr06/04-24GenuineSoftware.mspx)



.....

Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

"Actividades que involucren mercado paralelo y falsificación pueden parecer lucrativas en el corto plazo, pero solamente pueden perjudicar a ustedes (revendedores) y a nuestros clientes en el largo plazo.

Este tipo de actividad trastorna los planes de venta, los precios, la calidad y el servicio de soporte, además de afectar la garantía de la marca 3Com, haciéndolos a todos vulnerables a la participación involuntaria en la distribución de productos falsificados. 3Com está muy preocupada por este tipo de comportamiento y no dudará en tomar las medidas correspondientes en contra de aquellos cuya participación en la distribución de productos 3Com falsificados sea identificada." ¹⁸

En el marco de la preocupación del sector privado y más allá de los dos motivos principales mencionados al principio, tenemos que reconocer que la falsificación y la piratería en la industria de TIC es un tema real, actual e interesante. Por este motivo, destacamos otros cuatro factores complementarios que motivaron la elección del tema:

- Divulgar un problema global cuyas consecuencias pueden ser devastadoras para todos los sectores de la economía.
- Disertar sobre un tema actual que representa una amenaza al sector de TIC.
- La posibilidad de ofrecer un trabajo útil y con soluciones viables para combatir el problema.
- Investigar y desarrollar un tema coherente para la realización del trabajo final de tesis de graduación, como requisito para obtener el título de Magíster de la Universidad de Buenos Aires, fundamentado en los conocimientos, habilidades y destrezas profesionales adquiridas en sus estudios.

¹⁸ Entrevista extraída de la nota "Fakes: Can You Tell The Difference?" publicada en el portal "Channel Web Network" el 17 de agosto de 2007. http://www.crn.com/it-channel/201800577?pgno=4



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

Capítulo 3

3. Metodología y Procedimientos Utilizados.

En relación al aspecto metodológico de investigación y elaboración de la tesis, y los procedimientos utilizados para su desarrollo, los aspectos más destacables del proceso involucraron:

- Investigación bibliográfica y académica de la problemática actual relacionada con falsificación y piratería a nivel regional y mundial.
- Lectura y selección de los principales textos y datos estadísticos a utilizar durante la elaboración del trabajo.
- Análisis de la situación actual con foco especifico en la industria de TIC y sectores relacionados. Vale destacar que para componer el cuadro de la situación actual fueron utilizadas, además de la propia experiencia, fuentes secundarias de información como:
 - a) Páginas de Internet de las principales empresas del sector;
 - b) Notas y publicaciones en diarios y periódicos específicos de tecnología.
- Realización de una investigación exploratoria cualitativa hecha a través de la recolección de
 datos primarios respecto al tema, mediante la realización de entrevistas presenciales y no
 presenciales. En ambos casos se han priorizado las entrevistas abiertas y no estructuradas
 a especialistas de distintos ámbitos relacionados con la temática.
- Revisión y evaluación de los datos recolectados de las fuentes primarias y secundarias de información.
- Estudio de casos reales.



.....

Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

- Participación en seminarios nacionales e internacionales y eventos relacionados al tema de la tesis. Es importante mencionar que la participación en seminarios y eventos relacionados ha posibilitado la discusión y la interactuación con representantes del sector público y privado, enriqueciendo el aporte de datos prácticos y reales al trabajo.
- Abordaje teórico de la problemática detectada, a través de los conceptos y marcos teóricos adquiridos en la maestría en administración, sustentando cada uno de los análisis realizados en los diversos autores y profesionales especialistas en cada tema.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

Capítulo 4

4. Marco Teórico

El marco teórico para el desarrollo del presente trabajo de tesis involucró los diversos conocimientos que fueran adquiridos a lo largo de la Maestría en Administración, a efectos de sustentar el desarrollo metodológico de la misma. En este sentido, aplicamos conceptos, elementos y contenidos estudiados durante la maestría, sobre todo aquellos obtenidos en las siguientes materias: Legales, Comercialización, Marketing Avanzado, Administración, Globalización y Posmodernidad, Políticas y Estrategias de Empresas y Gestión del Conocimiento.

En este apartado explicamos y analizamos conceptos fundamentales para entender de qué se trata la falsificación y la denominada piratería así como aspectos teóricos que sostienen el objetivo de la tesis; a saber, la comprobación de la necesidad estratégica de las empresas de TI de poseer recursos volcados al combate de la falsificación.

En este sentido, entendemos como fundamental abordar detalladamente los siguientes aspectos:

- En qué consiste la falsificación y la piratería;
- Definición legal de la propiedad Intelectual y la armonización del concepto en el ámbito internacional;
- Qué es una marca y cómo la falsificación afecta el valor de la misma;
- La globalización y demás factores que explican el crecimiento de la falsificación a nivel mundial;



Maestría en Administración – MBA	Dra. Maria Tereza M. Machado

- La gravedad y la amenaza que representa la falsificación y la piratería a la industria de TIC y, por ende, las potenciales consecuencias y los efectos sufridos por este segmento (y demás segmentos industriales en general) frente a esa problemática;
- La globalización y las organizaciones volcadas al combate de la falsificación y la piratería.



.....

Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

4.1. ¿Qué es la Falsificación?

Es innecesario decir que existen muchas definiciones de falsificación, principalmente si consideramos las diversas perspectivas relacionadas al tema. Sin embargo, el punto común cuando tratamos de definir la falsificación es la intrínseca relación de la misma con el concepto de propiedad intelectual.

Aunque a continuación dedicamos un segmento de este capítulo explicando las muchas facetas del derecho de propiedad intelectual así como sus divisiones y subdivisiones, podemos adelantar que los derechos sobre la propiedad intelectual permiten al dueño de la idea, invención y/o creación usufructuar de sus lucros y beneficios.

En este sentido, la falsificación puede ser definida como la utilización del derecho de propiedad intelectual ajeno para obtención de ganancias propias. Muy interesantes y siguiendo esa misma línea de pensamiento son las palabras de Tim Philips¹⁹: "...si aceptamos la existencia de los derechos de propiedad intelectual, la falsificación es lo mismo que robar algo que no nos pertenece. " Buscando interpretar las palabras de Tim Philips, podemos decir que cuando uno copia un determinado producto cuya creación o invención pertenece a otra persona o entidad con el objetivo de imitar el original está robando, además de la idea, el beneficio económico que correspondería al dueño de la invención.

Esta es una definición bastante sencilla y práctica pero que no abarca todos los aspectos relacionados al término. Sin embargo, no podemos olvidar que legalmente la falsificación es sobretodo una violación al derecho de propiedad intelectual y por lo tanto un crimen.

¹⁹ Phillips, Tim, Knockoff: The Deadly Trade in Counterfeit Goods, 1ª Edición, publicado simultáneamente en Reino Unido y Estados Unidos en el año 2005 por la editora Kogan Page.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

En otras palabras y según una visión más volcada a los negocios, David M. Hopkins, Lewis T. Kontnik y Mark T. Turnage²⁰ definen la falsificación como la duplicación consciente de un producto por una persona o entidad que busca usurpar la marca y el derecho de propiedad intelectual de otra persona o entidad. Esto significa que los falsificadores fabrican un producto de determinada marca sin adquirir una licencia para hacerlo y sin pagar regalía o canon correspondiente.²¹

Por lo tanto, el falsificador se puede aprovechar del valor inherente de la marca sin tener que pagar los costos de construcción la misma, además de no tener la obligación y el compromiso de producir en el mismo nivel de calidad que la marca genuina.

Desde el punto de vista jurídico, podemos tomar como base el inciso a) del artículo 31 de nuestra Ley de Marcas²² que considera la falsificación un delito y la define como la reproducción o imitación fraudulenta de una marca registrada. De hecho, el delito se consuma con la fabricación material de la marca en cuestión; por ejemplo, con la impresión de etiquetas que las contengan, con la fabricación del envase cuando éste sea característico de la marca protegida; en fin, con todo acto que permita la materialización del signo distintivo ajeno.

Complementado el aspecto legal, la falsificación es una violación del derecho de propiedad intelectual protegido por las leyes internacionales de propiedad intelectual o por las leyes específicas que regulan la propiedad intelectual en cada país.

²⁰ Hopkins, David M., Kontnik, Lewis T., Turnage, Mark T., Counterfeit Exposed: Protecting your Brand and Customers, 1ª Edición, Publicado simultáneamente en Estados Unidos y Canadá en el año 2003 por la editora JohnWiley&Sons.

²¹ Regalía o canon son la traducción al español de la palabra inglesa "royalty". Una regalía o royalty es el pago que se realiza al titular de derechos de autor, patentes o marcas registradas a cambio del derecho a usarlos. En algunos países hispanohablantes se emplea más el término inglés royalty en su forma plural (royalties).

²² Ley No. 22.362 publicada el 2/1/1981.



.....

Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

Según lo expuesto, podemos armar una definición bastante amplia: la falsificación es el hecho de reproducir cualquier obra literaria y/o artística comprendiendo escritos de toda naturaleza y extensión (entre ellos los programas de computación o softwares), o cualquier producto industrial, a través de la imitación, perjudicando a su autor, inventor o poseedor de los

derechos de propiedad intelectual. Asimismo, considerando los objetivos de este trabajo,

tenemos la siguiente tabla para definir la falsificación y piratería de software y hardware:

Tabla 1. Definición de falsificación o piratería de Software y Hardware.

Falsificación o piratería de Software

El hecho de copiar, reproducir, usar y manufacturar software sin la autorización de su autor, inventor o poseedor de los derechos de propiedad intelectual. Siendo que el uso no autorizado puede abarcar la copia o el downloading de un programa, la comercialización de un software copiado ilegalmente, y hasta la misma "sobre utilización" corporativa. Ésta se dá cuando una empresa compra menos licencias de uso de software que número de usuarios reales; buscando burlar la obligación de pagar la cantidad de licencias realmente necesarias.

Falsificación o piratería de Hardware

El hecho de copiar, reproducir, y manufacturar hardware sin la autorización de su autor, inventor o poseedor de los derechos de propiedad intelectual.

Fuente: Elaboración propia.



.....

Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

4.2 La Propiedad Intelectual: Definición legal y la armonización del concepto en el ámbito internacional.

Sin duda, para entender la magnitud del delito de falsificación o piratería es necesario entender antes la propiedad intelectual. En otras palabras, primeramente hace falta entender cómo están protegidas las creaciones de la mente humana, para determinar y clasificar el delito que consiste en la usurpación de las mismas.

El concepto original de propiedad intelectual está muy bien representado en las palabras de Thomas Jefferson²³ "...si alguien piensa en una manera mejor de hacer las cosas, inventa algo nuevo, o simplemente diseña algo de una manera más linda y/o eficiente, debe cosechar los beneficios (económicos) de su talento y esfuerzo". Aunque no sea el objetivo de nuestro trabajo debatir sobre los principios de la propiedad intelectual, vale destacar que esa "protección" basada en el pensamiento liberal encuentra muchos obstáculos cuando consideramos el aspecto social y público relacionado al registro de ideas. El mismo Thomas Jefferson, en 1813 ya reconocía como complicada la tarea de garantizar la merecida protección a los inventores y al mismo tiempo no monopolizar los derechos sobre determinada idea.

En el siglo pasado, la convención que estableció la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) en el año 1967, ya nos brindaba un listado de contenidos generales protegidos (o que deberían estar protegidos) mundialmente por los derechos de propiedad intelectual:

Trabajos literarios, artísticos y científicos;

²³ Thomas Jefferson fue el tercer presidente de los Estados Unidos, primer Secretario de Estado y principal autor de la declaración de la independencia americana. Político, hombre de Estado, arquitecto y educador, fue miembro activo de la "Comisión para la Promoción de las Artes Útiles" (o en inglés original "Commissioners for the Promotion of Useful Arts") también conocida como la Comisión de Patentes, predecesora de la primera oficina de patentes, además de ser uno de los autores de la Ley de Patentes del año 1793.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

- Representaciones y transmisiones artísticas y musicales;
- Invenciones en todos los campos del conocimiento humano;
- Descubrimientos científicos;
- Diseños industriales;
- Marcas de productos, marcas de servicios, nombres y designaciones comerciales;
- Protección contra competencia desleal;
- Cualquier otro derecho resultante de actividad intelectual en los campos industrial, artístico, literario o científico.

Casi todas las legislaciones actuales están basadas en esos mismos conceptos. Algunas explican y detallan más profundamente cada actividad mientras otras son más primitivas. Sin embargo, aquellos 184 países miembros de la OMPI, cuyo compromiso es fomentar la protección de la propiedad intelectual en todo el mundo, adoptan el mismo criterio del listado²⁴.

Habitualmente se suele dividir la propiedad intelectual en dos categorías: (1) la propiedad industrial, que incluye las invenciones, patentes, marcas, dibujos, modelos industriales e indicaciones geográficas de origen; y (2) el derecho de autor, que abarca las obras literarias y artísticas, tales como novelas, poemas, obras de teatro, documentos de referencia, periódicos y programas informáticos, bases de datos, películas, composiciones musicales y coreografías; obras artísticas como pinturas, dibujos, fotografías y escultura; obras arquitectónicas; publicidad, mapas y dibujos técnicos.

²⁴ Ver listado completo de los países miembros en el Anexo 3.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

Entonces, para la protección de bienes inmateriales, se encuentran los derechos de propiedad industrial como procedimientos y procesos. Se trata de un tipo de derecho por los que el Estado le reconoce a su titular la propiedad sobre una denominación de un producto (marca), una tecnología o invención (patente), o un determinado diseño (modelo y dibujo industrial), y le otorga un monopolio de explotación en el mercado. Didácticamente conviene dividir la propiedad industrial en dos esferas principales:

- La primera se caracteriza por la protección de los signos distintivos, en particular marcas de fábrica o de comercio (que distinguen los bienes o servicios de una empresa de los de otras empresas) e indicaciones geográficas (que identifican un producto como originario de un lugar cuando una determinada característica del producto es imputable fundamentalmente a su origen geográfico). La protección de esos signos distintivos tiene por finalidad estimular y garantizar una competencia leal y proteger a los consumidores, haciendo que puedan elegir con conocimiento de causa entre diversos productos o servicios.
- A la segunda categoría pertenecen las invenciones protegidas por patentes, los dibujos y
 modelos industriales y los secretos comerciales. Este tipo de propiedad industrial se protege
 fundamentalmente para estimular la innovación, la invención y la creación de tecnología.

Por otro lado, el derecho de autor es un término jurídico que describe los derechos concedidos a los creadores por sus obras. En otras palabras, el derecho de autor otorga al autor el derecho de reproducir, disponer, distribuir o vender su creación como le parezca. Nótese que aunque el principal objetivo social de la protección del derecho de autor y de los derechos conexos es fomentar y recompensar la labor creativa, en la mayoría de los casos el derecho de autor protege la expresión tangible de una idea y no verdaderamente la idea.



Maestría en Administración – MBA Dra. Maria Tereza M. Machado

Podemos ilustrar el concepto del párrafo anterior con el siguiente ejemplo: un determinado software o programa de computación para facilitar el manejo empresarial denominado hipotéticamente "Empresa Fácil" está protegido por el derecho de autor, pero no están protegidos la idea general, los procedimientos, los métodos de operación o los conceptos matemáticos en sí, necesarios para hacer un software cuyo objetivo es facilitar el manejo empresarial.

Para mejor visualización del concepto aquí explicado, tenemos el siguiente gráfico:

Gráfico 1. Cómo se divide la propiedad intelectual

Fuente: Elaboración propia.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

Así como se señala en el gráfico, el hardware y el software²⁵, además de cumplir con funciones distintas, poseen características distintas y, por ese motivo, tenemos que el hardware pertenece a la categoría protegida por los derechos de propiedad industrial, es decir, el hardware se encuentra protegido legalmente por derechos de propiedad industrial, mientras el software pertenece a la categoría protegida por el derecho de autor.

En este sentido, en el ámbito de la industria tecnológica, el crimen, ilícito y/o delito consiste en la producción, distribución y/o reproducción ilegal del software y/o hardware. Conforme a la explicación mencionada, ambas modalidades infringen las leyes de propiedad intelectual.

Vale aclarar que comprar un software significa en realidad comprar una licencia para usar el software, y esta licencia especifica la forma legal de usar dicho software. Cualquier uso que se haga más allá de lo estipulado en la licencia constituye una violación de ésta y como vimos, de las leyes que amparan los derechos de propiedad intelectual (particularmente del derecho de autor).

Por otro lado, la falsificación de hardware consiste en copiar el producto y su presentación de forma que parezca original y también consiste en una grave violación de las leyes que amparan los derechos de propiedad intelectual (particularmente de la propiedad industrial).

En la mayoría de los casos, los gobiernos nacionales son responsables de establecer las leyes de propiedad intelectual y garantizar a los individuos, grupos, empresas e industrias el cumplimiento de los derechos de propiedad intelectual sobre sus creaciones. Aunque las reglas se diferencien de país en país, las patentes, la propiedad industrial y la propiedad intelectual y otros derechos relacionados son conceptos que fueron armonizados a nivel mundial a través de innumerables convenciones mundiales y tratados internacionales.

²⁵ No hay una traducción para la palabra Hardware, tampoco hay una traducción para la palabra Software. Sin embargo, definimos al hardware como el substrato físico en el cual existe el software. Asimismo, entendemos por software a los programas y datos almacenados en un ordenador, es decir, el componente intangible de un ordenador.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

En este sentido, como fue mencionado en el comienzo de este segmento, destacamos a la OMPI por su importancia y gran contribución para el desarrollo de los derechos de la propiedad intelectual en el ámbito mundial. La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual cuenta con 184 países miembros y, como parte de las Naciones Unidas, hoy día sigue siendo referencia primaria cuando el foco es la protección de los derechos de propiedad intelectual en la esfera internacional²⁶.

Aunque anecdótico, es interesante mencionar que la necesidad de protección a nivel internacional de la propiedad intelectual remonta al año 1873, cuando algunos inventores rehusaron su participación en "La muestra Internacional de Invenciones de Viena" por miedo a que se les copiasen o robasen las creaciones. Así que 10 años más tarde, en 1883, se celebró la "Convención de París para la Protección de la Propiedad Industrial".

Este convenio, suscrito en París el 20 de marzo de 1883 y revisado en varias oportunidades²⁷, tenía la finalidad de establecer una reglamentación que protegiera, de la manera más amplia posible, la propiedad industrial, incluyendo no solamente las marcas, las patentes, las invenciones y los dibujos o modelos, sino también la garantía de la libre y leal competencia. Hoy en día La Convención de París es administrada por la OMPI juntamente con otros 23 tratados y acuerdos internacionales relacionados a la protección de los derechos de propiedad intelectual²⁸.

Seguramente la protección de los derechos de propiedad intelectual es un tema al cual los gobiernos y la industria han asignado una alta prioridad, sobre todo recientemente. Esto también se refleja en las acciones multilaterales que se han tomado en el ámbito nacional e internacional, las cuales analizaremos detalladamente a continuación:

²⁶ Ver listado completo de los países miembros en el Anexo 3. Para más información consultar: www.wipo.org

²⁷ Revisado en Bruselas el 14 de diciembre de 1900, en Washington el 2 de junio de 1911, en La Haya el 6 de noviembre de 1925, en Londres el 2 de junio de 1934, en Lisboa el 31 de octubre de 1958, en Estocolmo el 14 de julio de 1967 y enmendado el 2 de octubre de 1979.

²⁸ El listado completo de todos los tratados vigentes y administrados por la OMPI se encuentra en el Anexo 5.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

 Reconocimiento y cumplimiento de los derechos relacionados con la propiedad intelectual en el marco del ADIPC - Acuerdo sobre Aspectos Relacionados con el Comercio de los Derechos de la Propiedad Intelectual;

 Incremento del trabajo conjunto entre gobierno e industria a través de organizaciones como OMPI, INTERPOL y WCO - World Customs Organization;²⁹

Revisión y discusión de temas como la falsificación y la piratería en el contexto de la cumbre
 G8, con el objetivo de desarrollar soluciones globales más eficaces.

El Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC) de la Organización Mundial del Comercio (OMC), negociado en la Ronda Uruguay (1986-94), incorporó por primera vez normas sobre la propiedad intelectual en el sistema multilateral de comercio.

El ADPIC, también conocido por sus siglas en inglés TRIPS (Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights), es el acuerdo entre todos los miembros de la OMC que requieren la protección y el cumplimiento de los derechos de propiedad intelectual. Válido desde el 1º de enero de 1995, el ADIPC es el acuerdo más completo sobre derechos de propiedad intelectual a la fecha, abarcando derechos de propiedad intelectual, industrial, de autor y derechos relacionados, como los derechos de artistas, productores de grabaciones de sonido y organizaciones de difusión.

²⁹ En 1952, se estableció formalmente el "Consejo de Cooperación Aduanera", en inglés Customs Cooperation Council (CCC). En 1994, después de años de crecimiento de la cantidad de miembros, el consejo adoptó el nombre de "Organización Mundial Aduanera", en inglés World Customs Organization (WCO) reflejando más claramente su transición a una institución intergubernamental verdaderamente global. Ahora es la voz de 171 administraciones de aduanas en todos los continentes en todas las etapas de desarrollo económico. Hoy, los miembros del WCO son responsables de procesar más del 98% de todo el comercio internacional. Para más información consultar la página http://www.wcoomd.org/ie/En/en.html



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

Es importante destacar que el grado de protección y observancia de esos derechos variaba considerablemente en los distintos países del mundo y, a medida que la propiedad intelectual fue adquiriendo mayor importancia en el comercio, esas diferencias se convirtieron en una fuente de tensiones en las relaciones económicas internacionales³⁰. Así pues, se consideró que la manera de que hubiera más orden y previsibilidad y se pudieran resolver más sistemáticamente las diferencias era establecer nuevas normas comerciales internacionalmente convenidas en la esfera de los derechos de propiedad intelectual.

Asimismo, el ADIPC es un intento de reducir las diferencias en la manera de proteger esos derechos en los distintos países del mundo y de someterlos a normas internacionales comunes. En lo que concierne a la economía digital e informática, los países miembros de la OMC continúan implementando el ADIPC al tiempo que consideran nuevas disposiciones para adaptarlo a las demandas de la industria tecnológica.

El hecho de que se hayan incrementado las acciones conjuntas entre gobiernos e instituciones privadas se debe indudablemente al hecho de que la falsificación está cada vez más organizada, globalizada y peligrosa.

Ése es el motivo por el cual, asociaciones entre empresas privadas y gobiernos se unen a través de alianzas, tratados y organizaciones mundiales que buscan desesperadamente armonizar y hacer cumplir el derecho de propiedad intelectual internacionalmente. En este sentido, al ejemplo de la OMPI, destacada al principio del capítulo por su importancia y gran contribución para el desarrollo de los derechos de propiedad intelectual en el ámbito mundial, se suman otros ejemplos como: el IIPI (International Intellectual Property Institute)³¹ y el INTA (International Trademark Association).³²

-

³⁰ De hecho conforme afirma Robert M. Sherwood en su libro Propiedad Intelectual y Desarrollo Económico, en términos muy generales los países con economías avanzadas tienden a ser aquellos que poseen un sistema de propiedad intelectual considerado razonablemente efectivo en salvaguardar la innovación y la expresión creativa. Inversamente, los países en vías de desarrollo tienden a tener sistemas de protección a la creatividad intelectual en los cuales el sector privado no deposita mucha confianza.

³¹ El IIPI es una corporación privada y sin fines de lucro situada en Washington, D.C. Como organización internacional de fomento al desarrollo, el IIPI se dedica a difundir el conocimiento y la comprensión del uso de la propiedad intelectual como una herramienta para el desarrollo económico, particularmente en países en vías de desarrollo: http://www.iipi.org/index.asp



.....

Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

Finalmente, comprobando la preocupación de los gobiernos mundiales con la creciente amenaza de la piratería y de la falsificación, en el marco de la última cumbre del G8 en Heiligendamm³³, las 8 naciones más poderosas e industrializadas afirmaron que un sistema de propiedad intelectual totalmente funcional es un factor esencial para el desarrollo sostenible de la economía global y la promoción de la innovación. Asimismo, reconocieron la importancia de hacer más eficiente y armonizar el sistema internacional de propiedad intelectual (sobretodo en lo que se refiere a patentes) para mejorar la adquisición y la protección de los derechos de patentes mundialmente.

Conscientes de que las ventajas de la innovación para el desarrollo económico son erosionadas por las infracciones a los derechos de propiedad intelectual, y el comercio de mercancías pirateadas y falsificadas amenaza la salud y la seguridad de los consumidores en todo el mundo y particularmente en los países más pobres, en la cumbre se reafirmó el fuerte compromiso de combatir la piratería y la falsificación a nivel global.

Más allá de la discusión y de las conclusiones obvias, vale decir que la cumbre concretamente avaló una serie de iniciativas objetivando más cooperación entre los miembros del G8 y la entrega de resultados más efectivos, que serán medidos en la próxima reunión anual de la misma. Entre esas iniciativas destacamos:

³² El INTA es una asociación sin fines de lucro fundada en Estados Unidos en 1878 por 17 comerciantes y fabricantes que vieron la necesidad de una organización que protegiera y promoviera los derechos de los dueños de las marcas registradas. Hoy la organización cuenta con más 5.000 miembros distribuidos en más de 190 países: www.inta.org

Reunión del grupo de las 8 Naciones más industrializadas del mundo realizada en Heiligendamm, Alemania del 6 al 8 de junio de 2007. Los miembros del G8 son: Alemania, Francia, Reino Unido, Italia, Japón, Estados Unidos, Canadá (desde 1976) y Rusia (desde 1998).



.....

Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

- La bienvenida de la declaración de la comunidad industrial de todos los países miembros del G8: "Strategies of G8 Industry and Business to Promote Intellectual Property Protection and to Prevent Counterfeiting and Piracy" documento que destaca las acciones que las compañías privadas están tomando con el objetivo de asegurar los derechos de propiedad intelectual interna y externamente, y mantener sus cadenas de producción y distribución libres de mercancías pirateadas y falsificadas.
- La aprobación de las pautas para la cooperación entre la aduana y las autoridades de frontera: "Guidelines for Customs and Border Enforcement Cooperation" diseñadas para consolidar la cooperación y la coordinación entre las aduanas y las entidades nacionales responsables de la aplicación de la ley.
- La aprobación de nuevas pautas para asistencia técnica en lo que concierne a la protección de los derechos de propiedad intelectual: "Guidelines for Technical Assistance on Intellectual Property Rights Protection" en los países en vías de desarrollo que estén interesados, con el objetivo de mejorar el mecanismo de ayuda ya existente en tales países y construir la capacidad necesaria para combatir el comercio de mercancías falsificadas y pirateadas. Se acordó con ciertos países en vías de desarrollo (China, India, Brasil, Sudáfrica y México) el lanzamiento de planes piloto con esa finalidad, buscando consolidar la aplicación de la protección del derecho de propiedad intelectual acordado. El progreso en estos planes experimentales será repasado por el G8 en 2008.
- El respaldo a las recomendaciones de mejorar las acciones conjuntas de los países miembros del G8 para combatir con seriedad y de forma organizada los crímenes relacionados a la propiedad intelectual, facilitando y promocionando la cooperación internacional con respecto a la investigación y al procesamiento de esos crímenes.



Maestría en Administración – MBA	Dra. Maria Tereza M. Machado

 El probable establecimiento de un grupo especial con foco en el cumplimiento de los derechos de propiedad intelectual y el combate a la piratería (IPR Task Force), cuya finalidad sería mejorar el funcionamiento de la protección y la aplicación internacional de los derechos de propiedad intelectual.³⁴

-

³⁴ El documento completo que resume los temas discutidos en la cumbre está en el "Summit Declaration" publicado el 7 de junio de 2007, que puede ser consultado en: http://www.g-8.de/Content/EN/Artikel/__g8-summit/anlagen/2007-06-07-gipfeldokument-wirtschaft-eng,property=publicationFile.pdf



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

4.3 Qué es una marca y cómo la falsificación afecta el valor de la misma.

Como vimos, para la protección de bienes inmateriales, como procedimientos y procesos existen los derechos de propiedad industrial. Es el tipo de derecho por los que el Estado reconoce y otorga al titular de una marca, una patente, o un determinado modelo y/o dibujo industrial un monopolio de explotación en el mercado.

Considerando que la falsificación afecta principalmente a productos con nombres de marcas fuertes e importantes en donde se pueden obtener grandes ganancias, sin el costo de investigación y desarrollo, marketing, publicidad y demás costos pertenecientes a la estructura empresarial, dedicamos este capítulo al estudio de la marca y sus variantes.

Como se ha visto anteriormente, el derecho de propiedad industrial se caracteriza por la protección de los signos distintivos, que acá separamos en dos categorías:

- Las marcas de fábrica o de comercio: que distinguen los bienes o servicios de una empresa de los de otras empresas;
- Las indicaciones geográficas: que identifican un producto como originario de un lugar cuando una determinada característica del producto es imputable fundamentalmente a su origen geográfico.

La protección de esos signos distintivos tiene por finalidad estimular y garantizar una competencia leal y proteger a los consumidores, haciendo que puedan elegir con conocimiento de causa entre diversos productos o servicios.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

Sencillamente entonces, podemos definir la marca como el signo que distingue un producto o servicio de otro. Esta definición es la más simple y objetiva, y según Jorge Otamendi³⁵, puede completarse con otras funciones que la marca cumple. Sin embargo, la naturaleza esencial de la marca es distinguir productos o servicios.

Hay opiniones distintas entre los autores más antiguos, como Eugene Pouillet, quien considera que la función esencial de la marca es indicar origen³⁶. No obstante, Poillet coincide que la marca es lo que le da a la mercadería su individualidad cuando afirma que la marca es al mismo tiempo una garantía para el consumidor y para el fabricante; para el consumidor, que se asegura que le entreguen el producto que él quiere comprar; para el fabricante que encuentra así un medio de distinguirse de sus competidores.

Complementado, para Philip Kotler³⁷, considerado una de las principales autoridades del marketing moderno, una marca es un nombre, término, signo, símbolo o diseño, o una combinación de los anteriores, cuyo propósito es identificar los bienes o servicios de un vendedor o grupo de vendedores, y diferenciarlos de los de la competencia.

Vale destacar que siempre mencionamos la marca como referencia de bienes o servicios porque la marca del servicio goza de la misma protección y está sujeta a los mismos trámites que la marca de un producto. La imitación de una marca ajena es una maniobra fraudulenta, y acarrea las mismas consecuencias hacerlo con una marca de productos o servicios. En definitiva, ambas son signos distintivos.

Actualmente la función de identificación de origen es más bien una función secundaria de la marca. La forma de producir a través de prestatarios de servicios, concesión de licencias o franquicias quita importancia al factor 'origen', es decir una misma marca puede tener talleres y/o fábricas en distintos y distantes lugares.

³⁵ Otamendi, Jorge, Derecho de Marcas, 6ª Edición, Buenos Aires, 2006.

³⁶ Pouillet, Eugene, Traité des marques de fabrique et de la concurrente deloyale et tous genres, 6ª Edición, Paris. 1912.

³⁷ Kotler, Philp, Dirección de Marketing, 10^a Edición, México, 2000.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

Otra función de la marca es la de garantizar una calidad uniforme. Aunque la producción sea transnacional, el interés del titular de la marca en mantener la calidad uniforme es enorme. Considerando que es mucho más difícil ganar posiciones en el mercado que perderlas, el titular de la marca no deseará frustrar al consumidor que espera encontrar en el producto o servicio determinada constancia en calidad.

La marca también cumple una función publicitaria, es decir, es el medio a través del cual el producto o servicio será conocido. Por ello, la marca funciona como el nexo entre el producto o servicio y el consumidor.

Además de las funciones desempeñadas por la marca, es muy importante entender el valor de una marca, pues de esa manera se puede establecer una relación entre el daño causado por la falsificación y el valor que tiene determinada marca en el mercado. El valor de la marca está relacionado con los siguientes factores:

- Lealtad de los clientes hacia la marca: las marcas fuertes confieren valor intangible mucho más allá del desempeño mismo de los productos. Las marcas que hacen ésto poseen una gran lealtad del consumidor.
- El grado de reconocimiento del nombre de la marca: la notoriedad puede ser nacional, regional o internacional.
- La calidad percibida de la marca: los precios son más altos si la marca goza de una calidad percibida más alta.

Una marca realmente ha desarrollado valor cuando posee una connotación clara, única y sobre todo asociada a elementos intrínsecos, es decir relativos a la naturaleza del producto. En otras palabras, que tiene valor es una expresión que significa que la marca ofrecida puede satisfacer una necesidad o deseo, llenar un requerimiento o proporcionar un beneficio.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

Dicho beneficio puede ser funcional, en cuanto se desprenda de las características físicas del producto o servicio, o en cuanto se desprenda de su desempeño; pero también puede ser de tipo social y psicológico. Esa posibilidad puede explicar por qué el consumidor elige comprar productos falsificados de marcas de lujo, tratando de satisfacer necesidades psicológicas como el sentimiento de pertenencia y/o auto-afirmación, aunque en realidad no pueda acceder económicamente al producto genuino.

En la medida en que la marca se vuelve valiosa para el público, también se vuelve valiosa para quien la ofrece, de ahí que deba ser considerada como uno de los activos tangibles más importantes de quien la posee. En este sentido, las 10 marcas mundiales más valiosas en 2007 fueron Coca-Cola, Microsoft, IBM, GE, Nokia, Toyota, Intel, McDonalds, Disney, y Mercedes. El valor de la marca Coca-Cola fue de 65,324 millones de dólares, mientras el valor de Microsoft fue de 58,709 millones de dólares³⁸.

Reiterando, para establecer el valor de la marca como un activo, son medidos los siguientes indicadores: su conocimiento, recordación y preferencia; su calidad percibida, las asociaciones mentales positivas que el público hace de ella, la aceptación o preferencia que éste le brinda, la satisfacción ofrecida a sus clientes y la fidelidad de compra que logra entre ellos a través del tiempo. Es decir que para llegar al valor tangible son considerados los valores intangibles que no se producen en la fábrica, ni en la oficina, sino que se construyen en la mente del público.

En teoría, cuanto más cree el consumidor en la marca, más valor le devuelve la marca a la empresa. Sin embargo, si hay productos falsificados de por medio, el valor que debería devolver la marca al negocio será fuertemente disminuido. El consumidor puede creer en la marca, pero puede comprar el producto falsificado; consecuentemente, la ganancia de la venta no llega al dueño de la marca.

Asimismo, el consumidor que cree en la marca y compra productos falsificados puede no quedar satisfecho con el desempeño y/o calidad del producto y atribuir su insatisfacción a la marca y no efectivamente a la copia pirateada adquirida.

-

³⁸ En el Anexo 6 se puede encontrar el ranking de las 100 marcas mundiales más valiosas en 2007, según la publicación de la revista Business Week. El ranking es confeccionado anualmente por la consultora Interbrand (http://www.interbrand.com), especialista en el desarrollo y gestión de marcas.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

La falsificación, además de depreciar el valor de la marca, significa la necesidad de inversión económica extra para combatirla. En este sentido, para sostener el valor de la marca como un activo tangible, la empresa hoy en día tiene que:

- mantener e incrementar de forma constante la conciencia de la marca a través de inversión económica, hábil publicidad y excelente servicio comercial y atención al consumidor.
- trabajar constantemente para mantener o mejorar la calidad y funcionalidad percibidas y las asociaciones positivas, invirtiendo en investigación y desarrollo.
- disponer de recursos para combatir la falsificación, buscando minimizar la competencia de productos pirateados.

4.3.1 El derecho exclusivo sobre la marca.

Para la adquisición del derecho exclusivo sobre la marca, la misma tiene que ser registrada. El sistema de registro de marcas varía de país en país, adoptando dos posibles modalidades: sistema declarativo y sistema atributivo.

La ley argentina, por ejemplo, ha adoptado el sistema atributivo, que atribuye el derecho a quien obtiene el registro de la marca. La propiedad de una marca y la exclusividad de uso se obtienen con su registro. Esto implica la posibilidad de excluir a otros en el uso de la marca registrada, o de cualquier otra que puede producir confusión o de otra manera afectar ese derecho exclusivo.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

El derecho exclusivo que el registro de la marca otorga se circunscribe al ámbito territorial de cada país. Ni la marca registrada tiene exclusividad fuera del territorio donde está registrada, ni las marcas registradas en otro país gozan de derechos en países donde no están registradas.

Por otro lado, el sistema declarativo es aquel en el que el derecho exclusivo deriva del uso y el registro es efectuado con posterioridad al uso de determinada marca. Estados Unidos, por ejemplo, adhiere al sistema declarativo. Ello significa que allí el derecho sobre las marcas se adquiere exclusivamente como consecuencia de su uso, de modo que para que el registro pueda ser efectuado es necesario acreditar el uso previo de la marca.

Sin embargo, la falta de registro de la marca no significa que la misma esté totalmente desprotegida. En todas las legislaciones hay cantidad de casos donde se ha reconocido valor a la marca usada aunque haya sido registrada con posterioridad. Casi siempre se apela a los principios generales del Derecho (que no reconoce valor a los actos inmorales o contrarios a las buenas costumbres) para decidir a favor de una marca no registrada.

Asimismo, tenemos la ley penal, que en la mayoría de las legislaciones considera delito criminal y castiga la falsificación de una marca ajena. Sin duda la falsificación es considerada un artificio para engañar al consumidor; por ende, un fraude. Así que si la marca está registrada, el remedio legal brinda una ley específica de marcas, pero si no hay registro previo, y hay una intención dolosa en confundir que se manifiesta en la imitación o falsificación, el remedio lo puede brindar la ley penal.



.....

Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

4.4 Factores que explican el crecimiento de la falsificación a nivel mundial.

De acuerdo a lo ya afirmado, cualquier producto hoy día puede ser ilegalmente copiado. Sin embargo, los falsificadores apuntan a los productos cuyos márgenes de beneficio son más altos. Considerando los riesgos de detección, las penas potenciales, el tamaño de los mercados que podrían ser explotados y los desafíos tecnológicos y logísticos en producir y distribuir la producción, los falsificadores buscan copiar principalmente los productos con nombres de marcas fuertes e importantes en donde se pueden obtener grandes ganancias, sin el costo de investigación y desarrollo, marketing, publicidad y demás costos pertenecientes a la estructura empresarial.

Si nos preguntamos por qué la falsificación se ha transformado en tamaño problema para la economía mundial, encontraremos cuatro factores principales que explican el crecimiento exponencial de tal práctica en las últimas décadas:

1. La globalización de la producción, de la comercialización y de los mercados.

Aquí el concepto de globalización, así como descrito por Urlich Bech³⁹, debe ser entendido como la intensificación de los espacios, sucesos, problemas y conflictos transnacionales:

"La globalidad quiere decir que se rompe la unidad de Estado Nacional y de la sociedad nacional y se establecen unas relaciones nuevas de poder y competitividad, unos conflictos y entrecruzamientos entre, por una parte, unidades y actores del mismo Estado Nacional y, por la otra, identidades, espacios, situaciones y procesos sociales transnacionales"

³⁹ Bech, Urlich, "¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización", Barcelona, Editorial Paidós, 1998.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

El desarrollo de mercados multinacionales sin duda ha proporcionado una fantástica oportunidad para grandes corporaciones; sin embargo, el hecho de que una marca sea conocida en cada rincón del planeta también permite el exitoso desarrollo del comercio de productos falsificados. Aplicando el concepto de Urlich Bech y tal cual discutido en las clases de "Globalización y Posmodernidad" la oportunidad transnacional también genera un problema o conflicto transnacional.

Con la globalización y la apertura de fronteras vino la posibilidad de producir en determinada región y distribuir la producción en otra. En este sentido también para las redes de falsificación no es problema producir en Asia y vender en cualquier otra parte del mundo. El principio del libre comercio es el mismo para empresarios y falsificadores: buscar maximizar las ganancias y minimizar los costos. Además de la utilización de la misma cadena logística mundial, la economía global trajo otro grave problema: que las fábricas subcontratadas o licenciadas para manufacturar artículos en remotas regiones del planeta son muchas veces las mismas que también producen los productos pirateados. La falta de control de la cadena de producción, la disponibilidad de insumos y mano de obra y el conocimiento de cómo hacer el producto genuino son sólo algunos factores que llevan a una producción paralela.

Como una ilustración muy interesante de este primer factor podemos citar el caso vivido por la conocida fabricante de chicles Wrigley Chewing Gum Co. A fines de los años 80, Wrigley Chewing Gum Co. decidió expandir sus negocios hacia China. Construyó fábricas en Guangdong y en Shangai, y a principios de los años 90 empezó una fuerte campaña de marketing para promover el hábito de mascar chicle en aquel país. El resultado fue que las ventas se dispararon. Según una encuesta de AC Nielsen en 2001, los chinos mascaban 20 billones de chicles cada año y 46% de este número correspondía a chicles de la marca Wrigley. China era el segundo mayor mercado para la compañía después de Estados Unidos, con una tasa de crecimiento que alcanzaba 10% al año.

⁴⁰ Conceptos transmitidos por el Prof. Roberto Martínez Nogueira durante el desarrollo de las materias "Globalización y Posmodernidad" y "Análisis Organizacional" de la Maestría en Administración, FCE – UBA, 2004.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

Todo iba bien hasta que en el año de 2003 en la ciudad de Guangzhou fue descubierta una organización criminosa que, además de falsificar el chicle utilizando insumos peligrosos y no comestibles, poseía camiones iguales a los de la empresa Wrigley Chewing Gum Co. trabajando en la misma ruta de distribución original. Adicionalmente los falsificadores pagaban una suma de dinero a los dueños de los puntos de venta del chicle para que aceptasen vender el chicle que pretendía ser de Wrigley Chewing Gum Co.⁴¹

Claramente Wrigley Chewing Gum Co fue una víctima más del desarrollo de mercados multinacionales que en contrapartida permitió el desarrollo de la falsificación y del comercio ilegal de su marca.

2. La gran disponibilidad de tecnología y fácil acceso a la misma.

La facilidad de acceder a la información hoy día es infinita si consideramos Internet, sus herramientas de búsqueda y la comunicación electrónica⁴². Internet sigue siendo uno de los avances más significativos del último siglo y se ha convertido, literalmente, en sinónimo tanto de recolección como de distribución de información. Asimismo, el incremento que ha presentado recientemente la penetración de la banda ancha⁴³ ha acelerado aún más la expansión de Internet, donde se puede encontrar y acceder rápidamente ya sea a abundante información sobre los productos y las marcas como a ideas y métodos de cómo falsificarlas.

-

⁴¹ Esa historia fue narrada por el investigador privado de la empresa Wrigley Chewing Gum Co y publicada en "The Detroit Economic Club" el 15 de septiembre de 2003.

⁴² "La comunicación electrónica posibilita algo que hasta ahora era imposible: la toma de contacto activa, simultánea, y reciproca entre actores individuales traspasando cualquier frontera de país, religión y continente. Bech, Ulrich "¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización". Barcelona, Editorial Paidós, 1998.

⁴³ La banda ancha se refiere esencialmente a una conexión de alta velocidad con Internet que permite transferir información a tasas mucho más rápidas que las permitidas por los módems "de discado" de banda angosta. El rasgo clave de la banda ancha es un ancho de banda más alto (hasta 50 veces más rápido que el "discado"), lo cual permite transmitir datos a altos volúmenes más rápidamente. Adicionalmente, la utilización de líneas de fibra óptica, redes inalámbricas avanzadas e innovaciones en materia de tecnología de redes aumenta cada vez más la conexión por banda ancha en el ámbito global, aumentando aún más tanto el ancho de banda como la capacidad de las conexiones de banda ancha existentes ofreciendo también alta calidad de conectividad.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

El advenimiento de la fotocopiadora a colores, scanners y computadores de alta definición hace la falsificación de documentos más fácil y de mayor calidad. Asimismo, el avance de la computación gráfica con impresoras digitales de última generación hace que replicar o copiar un logo o una etiqueta a la perfección sea una inversión de tiempo de apenas pocos minutos. El mismo mecanismo se aplica a la reproducción de CDs, DVDs y Softwares, donde la tecnología permite replicar música, películas y programas de computadoras de manera rápida y eficaz sin demasiada inversión de tiempo y capital.

3. La ausencia o falta de sanciones legales eficientes para los crímenes relacionados a la falsificación.

En la mayoría de los países la pena y la sanción para la falsificación son blandas; inclusive en los países considerados desarrollados, como Estados Unidos por ejemplo, que no tenía un estatuto federal criminal prohibiendo la falsificación hasta 1984. Para las empresas privadas, aun después de descubiertas acciones de falsificadores o identificados productos falsificados, es difícil conseguir el apoyo legal de las autoridades locales, que siempre están más preocupadas por crímenes aparentemente más hediondos como asesinato, secuestro o estupro.

Aunque el falsificador sea juzgado y sentenciado legalmente, la pena puede resumirse en el pago de una multa. Sin embargo y como veremos mas detalladamente en el próximo capítulo en el ítem 5.3 (La observancia y acatamiento de la norma relacionada a la Propiedad Intelectual) esta realidad está cambiando, aunque muy lentamente. En este sentido, también vale destacar que China y Rusia están en un proceso de crear, revisar y fortalecer sus respectivas legislaciones en lo que concierne a Derechos de Propiedad Intelectual, como exigencia para ser parte de la Organización Mundial del Comercio.

4. La influencia y participación del crimen organizado y organizaciones terroristas en la falsificación y piratería.



.....

Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

Hay cada vez más evidencias que relacionan organizaciones criminosas y actividades terroristas con la falsificación de productos. La falsificación fue la forma encontrada por algunas facciones terroristas y organizaciones mafiosas de recaudar fondos y financiar acciones

criminosas. 44 Sin duda, la relación entre el crimen organizado y la falsificación hace que combatir

las prácticas y actividades de piratería sea cada vez más difícil y peligroso.

En tal sentido, vale destacar las palabras de nuestro entrevistado Christopher Macolini⁴⁵, especialista en investigaciones en materia de violaciones de propiedad intelectual: "Los productos falsificados no crean fuentes legítimas de empleo, no pagan impuestos, y generalmente son manejados por grupos delictivos o marginalizados de la población. También las vías de contrabando de los productos falsificados, como también el movimiento de los fondos derivados de la venta de las mismas, muchas veces son las mismas que utilizan otras actividades ilegales como el tráfico de drogas y el lavado de dinero."

Los factores que contribuyeran y contribuyen a la potenciación del problema de la piratería y falsificación tienen una característica en común: son globales. En este sentido, la necesidad de crear conciencia a nivel privado y público de la necesidad de respetar los derechos de propiedad intelectual y luchar contra la piratería y falsificación también es un esfuerzo que tiene que ser global. Acá la palabra global puede tener un doble significado. El esfuerzo debe ser global en la medida en que contenga iniciativas multinacionales y en la media en que involucre todos los sectores de la sociedad.

-

⁴⁴ Lowe, Peter, Criminal Attacks – Anatomy of a Crime. Según esta publicación de la Cámara Internacional de Comercio, subdivisión Counterfeit Intelligence Bureau, en la década de los 90, después de una extensiva investigación, una empresa farmacéutica multinacional descubrió que uno de sus productos veterinarios fue falsificado por el IRA como forma de recaudar fondos para sus actividades terroristas.

⁴⁵ Christopher Macolini es especialista en realizar investigaciones globales, inteligencia de negocios, mitigación de riesgo y capacitación legal para entidades públicas y privadas en materia de violaciones de IP. Aproximadamente el 50% de las investigaciones de propiedad intelectual que efectúa son de índole tecnológico. Entrevista concedida al tesista el 31 de diciembre de 2007. La entrevista completa puede ser encontrada en la página 147.



.....

Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

4.5 La gravedad y la amenaza que representa la falsificación y la piratería a la industria de TIC.

Considerando que los falsificadores apuntan a copiar aquellos productos cuyos márgenes de beneficio son más altos, la industria de TIC es un blanco perfecto para operaciones y redes de falsificación cada vez más elaboradas y organizadas. Según ha advertido Jim Simmons, gerente del sector de Protección de Marcas de Qualcomm Inc., cuando le preguntamos su opinión acerca de lo mencionado arriba, la demanda y los márgenes son factores claves para explicar el interés de los falsificadores en la industria de TIC "...Counterfeit moves on two factors: volume and profit margin. The IT industry falls under the same two factors. Thanks to the internet, there are many IT products sold and due to the technology behind the products, high profit margins on various IT products." ⁴⁶

Le preguntamos a todas las empresas que tuvimos oportunidad de entrevistar, la razón por la cual creen que el sector de TIC es un blanco fuertemente buscado por los falsificadores a nivel global. Las respuestas de los entrevistados coinciden con la opinión de Qualcomm y además del factor rentabilidad, es importante destacar el punto de vista de Sherri Ronnebaum, abogada de Sterling Commerce, una empresa dedicada a producción de software: *Counterfeiting is difficult to identify and subsequently prove*⁴⁷.

Asimismo, vimos que los falsificadores buscan copiar principalmente los productos con nombres de marcas fuertes e importantes en donde se pueden obtener grandes ganancias, sin el costo de investigación y desarrollo, marketing, publicidad y demás costos concernientes a la estructura empresarial.

-

⁴⁶ "La falsificación se mueve según dos factores: volumen y margen de ganancia. Las industrias de TIC trabajan bajo esos mismos dos factores. Gracias a Internet, muchos productos de TIC son vendidos y debido a la tecnología detrás de los productos, se pueden lograr altos márgenes de ganancia en esos productos". Trecho de la entrevista concedida al tesista el 15 de enero de 2008. Versión completa en la página 150.

⁴⁷ Sterling Commerce es una empresa de AT&T Company dedicada al desarrollo y comercialización de softwares. Trecho de la entrevista concedida al tesista el 21 de Julio de 2008:"La falsificación es difícil de identificar y consecuentemente de probar". Versión completa en la página 178.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

De acuerdo a las evidencias presentadas por las autoridades gubernamentales correspondientes y los representantes de la industria, las actividades de falsificación y piratería ocurren actualmente en todas las economías. Los productos falsificados y pirateados que previamente eran distribuidos informalmente, actualmente se han infiltrado en las legítimas cadenas de distribución y pueden ser encontrados en los mismos estantes de los mismos locales que comercializan el producto genuino.

Por otro lado, el advenimiento de Internet y el crecimiento de la modalidad e-commerce funcionan como una plataforma importante para incrementar las ventas de falsificados. El ambiente cibernético es altamente atractivo para los falsificadores y vendedores de productos falsificados y pirateados que pueden alcanzar un gigantesco número de clientes actuando desde del anonimato.

En este sentido, al enfrentar la realidad de la falsificación, los efectos sufridos por la industria de TI y por los demás sectores industriales en general son los siguientes:

- a) Disminución del volumen de ventas. Al tener precios normalmente más bajos, las copias ilegales invaden el mercado y disminuyen la porción de mercado del producto genuino, que termina compitiendo con su versión falsificada. En este caso se puede afirmar que la pérdida de "market share" tiene dos componentes (i) ventas perdidas de aquellos consumidores que compran la copia falsificada creyendo comprar el producto genuino, y (ii) ventas perdidas de aquellos consumidores que son conscientes de estar comprando la copia falsificada.
- b) Presión del mercado para la reducción de los precios. Considerando la competencia con productos falsificados, la industria siente la necesidad de bajar sus precios para no perder aún más la porción de mercado, sobre todo en economías emergentes donde en la microeconomía la necesidad de ahorrar y pagar más barato es más importante que la lealtad hacia determinada marca. Así, el consumidor que busca solamente precio, no dudará en comprar el producto falsificado.



.....

Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

c) Valor de la marca y reputación de la empresa. Como vimos en el capítulo 4 en el ítem 4.3 (Qué es una marca y cómo la falsificación afecta el valor de la misma) una de las consecuencias más problemáticas de la piratería es el potencial daño a la marca y a la imagen de la empresa. Por ejemplo, los consumidores que inadvertidamente hayan comprado productos falsificados creyendo tratarse de genuinos culparán al fabricante del producto genuino si el mismo no cumple con sus expectativas. Si el consumidor no se da cuenta de que fue engañado, la pérdida de credibilidad hacia el producto o marca hace que el mismo no repita la compra y además comunique su insatisfacción a otros compradores potenciales. Por otro lado, la proliferación de versiones falsificadas de artículos de lujo hace que el artículo genuino sea menos deseable entre los consumidores habituales. En ese caso, la facilidad para cualquier consumidor común y corriente de obtener una versión falsificada de un producto de lujo deteriora el factor exclusividad.

- d) Royalties o Regalías. Para utilizar comercialmente o producir determinada marca o producto es necesario pagarle royalties o regalías al dueño de los derechos de propiedad intelectual. En otras palabras, el pago de royalty se realiza al titular de los derechos de propiedad intelectual a cambio del derecho a usarlos. Es casi innecesario decir que aquellos que comercializan o fabrican productos falsificados no pagan ningún tipo de royalty al dueño de la propiedad intelectual.
- e) Inversión. Los altos niveles de falsificación y piratería podrían reducir el interés de la empresa en invertir y desarrollar nuevos productos y procesos.
- f) Ámbito de operación. La falsificación y la piratería pueden afectar la esfera de actividades de la empresa. Una reducción de ganancias o innumerables pérdidas relacionadas a la reputación de la marca del producto pueden llevar a la suspensión o reducción de escala de fabricación del mismo.



Maestría en Administración – MBA	Dra. Maria Tereza M. Machado

g) Costos para combatir la falsificación y la piratería. Según se indica a continuación en la tabla 2, los dueños de los derechos de propiedad intelectual incurren en una variedad costos adicionales exclusivamente luchando contra la falsificación. Vale destacar que esos costos son puramente remediales o terapéuticos, ya que no se traducen en mejor calidad, innovación o cualquier mejoría en el producto, proceso o servicio. Por ese motivo son costos que podrían ser considerados como pérdidas sociales.

Tabla 2. Costos exclusivamente relacionados al combate de la piratería y la falsificación

Tipo de Costo	Características
Protección del producto	Modificaciones necesarias para prevenir o
	dificultar la falsificación.
Packaging	Packaging especiales, utilización de
	hologramas y tecnologías de rastreo para
	dificultar la actividad de los falsificadores.
Litigios	Acciones legales contra falsificadores y piratas.
Investigación	Investigaciones con el objetivo de detectar y
	detener operaciones de falsificación.
Cooperación con el sector público	Recursos utilizados para proporcionar soporte
	técnico, educación y entrenamiento para las
	entidades gubernamentales involucradas en el
	combate a la falsificación
Educación y Entrenamiento	Iniciativas para promover educación y
	entrenamiento interno y externo a la empresa,
	como por ejemplo charlas para clientes,
	revendedores, equipo de ventas, etc.
Responsabilidad	Posibilidad de reclamos y demandas legales
	provenientes de problemas causados por
	productos falsificados o pirateados.

Fuente: Publicación de la Organización para Cooperación Económica y Desarrollo (OECD).



Maestría en Administración – MBA Dra. Maria Tereza M. Machado

Por todo lo expuesto vemos que el problema es una grave amenaza cuyas consecuencias afectan de diferentes maneras a casi todas las áreas de la empresa. El objetivo general es llamar la atención del sector privado para un problema de grandes proporciones que debe ser combatido de forma continuada y estratégicamente organizada.

El sector privado tiene mucho que perder si no se organiza para combatir la falsificación de forma integrada y efectiva. En este sentido reiteramos la necesidad de tener recursos volcados a gestionar el tema internamente. Implementar y utilizar estrategias y procesos son herramientas indispensables para minimizar el impacto de la falsificación y piratería en los resultados de la empresa.



.....

Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

4.6 La globalización y las organizaciones volcadas al combate de la falsificación y la piratería.

Justamente por la globalidad y por las gigantescas pérdidas económicas involucradas, hay una infinidad de asociaciones, juntas y organizaciones nacionales e internacionales dedicadas al tema falsificación y piratería. Casi todos los países cuentan con organizaciones industriales para combatir la falsificación, ya sea a través de la creación y divulgación de programas anti-piratería, o presionando a las autoridades competentes para obtener sanciones y penas más duras para aquellos involucrados con actividades de falsificación y piratería.

En este sentido, la Asociación Francesa de Fabricantes mencionada en la introducción del trabajo es una de las pioneras. Fue fundada en 1877 por representantes de la industria farmacéutica francesa preocupados por la ola de medicamentos falsificados provenientes de Alemania. Hoy la asociación cuenta con más de 450 participantes que representan distintos rubros industriales, como productos de lujo, electrónicos, software, música, entre otros. Gracias a la presión ejercida a lo largo de sus 150 años de existencia, la asociación ha logrado que Francia tenga una de las legislaciones más duras cuando se trata de sancionar y punir a los falsificadores.

Eso prueba que en el sector privado, empresas que se sacan chispas en los mercados competiendo por los primeros lugares, en materia de piratería y falsificación se unen en asociaciones para atacar en conjunto al problema y a sus posibles generadores.

En este sentido y teniendo en cuenta que el foco de nuestro trabajo es la industria tecnológica e informática, no podríamos dejar de mencionar como ejemplo otra entidad multinacional conocida como Business Software Alliance – BSA, primera organización dedicada a promover un mundo digital seguro y legal. BSA es la voz de la industria mundial de software, hardware e Internet y sus miembros representan el sector de mayor y más rápido crecimiento del mundo.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

Establecida en 1988, BSA tiene programas en más de 80 países por todo el mundo y entre sus objetivos principales está la educación de consumidores en la gestión del software y protección del derecho de propiedad intelectual; promoción y orientación sobre seguridad en el cyber espacio, comercio electrónico (e-commerce) y otras actividades relacionadas con Internet.

Entre las organizaciones gubernamentales, la más destacada es la OMPI - La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, un organismo especializado del sistema de organizaciones de las Naciones Unidas. Su objetivo es desarrollar un sistema de propiedad intelectual internacional, que sea equilibrado y accesible y recompense la creatividad, estimule la innovación y contribuya al desarrollo económico, salvaguardando a la vez el interés público.

La OMPI se estableció oficialmente en 1967 y actualmente cuenta con 184 Estados miembros, es decir, más del 90% del total de países del mundo⁴⁸, cuyo compromiso es fomentar la protección de la propiedad intelectual en todo el mundo mediante la cooperación de los Estados y la colaboración con otras organizaciones internacionales⁴⁹. Su sede se encuentra en Ginebra, Suiza.

Más allá de los esfuerzos conjuntos realizados a través de los ejemplos de asociaciones mencionados, cada empresa y/o industria vive el desafío constante y diario de cuidar su marca, su producto y su mercado de la acción de falsificadores. Esos cuidados hacen parte de su supervivencia económica y dentro de la industria tecnológica el problema adquiere aún más relevancia. El crecimiento acelerado y el constante surgimiento de nuevas tecnologías desencadenan una industria paralela de productos falsificados que trabaja con la misma rapidez, proporcionando tecnología más barata; sin embargo, pirateada.

⁴⁸ La orientación estratégica, el presupuesto y las actividades de la OMPI son determinados por los Estados miembros, que se reúnen en asambleas, comités y otros órganos decisorios. Ver listado completo de los países miembros en el Anexo 3.

⁴⁹ La OMPI trabaja con los distintos interesados en el ámbito de la propiedad intelectual, entre los cuales se encuentran otras organizaciones intergubernamentales, organizaciones no gubernamentales (ONG) y representantes de la sociedad civil y las industrias relacionadas. Actualmente, 250 ONG y organizaciones intergubernamentales asisten a las reuniones de la OMPI en su calidad oficial de observadores. Ver listado completo en el Anexo 4.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

Capítulo 5

5.1 Análisis de Situación - La dimensión del problema.

Vimos en los capítulos anteriores el peligro que representa la falsificación en general así como también las pérdidas que esa práctica ilegal significa para los sectores público y privado. Si nos volcamos al ámbito tecnológico, los perjuicios tampoco son menores. En este capítulo nos dedicamos a dimensionar el problema a través de cifras y números concretos.

El impacto económico de la piratería y la falsificación pueden ser visualizados a través del gráfico 2, resultado de un estudio realizado por la Business Software Alliance – BSA⁵⁰ acerca de la piratería de software y hardware en las siguientes regiones: Europa Occidental, Asia/Pacifico, América del Norte, Europa Central y del Este, América Latina, Oriente Medio/África y Unión Europea.

Si comparamos los números del año 2006 respecto al año 2005, las pérdidas por piratería aumentaron en todo el mundo exceptuando en las regiones de Europa Occidental y la Unión Europea.

Ilustrando con más cifras, tenemos que en el año fiscal que finalizó en junio de 2001, como resultado de docenas de acciones legales promovidas por Microsoft en todo el mundo, fueron incautadas aproximadamente 2.7 millones de unidades de software y hardware falsificadas, con un valor de precio de venta al por menor de más de USS 781 millones.

-

⁵⁰ Información extraída del artículo "Expanding the Frontiers of our Digital future: Reducing Software Piracy to accelarate Global IT Business". Publicado en 2005 por Business Software Alliance (BSA): http://w3.bsa.org/idcstudy. La descripción de la Business Software Alliance está en la página 66.



Maestría en Administración - MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

2006 2005 \$10.630 Europa Occidental \$11.843 \$11,596 Asia Pacífico \$8,050 \$8.104 América del Norte \$7.686 \$4,124 Europa Central/del Este \$3.262 \$3,125 América Latina \$2.026 \$1.997 Oriente Medio/África \$1.615 Unión Europea \$12,048

Gráfico 2. Pérdidas en dólares por región en 2006 (Millones de dólares)

Fuente: Estudio comparativo realizado por la BSA e IDC - "Expanding the Frontiers of our Digital future: Reducing Software Piracy to accelarate Global IT Business"

La falsificación de software amenaza la capacidad de la industria de mantener su importante contribución a la economía nacional. De acuerdo con un estudio sobre piratería de software realizado por International Planning & Research Corp., durante el año 2000, la piratería de software resultó en la pérdida de 118.026 puestos de trabajo en Estados Unidos, aproximadamente USS 1.600 millones en ingresos tributarios y USS 5.600 millones en salarios.⁵¹

⁵¹ Información publicada en la página de Internet de Microsoft: http://www.microsoft.com. Consulta realizada en noviembre de 2007.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

En un análisis realizado por OECD – Organization for Economic Cooperation and Development (en español Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos)⁵² se estima que el comercio internacional de productos falsificados y pirateados habría alcanzado la cifra de 200 mil millones de dólares en 2005. Este total no incluye los productos falsificados producidos y consumidos domésticamente, ni el significativo volumen de productos digitales pirateados que son distribuidos vía Internet. Si estas categorías fuesen agregadas, la magnitud de la falsificación y de la piratería en escala mundial podría ser de varios cientos de miles de millones de dólares más.

Vale destacar que obtener informes y números exactos relacionados a la actividad de falsificación es extremadamente desafiante. Las cifras son estimaciones basadas en las operaciones de falsificación descubiertas por las autoridades competentes, la cantidad de productos falsificados aprehendidos en las aduanas, los allanamientos auspiciados por las empresas cuyos productos son blancos de falsificadores, etc. Esto significa que podemos establecer estimaciones con respecto al tamaño y al alcance de las actividades globales de falsificación, teniendo en cuenta aquellas operaciones cuyos resultados no fueron exitosos.

A menudo, incluso las mejores estimaciones discrepan. Aquí hay un ejemplo: según la Cámara de Comercio de los Estados Unidos el problema de la falsificación en la industria de entretenimiento local está costando a este sector aproximadamente \$8.1 mil millones de dólares cada año, mientras un estudio reciente de la cadena NBC/Universal calcula que el problema estaría entre los \$6.8 mil millones y \$7.3 mil millones de dólares⁵³. Sin embargo, en cualquiera de las fuentes mencionadas, la cifra es demasiado elevada y el daño tanto a la industria del entretenimiento como a muchas otras industrias es muy significativo.

Desde de su creación en 1961, la OCDE ha sido una de las fuentes de estadística comparable y datos económicos y sociales más confiables del mundo. Es una organización que cuenta con 30 países miembros y cuyo propósito es ayudar a los gobiernos a comparar las experiencias de sus políticas, buscar respuestas a problemas comunes, identificar buenas prácticas y coordinar políticas. Para más información: www.oecd.org

⁵³ Artículo publicado en la página del la "Brand Protection Alliance" (http://www.brandprotectionalliance.org) por Lynn G. Crutchfield – Counterfeiting 7 Truths.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

Los falsificadores profesionales operan de forma clandestina y bien organizada. Poseen buenos recursos económicos para financiar sus operaciones y habilidad para moverse rápidamente dentro de una red organizada y criminosa. Generalmente utilizan las grandes rutas de transporte y flujos de exportación para países con grandes mercados consumidores para hacer que la mercadería falsificada alcance, por ejemplo, las calles de América del Norte o Europa.

La falsificación y la piratería son negocios ilícitos en los cuales prosperan las redes criminales. Es de conocimiento público que los artículos producidos y distribuidos por falsificadores son a menudo muy inferiores al nivel normal y pueden incluso ser extremadamente peligrosos, amenazando y poniendo en riesgo la salud y la seguridad de los consumidores. Como vimos anteriormente, no faltan ejemplos de casos de medicamentos, alimentos, bebidas, auto partes, piezas de avión y tantas otras mercaderías falsificadas que directa o indirectamente han causado miles de muertes⁵⁴.

Además de provocar serios daños en el ámbito micro-económico, si pensamos macroeconómicamente, la falsificación y la piratería debilitan la innovación, la inversión, la capacidad de recaudación de impuestos y la capacidad de crecimiento de la industria local, piezas claves para el desarrollo económico de cualquier país o región.

La magnitud y los efectos de la falsificación y de la piratería son de tal importancia que obligan a la acción conjunta y sostenida de gobiernos, empresarios, industria, corporaciones y consumidores. Así como una legislación más eficaz es crítica en este sentido, la necesidad de obtener el apoyo del sector consumidor también es clave para combatir la expansión de la falsificación y la piratería.

Si consideramos los sectores perjudicados por la problemática de la falsificación, podemos enumerar los siguientes efectos y las principales preocupaciones concernientes a cada uno de ellos:

⁵⁴ De acuerdo al South China Business Journal, se calcula que en China mueren al año entre 200.000 y 300.000 personas por consumir medicamentos falsos o de calidad inferior. Sin embargo, es posible que esta estadística "oficial" no refleje el número verdadero de casos, que podría ser mayor o menor.



.....

Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

Para los gobiernos: (i) el impacto negativo en la innovación, inversión y desarrollo

- Para los gobiernos: (i) el impacto negativo en la innovación, inversión y desarrollo económico, (ii) la amenaza al bienestar de los consumidores y (iii) los recursos substanciales que generan a las redes criminales, al crimen organizado y a otros grupos que amenazan y corrompen a la sociedad.
- Para el sector privado: (i) el impacto negativo que tienen en las ventas la empresa tendrá que competir con productos piratas y por ende enfrentar una disminución de la demanda, (ii) la erosión del valor y de la reputación de la marca en el mercado, (iii) el incremento de los costos relacionados con el combate sistemático de actividades de falsificación y piratería.
- Para el consumidor: (i) riesgos significativos a la salud y a la seguridad, (ii) insatisfacción y frustración generados por el bajo nivel de desempeño de los productos falsificados y pirateados.

Reiterando, el problema además de ser global, afecta a todos los sectores de la sociedad. Por este motivo, el esfuerzo para combatirlo y minimizar sus efectos nocivos debe ser conjunto. En otras palabras, la creación y aplicación de leyes más severas para los falsificadores debe ser parte de un plan que abarque, por ejemplo, una campaña para educar al consumidor en lo que concierne al peligro de comprar productos falsificados.

En relación al sector privado, es nuestro objetivo demostrar cuáles son las medidas que pueden ser tomadas para minimizar el daño causado por las actividades de falsificación y piratería en sus operaciones corporativas. Aunque el foco del trabajo sea el sector tecnológico, hay prácticas que pueden ser trasladadas a otros sectores. En el ítem 5.5 del capítulo 5⁵⁵ y 7⁵⁶ detallamos qué puede hacer la empresa para preservar su marca y su mercado ante la amenaza de la falsificación.

⁵⁵ Capitulo 5: Análisis de situación, Ítem 5.5 ¿Por qué invertir en recursos destinados a combatir la falsificación?

⁵⁶ Capitulo 7: Recomendaciones - mejores prácticas para combatir la falsificación y minimizar su impacto negativo para el negocio.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

Considerando la demanda de productos falsificados, es importante destacar que existen dos tipos de consumidores: aquel que compra productos pirateados involuntariamente, creyendo que ha comprado artículos genuinos; y aquel que compra con conocimiento artículos falsificados o pirateados a menor precio.

Aunque dedicamos el ítem a continuación (5.2 El perfil del consumidor) para explicar algunos de los factores que motivan el comportamiento del consumidor en relación a la compra de bienes falsificados, podemos adelantar lo siguiente: dado que la demanda está sometida a factores socio-económicos, que difieren drásticamente de acuerdo al país o región, el grado de conocimiento de los consumidores que compran artículos falsificados o productos pirateados depende de las características de tales productos. Por ejemplo, los consumidores que comprarían con conocimiento la ropa falsificada sin ninguna vacilación, pueden no tener ningún interés en comprar productos farmacéuticos falsificados.

Respeto a la magnitud de la producción y consumo, remarcamos que los productos falsificados se están produciendo y se están consumiendo en prácticamente todas las economías del mundo. No obstante, los países emergentes de Asia son sin duda la región que produce en mayor escala y cantidad.

También es evidente que los productos pirateados se están comercializando (virtualmente o no) en todas las economías. Sobre todo si consideramos que el advenimiento de Internet y la modalidad de e-commerce funcionan como una importante plataforma para incrementar las ventas de falsificados.

Aunque los niveles de consumo de productos falsificados parecen ser más altos en las economías donde predominan los mercados informales, los patrones de consumo varían. Oriente Medio, por ejemplo, es el principal mercado para las partes automotoras falsificadas, mientras el consumo de los productos falsificados relacionados al tabaco parece más extenso en economías en vías de desarrollo en América Latina, África y Asia.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

Controles eficaces en la distribución de productos farmacéuticos han limitado agudamente la distribución de artículos falsificados en muchas economías. Hay, sin embargo, serios problemas con los medicamentos falsificados (de bajísimo desempeño y altísimo riesgo para la salud) notablemente en África. Los problemas con los medicamentos falsificados son también evidentes en Europa y Norteamérica, con la divulgación de un número significativo de productos incautados.

Componentes eléctricos, alimentos y bebidas, además de artículos de tocador y productos para el hogar, aparecen en mercados por todo el mundo, como África, Asia y América Latina. De forma semejante, la piratería de música, películas y software es significativa en todas las economías.

Así como la magnitud de la falsificación y de la piratería tiende a ser más alta en economías en vías de desarrollo o emergentes, también sus efectos son quizás más nocivos y pronunciados. Los altos niveles de piratería son explicados en parte por los regímenes legales relativamente débiles sumados a la falta de cumplimento de las leyes relacionadas.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

5.2 El perfil del consumidor

Aunque la relación entre el consumidor y el producto falsificado haya sido mencionada en capítulos anteriores, vale la pena una breve reflexión sobre el comportamiento del consumidor y las razones por las cuales el mismo compra productos falsificados o pirateados.

Primeramente, para entender el comportamiento del consumidor es fundamental entender el proceso de decisión de compra. El comportamiento del consumidor está conformado por una multitud de variables externas e internas que influencian el propio proceso de decisión de compra.

Se han propuesto varios modelos de comportamiento del consumidor, pero exceden el ámbito de este trabajo incluirlos aquí. En este sentido, elegimos el diagrama simplificado propuesto por David L. Loudon y Albert J. Della Bitta ⁵⁷, que representan de forma organizada los factores externos e internos que han sido identificados como los factores de mayor influencia en el comportamiento del consumidor.

Tal cual como se ha estudiado en la materia Marketing Avanzado de la Maestría⁵⁸, el diagrama está compuesto por tres grandes secciones: (1) variables ambientales externas que inciden en la conducta, (2) determinantes individuales de la conducta y (3) proceso de decisión del comprador:

_

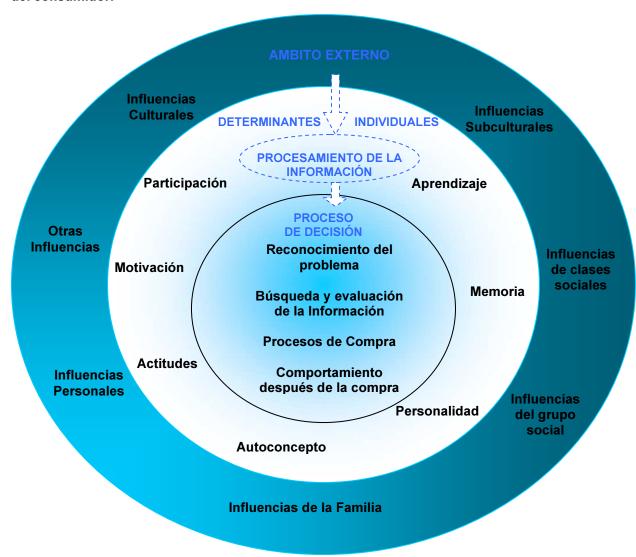
⁵⁷ Loudon, David L., Della Bitta, Albert J., Comportamiento del Consumidor - Conceptos y Aplicaciones - Cuarta Edición, 1995, Publicada por McGraw-Hill Interamericana de México S.A de C.V.

⁵⁸ Conceptos transmitidos por el Dr. Jorge Stern y Miguel Ángel Vicente durante el desarrollo de la materia Marketing Avanzado de la Maestría en Administración, FCE – UBA, 2004.



Maestría en Administración – MBA Dra. Maria Tereza M. Machado

Diagrama 1. Modelo simplificado del proceso de decisión para estudiar el comportamiento del consumidor.



Fuente: Adaptación del diseño original del "Modelo simplificado del proceso de decisión para estudiar el comportamiento del consumidor" presentado en el libro "Estudio del comportamiento del Consumidor, Loudon L. David y Albert J. Della Bitta, McGraw-Hill, 1995.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

El ambiente externo representado en el círculo exterior se compone de factores ambientales específicos que influyen en los valores y la conducta del individuo: cultura, subcultura, clase social, grupo social, familia, influencia personal (efectos que en un individuo produce la comunicación con otros) y otras influencias (efectos de los medios masivos, acontecimientos nacionales, dinero en efectivo que dispone el comprador).

En el círculo interior están los determinantes individuales que impulsan el comportamiento del individuo: aprendizaje, memoria, personalidad, auto concepto, actitudes, motivación y participación. Vale destacar que los factores externos no influyen directamente sobre los consumidores; al contrario, son muchas veces modificados por factores internos o determinantes individuales.

La expresión "procesamiento de la información" designa las actividades que los consumidores llevan a cabo cuando adquieren, integran y evalúan información. El procesamiento de la información sufre la influencia tanto del medio ambiente como de los determinantes individuales y lleva al consumidor al inicio del proceso de decisión de compra, ubicado en la parte central de la figura. Los pasos fundamentales del proceso de decisión del consumidor respecto a los productos y servicios son: reconocimiento del problema, búsqueda y evaluación de la información (interna y externa), procesos de compra (opciones de local, marca) y comportamiento después de la compra (satisfacción o insatisfacción).

Respecto a la compra de productos falsos, además de los factores que llevan a una decisión de compra, es necesario tener en cuenta dos tipos de consumidores: los que saben que los productos son falsos y aquellos que no lo saben.

Cuando el consumidor sabe que los productos son falsificados y aún así realiza la compra, el hecho de que el producto sea falsificado no le preocupa. En este sentido, los motivos de la compra pueden ser:



.....

Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

- El deseo de acceder a cierta clase de bienes, dado que detentarlos les produce un cierto estatus social, pero no pueden o no quieren pagar el precio del producto genuino. Las etiquetas de los diseñadores de ropa de marca entran en esta categoría.
- La atracción por productos falsos y consecuentemente más baratos cuya funcionalidad o rendimiento aparentemente no se ven afectados por el hecho de que el producto sea falso. Por ejemplo, una versión pirata de un programa de computación que eventualmente puede funcionar igual que la versión legítima, y la música copiada en formato digital que puede ser oída casi en la misma calidad que el CD genuino del cual fue hecha la copia.
- La percepción de que es un delito menor, a pesar de que es una acción ilegal.⁵⁹ A continuación, cuando hablamos de la observancia y acatamiento de la norma relacionada a la Propiedad Intelectual (ítem 5.3 del capítulo) profundizamos un poco más sobre la percepción de la ilegalidad.
- La gran disponibilidad y la facilidad con la cual se encuentra y se compra un producto falsificado. Muchas veces el plazo de entrega de un producto pirata es inferior al plazo de entrega de la versión genuina. 60
- El deseo de comprar un producto antes de que el mismo esté licenciado, homologado o disponible en el país. Es el caso de lanzamientos de la industria tecnológica, que muchas veces demoran más en determinadas regiones que en otras. Los consumidores aflictos por tener la vanguardia tecnológica, prefieren adquirir una copia falsificada a tener que esperar el arribo del producto genuino al país.

⁵⁹ En diciembre de 2006, la consultora Ipsos – Mora y Araujo ha publicado un informe sobre consumo de productos falsificados en la Argentina. Respecto al nivel de acuerdo con la ilegalidad de la acción de comprar productos falsificados, 67% de los 1.200 entrevistados consideran que la compra de productos pirateados es una acción ilegal, mientras 25% considera que no lo es.

⁶⁰ Según un informe sobre falsificación y piratería elaborado a pedido de la Cámara de Comercio de los Estados Unidos por Gallup Consulting en 2007 "Counterfeiting in the United States - Behaviors and Attitudes", la "fácil disponibilidad" es el factor más comúnmente apuntado como factor de influencia en la decisión de comprar un producto falsificado.



Maestría en Administración – MBA	Dra. Maria Tereza M. Machado

Por otro lado, existe aquel consumidor que no sabe que está adquiriendo un producto falsificado. En este caso, la razón por la que se adquieren bienes falsos es porque el consumidor no puede diferenciar el bien falso del bien genuino. De acuerdo a lo explicado en el capítulo 4, ítem 4.4 (Factores que explican el crecimiento de la falsificación a nivel mundial), el avance tecnológico y su utilización por parte de los falsificadores ha permitido mejores copias tanto del producto como del embalaje, confundiendo la percepción del consumidor.



Maestría en Administración - MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

5.3 La observancia y acatamiento de la norma relacionada a la Propiedad Intelectual.

Socialmente existen condiciones para que determinada ley sea eficaz. Generalmente, hablando de las leyes relacionadas a los derechos de propiedad intelectual, tales condiciones no se cumplen por completo, y por ese motivo las leyes que regulan el derecho de propiedad intelectual suelen ser clasificadas como ineficaces.

Acá el significado de eficacia es la existencia social del derecho, donde la norma se cumple y hay acatamiento y obediencia de la misma por parte de la sociedad. La ineficacia del régimen jurídico que regula los derechos intelectuales se hace realidad cuando normalmente las normas no se acatan y no se aplica la sanción correspondiente.

Según el Prof. Andrés Sánchez Herrero, subdirector del Centro de Propiedad Intelectual de la Universidad Austral en Buenos Aires, Argentina ⁶¹, las condiciones básicas que deben existir para garantizar la eficacia de una ley son las siguientes:

• Existencia de reglas claras que limiten la transgresión: el crimen es más probable si las limitaciones son bajas y las motivaciones son altas. Cuando hablamos de crímenes contra la propiedad intelectual, la falta de objetividad de la ley aumenta la tendencia al delito, mientras el poder atractivo de los bienes sujetos a la protección legal incrementa la motivación para cometer el delito.

⁶¹ El Prof. Andrés Sánchez Herrero fue uno de los panelistas del "Seminario Anual de Propiedad Intelectual en el Sector Público y Privado" y presentó el tema "Observancia de Propiedad Intelectual". El seminario fue organizado por la Cámara de Comercio de los Estados Unidos en la Republica Argentina – AMCHAM –el día 11 de septiembre de 2007.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

Conductas controladas o existencia de control: por la falta de control, la regla no se aplica totalmente en casos de delitos contra la propiedad intelectual. En los seres humanos, la tendencia a cometer menos delitos está relacionada al hecho de ser descubierto. El miedo al "peligro" de ser descubierto es muy bajo en los infractores o falsificadores, entonces el control de la conducta no funciona, no logra frenar la tendencia al delito.

 Sanción coherente a la violación de la regla: si las personas perciben que tienen más para perder cuando piensan en hacer algo que está en contra la ley existente, hay una tendencia a cometer menos delitos. Sumado a la falta de control eficiente, la falta de sanción coherente no frena la motivación al crimen relacionado a la propiedad intelectual.

Más allá de las condiciones que sostienen la eficacia de las normas de propiedad intelectual, existen dos factores hoy en día que incrementan la motivación para cometer el delito. El primer factor es la condición atractiva del bien o mercadería, y el segundo factor es la existencia de modelos criminales exitosos.

Como mencionamos anteriormente, la probabilidad de que ocurra un delito es mayor cuando las limitaciones (control) son bajas y las motivaciones son altas. La piratería y los ilícitos de propiedad intelectual generan grandes ganancias en la medida en que copian ilícitamente un capital intelectual totalmente desarrollado (sin necesidad de inversión en investigación y desarrollo se encuentran con un mercado consumidor totalmente consolidado). Sin importar la escala de la operación pirata ilegal, el atractivo está en la facilidad de obtener ganancia sin grandes esfuerzos y/o inversión.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

La existencia de modelos criminales exitosos significa la existencia de un ejemplo de persona que comete un delito y no es sancionada. En el ámbito de los delitos de propiedad intelectual es muy fácil encontrar este tipo de ejemplo, sobre todo si consideramos el fácil acceso a la tecnología. En otras palabras, la gran disponibilidad de tecnología y fácil acceso a la misma hace que "bajar" música y/o software de Internet ilegalmente sea una tarea de pocos minutos. En este sentido, copiar o comercializar un CD o DVD es casi una práctica común en la sociedad moderna.

La motivación es mayor cuando existen las creencias favorables al delito. En este sentido, la percepción distorsionada de que copiar y comercializar CD o DVD ilegalmente es un hecho de viveza fortalece la creencia favorable al delito. El individuo que rompe la regla y comete infracción no es considerado un delincuente y posiblemente sea visto como un "vivo". Sobre todo entre los jóvenes adolescentes esta percepción lleva a la imitación de un comportamiento que en teoría es totalmente ilegal.

Aunque el camino sea arduo y bastante largo hay indicios de cambios favorables en relación a la mentalidad de la sociedad. Dichos cambios se reflejan en una mayor eficacia de las autoridades competentes. Un ejemplo real es la condena de una mujer en Estados Unidos por la obtención ilegal de música a través de Internet. En ese caso, las empresas discográficas Capitol Records, Warner Bors, y Sony BMG lograron una sentencia favorable contra la piratería, donde la demandada deberá pagar en concepto de daños la suma de 220.000 dólares por 24 canciones bajadas ilegalmente de Internet⁶².

Este tipo de precedente legal es positivo en la medida en que demuestra a la sociedad que, independientemente de la escala y la actividad, la violación de la propiedad intelectual es un crimen y debe ser sancionado como corresponde.

-

⁶² Noticia extraída del diario argentino La Nación, publicada el día 06 de octubre de 2007. La nota completa está en el Anexo 7.



.....

Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

5.4 La fuerza económica de la industria tecnológica mundial y los beneficios que podrían ser cosechados bajando los niveles de piratería y falsificación.

Analizando el sector de TIC desde el punto de vista económico, este segmento representa a nivel global más de un trillón de dólares por año. Si juntamos los sectores de hardware, software y servicios relacionados, obtenemos las siguientes cifras: 1,1 millón de dólares en negocios que mantienen 11 millones de puestos de trabajo de alta remuneración que generan 900 mil millones de dólares anuales en impuestos y tasas⁶³. Estos números son, sin duda, testigos de la fuerza económica de un sector que aún no ha desarrollado todo su potencial de crecimiento y que desafortunadamente pierde fortunas combatiendo el mercado de piratería y falsificados.

El crecimiento de la industria de información tecnológica beneficia ampliamente al sector privado y a la macroeconomía. Al mismo tiempo en que posee un crecimiento más acelerado en relación a otros segmentos industriales, el sector de TIC crea trabajos mejor remunerados y profesionales mejor posicionados en el mercado, impulsa la productividad de otros sectores agregando mayor valor a la producción y contribuye a elevar los estándares de vida del ciudadano común.

La relevancia del sector también se refleja en el valor alcanzado por las marcas de software, hardware y servicios relacionados. En la última evaluación realizada por la consultora Interbrand, especialista en el desarrollo y gestión de marcas⁶⁴, podemos observar cómo cotizan las principales marcas del sector de TIC.

Conforme vemos en la tabla 3, entre las 20 marcas mundiales más valiosas, 6 son representantes de la industria de información tecnológica, siendo que el segundo y tercer puesto son ocupados respectivamente por Microsoft e IBM.

⁶³ Información extraída del paper publicado en diciembre de 2005 por BSA – Business Software Alliance: Expanding the Frontiers of our digital future – Reducing Software Piracy to Accelarate Global IT Benefits.

⁶⁴ En el Anexo 6 se puede encontrar el ranking de las 100 marcas mundiales más valiosas en 2007, según la publicación de la revista Business Week. El ranking es confeccionado anualmente por la consultora Interbrand (http://www.interbrand.com), especialista en el desarrollo y gestión de marcas.



Maestría en Administración – MBA	Dra. Maria Tereza M. Machado

Tabla 3. Posicionamiento de las marcas de TIC en el ranking de las 20 marcas mundiales más valiosas.

Posición	Nombre de la marca	Valor (US\$ Millones)	País de Origen
2	Microsoft	58,709	Estados Unidos
3	IBM	57,091	Estados Unidos
7	Intel	30,954	Estados Unidos
12	Hewlett-Packard	22,197	Estados Unidos
18	Cisco	19,099	Estados Unidos
20	Google	17,837	Estados Unidos

Fuente: Elaboración propia en base a la publicación de Interbrand.

La capacidad de crecimiento, combinada con la habilidad de sumar valor a los demás segmentos económicos, explica la enorme contribución del sector tecnológico a la economía mundial de la cual representa un 2,5%. Según un estudio realizado en 2005 por Business Software Alliance e IDC⁶⁵, corporaciones y consumidores a nivel mundial gastarán más de 1 trillón de dólares en software en los próximos 4 años.

Tal pronóstico encuentra respaldo en aspectos y tendencias reales como la interconectividad económica mundial y la transformación casi absoluta de la información en algo digital. En este sentido la industria de TIC y particularmente el sector de software representan la clave para la inserción económica. Cuanto más rápido crezca la industria de información tecnológica, más rápido crecerán los negocios, los puestos de trabajo, la recaudación de impuestos y otras oportunidades relacionadas.

Sin embargo, el crecimiento continuo, la innovación y demás beneficios a otros sectores de la economía aportados por la industria de información tecnológica son amenazados y perjudicados a nivel mundial por la piratería y la falsificación. La tasa de crecimiento y las oportunidades y beneficios generados por el sector tecnológico están inversamente relacionados con la tasa de piratería existente en cada país. En otras palabras, para mayor desarrollo económico es necesaria menor tasa de falsificación y piratería.

⁶⁵ International Data Corporation, IDC, es una empresa global líder en investigación y pronósticos de mercado en la industria de tecnología de información.



Maestría en Administración – MBA Dra. Maria Tereza M. Machado

Una menor tasa de piratería significa el usufructo de mayores y mejores beneficios de la industria de TIC, traducidos en mayor número de puestos de trabajo con mayor valor agregado, mejor productividad, más oportunidades de negocios, mayor recaudación de impuestos, más opción para los consumidores y mejora en los estándares de vida.

Los países con menores tasas de piratería disfrutan más de esos beneficios mientras los países con tasas de piratería más elevadas sufren una pérdida cuantitativa y cualitativa en relación a los mismos beneficios. A nivel ilustrativo, la tabla siguiente nos muestra la tasa de piratería en TIC en el año 2004 en las principales regiones del planeta: América Latina, Asia/Pacífico, Unión Europea, Medio Oriente/África, Este Europeo (no integrantes de la Unión Europea) y finalmente América del Norte (Estados Unidos, Puerto Rico y Canadá).

Tabla 4. Tasa de piratería por región

Región	Tasa de Piratería en 2004
Asia y Pacifico	53%
América Latina	66%
Unión Europea	35%
Este Europeo	44%
América del Norte	22%
Medio Oriente y África	58%

Fuente: Elaboración propia en base a la publicación de BSA e IDC.

Vale destacar que a pesar de que su tasa de piratería es la más alta de todas las regiones, el sector de TIC en América Latina se ha convertido en una industria de 25,000 millones de dólares en la que operan 48,000 empresas, trabajan casi 600,000 personas y se generan casi 6,900 millones de dólares al año en impuestos.



Maestría en Administración – MBA	Dra. Maria Tereza M. Machado

Estos números revelan el gran impacto económico del sector de TI en los países de nuestra región y nos llevan a pensar los beneficios que podrían ser cosechados si se vuelven más estrictas y se hacen cumplir las leyes de propiedad intelectual buscando una reducción de los niveles de piratería.

Cabe destacar que para la investigación del IDC, la tasa de piratería en América Latina fue consolidada teniendo en cuenta once países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, República Dominicana, México, Panamá, Perú, Uruguay y Venezuela. En la tabla 5 podemos observar las tasas de piratería para cada uno de esos países:

Tabla 5. Tasa de piratería por país en América Latina.

País	Tasa de Piratería en 2004
Argentina	75%
Brasil	64%
Chile	64%
Colombia	55%
Costa Rica	67%
Republica Dominicana	77%
México	65%
Panamá	70%
Perú	73%
Uruguay	71%
Venezuela	79%

Fuente: Elaboración propia en base a la publicación de BSA e IDC.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

Como se ha mencionado anteriormente, los países con tasas de piratería más altas en la región son los mismos que obtendrían mayores beneficios si lograran mayores reducciones en los niveles de la misma. Chile, México y Colombia están entre los 5 países con menor nivel de piratería en la región y son justamente los países cuya industria de TI tuvo mayor crecimiento entre 2000 y 2004.

Si consideramos la reducción de los niveles de piratería en el sector tecnológico, tenemos el beneficio directo e indirecto de varios sectores de la sociedad. A continuación detallamos cuáles serían esos beneficios para consumidores, emprendedores, innovadores, trabajadores, gobierno y sector económico en general cuando se logra bajar la tasa de piratería:

- Consumidores Los consumidores se benefician al tener más diversidad y diferentes
 opciones, además de mayor competitividad si la tasa de piratería es menor. Con la utilización
 de softwares legales en lugar de ilegales, los consumidores tienen servicio de soporte,
 productos más confiables y con mejor desempeño, acceso a actualizaciones (upgrades y
 updates), y protección contra ataques de virus.
- Trabajadores y/o empleados Los trabajadores y/o empleados se benefician al tener empleos mejor remunerados cuando la tasa de piratería disminuye. La reducción de la piratería favorece la creación de mayor cantidad de puestos de trabajo formales. En conjunto con otra característica del sector que es ofrecer puestos de trabajo mejor remunerados que otros puestos de trabajo del sector privado, los empleados de ese sector pueden contar con más y mejores oportunidades de empleo.
- Innovadores Los innovadores se benefician mediante la posibilidad de tener una compensación económica por su creación. Asimismo, la reducción de la piratería permite mayor libertad para crear, sin miedo a que su creación sea robada o copiada ilegalmente. Los innovadores del sector de TI invierten grandes cantidades de dinero en la creación, diseño, programación y lanzamiento de nuevos productos en el mercado. Ellos dependen de la ganancia generada por aquellos productos para obtener el retorno de su inversión y de esa manera financiar el desarrollo de nuevos productos.



.....

Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

- Emprendedores Los emprendedores se benefician al tener nuevas y mejores oportunidades de mercado relacionadas al crecimiento de la industria de TI. Si la tasa de piratería disminuye, nuevas oportunidades aparecen en el mercado formal, como por ejemplo, actividades de marketing, ventas, distribución, servicio, packaging, etc. Cada paso rumbo a la disminución de la piratería favorece la creación de empresas y negocios locales que contratan más empleados que pagan más impuestos y que proporcionan un mayor crecimiento de la economía local.
- Gobiernos Además de una mayor recaudación impositiva, los gobiernos se benefician al tener la economía local fomentada por más y mejor remunerados puestos de trabajo. El propio crecimiento generado en la industria de IT como principal consecuencia de la reducción de la piratería lleva a una expansión económica local.

Por todo lo expuesto, hay razones suficientes para creer que la reducción de la piratería solamente puede traer consecuencias positivas a todos y cada uno de los sectores de la sociedad. En este sentido, el esfuerzo para lograr tal reducción debe ser continuo y compartido entre industria, gobierno, empresarios y consumidores.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

5.5 ¿Por qué invertir en recursos destinados a combatir la falsificación?

Vimos que es imposible para las industrias de TIC negar la existencia y/o la amenaza que representa la falsificación y la piratería a su negocio. Nadie está a salvo de, tarde o temprano, tener sus productos y su marca ilegalmente copiados. En tal sentido, es necesario adaptarse rápidamente a esta realidad, buscando implementar de manera eficiente alternativas para minimizar el daño y el perjuicio causado por la falsificación y la piratería.

Reiteramos que según una publicación de la AGMA y de la compañía KPMG, los productos falsificados llegan a representar casi el 10% del total del mercado de TIC. Ese porcentaje representa alrededor de \$100 mil millones de dólares en memorias, componentes, conectores, monitores, placas de red, softwares, baterías y una infinidad de otros productos falsificados que son comercializados en el mercado global.

Ciertamente, \$100 mil millones de dólares es una cifra demasiado elevada para ser ignorada por las principales industrias del sector. Como dijo George Parry, gerente de seguridad de Xerox Corporation: "La falsificación y la piratería son una significante preocupación para Xerox, así como lo son para la mayoría de las compañías. Actividades ilegales como éstas, claramente dañan la compañía, sus ganancias y principalmente sus clientes." 66

Al igual que Xerox, las demás empresas que tuvimos oportunidad de entrevistar, también cuentan con un equipo exclusivamente dedicado al tema falsificación y piratería. Cisco, Nokia, Motorota, Microsoft, Dolby Laboratories y Qualcomm han tomado conciencia de la necesaria inversión en recursos internos destinados a combatir la falsificación y la piratería como requisito para proteger su marca, sus clientes y su propio negocio.

-

⁶⁶ Parte de una entrevista concedida por George Parry, gerente de seguridad y protección a la marca de Xerox Corporation, para la publicación conjunta de la Cámara de Comercio de los Estados Unidos, Coalition Against Conunterfeit and Piracy – CACP y Accenture: "No trade in Fakes – Supply Chain Tool Kit" en 2006. La entrevista completa puede ser consultada en la página 174.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

El combate a la falsificación en la industria de TIC involucra demasiados aspectos y factores que deben ser gestionados de manera conjunta. La problemática no se soluciona con acciones aisladas de determinados sectores internos. Por ejemplo, no basta con que el sector jurídico tome las debidas providencias legales en relación a un falsificador, mientras el cliente no sabe cómo proceder si sospecha que fue engañado y ha comprado un equipo pirata.

Las empresas de TIC deben ser inteligentes y apostar a la integración de medidas eficaces como solución para minimizar la consecuencia negativa que la falsificación representa para todo el negocio. Entonces, esa integración de medidas y acciones debe ser gestionada por un grupo o persona que será responsable de trazar un plan continuo y coherente con la realidad del negocio, buscando proteger el mismo de la falsificación y la piratería.

Según se ha mencionado anteriormente, la empresa inteligente que todos los días enfrenta un número mayor de cuestiones que a la vez son de creciente complejidad, cuando asume públicamente la existencia de un problema de falsificación y piratería, debe estar preparada para proporcionar, al mismo tiempo, protección, solución y respuestas sobre el tema. Es natural pensar que clientes, revendedores, distribuidores, proveedores y demás colaboradores (internos y externos) cobrarán respuestas y acciones.

Definitivamente, la falsificación y la piratería representan una amenaza directa al "core business" y, consecuentemente, a las ganancias de las empresas de TIC. En tal sentido, vale la pena parafrasear a Michael Porter: *planificar para afrontar las situaciones adversas bien merece el esfuerzo.* Entonces, podemos decir que invertir en recursos capaces de trazar un plan eficaz para enfrentar una situación adversa de tamaña magnitud seguramente merece el esfuerzo.

Asimismo, cuando le preguntamos a nuestros entrevistados si tener recursos humanos internos específicamente volcados al combate de la falsificación y piratería es absolutamente necesario, las respuestas fueron contundentes.

⁶⁷ Porter, Michael E., - Estrategia y Ventaja Competitiva, Ediciones Deusto, Buenos Aires, 2005.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

"Sí, creo que poseer un equipo interno es clave para coordinar las acciones de todos los terceros que trabajan en la lucha contra la falsificación (referencia a investigadores privados y estudios jurídicos normalmente contratados por las empresas). Tener ese equipo interno significa que los intereses de la compañía están siendo cuidados, al mismo tiempo, que la problemática de la piratería está siendo gestionada". Catherine Clark (Nokia)⁶⁸

Vale destacar que Nokia posee un equipo "anti-piratería" especializado en la protección de su marca y registros de sus diseños. Tal equipo cuenta con un director global que maneja un grupo de personas ubicadas en cuatro regiones: América, Europa (incluyendo Rusia), Medio Oriente y África y APAC (denominación corporativa para designar el bloque compuesto por Asia, China y países del Pacífico).

"Sin recursos internos dedicados a gestionar los asuntos relacionados a los derechos de propiedad intelectual y protección a la marca, un fabricante global tendría serias dificultades para reducir la amenaza para su marca, sus clientes y su reputación. Los temas de falsificación y violación de derechos de propiedad intelectual son problemáticas que necesitan ser gestionadas por recursos dedicados a esa tarea en una jornada de tiempo completo." Mike Watson (Cisco Systems, Inc.)⁶⁹

En tal sentido, Cisco cuenta con una sólida organización interna para defender su marca denominada "Brand Protection". El equipo de "Brand Protection" fue creado oficialmente en el año 2003 y está organizado en los mismos parámetros del departamento de ventas, con equipos asignados en las cuatro zonas geográficas más importantes del globo: APAC (Asia y región del Pacífico), Europa, Estados Unidos y Canadá, y Mercados Emergentes (denominación corporativa para América Latina, Medio Oriente, África, Rusia y Europa del Este). Actualmente, el área de Brand Protection cuenta con 45 personas incluyendo abogados, ingenieros y analistas.

⁶⁸ Traducción del tesista de parte de la entrevista concedida al mismo el 14 de abril de 2008. La entrevista completa puede ser encontrada en la página 163.

⁶⁹ Traducción del tesista de parte de la entrevista concedida al mismo el 21 de enero de 2008. La entrevista completa puede ser encontrada en la página 153.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

"Tener recursos humanos específicamente volcados al combate de la falsificación y piratería sí resulta ser una ventaja porque definitivamente el esfuerzo contra la piratería debe ser una estrategia de empresa si se quieren tener efectos positivos de duración a largo plazo. Si el objetivo es disminuir efectivamente el impacto negativo que causan estos fenómenos, no se puede improvisar, y en definitiva se requiere de una labor institucional de planeamiento y ejecución de medidas que respondan a una iniciativa clara de la compañía." Juan Pablo Concha (Baker&MacKenzie)⁷⁰

"Combatir violaciones de propiedad intelectual es un reto bastante complejo cuando se considera todo lo que abarca la violación (patentes, marcas registradas, derechos de autor, etc.), como también todos los crímenes anexos (contrabando, lavado de dinero, robo de tecnología, evasión de impuestos, etc). Los recursos internos son necesarios para cualquier compañía que quiere proteger seriamente su propiedad e imagen corporativa." Christopher Macolini (MIC Inc.)⁷¹

"Tener recursos humanos específicamente volcados al combate de la falsificación y piratería no sólo es necesario sino que en algunos casos específicos es una herramienta clave para obtener ganancias, vital para la supervivencia de la empresa." Emilio Daireaux (Dolby Laboratories Inc)⁷²

Dolby Laboratories Inc. gestiona todos los temas relacionados con la piratería a través de su departamento de "Compliance". Este departamento, de reciente creación dentro de la empresa, depende directamente del vicepresidente de Legales. El departamento de Compliance está conformado por un equipo de alrededor de 20 profesionales que trabajan exclusivamente en temas relacionados con la piratería de productos Dolby, ya sea a través de investigaciones, auditorías y otras actividades relacionadas.

⁷⁰ Entrevista concedida al tesista el 29 de enero de 2008, cuya versión completa puede ser encontrada en la página 156.

⁷¹ Entrevista concedida al tesista el 31 de diciembre de 2007, cuya versión completa puede ser encontrada en la página 147.

⁷² Entrevista concedida al tesista el 28 de marzo de 2008, cuya versión completa puede ser encontrada en la página 160.



Maestría en Administración - MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

"Sí, creo que es clave tener recursos volcados a ese aspecto (al combate de la falsificación y piratería) y un concreto plan de actividades a corto y largo plazo." Miguel E. Sciancalepore (Microsoft)⁷³

El equipo anti-piratería de Microsoft tiene 15 años de existencia, siendo uno de los más antiguos en el sector de TIC, y cuenta con mas de 70 personas a nivel global. Este equipo reporta a la organización de Legales y está compuesto por investigadores, abogados y analistas.

Adicionalmente, y analizado desde del punto de vista de la competitividad, tener recursos volcados al combate de la falsificación y piratería también puede definitivamente representar una ventaja competitiva para las empresas de TIC. Así como lo describió Michael Porter⁷⁴, la ventaja competitiva surge fundamentalmente del valor que una firma puede crear y/u ofrecer a sus clientes.

Podríamos pensar entonces que el hecho de poseer recursos destinados a combatir la piratería es una ventaja competitiva, pues la empresa que invierte en proteger y defender su marca a través de un equipo volcado exclusivamente a ese fin, definitivamente agrega valor a la misma bajo los siguientes aspectos:

 Defiende y protege a los productos y servicios de los potenciales daños relacionados con la falsificación y piratería, a través de la gestión integrada de medidas corporativas (reiterando que para Michael Porter las correlaciones entre las unidades de negocio son los medios principales por los cuales una empresa diversificada crea valor, y proporcionan así los pilares para la estrategia corporativa⁷⁵), investigaciones de mercado y trabajo en conjunto con autoridades competentes.

⁷³ Entrevista concedida al tesista el 19 de junio de 2008, cuya versión completa puede ser encontrada en la página 162.

⁷⁴ Porter, Michael E., Competitive Advantage Creating and Sustaining Superior Performance. Editora Free Press, Junio 1998.

⁷⁵ Porter, Michael E., Competitive Advantage Creating and Sustaining Superior Performance. Editora Free Press, Junio 1998. Capítulo 1: Competitive Strategy - The Core Concepts.



.....

Maestría en Administración - MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

• Ofrece al cliente un mecanismo o una estructura para protegerse de la falsificación y piratería. El hecho de tener a quién consultar hace que el cliente tenga una mayor percepción de valor en relación a la marca. Considerando que la viabilidad de una industria depende en gran parte de la satisfacción de las necesidades del cliente o consumidor, las industrias de TIC también deben distinguirse en satisfacer las necesidades de sus clientes mejor que sus competidores. En tal sentido, si entendemos que los productos falsificados son una competencia adicional⁷⁶, el rol del equipo destinado a combatir la falsificación y la piratería adquiere aún más protagonismo cuando dentro de sus responsabilidades está la educación⁷⁷ del cliente en relación a los asuntos de falsificación y piratería.

- Maneja adecuadamente el tema interna y externamente, a través de una estrategia de comunicación apropiada.
- Gestiona la adopción de las medidas legales correspondientes con el objetivo de eliminar operaciones ilegales de falsificación que ponen en riesgo la confianza, seguridad y salud de los clientes.

_

⁷⁶ Según estudiamos en el Capítulo 5, entre los principales efectos que sufre el sector privado respecto a la falsificación y la piratería es la disminución de la demanda. Competir con productos piratas y falsificados representa un impacto negativo en las ventas, además de la erosión del valor y de la reputación de la marca en el mercado.

Vimos que en todas las empresas entrevistadas, el equipo responsable de los temas relacionados a la falsificación y piratería posee un programa de educación: inversión en iniciativas y acciones tendientes a comunicar y explicar los riesgos y aspectos negativos de comprar, usar y distribuir software y hardware no original.



Maestría en Administración – MBA Dra. Maria Tereza M. Machado

5.6 Resultados del trabajo de campo realizado.

El objetivo principal de esta sección es sintetizar la opinión de los especialistas entrevistados que, al desempeñarse en distintos ámbitos y empresas, nos permite conocer la visión particular de cada uno desde su posición y bagaje de conocimiento, y a la vez unificar en resultados ciertos aspectos directamente relacionados al tema que nos ocupa.

El listado de los expertos entrevistados se detalla al principio del documento (Índice de entrevistas, pagina 11) y el contenido completo de cada entrevista se encuentra compilado a partir de la pagina 147.

Teniendo en cuenta el planteo del problema y los objetivos generales y específicos del trabajo podemos agrupar las preguntas elaboradas en 3 grupos:

Preguntas cuyas respuestas nos permiten enmarcar el problema de la falsificación en el tiempo y espacio:

- Considerando su experiencia en realizar investigaciones en materia de violaciones de IP, ¿es la piratería un problema reciente?
- ¿Se puede afirmar que algún país o región tenga mayores problemas en relación a la piratería que otros, o la piratería es una amenaza mundial?
- ¿Cree que la falsificación y la piratería es un problema/amenaza global?
- ¿Para su empresa combatir la piratería y la falsificación es una preocupación global o los esfuerzos se concentran en determinadas regiones o países?



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

En cuanto al factor temporal, la totalidad de los entrevistados coincide en que si bien la piratería no es un problema reciente, lo cierto es que los esfuerzos por combatirla son mayores en la actualidad. Por otro lado, cabe destacar que hay una percepción general de que la calidad y la cantidad de productos falsificados ha aumentado en las últimas décadas.

Con relación al factor espacio, los entrevistados coinciden en que si bien existen ciertas regiones que se destacan por la producción de una gran cantidad de productos que violan la propiedad intelectual (sobre todo China y otras regiones de Asia), la amenaza en sí es mundial. En tal sentido, cada región representa un desafío distinto y las empresas buscan asignar recursos y esfuerzos según las particularidades de cada región.

Asimismo, los entrevistados también consideran que desde el punto de vista comercial la piratería es un problema global, que no sólo afecta mercados emergentes, sino que precisamente por la variación en costos de la mercancía original que representan, los productos tienen gran acogida en los mercados de todo el mundo.

2. Interrogantes cuya respuesta nos permite establecer una relación entre la piratería y el sector de TIC:

- ¿Cree que la piratería afecta de manera uniforme a todos los sectores industriales?
- ¿Es posible estimar qué porcentaje de los casos en los cuales trabaja actualmente su empresa (para el caso de estudios jurídicos, investigadores y consultores independientes) están relacionados con el rubro tecnológico?
- ¿Por qué cree que el sector de TIC es un blanco fuertemente buscado por los falsificadores a nivel global?
- ¿Son conscientes las empresas de TIC de la tremenda dimensión que ha tomado el problema de la falsificación y piratería?



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

Los entrevistados coinciden en que la piratería tiene la potencialidad de afectar negativamente cualquier sector industrial, aunque de distintas maneras. La empresa de investigación (MIC Inc.) y el estudio jurídico (Backer & McKenzie) entrevistados coinciden que alrededor del 50% de sus clientes pertenecen al rublo tecnológico y eso nos muestra que el sector se preocupa y ha tomado mayor consciencia respecto del problema.

En cuanto a los motivos por los cuales el sector de TIC es un blanco fuertemente buscado por los falsificadores, las respuestas de los entrevistados apuntan a lo siguiente:

- Los bienes intangibles (softwares) son fáciles de copiar y difíciles de proteger.
- Concepción sociocultural que considera la falsificación de productos de la industria de TIC como un delito menor.
- Dificultad en la identificación y posterior comprobación del delito o crimen de falsificación.
- Alta rentabilidad (se puede producir barato, en grandes cantidades y la demanda resulta ser poco elástica).

3. Preguntas cuyo objetivo es determinar la situación especifica de cada empresa en relación a la problemática de la piratería y falsificación:

- Considerando la dimensión y la globalidad del problema, ¿cómo encara su empresa el problema de la piratería y falsificación?
- ¿Es posible estimar el impacto económico o financiero de la piratería para su empresa?
- ¿Su empresa es miembro de alguna organización mundial o regional anti-piratería?
- ¿Como son gestionados en general los temas relacionados a la falsificación y piratería en su empresa? ¿Hay recursos internos volcados a ese fin?
- ¿Cuáles serían las principales actividades y cómo está conformado ese grupo?



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

• ¿Cree que tener recursos humanos específicamente volcados al combate de la falsificación y piratería es clave para disminuir el impacto negativo causado por la piratería y falsificación?

Así como se detalla en el desarrollo del trabajo (sobre todo en el sub-capítulo anterior: ítem 5.5 ¿Por qué invertir en recursos destinados a combatir la falsificación?), cada empresa posee una sistemática distinta para encarar el problema de la piratería y la falsificación. Aunque todas las empresas entrevistadas coinciden respecto a la seriedad que exige el tema, las mismas eligieron no ilustrar con cifras específicas el impacto económico o financiero de la piratería por tratarse de información confidencial.

Con excepción de la empresa Sterling Commerce, todas las otras empresas entrevistadas son miembros activos de organizaciones anti-piratería mundiales y regionales. Así como se ha explicitado en el Capítulo 4, ítem 4.6 (La globalización y las organizaciones volcadas al combate de la falsificación y la piratería), más allá del desafío constante y diario de cuidar su marca, su producto y su mercado de la acción de falsificadores, empresas como Cisco, Microsoft, Nokia, Motorota, HP y Dolby Laboratories creen que vale la pena sumar esfuerzos a la hora de combatir la piratería y la falsificación a nivel mundial y regional.

Cabe destacar que Sterling Commerce tampoco posee un grupo exclusivamente destinado al combate de la piratería. Quizás porque al contrario de Cisco, Microsoft, Nokia, Dolby Laboratories, Motorota, HP, Xerox y Qualcomm; Sterling Commerce aún no ha tenido casos concretos de falsificación de sus productos. En tal sentido, mientras las empresas anteriormente mencionadas apuestan en recursos volcados exclusivamente al tema de piratería y falsificación, Sterling Comerse, en caso de necesidad, utilizaría una combinación de recursos de diferentes áreas internas y externas (incluyendo abogados, staff técnico y gerentes de AT&T ⁷⁸, empresa a la cual pertenece).

-

⁷⁸ AT&T es una de las empresas americanas proveedoras de productos y servicios relacionados a la conectividad mas importantes y conocidas en el mercado tecnológico. http://www.att.com



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

Considerando las empresas entrevistadas que efectivamente poseen recursos asignados a la gestión de los temas relacionados a la piratería y falsificación, notamos varias coincidencias en relación a las actividades desarrolladas por ese grupo. Con base a las respuestas de los entrevistados, vimos que la prevención y las medidas pro-activas son los ejes que marcan el rumbo de iniciativas como⁷⁹:

- Inversión en programas y acciones tendientes a comunicar y explicar los riesgos y aspectos negativos de comprar y/o usar productos falsificados.
- Constante colaboración con las autoridades y con el sector publico.
- Inversión en medidas tecnológicas de protección y medidas de seguridad que hacen más difícil copiar y falsificar sus productos.
- Constante investigación y monitoreo de los mercados.
- Monitoreo de la cadena de distribución a través de auditorias.
- Gestión y coordinación de medidas legales.

Considerando las 11 entrevistas realizadas, podemos concluir que la preocupación por parte de las empresas de TIC por la amenaza que representa la piratería y la falsificación es real. De la misma forma, es real y concreta la inversión de Cisco, Microsoft, Nokia, Dolby Laboratories, Motorota, HP, Xerox y Qualcomm en un área responsable de gestionar esta problemática. Finalmente, cabe destacar que aunque cada empresa tiene una modalidad distinta para encarar el problema, existen puntos en los cuales todas coinciden de manera contundente:

 la convicción de que tener recursos humanos específicamente asignados al combate de la falsificación y piratería es clave para disminuir el impacto negativo causado por ese tipo de actividad.

⁷⁹ En el Capítulo 7 (Recomendaciones) se encuentra el resumen detallado de las mejores prácticas para combatir la falsificación y minimizar su impacto negativo para el negocio.



.....

del factor ubicación de la empresa, o tamaño de la misma.

Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

• la necesidad de poseer recursos internos volcados a ese fin, independientemente

- el hecho de que a través de acciones corporativas se puede minimizar el impacto de la falsificación en la economía de la empresa. En este sentido es necesaria la figura de un departamento responsable de conectarse a los demás departamentos objetivando que las acciones volcadas al combate de la piratería, aunque coordinadas por una persona o grupo de personas responsable, involucre diversos departamentos "clave".
- la necesidad de desarrollar e implementar estrategias de manera reiterada y organizada, que sean respetadas por toda la organización. El combate a la piratería no se da a través de una simple y única batalla, sino a través de acciones coordinadas, sostenidas a lo largo del tiempo y respetadas por las demás áreas de la empresa.
- tener recursos disponibles dedicados exclusivamente a la protección de la marca y al combate de la falsificación representa para la empresa mayor competitividad y mejores resultados económicos y financieros.
- en un mercado altamente competitivo, la piratería y la falsificación son un desafío adicional al cual la empresa de TIC tiene que enfrentarse.
- el reconocimiento de la globalidad del problema y el potencial da
 ño que la falsificación y la piratería representan para la marca, la reputación y la competitividad de la empresa.
- el reconocimiento de los costos y pérdidas económicas asociadas a esa problemática. En tal sentido, creen que poseer recursos humanos volcados a ese fin específico permite una mayor dedicación al tema y, consecuentemente, resultados más positivos y eficientes.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

Capítulo 6

6. Conclusiones

Como resultado de la exposición y análisis efectuados en los capítulos precedentes, se expone a continuación una síntesis de conclusiones. Asimismo, el objetivo de esta instancia consiste en profundizar las consideraciones detalladas en los contenidos del presente trabajo, a efectos de responder a los objetivos generales y específicos planteados en el capítulo 2.

Analizando las informaciones recolectadas y estudiando la bibliografía correspondiente, no nos queda duda de que la falsificación y la piratería afectan negativamente y de forma general la industria de tecnología, representando entre otros factores, pérdidas económicas relacionadas con la devaluación de la marca, pérdida de la competitividad, costos adicionales, y potencial deterioro del modelo de negocio.

De acuerdo a lo propuesto en el objetivo general del trabajo, hemos identificado y dimensionado la naturaleza, gravedad y amenaza que representa la falsificación y la denominada piratería al sector de tecnología e informática, analizando alternativas para frenar su crecimiento y minimizar sus impactos en términos de violación de los derechos de propiedad intelectual e imagen, así como en aspectos económicos y financieros de la empresa.

Vimos que las sumas involucradas y las potenciales pérdidas dan miedo. Cada vez más empresas del sector de TIC se dan cuenta de lo imprescindible que es invertir en recursos internos y externos para tratar de minimizar el daño causado por la falsificación y la piratería. En este sentido, pudimos comprobar la necesidad estratégica de las empresas de TIC de poseer recursos volcados al combate de la falsificación y piratería por los siguientes motivos:



.....

Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

- Tener recursos disponibles dedicados exclusivamente a la protección de la marca y al combate de la falsificación representa para la empresa mayor competitividad y mayores resultados económicos y financieros. En un mercado altamente competitivo, la piratería y la falsificación son un desafío adicional al cual la empresa de TIC tiene que enfrentarse. En este sentido, es latente la necesidad de que las empresas de TIC desarrollen internamente prácticas organizadas y uniformadas para gestionar la problemática, evitar, controlar y combatir la falsificación. Esto significa adoptar un modelo de estrategia y adaptarse al cambio y a las necesidades impuestas por la coyuntura conforme describen Shona L. Brown y Kathleen M. Eisenhardt en su libro "Competir al Borde del Caos" 80: El desafío estratégico en las industrias de alta velocidad es manejar el cambio reaccionando cuando sea necesario, anticipándose cada vez que sea posible y liderando el cambio cuando las circunstancias sean apropiadas.
- La necesidad de desarrollar e implementar estrategias de manera reiterada y organizada, que sean respetadas por toda la organización. Poseer recursos humanos volcados a ese fin específico permite una mayor dedicación al tema y, consecuentemente, resultados más positivos y eficientes. Las acciones deben ser constantes y no aisladas. El combate a la piratería no se da a través de una simple y única batalla, sino a través de acciones coordinadas, sostenidas a lo largo del tiempo y respetadas por las demás áreas de la empresa.
- El hecho de que a través de acciones corporativas se puede minimizar el impacto de la falsificación en la economía de la empresa. En este sentido es necesaria la figura de un departamento responsable de conectarse a los demás departamentos objetivando que las acciones volcadas al combate de la piratería, aunque coordinadas por una persona o grupo de personas responsable, involucre diversos departamentos "clave", como por ejemplo:

⁸⁰ Brown, Shona L., Eisenhardt, Kathleen M., Competir al Borde del Caos, Estrategias para enfrentar los cambios vertiginosos, Editora Granica, 2002.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

 Producción / Manufactura – frente a la necesidad de implementar cambios tecnológicos estratégicos a fin de dificultar la posibilidad de que

determinado producto sea falsificado o ilegalmente copiado.

Marketing – frente a la necesidad de elaborar campañas internas destinadas a empleados de la propia empresa y campañas externas destinadas al público consumidor en general, distribuidores mayoristas y revendedores. Cabe destacar que las campañas están relacionadas con el hecho de promover la educación y la conciencia de todos para los peligros involucrados con la compra y/o venta de productos falsificados, además de destacar el hecho de que el problema existe pero la empresa está trabajando en ello y minimizando las consecuencias negativas.

- Atención al cliente frente a la necesidad de proporcionar información precisa y verdadera cuando haya una consulta relacionada al tema piratería o falsificación. Asimismo, proporcionar soluciones y alternativas cuando el cliente esté en una situación donde ha comprado o tiene una oferta para comprar productos falsificados, por ejemplo.
- Relaciones Públicas frente a la necesidad de mantener los medios informados de forma debida, profesional y constante.
- Jurídico o Legales frente a la necesidad de coordinar las acciones judiciales correspondientes, teniendo en cuenta un caso donde ésa sea la solución adecuada.
- Ventas frente a la necesidad de obtener información sobre actividades y comportamiento de revendedores, mayoristas y clientes, buscando almacenar inteligencia para investigaciones o corroborar actitudes sospechosas.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

 Logística – frente a la necesidad de controlar la cadena de distribución, evitando la infiltración de productos falsificados durante el transporte y/o almacenamiento de los productos.

Mas allá de los beneficios percibidos en las empresas de tecnología que invierten en la conformación de un departamento para gestionar la problemática de la piratería y falsificación, existen dos desafíos que consideramos pueden dificultar (pero no impedir) ese proceso:

- falta de capital para invertir en recursos humanos asociada a una falta de inversión en la gestión del conocimiento y de la información:⁸¹
- falta de conocimiento de la gravedad del tema y/o la dificultad en reconocer la amenaza que representa el problema.

Como conclusión, podemos destacar que el presente trabajo representa una base cierta para que las empresas de tecnología tomen conciencia de la existencia de la amenaza real, constante y adversa que representa la piratería y la falsificación. En este sentido, el presente trabajo cumplió con recolectar información de fuentes primarias y secundarias que demuestran:

- la globalidad del problema;
- el potencial da
 ño que la falsificaci
 ón y la pirater
 ía representan para la marca, la reputaci
 ón y la competitividad de la empresa;
- los costos y pérdidas económicas asociadas a esa problemática.

-

Toda la información y conocimiento resultante de la gestión de los temas de piratería y falsificación deben ser debidamente gestionados y almacenados. Hay sistemas disponibles para administrar este tipo de trabajo, aunque aquellos con más funcionalidad, robustez técnica y altos niveles de seguridad (dado el manejo de información confidencial) tienden a ser más costosos. Vale destacar que el conocimiento (entendido como algo accionable y operativo) es fundamental para llegar a resultados concluyentes en una investigación sobre piratería. Asimismo, un sistema de información debe ser entendido como "...un conjunto de recursos organizado para brindar, a quienes operan y a quienes adoptan decisiones en una organización, la información que requieren para desarrollar sus respectivas funciones." Dr. Saroka Raúl, Sistemas de Información en la Era Digital, Módulo I Unidad 1. Fundación OSDE, 2002.



Maestría en Administración - MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

También cumplimos en presentar argumentos y ejemplos favorables a la conformación de un área responsable de manejar los temas relacionados a la piratería y a la falsificación como medio minimizador del impacto negativo causado por la existencia de productos pirateados en el sector tecnológico⁸². Adicionalmente, apuntamos en el siguiente capítulo⁸³ algunas acciones y estrategias que efectivamente conducen a resultados positivos en lo que se refiere a minimizar potenciales daños causados por la piratería en la industria de tecnología.

Finalmente, cabe destacar que también cumplimos en demostrar la compatibilidad de los graduados de la Maestría en Administración para el tratamiento del tema de la tesis, por su competencia profesional y formación académica.

⁸² En las entrevistas compiladas al final del trabajo, queda claro que actualmente ejemplos como Cisco, Qualcomm, Dolby Digitals, Nokia, Microsoft, Motorola apuestan en la efectividad de poseer recursos volcados al combate de la piratería y la falsificación.

⁸³ Recomendaciones - Mejores prácticas para combatir la falsificación y minimizar su impacto negativo para el negocio.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

Capítulo 7

.....

7. Recomendaciones - Mejores prácticas para combatir la falsificación y minimizar su impacto negativo para el negocio.

Algunas de las grandes marcas del sector buscan combatir a los falsificadores en la propia fabricación de sus equipos. Es decir, establecen normas y políticas para manufacturar sus productos y asegurarse de que la falsificación de los mismos sea cada vez más difícil. Además, buscan supervisar de cerca a las empresas encargadas de la fabricación de componentes y otras piezas de manera tercerizada, con el objetivo de hacer cumplir las políticas de seguridad en las diferentes etapas de producción.

En este sentido, desarrollan e invierten en tecnologías diferenciales como, por ejemplo, el desarrollo y el uso de hologramas técnicamente más elaborados, que se han convertido en un mecanismo bastante utilizado para dificultar la falsificación.

Sin embargo, considerado aisladamente, el cuidado en la etapa de fabricación o manufactura no es necesariamente infalible. Quizás para el consumidor común no sea fácil distinguir entre un holograma auténtico y un holograma falso. Quizás la falsificación del holograma de última generación sea apenas una cuestión de tiempo.

Lo que tratamos de explicar en este capítulo es que acciones y estrategias aisladas pueden no producir el efecto esperado. Por este motivo, las acciones de la empresa para minimizar el impacto de la falsificación deben ser planeadas, coordinadas y constantes. Por lo tanto, recalcamos la importancia de desarrollar un equipo especializado y dedicado exclusivamente al combate de la falsificación y la piratería.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

El ejemplo del holograma, pensado como una medida técnica, podría traer mejores resultados si es acompañado, por ejemplo, de la educación del consumidor en relación al nuevo holograma. Entonces, para desarrollar y poner en práctica un plan de acción como éste, la empresa debe contar con recursos humanos trabajando de forma preventiva y reactiva, desarrollando medidas y acciones que se complementen para obtener mejores resultados.

Teniendo en cuenta qué se puede hacer cuando la empresa posee recursos volcados a la defensa de la propiedad intelectual, y aplicando la metodología descripta en el capítulo 3⁸⁴, fuimos capaces de hacer un resumen de las mejores prácticas para combatir la falsificación y minimizar su impacto negativo para la empresa:

• Análisis de situación y definición de un plan de trabajo

"Just about every major brand around the world has a team dedicated to working on brand protection. Some are part-time legal-based personnel, some are small project teams inside Finance or Sales, some are product managers working with management to correct the problem. The most effective effort in stopping the problem is having a well-funded, well-trained team with law enforcement backgrounds who understands how to leverage outside investigation firms, conduct ethical investigations and lobby internal management teams to provide a road map to protection of the brand. The major brands with the largest counterfeit issues use this model." Jim Simmons (Qualcomm)⁸⁵

_

⁸⁴ Sobre todo el análisis de la situación actual con foco específico en la industria de TIC y sectores relacionados y la realización de una investigación exploratoria cualitativa a través de la recolección de datos primarios respecto al tema, mediante entrevistas presenciales y no presenciales reproducidas íntegramente en la página 147 y siguientes.

⁸⁵ "Casi todas las marcas mundialmente importantes tienen un equipo dedicado al trabajo de protección de la marca. Algunos son compuestos por personal legal trabajando medio tiempo, algunos son pequeños equipos dentro del departamento de finanzas o ventas, algunos son gerentes de producto que trabajan con la gerencia para corregir ese problema (la falsificación). Los esfuerzos más eficaces para frenar el problema están basados en tener un equipo bien formado y entrenado, con conocimiento de la aplicación de la ley, que entienda cómo manejar firmas extemas de investigación, conducir investigaciones éticas, además de hacer lobby con la dirección interna buscando un mapa del mejor camino a la protección de la marca. Las principales marcas con los problemas de falsificación más grandes utilizan este modelo." Traducción del tesista de un trecho de la entrevista concedida al mismo el 15 de enero de 2008. Jim Simmons es gerente del sector de Protección de Marcas de Qualcomm Inc., responsable del manejo integral de los asuntos relacionados con la falsificación y piratería.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

Vimos que el capital intelectual es hoy el bien más valioso de muchas compañías, sobre todo en el sector tecnológico, además de la fuerza impulsora del crecimiento económico. Consiste en invenciones técnicas, conocimiento técnico (*know-how*), secretos industriales, marcas, diseños industriales, y una multitud de formas de propiedad intelectual y bienes inmateriales resultantes de la innovación y la creatividad. Entonces, para la empresa es fundamental saber qué tipo de problema enfrenta cuando su patrimonio intelectual es amenazado por actividades de piratería y falsificación.

Por medio de investigaciones privadas de mercado, recolección y gestión de la información, el equipo responsable de proteger a la empresa de las acciones de piratería, debe primeramente hacer un análisis integral de la situación para posteriormente trazar un plan de trabajo, cuyo objetivo será mitigar el riesgo y minimizar el potencial daño resultante de la piratería.

Con el crecimiento de la falsificación y piratería en forma exponencial en términos de volumen, sofisticación, rango de los productos y países afectados, es fundamental para la empresa saber cuál es su problema y su respectiva extensión. En este sentido, el profesional volcado a la protección de la marca es responsable de analizar la situación y proponer un plan de trabajo que abarque la gestión integral del problema, incluyendo el manejo responsable de la información; la coordinación y administración de investigaciones y acciones legales; la cooperación con otros sectores de la empresa y entidades gubernamentales; y la comunicación interna y externa.

• Cooperación con entidades gubernamentales

"Generalmente, la colaboración entre el sector privado y público es buena, pero podría ser mucho mejor. Muchas veces, el sector público no cuenta con las herramientas necesarias (tanto físicas como legales) para combatir el problema eficazmente.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

Por otro lado, muchas empresas privadas no demuestran el interés necesario para incentivar a las autoridades. Para tener algún resultado positivo, tiene que existir una buena relación entre el sector público y privado." Christopher Macolini (MIC, Inc. Worldwide)⁸⁶

La protección de la propiedad intelectual beneficia al sector privado y al sector público, no sólo proporcionando incentivos para invertir en investigación y desarrollo, sino también mejorando la transparencia y la diseminación de conocimientos. Entonces, con el objetivo de cosechar beneficios mutuos, la cooperación entre esos sectores es fundamental para la prevención y reducción de las tasas de piratería.

Empresas del sector de tecnología buscan intercambiar información y presionar conjuntamente a los gobiernos por un mayor compromiso en su lucha contra la piratería y la falsificación. Estos esfuerzos son continuos e incluyen el contacto con varias entidades gubernamentales o del sector público como, por ejemplo: las aduanas, autoridades judiciales, agencias de investigación federales y agencias de inteligencia nacionales.⁸⁷

• Entrenamiento y Educación

"...the fake goods trade will continue as long as consumers are not able to understand the problem. Hence, the importance of consumer education, highlighting the risks to consumers' health and safety should be taken seriously." José Manuel Barroso⁸⁸

-

⁸⁶ Christopher Macolini es especialista en realizar investigaciones globales, inteligencia de negocios, mitigación de riesgo y capacitación legal para entidades públicas y privadas en materia de violaciones de IP. Aproximadamente el 50% de las investigaciones de propiedad intelectual que efectúa son de índole tecnológico. Entrevista concedida al tesista el 31 de diciembre de 2007.

⁸⁷ Un ejemplo real de que el trabajo conjunto y la colaboración entre el sector privado y las autoridades es totalmente posible fue la investigación y allanamiento de una empresa en Ontario, Canadá, llamada Network IT. En una operación conjunta, la empresa Cisco, la RCMP (Royal Canadian Mounted Police), el ICE (US Immigration and Customs Enforcement) y el FBI (Federal Bureau of Investigation) iniciaron una investigación en Octubre de 2006 que ha resultado en la aprehensión de 1.600 productos falsificados (cuyo valor estimado es de 2 millones de dólares) y la acusación de 2 personas por la venta y distribución de productos falsificados en febrero de 2007. La nota completa sobre ese caso está en el Anexo 10.

⁸⁸ " ...el comercio de mercancías falsificadas continuará mientras los consumidores no puedan entender el problema. Por lo tanto, la importancia de la educación del consumidor, destacando los riesgos para la salud y la seguridad de los mismos se deben tomar seriamente." Traducción del tesista de parte del discurso de José Manuel Barroso, presidente de la Comisión Europea en Bruselas donde representantes de la industria y del gobierno participaron del "Global Anti-Counterfeiting Summit" el 11 de marzo de 2008.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

Muchos consumidores no entienden el significado de los derechos de propiedad intelectual y tampoco el peligro real que representa el consumo de bienes falsificados. En relación a los revendedores, existe la necesidad de explicar que revender un hardware y/o un software falsificado es un crimen punible en la esfera civil y criminal. Entonces, vale la pena invertir en campañas que eduquen y sean capaces de despertar la conciencia de los consumidores y revendedores para los efectos nocivos del consumo y de la comercialización de productos pirateados o falsificados.

Empresas como Microsoft y Cisco invierten fuertemente en campañas dirigidas a usuarios finales y revendedores, cuyo objetivo principal es educar y advertir sobre los riegos de comprar y/o vender hardware y software falsificados. En este sentido, cuentan con un departamento de "Protección a la Marca" responsable de desarrollar un plan de comunicación capaz de llevar un mensaje claro y constante sobre el derecho de propiedad intelectual, la falsificación y la piratería.

La organización/participación en eventos, conferencias y seminarios; las publicaciones en la prensa especializada (revistas y diarios dirigidos al público de TI); la apertura de líneas directas de contacto con el público (conocidas como las líneas 0800); las entrevistas concedidas a los medios masivos abordando el tema; y la divulgación de allanamientos y secuestros de bienes falsificados, son sólo algunos ejemplos de las acciones cuyos objetivos son educar y alertar a los clientes, consumidores y demás integrantes de la cadena de comercialización.

Medidas a nivel corporativo

"The most important thing is a formalized effort. This gives brand security a 'voice' that can profile the problem in business terms and articulate responses based on business benefit" George Parry⁸⁹

_

⁸⁹ "La cosa más importante es un esfuerzo formalizado. Eso le proporciona al equipo de Seguridad de la Marca una 'voz' que puede poner el problema en términos de negocios y articular respuestas basadas en beneficio para el propio negocio". George Parry es el gerente de seguridad y protección a la marca de Xerox Corporation. Entrevista concedida en 2006 y publicada por la cámara de comercio de Estados Unidos en conjunto con Accenture: "No Trades in Fakes Supply Chain Tool Kit" (Compilación pagina 174).



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

Cuando la organización cuenta con un equipo responsable de gestionar los temas relacionados a la falsificación y la piratería, la misma también puede reducir su vulnerabilidad a través de medidas corporativas que muchas veces involucran a otros sectores de la empresa. En este sentido, empresas como Xerox Corporation y Dolby Laboratories Inc. (que poseen desde luego personal capacitado y dedicado al manejo de la problemática de la piratería) invierten en iniciativas corporativas como:

- Desarrollo de nuevas tecnologías e inversión en los controles de seguridad necesarios para dificultar la falsificación de sus productos;
- Adopción de mejoras en la cadena productiva a través de medidas para el desarrollo de proveedores seguros, asociadas al control de los mismos a través de auditorías periódicas.
- Constante monitoreo de la cadena logística con el objetivo de evitar la infiltración de productos falsificados en la etapa de transporte de los productos.
- Fomento de entrenamientos internos con el objetivo de enseñar a los vendedores e ingenieros de campo cómo detectar productos falsificados en los clientes.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

Capítulo 8

8. Bibliografía

Bech, Ulrich - ¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización, Editorial Paidós, Barcelona, 1998.

Brown, Shona L., Eisenhardt, Kathleen M. - Competir al Borde del Caos, Estrategias para enfrentar los cambios vertiginosos, Editora Granica, Barcelona, 2002.

Carranza Torres, Martín - Problemática Jurídica del Software Libre, Ed. Lexis Nexis, Buenos Aires, 2004.

Etkin, Jorge R. - Gestión de la complejidad en las Organizaciones, La estrategia frente a lo imprevisto y lo impensado, Oxford University Press, 2003.

Fernandez Delpech, Horacio - Internet: su problemática jurídica, Ed. Abeledo Perrot, Buenos Aires, 2001.

Goyanes, Marcelo - Tópicos em Propriedade Intelectual, 1ª Edición, Ed. Renovar Rio de Janeiro, 2006.

Hopkins, David M.; Kontnik, Lewis T.; Turnage, Mark T. - Counterfeiting Exposed: How to Protect Your Brand and Market Share, Ed. Hoboken, New Jersey, 2003.

Kotler, Philip - Dirección de Marketing, Edición del Milenio, Prentice Hall, 2000.

Lamb, N.J.- Collins Gem Dictionary, English Portuguese - Portuguese, English, 1982

Loudon, David L., Della Bitta, Albert J. - Comportamiento del consumidor, conceptos y aplicaciones, Cuarta Edición, McGraw-Hill, 1995.



Maestría en Administración - MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

Mayoral, Luisa - Metodología del trabajo de tesis, CEAE, 2001.

Medeiros, Luiz Antonio - A CPI da Pirataria, 1ª Edición, Ed. Geração, São Paulo, 2005

Mertha, Andrew C. - The Politics of Piracy: Intellectual Property in Contemporary China, Ed. Cornell University Press, New York, 2005.

Naim, Moises - Ilícito: o Ataque da Pirataria, da Lavagem de Dinheiro e do Tráfico, 1ª Edición, Ed. Jorge Zahar, Rio de Janeiro, 2006.

Orrico Jr., Hugo - Pirataria de Software, Ed. do Autor, São Paulo, 2004.

Otamendi, Jorge - Derecho de Marcas, Ed. Lexis Nexis, 6ª Edición, Buenos Aires, 2006.

Paradise, Paul R., - Trademark Counterfeiting, Product Piracy, and the Billion Dollar Threat to the U.S. Economy, Ed. Quorum Books. Westport, 1999.

Philips, Tim - Knockoff: The Deadly Trade in Counterfeit Goods, Ed. Kogan Page, Reino Unido, 2005.

Porcel, Roberto - Manual de Falsificación Marcaria, Procedimiento Penal, Ed. Legis, Buenos Aires, 2006.

Porter, Michael E., - Competitive Advantage Creating and Sustaining Superior Performance. Editorial Free Press, 1998.

Porter, Michael E., - Estrategia y Ventaja Competitiva, 1° Edición, Deusto, Buenos Aires, 2005.

Saroka, Raúl - Sistemas de Información en la Era Digital, Módulo I Unidad 1, Fundación OSDE, 2002.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

Sherwood, Robert M. - Los Sistemas de Propiedad Intelectual y el Estímulo a la Inversión – Evaluación y Comparación de 18 sistemas en países en vías de desarrollo, Editorial Heliasta, Buenos Aires, 1997.

.....

Sherwood, Robert M. - Propiedad Intelectual y Desarrollo Económico, 1ª Edición, Buenos Aires, Editorial Heliasta, 1995.

Simón Hocsman, Heriberto - Negocios en Internet, Ed. Astrea, Buenos Aires, 2005.

Zuccherino, Daniel; Mitelman, Carlos - Derecho de Patentes, Aislamiento o Armonización, Ed. Ad Hoc, Buenos Aires, 1994.

8.1 Publicaciones

Counterfeiting in the United States, Consumer Behaviors and Attitudes – Cámara de Comercio de Estados Unidos en colaboración con Gallup Consulting, Estados Unidos, 2007.

Expanding the Frontiers of our Digital Future, Reducing Software Piracy to Accelerate Global IT Benefits - IDC y Business Software Alliance, Estados Unidos, 2005.

Guía Sobre Buenas Prácticas en Materia de Derechos de Propiedad Intelectual y Seguridad Informática para empresas y organizaciones. Editada por CAPIF con el apoyo de AMCHAM, 2006.

Impacto y Perspectivas de la protección a la propiedad intelectual en los negocios. ICC - International Chamber of Commerce, 2007.

Informe sobre consumo de productos falsificados – IPSOS, Mora y Araujo, Buenos Aires, 2006.

International Property Rights Index (IPRI), 2007 Report – Study conducted by Alexandra C. Horst, 2006.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

No Trade in Fakes, Suplply Chain Toll Kit: Protecting Business, Consumers and Brand Integrity – Cámara de Comercio de Estados Unidos y Coalition Against Counterfeiting and Piracy, CACP, Estados Unidos, 2006.

.....

Offshore Manufacturing: A Risky Proposition? Jill R. Aitoro, ChannelWeb, 2007 Summit Declaration – Resumen de la Reunión del G8, Alemania, 2007.

The Grey Market - KPMG en cooperación con "The Anti-Grey Market Alliance, AGMA", Estados Unidos, 2003

The Economic Impact of Counterfeiting and Piracy – Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos, OECD, Estados Unidos, 2007

8.2 Páginas Web

http://www.banxico.org.mx

http://www.thejakartapost.com

http://www.ifpi.org

http://www.thetruecosts.org

http://www.agmaglobal.org

http://www.crn.dk

http://www.microsoft.com

http://www.crn.com

http://www.wipo.org

http://www.wcoomd.org

http://www.iipi.org

http://www.inta.org

http://www.g-8.de

http://www.interbrand.com

http:/www.oecd.org

http://www.brandprotectionalliance.org

http://www.lanacion.com.ar

http://www.crn.com/government/199903053

http://www.icc-ccs.co.uk



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

https://www.lawincontext.com

http://www.vnunet.com/crn/news/2199895/cisco-rebukes-counterfeit

http://ec.europa.eu

http://www.argentinaoriginal.org.ar/

http://www.newswire.ca

http://www.internationalpropertyrightsindex.org

http://www.softwarelegal.org.ar

http://www.cipr.org/

http://www.qbpc.org.cn/

http://www.a-cg.com/

http://www.ads.cl

http://www.chinadaily.com

http://www.hp.com.ar

http://www.micincworldwide.com

http://www.qualcomm.com

http://www.bakernet.com

http://www.cisco.com

http://www.dolby.com

http://www.nokia.com

http://www.motorola.com

http://www.xerox.com

http://www.sterlingcommerce.com



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

ANEXOS

1. Historia de la falsificación en México, publicación del Banco de México que puede ser consultada en la página de Internet del banco: http://www.banxico.org.mx









FALSIFICACIÓN DE MONEDAS METÁLICAS.

Los alquimistas v fundidores fabricaban monedas falsas por el proceso de fundición. Un ejemplo eran las denominadas "tepuzque" (oro fraudulento).



FALSIFICACIÓN

"TLACOS" Y "CUARTILLAS"

(1807)

de estas monedas

en San Luís Potosí.

FALSIFICADORES

FUSILAN A DOS

(1915)

Carlos Bringas y su

en Puebla en

la Escuela de Tiro.

Falsificación extensa hijo fueron ejecutados

ENRICO SAMPIETRO

uno de los falsificadores más famosos se dedicó a producir billetes falsos nacionales y extranjeros de extraordinaria calidad (años 30's a 40's).

FALSIFICACIONES

DIGITALES (90's a la

actualidad)

Los avances tecnológicos han provocado un incremento en las falsificaciones con tecnología digital.















DE CACAO CASA DE MONEDA FALSIFICADORES

Se extraía su contenido y se sustituía por tierra.



DE MÉXICO

(1535)

Comienza la fabricación de moneda de manera oficial. **CASTIGAN A**

(1653)

Ejecutaron a Matías Pinto y desterraron a Filipinas a Diego Barcina.

FALSIFICACIÓN DE "BILIMBIQUES"

Los bilimbiques se falsificaron de manera masiva, acrecentando el problema monetario en México.

IMPRESIÓN DE LOS

DENOMINADOS

"BILLETES

Éstos desaparecieron muy pronto debido a una devaluación.



CREACIÓN DEL

DEPARTAMENTO DE

INVESTIGACIONES

INFALSIFICABLES". ESPECIALES DEL BANCO DE

MÉXICO

En la década de los 40 dio inicio este proyecto con el Dr. Quiroz Cuarón con la finalidad de investigar la falsificación de papel moneda en nuestro país.



Maestría en Administración – MBA Dra. Maria Tereza M. Machado

2. Noticia extraída del diario chino China Daily, publicada el día 06 de enero de 2008.

http://www.chinadaily.com.cn/world/2008-01/06/content 6373670.htm

Victims of Mongolia's fake liquor rise to 14

Updated: 2008-01-06 21:37

ULAN BATOR - The death toll has risen to 14 in the fake liquor incident in Mongolia's capital of Ulan Bator, state television reported Sunday.

A total of 126 people have been hospitalized for poisoning by a locally produced liquor which contained methanol.

Eleven people were killed and 41 hospitalized during the New Year holiday in Ulan Bator. The central and city governments are doing all they can to save the lives of the victims, said the media reports.

Deputy Prime Minister Miyeegombo Enkhbold said the situation was far more serious than expected, and he urged the departments concerned to make resolute and well-organized rescue and prevention efforts.

The city government has closed the distillery that produced the toxic liquor and banned the sale of liquor throughout the capital city, said the local media.

Many Mongolians drink liquor to celebrate the New Year, one of the biggest festivals in the country.



Maestría en Administración – MBA	Dra. Maria Tereza M. Machado

3. Miembros de la OMPI (Organización Mundial de la propiedad Intelectual)

A continuación se encuentra la lista de los 184 Estados miembros que forman parte de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual en la actualidad. Asimismo, en la página de la OMPI en Internet http://www.wipo.int/members/es/ se puede acceder a la información detallada sobre las condiciones de admisión, qué tipo de legislación posee sobre propiedad intelectual, e informaciones generales de cada país miembro.

Α				
Afganistán	Albania	Alemania	Andorra	Angola
Antigua y Barbuda	Arabia Saudita	Argelia	Argentina	Armenia
Australia	Austria	Azerbaijan		

В				
Bahamas	Bahrein	Bangladesh	Barbados	Belarús
Bélgica	Belice	Benin	Bhután	Bolivia
Bosnia y Herzegovina	Botswana	Brasil	Brunei Darussalam	Bulgaria
Burkina Faso	Burundi			



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

С		_		
Cabo Verde	Camboya	Camerún	Canadá	Chad
Chile	China	Chipre	Colombia	Comoras ⁹⁰
Congo	Costa Rica	Costa de Marfil	Croacia	Cuba
D				
Dinamarca	Djibouti	Dominica		
E				
Ecuador	Egipto	El Salvador	Emiratos Árabes Unidos	Eritrea
Eslovaquia	Eslovenia	España	Estados Unidos de América	Estonia
Etiopía				
F				
Fiji	Filipinas	Finlandia	Francia	

⁹⁰ Hasta 2002 República Federal Islámica de las Comoras. Hoy también conocido por el nombre Unión de las Comoras



Maestría en Administración – MBA

Universidad de Buenos Aires Facultad de Ciencias Económicas

Dra. Maria Tereza M. Machado

G				
Gabón	Gambia	Georgia	Ghana	Granada
Grecia	Guatemala	Guinea	Guinea Ecuatorial	Guinea-Bissau
Guyana				
Н				
Haití	Honduras	Hungría		
1		T		
India	Indonesia	Irán	Iraq	Irlanda
Islandia	Israel	Italia		
		I		
J				
Jamaica	Japón	Jordania		
K		Т	Г	
Kazajstán	Kenya	Kirguistán	Kuwait	
L		Г		
Lesotho	Letonia	Líbano	Liberia	Libia
Liechtenstein	Lituania	Luxemburgo		



.....

Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

M			1	
Macedonia	Madagascar	Malasia	Malawi	Maldivas
Malí	Malta	Marruecos	Mauricio	Mauritania
México	Moldava	Mónaco	Mongolia	Montenegro
Mozambique	Myanmar			
N				
Namibia	Nepal	Nicaragua	Níger	Nigeria
Noruega	Nueva Zelanda			
0		I		
Omán				
	•		•	
P		T		T
Países Bajos	Pakistán	Panamá	Papua Nueva Guinea	Paraguay
Perú	Polonia	Portugal		
Q		I		
Qatar				



Maestría en Administración – MBA			Dra. Maria Tereza M. Macha		
R					
Reino Unido	República Árabe Siria	República Centroafricana	República Checa	República de Corea	
República Democrática del Congo	República Democrática Popular Lao	República Dominicana	República Popular Democrática de Corea	República Unida de Tanzania	
Rumania	Rusia	Rwanda			
			•		
S	T	T	T	T	
Saint Kitts y Nevis	Samoa	San Marino	San Vicente y las Granadinas	Santa Lucía	
Santa-Sede (la)	Santo Tomé y Príncipe	Senegal	Serbia	Seychelles ⁹¹	
Sierra Leona	Singapur	Somalia	Sri Lanka	Sudáfrica	
Sudán	Suecia	Suiza	Suriname	Suazilandia	
_					
<u>T</u>		I		I	
Tailandia	Tayikistán	Togo	Tonga	Trinidad y Tobago	
Túnez	Turkmenistán	Turquía			
			•		
U	1				
Ucrania	Uganda	Uruguay	Uzbekistán		

⁹¹ República de Seychelles

_



Maestría en Administración – MBA		Dra. Maria T	ereza M. Machado	
V	1			
Venezuela	Viet Nam			
Υ				
Yemen				
Z				
Zambia	Zimbabwe			



Maestría en Administración – MBA	Dra. Maria Tereza M. Machado

- 4. Listado de las organizaciones intergubernamentales (OIG) y no gubernamentales (ONG) que han sido acreditadas como observadores ante la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual.
- 4.1. Organizaciones del sistema de las Naciones Unidas

NOMBRE ORIGINAL	TRADUCIÓN AL ESPAÑOL	URLS
Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO)	Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO)	http://www.fao.org/
International Atomic Energy Agency (IAEA)	Organismo Internacional de Energía Atómica (OIEA)	http://www.iaea.org/
International Bank for Reconstruction and Development (IBRD)	Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (BIRF)	http://www.worldbank.org/
International Development Association (IDA)	Asociación Internacional de Fomento (AIF)	
International Civil Aviation Organization (ICAO)	Organización de Aviación Civil Internacional (OACI)	http://www.icao.org/
International Finance Corporation (IFC)	Corporación Financiera Internacional (CFI)	http://www.ifc.org/
International Fund for Agricultural Development (IFAD)	Fondo Internacional para el Desarrollo Agrícola (FIDA)	http://www.ifad.org/
International Labour Organization (ILO)	Organización Internacional del Trabajo (OIT)	http://www.ilo.org/
International Maritime Organization (IMO)	Organización Marítima Internacional (IMO)	http://www.imo.org/
International Monetary Fund (IMF)	Fondo Monetario Internacional (FMI)	http://www.imf.org/
International Telecommunication Union (ITU)	Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT)	http://www.itu.int/
United Nations (UN)	Naciones Unidas (NU)	http://www.un.org/
United Nations Educational, Scientific and Cultural	Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la	http://www.unesco.org/



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

Organization (UNESCO)	Ciencia y la Cultura (UNESCO)	
United Nations Industrial Development Organization (UNIDO)	Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI)	http://www.unido.org/
Universal Postal Union (UPU)	Unión Postal Universal (UPU)	http://www.upu.int/
World Health Organization (WHO)	Organización Mundial de la Salud (OMS)	http://www.who.int/
World Meteorological Organization (WMO)	Organización Meteorológica Mundial (OMM)	http://www.wmo.ch/

4.2 Organizaciones relacionadas a la Propiedad Intelectual

NOMBRE ORIGINAL	TRADUCIÓN AL ESPAÑOL	URLS
African Intellectual Property Organization (OAPI)	Organización Africana de la Propiedad Intelectual (OAPI)	http://www.oapi.wipo.net/
African Regional Intellectual Property Organization (ARIPO)	Organización Regional Africana de la Propiedad intelectual (ARIPO)	http://www.aripo.wipo.net/
Arab States Broadcasting Union (ASBU)	Unión de Radiodifusión de los Estados Árabes (ASBU)	http://www.asbu.org.tn/
Benelux Office for Intellectual Property (BOIP)	Oficina para la Propiedad Intelectual de Benelux	http://www.boip.int/
Eurasian Patent Organization (EAPO)	Organización Euroasiática de Patentes (OEAP)	http://www.eapo.org/
European Patent Organization (EPO)	Organización Europea de Patentes (OEP)	http://www.epo.org/
International Union for the Protection of New Varieties of Plants (UPOV)	Unión Internacional para la Protección de las Obtenciones Vegetales (UPOV)	http://www.upov.int/
Interstate Council on the Protection of Industrial Property (ICPIP)	Consejo Interestatal sobre la Protección de la Propiedad Industrial (ICPIP)	-



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

Patent Office of the Cooperation Council for the Arab States of the Gulf (GCC Patent Office)	Oficina de Patentes del Consejo de Cooperación de los Estados Árabes del Golfo (Oficina de Patentes CCG)	http://www.gccpo.org/
-------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------

4.3. Organizaciones intergubernamentales internacionales

NOMBRE ORIGINAL	TRADUCIÓN AL ESPAÑOL	URLS
Commonwealth of Learning (COL)	Commonwealth para el Aprendizaje	http://www.col.org/
Commonwealth Secretariat	Secretaría del Commonwealth	http://www.thecommonwealth.org/
Community of Portuguese-speaking Countries (CPLP)	Comunidad de Países de Lengua Portuguesa (CPLP)	http://www.cplp.org/
International Criminal Police Organization (INTERPOL)	Organización Internacional de Policía Criminal (INTERPOL)	http://www.interpol.int/
International Institute for the Unification of Private Law (UNIDROIT)	Instituto Internacional para la Unificación del Derecho Privado (UNIDROIT)	http://www.unidroit.org/
International Olive Oil Council (IOOC)	Consejo Oleícola Internacional (COI)	http://www.imf.org/external/np/sec/decdo/iooc.htm
International Vine and Wine Office (IWO)	Oficina Internacional de la Viña y el Vino (OIV)	http://www.oiv.int/
Organisation internationale de la Francophonie (OIF)	Organización Internacional de Países de Lengua Francesa	http://agence.francophonie.org/
South Centre	South Centre	http://www.southcentre.org/
The Hague Conference on Private International Law (HCCH)	Conferencia de La Haya Sobre Derecho Internacional Privado (HCCH)	http://www.hcch.net/



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

World Trade Organization (WTO)	Organización Mundial del Comercio (OMC)	http://www.wto.org/
-----------------------------------	-----------------------------------------	---------------------

4.4. Organizaciones intergubernamentales regionales

NOMBRE ORIGINAL	TRADUCIÓN AL ESPAÑOL	URLS
African, Caribbean and Pacific Group of States (ACP Group)	Grupo de Estados de África, el Caribe y el Pacífico (Grupo ACP)	http://www.acpsec.org/
African Regional Centre for Technology (ARCT)	Centro Regional Africano de Tecnología (CRAT)	
African Union (AU)	Unión Africana	http://www.africa-union.org/
Arab Industrial Development and Mining Organization (AIDMO)	Organización Árabe para el Desarrollo Industrial y Minero (OADIM)	http://www.arifonet.org.ma/
Arab League Educational, Cultural and Scientific Organization (ALECSO)	Organización Árabe para la Educación, la Cultura y la Ciencia (ALECSO)	http://www.alecso.org.tn/
Asian-African Legal Consultative Committee (AALCC)	Comité Consultivo Jurídico Asiático-Africano (AALCC)	http://www.aalcc.org/
Association of South East Asian Nations (ASEAN)	Asociación de Naciones del Asia Sudoriental (ASEA)	http://www.aseansec.org/
Caribbean Community (CARICOM)	Comunidad del Caribe (CARICOM)	http://www.caricom.org/
Central American Economic Integration Secretariat (SIECA)	Secretaría de Integración Económica Centroamericana (SIECA)	http://www.sieca.org.gt/
Commission of the European Communities (CEC)	Comisión de las Comunidades Europeas (CCE)	-
Commonwealth Fund for Technical Cooperation	Comunidad para fondos para	http://www.thecommonwealth.org



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

(CFTC)	Cooperación Técnica	
Commonwealth of Independent States (CIS)	Comunidad de Estados Independientes (CEI)	http://www.infomanage.com/cis
Communauté économique et monétaire en Afrique centrale (CEMAC)	Comunidad económica y monetaria de África Central	http://193.251.137.10/
Conference of Latin American Authorities on Informatics (CALAI)	Conferencia de Autoridades Latinoamericanas de Informática (CALAI)	http://www.map.es/csi/caibi/overview
Council of Europe (CE)	Consejo de Europa (CE)	http://www.coe.int/
Economic Community of the Great Lakes Countries (CEPGL)	Comunidad Económica de los Países de los Grandes Lagos (CEPLG)	-
European Audiovisual Observatory	Observatorio Audiovisual Europeo	http://www.obs.coe.int/
European Free Trade Association (EFTA)	Asociación Europea de Libre Comercio (AELC)	http://www.efta.int/
Federation of Arab Scientific Research Councils (FASRC)	Federación de Consejos Árabes de Investigación Científica (FASRC)	-
General Secretariat of the Andean Community	Secretaría General de la Comunidad Andina	http://www.comunidadandina.org/endex.htm
Islamic Educational, Scientific and Cultural Organization (ISESCO)	Organización Islámica para la Educación, la Ciencia y la Cultura (ISESCO)	http://www.isesco.org.ma/
Latin American Economic System (SELA)	Sistema Económico Latinoamericano (SELA)	http://www.sela.org/
Latin American Integration Association (LAIA)	Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)	http://www.aladi.org/
League of Arab States (LAS)	Liga de los Estados Árabes (LAS)	http://haynese.winthrop.edu/



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

Organization of American States (OAS)	Organización de los Estados Americanos (OEA)	http://www.oas.org/
Organization of the Islamic Conference (OIC)	Organización de la Conferencia Islámica (OCI)	http://www.oic-un.org/
Red de Información Tecnológica Latinoamericana (RITLA)	Red de Información Tecnológica Latinoamericana (RITLA)	
Secretaría de Cooperación Iberoamericana (SECIB)	Secretaría de Cooperación Iberoamericana (SECIB)	http://www.secib.org/
Southern African Development Community (SADC)	Comunidad para el Desarrollo del África Meridional (SADC)	http://www.sadc.int/



Maestría en Administración – MBA	Dra. Maria Tereza M. Machado

5. Tratados administrados por la OMPI

Consultando la página http://www.wipo.int/treaties/es/ se podrá obtener información detallada sobre los 24 tratados administrados por la OMPI.

NOMBRE DEL TRATADO / ACUERDO	FECHA EN QUE FUE FIRMADO
Convenio de Berna Convenio para la protección de las Obras Literarias y Artísticas	9 de septiembre de 1886 ⁹²
Convenio de Bruselas Convenio sobre la distribución de señales portadoras de programas transmitidas por satélite	21 de mayo de 1974
Tratado sobre el Registro de Películas Tratado sobre el Registro Internacional de Obras Audiovisuales	20 de abril de 1989
Acuerdo de Madrid Arreglo relativo a la represión de las indicaciones de procedencia falsas o engañosas en los productos	14 de abril de 1891
Tratado de Nairobi Tratado sobre la protección del Símbolo Olímpico	26 de septiembre de 1981
Convenio de París Convenio para la Protección de la Propiedad Industrial	20 de marzo de 1883 ⁹³

⁹² Complementado en PARIS el 4 de mayo de 1896, revisado en BERLIN el 13 de noviembre de 1908, completado en BERNA el 20 de marzo de 1914, y revisado en ROMA el 2 de junio de 1928, en BRUSELAS el 26 de junio de 1948, en ESTOCOLMO el 14 de julio de 1967, en PARIS el 24 de julio de 1971, y enmendado el 28 de septiembre de 1979.

⁹³ Revisado en Bruselas el 14 de diciembre de 1900, en Washington el 2 de junio de 1911, en La Haya el 6 de noviembre de 1925, en Londres el 2 de junio de 1934, en Lisboa el 31 de octubre de 1958, en Estocolmo el 14 de julio de 1967 y enmendado el 28 de septiembre de 1979.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

Tratado sobre el Derecho de Patentes	Adoptado por la Conferencia Diplomática el 1 de junio de 2000
Convenio Fonogramas Convenio para la protección de los productores de fonogramas contra la reproducción no autorizada de sus fonogramas	29 de octubre de 1971
Convención de Roma Convención sobre la protección de los artistas intérpretes o ejecutantes, los productores de fonogramas y los organismos de radiodifusión	26 de octubre de 1961
Tratado de Singapur sobre el Derecho de Marcas	27 de marzo de 2006
Tratado sobre el Derecho de Marcas	Adoptado en Ginebra el 27 de octubre de 1994
Tratado de Washington Tratado sobre la Propiedad Intelectual respecto de los Circuitos Integrados (IPIC)	26 mayo de 1989
WCT (WIPO Copyright Treaty) Tratado de la OMPI sobre Derecho de Autor	Adoptado en Ginebra el 20 de diciembre de 1996 ⁹⁴
WPPT (WIPO Performances and Phonograms Treaty) Tratado de la OMPI sobre Interpretación o Ejecución y Fonogramas	Adoptado en Ginebra el 20 de diciembre de 1996 ⁹⁵
Tratado de Budapest Tratado sobre el Reconocimiento Internacional del Depósito de Microorganismos a los fines del Procedimiento en Materia de Patentes	28 de abril de 1977 ⁹⁶

94 Entrada en vigor el 6 de marzo de 2002.

95 Entrada en vigor el 20 de mayo de 2002.

96 Enmendado el 26 de septiembre de 1980.



Maestría en Administración - MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

Arreglo de La Haya Arreglo relativo al registro internacional de dibujos y modelos industriales	2 de junio de 1934
Arreglo de Lisboa Arreglo relativo a la Protección de las Denominaciones de Origen y su Registro Internacional	31 de octubre de 1958 ⁹⁷
Arreglo de Madrid	
Arreglo relativo al Registro Internacional de Marcas	14 de abril de 1891 ⁹⁸
Protocolo de Madrid	
Protocolo concerniente al Arreglo de Madrid relativo al Registro Internacional de Marcas	Adoptado en Madrid el 27 de junio de 1989 ⁹⁹
PCT (Patent Cooperation Treaty)	
Tratado de Cooperación en materia de Patentes	19 de junio de 1970
Arregio de Locarno	
Arreglo que establece una Clasificación Internacional para los Dibujos y Modelos Industriales	8 de octubre de 1968 ¹⁰⁰
Arreglo de Niza	
Arreglo relativo a la Clasificación Internacional de Productos y Servicios para el Registro de las Marcas	15 de junio de 1957 ¹⁰¹

⁹⁷Revisado en Estocolmo el 14 de julio de 1967 y modificado el 28 de septiembre de 1979.

⁹⁸ Revisado en Bruselas el 14 de diciembre de 1900, en Washington el 2 de junio de 1911, en La Haya el 6 de noviembre de 1925, en Londres el 2 de junio de 1934, en Niza el 15 de junio de 1957, en Estocolmo el 14 de julio de 1967 y modificado el 28 de septiembre de 1979.

⁹⁹ Modificado el 3 de octubre de 2006.

¹⁰⁰ Enmendado el 28 de septiembre de 1979, modificado el 3 de febrero de 1984 y el 3 de octubre de 2001.

¹⁰¹ Revisado en Estocolmo el 14 de julio de 1967, y en Ginebra el 13 de mayo de 1977 y modificado el 28 de septiembre de 1979.



Maestría en Administración – MBA Dra. Maria Tereza M. Machado

Arreglo de Estrasburgo Arreglo relativo a la Clasificación Internacional de Patentes	24 de marzo de 1971 ¹⁰²
Acuerdo de Viena Acuerdo por el que se establece una Clasificación Internacional de los elementos figurativos de las marcas	12 de junio de 1973

¹⁰² Enmendado el 1 de octubre de 1985.



Maestría en Administración – MBA	Dra. Maria Tereza M. Machado

6. Ranking de las marcas mundiales más valiosas

El 26 de julio de 2007 se publicó en la revista Business Week el ranking de las 100 marcas globales más valiosas. El listado es confeccionado anualmente por la consultora Interbrand, (http://www.interbrand.com) especialista en el desarrollo y gestión de marcas.

Posición	Nombre de la marca	 Valor	País de Origen
1 OSIGIOI1	Nombre de la marca		r als de Origeri
		(US\$ Millones)	
1	Coca-Cola	65,324	Estados Unidos
2	Microsoft	58,709	Estados Unidos
3	IBM	57,091	Estados Unidos
4	GE	51,589	Estados Unidos
5	Nokia	33,696	Finlandia
6	Toyota	32,070	Japón
7	Intel	30,954	Estados Unidos
8	McDonalds	29,398	Estados Unidos
9	Disney	29,210	Estados Unidos
10	Mercedes	23,568	Alemania
11	Citi	23,443	Estados Unidos
12	Hewlett-Packard	22,197	Estados Unidos
13	BMW	21,612	Alemania
14	Malboro	21,283	Estados Unidos
15	American Express	20,827	Estados Unidos
16	Gillette	20,415	Estados Unidos
17	Louis Vuitton	20,321	Francia
18	Cisco	19,099	Estados Unidos
19	Honda	17,998	Japón
20	Google	17,837	Estados Unidos
21	Samsung	16,853	Corea
22	Merrill Lynch	14,343	Estados Unidos
23	HSBC	13,563	Reino Unido
24	Nescafe	12,950	Suiza
25	Sony	12,907	Japón
26	Pepsi	12,888	Estados Unidos
27	Oracle	12,448	Estados Unidos
28	UPS	12,013	Estados Unidos
29	Nike	12,004	Estados Unidos
30	Budweiser	11,652	Estados Unidos
31	Dell	11,554	Estados Unidos
32	JPMorgan	11,433	Estados Unidos
33	Apple	11,037	Estados Unidos
34	SAP	10,850	Germany
35	Goldman Sachs	10,663	Estados Unidos



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

36	Cannon	10,581	lanán
37		10,340	Japón Estados Unidos
38	Morgan Stanley IKEA		
		10,087	Suecia
39	UBS	9,838	Suiza
40	Kellog's	9,341	Estados Unidos
41	Ford	8,982	Estados Unidos
42	Philips	7,741	Holanda
43	Siemens	7,737	Alemania
44	Nintendo	7,730	Japón
45	Harley Davidson	7,718	Estados Unidos
46	Gucci	7,697	Italia
47	AIG	7,490	Estados Unidos
48	eBay	7,456	Estados Unidos
49	Axa	7,327	Francia
50	Accenture	7,296	Estados Unidos
51	L'oreal	7,045	Francia
52	MTV	6,907	Estados Unidos
53	Heinz	6,544	Estados Unidos
54	Volkswagen	6,511	Alemania
55	Yahoo	6,067	Estados Unidos
56	Xerox	6,050	Estados Unidos
57	Colgate	6,025	Estados Unidos
58	Chanel	5,830	Francia
59	Wrigley	5,777	Estados Unidos
60	KFC	5,682	Estados Unidos
61	Gap	5,481	Estados Unidos
62	Amazon.com	5,411	Estados Unidos
63	Nestle	5,314	Estados Unidos
64	Zara	5,165	España
65	Avon	5,103	Estados Unidos
66	Caterpilar	5,059	Estados Unidos
67	Danone	5,019	Francia
68	Audi	4,866	Alemania
69	Adidas	4,767	Alemania
70	Kleenex	4,600	Estados Unidos
71	Rolex	4,589	Suiza
71		4,589 4,453	Corea
73	Hyundai Hermes		
73 74		4,255	Francia Estados Unidos
	Pizza Hut	4,254	
75	Porsche	4,235	Alemania
76 77	Reuters	4,197	Reino Unido
77	Motorota	4,149	Estados Unidos
78	Panasonic	4,135	Japón
79	Tiffany&Co	4,003	Estados Unidos
80	Allianz	3,957	Alemania
81	ING	3,880	Holanda
82	Kodak	3,874	Estados Unidos
83	Cartier	3,852	Francia
84	BP	3,794	Reino Unido
85	Moet&Chandon	3,739	Francia
86	Kraft	3,732	Estados Unidos



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

87	Hennessy	3,638	Francia
88	Starbucks	3,631	Estados Unidos
89	Duracell	3,605	Estados Unidos
90	Johnson&Johnson	3,445	Estados Unidos
91	Smirnoff	3,379	Reino Unido
92	Lexus	3,354	Japón
93	Shell	3,331	Holanda
94	Prada	3,287	Italia
95	Burberry	3,221	Reino Unido
96	Nivea	3,116	Alemania
97	LG	3,100	Corea
98	Nissan	3,072	Japón
99	Polo Ralph Loren	3,046	Estados Unidos
100	Hertz	3,026	Estados Unidos



Maestría en Administración – MBA	Dra. Maria Tereza M. Machado

7. Noticia extraída del diario argentino La Nación, publicada el día 06 de octubre de 2007.

Crucial sentencia contra la piratería

Una mujer, en Minnesota, EE. UU., deberá pagar en concepto de daños 220.000 dólares por 24 canciones.

La industria discográfica obtuvo anteayer una victoria **crucial** en un caso de obtención ilegal de música cuando un jurado federal declaró culpable a una mujer, radicada en Minnesota, que había compartido música con derecho de copiado en Internet y por ello la obligó a pagar 220.000 dólares en concepto de daños.

La historia comenzó -según un cable de la agencia AP, datado en Doluth, Minnesota- en 2003, cuando las empresas de grabación, reunidas en la Asociación de la Industria de la Grabación de Estados Unidos (RIAA, por su sigla en inglés), presentaron unas 26.000 demandas para tratar de frenar este tipo de actividades que consisten en compartir archivos, pues afectan muy fuertemente la venta de discos ya que el sistema permite que los interesados accedan a la música sin comprar los discos.

Mientras que la mayoría de los denunciados se avino a un acuerdo fuera de la Corte y a pagar unos cuantos miles de dólares (algunas versiones indicaron que el promedio fue de unos 4000 dólares por demanda), la señora Jammie Thomas, de 30 años, madre de dos hijos, se opuso al arreglo extrajudicial y optó por el camino de la Justicia.

La demanda la presentaron Capitol Records, Warner Bros. y Sony BMG, que la acusaron formalmente. El jurado, frente a las pruebas aportadas, le ordenó a Thomas pagar 9250 dólares por cada una de las 24 canciones que figuraron en el denuncia. Las discográficas alegaron, por su parte, que Thomas había compartido 1072 canciones en total.

Otro aspecto que habría tenido en cuenta el jurado es que la acusada habría ofrecido las canciones a través de una cuenta abierta en Kazaa, desde la cual se comparten los archivos. En tanto, Thomas negó haber cometido algo indebido y declaró, incluso, que no tenía cuenta en Kazaa.

El juicio duró tres días y las grabadoras presentaron pruebas que demostraban que las canciones con derechos de copiado fueron ofrecidas por un usuario de Kazaa que tenía como nombre "tereastarr".

Los testigos, entre los que se debieron presentar los funcionarios de una empresa de servicios de Internet y otra de seguridad, aseguraron que la dirección usada por "tereastarr" pertenecía a Thomas. La suerte estaba echada.

En la Argentina

Respecto de lo que sucede en la Argentina con este tipo de actividades, denominada descarga ilegal de música, la Cámara Argentina de Productores de Fonogramas y Videogramas (Capif)



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

señaló que en 2006 se descargaron en la Argentina 608,5 millones de canciones sin pagar derecho.

Descargar ilegalmente una canción de la Red cuesta entre 2,8 y 3,5 pesos. Si se establece un promedio de 3 pesos por tema, la cantidad refleja que el negocio alcanzaría casi a 2000 millones de pesos.

En este sentido, la cifra no parecería reflejar lo que sucede en realidad, ya que la mayoría de estas descargas ilegales son gratuitas, aunque con riesgos de ingresar virus en las PC.

En la Argentina sólo hay cuatro empresas que permiten descargar legalmente música a cambio de un canon. Son 10musica, Ubbimusica, Zapmusic y FaroLatino y sus volúmenes de venta son aún insignificantes.

No obstante, estas empresas se muestran confiadas en el crecimiento paulatino de este negocio.

Si bien éste es uno de los más graves y difíciles problemas con que se enfrenta el negocio de la venta de discos en el mundo, en la Argentina, Capif trabaja sobre un conflicto más evidente y, por cierto, a la vista de todos, como es la venta de discos piratas (llamadas en la jerga técnica unidades sólidas) en calles y locales, delito que tiene parámetros claros para ser perseguido.

Este negocio movió en 2006 un volumen importante de dinero que quedó, según los cálculos menos optimistas, levemente por debajo de los 100 millones de dólares.

En efecto, los cálculos muestran que, por cada diez discos vendidos en el mercado legal, la piratería vende 6,5 unidades sólidas, lo cual refleja la magnitud de este negocio que viene creciendo año tras año.

Capif señaló, además, que si bien la industria, que viene mostrando claras aunque paulatinas señales de recuperación, alcanzó un volumen de ventas de 150 millones de dólares en 2006, la piratería obtuvo ingresos por ventas de 97,5 millones de dólares.

Por César Pradines Para de LA NACION

220.000 dólares

Será lo que tendrá que pagar Jammie Thomas en concepto de daños a la industria discográfica por bajar 24 canciones con derechos.

608,5 millones de canciones

Según Capif, que agrupa a las grabadoras en la Argentina, ése el número de temas "pirateados" en Internet en todo 2006.

97.5 millones de dólares

Es la cifra de ventas de discos "piratas" en la calles y locales en la Argentina. Por cada diez discos legales, se venden 6,5 "piratas" y la tendencia crece. Los números de un negocio ilegal. http://www.lanacion.com.ar/950659



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

8. Noticia publicada en el diario "The Yakarta Post" el día 16 de octubre de 2007 (Versión

Bootleg goods causing fires around city: Official

City News - Tuesday, October 16, 2007

The Jakarta Post, Jakarta

original en inglés).

Jakarta has for many years been a place where knockoff goods can be readily purchased, regardless of whether safety standards are met.

One such product has become the enemy of fire departments around the city, having caused several fires in the capital this year, North Jakarta Fire Department head Idrisman said.

This product is the mini circuit breaker (MCB). When faulty, they can trigger electrical faults, commonly known as short circuits.

However, Idrisman said not all fires caused by short circuits in the city were due to fake circuit breakers. He said substandard cables and the improper installation of electrical equipment also added to the risk of a short circuit taking place.

He said knockoff circuit breakers were to blame for about 10 percent of fires started by electrical short circuits in the area this year.

Fake MCBs are widely available around Jakarta and sell on average for Rp 10,000 (approximately US\$1). However, the Indonesian Anti-Counterfeiting Society said MCBs were available around the city for as little as Rp 3,000. Original circuit breakers sell for Rp 25,000 in most electrical shops.

Society chairman Bambang Sumaryanto said counterfeiters often increased the price of their fake products to avoid suspicion from buyers. "In several places, fake circuit breakers are sold for Rp 15,000," he said.

The society reported in a press release last week that counterfeit MCBs represent up to 5 percent of all MCBs in the city, and were not only present in slum areas.

One Tangerang resident discovered an MCB in his house was the work of counterfeiters recently after it broke down several times.



Maestría en Administración – MBA	Dra. Maria Tereza M. Machado

The MCB did not have an Indonesian National Standard (SNI) label on it, which is attached to all products meeting national safety standards. However, Tommy Pratomo, the general and legal affairs manager of PT Schneider Indonesia, told *The Jakarta Post* last week that counterfeiters often forged SNI stickers.

He said his company, which produces MCBs with Merlin Gerin, has identified the difference between counterfeit and original MCBs. "The black levers on fake MCBs only have O and I printed on them, while original products are printed with O-OFF and I-ON," he said.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

9. Noticia publicada en el diario dinamarqués CRN el día 18 de abril de 2007 (Versión original en dinamarqués y respectiva traducción al inglés).

Cisco pursues counterfeit products

CRN, No. 8, 18 April 2007 By Jon Holm-Pedersen jhp@ncom.dk

CRN interview with Phil Wright



de har en mistanke, så kommer min afdeling i spila lyder det fra chefen.

CRN præsenserede Phil Wright for et forfalsker Cisco-produkt i forbindelse med interviewet til denne artikel, men umiddelbart kunne han ikke afsløre det som en forfalsk-

«Som udgangspunkt ser der jes rigtigt ud. Men hvis jeg havde en af mine ingeniører her, ville han sandsynligvis kunne se, om det er en forfalskning. Udover den visuelle afsløring af forfalskningerne, så tester vi også altid timgene, så vi er sikre på, at der er tale om en forfalskning, forklarer Phil Wright.

De forfalskede produkter dukker som regel først op hos Cisco, når de går i stykker. Til gengæld er det helt sikkert, at de går i stykker

»Det er jo et dårligere produkt, der ikke er bygget til at holde. Dem, der laver forfalskninger, ved, hvordan varerne skal se ud, men derfra og så til at lave noget, der er lige så godt, er der langt,« forklarer Phil Wright.

Forurenet marked

Cisco ombytter altid produkterne for kunderne, men det er ikke altid, kunderne får at vide, at de har haft et forfalsket produkt. Phil Wright mener ikke, at det er fordi. Cisco vil skiule, at der er forfalskninger i omløb. Det er

Picture: "Usually, ordinary Cisco workers are unable to spot counterfeit products. But that is when my division becomes involved ", says Phil Wright of Cisco's World Wide Brand Protection.

In 2003 Cisco recognised the need for a determined effort against counterfeit products. The company has engaged 40 persons to combat counterfeit products. Usually, the manufacturer



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

does, however, not get hold of the counterfeit products till damage has been done, and the product has broken while in the customer's possession.

Four years ago Cisco set up a special unit with the purpose of finding and combating counterfeit products. The division has people all over the world in Cisco's sales departments. In total the Cisco World Wide Brand Protection unit has about 40 employees, which is not very much compared to Cisco's 50,000 employees worldwide.

"We are very serious about this. The purpose is to limit the damage inflicted on our customers due to the counterfeit products. But you have to remember that counterfeiting is a major industry", says Phil Wright, head of Cisco's World Wide Brand Protection.

Difficult to spot

According to The World Wide Customs Organisation, 5 to 10 percent of all goods traded are counterfeit. From bottled water to IT. Counterfeiting is a giant industry, and while it is easy to spot a counterfeit film in Asia, it is much more difficult when it comes to specialised IT products.

As undertakings become more aware of the problems, the counterfeiters follow suit with better counterfeit products.

"When the counterfeiters begin presenting quarterly results, we will get an overview of the extent, but till then it is pure speculation", smiles Phil Wright.

Counterfeit products break

The Brand Protection unit cooperates closely with the police when they discover traces of counterfeit products.

"We are the victims of a crime, and therefore the police have to be involved. When we learn of a counterfeit product, we look into the matter and then inform the police", tells Phil Wright.

According to Phil Wright the unit has set out guidelines which the employees in Cisco's customer departments may use to establish whether a product is counterfeit.

"Normally, ordinary Cisco workers are, however, unable to spot counterfeit products. But if they have a suspicion, my unit becomes involved", says the boss.

CRN showed a counterfeit Cisco product to Phil Wright in connection when interviewing him for this article, but he could not immediately establish that it was counterfeit.

"It does look right. But if one of my engineers were here, he could probably see whether this is a counterfeit product. In addition to the visual disclosure of the counterfeit products, we also always test them in order to be sure that they are counterfeit", says Phil Wright.

Usually, the counterfeit products do not end up with Cisco until they break. On the other hand, it is certain that they will break sooner or later.

"It is an inferior product which is not made to last. The parties manufacturing the counterfeit products know what they should look like, but that is not the same as knowing how to make something which is just as good", explains Phil Wright.



Maestría en Administración – MBA Dra. Maria Tereza M. Machado

Contaminated market

Cisco always exchanges the products for customers, but the customers are not always told that the product was counterfeit. According to Phil Wright this is not because Cisco wants to conceal that counterfeit products are in circulation. It is merely a question of the cooperation with the judicial system. From time to time it is necessary that keep the cards close to one's chest in relation to the investigation of cases.

Phil Wright believes that today the problem of counterfeit products is limited to the grey market. As long as the customers stick to the official Cisco channel, they are safe.

"Five or six years ago it was not a major problem purchasing Cisco products in the grey market, but the counterfeiters have become aware of that segment. They have realised that it is an easy way to release their goods, and in my opinion the grey market today is black. It is really contaminated by counterfeit products."

Counterfeit products

CRN discussed the search for counterfeit products with Cisco's chief hunter, Phil Wright, head of Cisco Brand Protection Unit. The 40 persons in the unit are primarily engineers, and their work is to disclose counterfeit products all over the world. They are trained to spot counterfeit products merely by the way they look, but all suspected products also have to undergo a physical test since all copies have one thing in common: They break.

In connection with this interview we had the chief hunter examine a counterfeit product. The product comes from a Danish broker who is tired of brokers as a whole being exposed as villains when it comes to trade with counterfeit goods. The broker contacts the manufacturer every time he encounters counterfeit products, but he is tired of the manufacturers not being more open about the problem in order that the trade would be able to put a stop to the problem.



Maestría en Administración – MBA	Dra. Maria Tereza M. Machado

10. Noticia publicada en el diario canadiense CNW el 28 de febrero de 2008.

RCMP seize \$2 million of counterfeit network components

http://www.newswire.ca/en/releases/archive/February2008/28/c4542.html

TORONTO, Feb. 28 /CNW/ - Two Thornhill residents and a company have been charged by the RCMP's Greater Toronto Area Federal Enforcement Section for their role in the sale and distribution of counterfeit networking components. Charged with two counts each of Fraud Over \$5000, and one count each of Passing Off and Possession of Property Obtained by Crime are:

Aaron SANANES, age 44 of Charnwood Place, Thornhill, Ontario Mandi FITLEBERG, age 45, of Charnwood Place, Thornhill, Ontario NETWORK IT of Don Park Road, Markham

The RCMP's investigation commenced in October 2006, when CISCO SYSTEMS INC., a manufacturer of networking components for the Internet and digital transmissions, complained that NETWORK IT was distributing large quantities of counterfeit network components to companies in the United States via the Internet. Their allegation was supported by several law enforcement actions taken in the United States by the US Immigration and Customs Enforcement (ICE) and the Federal Bureau of Investigation (FBI) in relation to the distribution of networking components. In November 2006, investigators from the RCMP (Royal Canadian Mounted Police), ICE, and the FBI formed a joint initiative to disrupting the flow of counterfeit CISCO networking components in North America.

On February 21, 2007, with the cooperation of their US law enforcement partners, the RCMP executed a Search Warrant on the business premises of NETWORK IT, in Markham. Approximately 1,600 counterfeit parts were seized with an estimated value of over 2 million dollars.

"Counterfeit products greatly undermine the integrity of our economy" stated Inspector Peter Goulet, Officer in Charge of the RCMP Greater Toronto Area Federal Enforcement Section. "In many cases the end users were unaware that counterfeit products were being placed in their computers, and depending

on the function of those computers this could cause serious health and safety concerns." The accused will appear at Newmarket Court on February 28, 2008 for a first appearance.

For further information: Cpl. Cathie Glenn, RCMP, (905) 953-7347



Maestría en Administración – MBA	Dra. Maria Tereza M. Machado

ENTREVISTAS

1. Christopher Macolini

Dirección:

MIC, Inc. Worldwide
Olleros 1664, Piso 4 Of.D
Belgrano, Buenos Aires
Argentina
Tel. +54 11 47770189

http://www.micincworldwide.com

 Christopher Macolini, como director de MIC, Inc. Worldwide es especialista en realizar investigaciones globales, inteligencia de negocios, mitigación de riesgo y capacitación legal para entidades públicas y privadas.

Fecha: 31 de diciembre de 2007

1. Considerando su experiencia en realizar investigaciones en materia de violaciones de IP, ¿es la piratería un problema reciente?

No. Creo que desde que se empezó a crear productos codiciados de cualquier índole, existieron copias de las mismas. Con relación a otros rubros, el "boom" del IT es algo reciente de los últimos 15 a 20 años, pero el problema existió casi desde el comienzo de la expansión de la industria.

2. ¿Se puede afirmar que algún país o región tenga mayores problemas en relación a la piratería que otros, o la piratería es una amenaza mundial?

Si bien existen ciertas regiones en las cuales se producen una gran cantidad de productos que violan la propiedad intelectual (por ejemplo China), la amenaza en sí es mundial. Los productos falsificados no crean fuentes legítimas de empleo, no pagan impuestos, y generalmente son manejados por grupos delictivos o marginalizados de la población. También las vías de contrabando de los productos falsificados, como también el movimiento de los fondos derivados de la venta de las mismas, muchas veces son las mismas que utilizan otras actividades ilegales como el tráfico de drogas y el lavado de dinero.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

3. En su experiencia continental, ¿cómo actúa el sector público? ¿Existe una colaboración

entre sector privado y sector público (autoridades competentes) contra la piratería?

Generalmente, la colaboración entre el sector privado y público es buena, pero podría ser mucho mejor. Muchas veces, el sector público no cuenta con las herramientas necesarias (tanto físicas como legales) para combatir el problema eficazmente. Por otro lado, muchas empresas privadas no demuestran el interés necesario para incentivar a las autoridades. Para tener algún resultado positivo, tiene que existir una buena relación entre el sector público y privado.

4. ¿Qué porcentaje de las investigaciones están relacionadas con el rubro tecnológico?

Con respecto a MIC, Inc. Aproximadamente el 50% de las investigaciones de propiedad intelectual que efectuamos son de índole tecnológico.

5. En una entrevista para el "Comment Express" en el mes de agosto de 2007, usted ha mencionado que primero hay que identificar el problema, pues muchas veces las empresas no saben qué tan grande es 103. ¿Son conscientes las empresas de IT de la tremenda dimensión que ha tomado el problema de la falsificación y piratería?

Varía mucho dependiendo de la empresa. Un gran porcentaje de empresas entienden que tienen un problema y que hay que enfrentarlo, mientras otras aceptan las pérdidas como parte del costo de hacer negocio. Sin embargo, los productos falsificados causan daños mucho mayores para una empresa que la simple pérdida de una venta. Los productos falsificados dañan directamente a la imagen de una empresa. Un producto falsificado que falla puede afectar la decisión del cliente de no comprar en el futuro otros productos de esa marca.

6. Después de identificado, ¿cuál sería el segundo paso?

Generar un plan de ataque para enfrentar al problema de la manera más eficaz. Esto puede incluir investigaciones y acciones policiales, concientizar al público a través de prensa, educar a distribuidores y clientes, etc.

7. ¿Poseen las empresas de IT con las cuales MIC Inc. trabaja recursos humanos especialmente volcados a gestionar los temas relacionados a la piratería?

En la mayoría de los casos, sí. En otras, se centraliza en el sector legal de la empresa. En un caso específico, nuestra empresa maneja todo el aspecto del programa para el cliente.

¹⁰³ Comment Express es una publicación de la Cámara de Comercio de los Estados Unidos en La República Argentina.



Maestría en Administración – MBA	Dra. Maria Tereza M. Machado

8. ¿Cree que el hecho de contar con recursos internos volcados al combate de la falsificación y piratería es estratégico y/o necesario para la empresa de IT?

Definitivamente. Combatir violaciones de propiedad intelectual es un reto bastante complejo cuando se considera todo lo que abarca la violación (patentes, marcas registradas, derechos de autor, etc.), como también todos los crímenes anexos (contrabando, lavado de dinero, robo de tecnología, evasión de impuestos, etc). Los recursos internos son necesarios para cualquier compañía que quiere proteger seriamente su propiedad e imagen corporativa.



Maestría en Administración – MBA	Dra. Maria Tereza M. Machado

2. Jim Simmons

Dirección:

Qualcomm Inc.

5775 Morehouse Drive San Diego, CA 92121 Estados Unidos Tel. +1 (858) 5871121

www.qualcomm.com

- Como gerente del sector de Protección de Marcas de Qualcomm Inc., es responsable del manejo integral de los asuntos relacionados con la falsificación y piratería.
- 8 años de experiencia en la protección de la propiedad intelectual adquiridos en empresas del sector de TI (Hewlett-Packard, Cisco Systems, Inc., Qualcomm Inc.)

Fecha: 15 de Enero de 2008

1. Despite the fact it is difficult for any company to measure with precision the scope of an illegal counterfeit problem; could you tell us if Qualcomm has a counterfeit issue?

Any well-respected Brand owner will have a counterfeit problem. Gillette to Ford Motors Company will have some type of counterfeit problem. For Qualcomm, the counterfeit problem is a bit different than most companies, since ours is the most used product becoming a counterfeit product. We make Integrated Circuit (IC) chips for handsets, basically the brains behind making a handset cell phone transmit and receive information. These chips are made by factories that cost billions to construct and so far, too expensive for a counterfeiter to counterfeit our IC chips. Our problem is that in some places of the world there is handset recycling. They take old or damaged handset apart and resell the IC chips. The counterfeiters are then taking the old or damaged IC chips and remark or repaint the IC chips to show a newer function and newer date code. Intel has the same problem with computer processors. An older Intel 486 chip is recoated to show it is an Intel Pentium chip. They work but not as fast as one would like. These repainted IC chips are sold back to companies who make handsets. Most handsets fail and we are blamed for making faulty IC chips when truthfully these are not new IC chips sold by us. This makes Qualcomm products look like faulty products in the market place and your image is a competitive market is very valuable.



Maestría en Administración - MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

2. Do you see counterfeit as a growing global issue?

Counterfeit problem has been growing rapidly for the last ten years due to the growth of the global economy plus the growth of the internet. I think we have hit a peak in counterfeiting with a new trend growing with consumer awareness about the dangers of counterfeit and watching for and reporting counterfeit, plus the work by brand owners to engineer counterfeit protection into their products. China is taking efforts to fight counterfeiting with new government rules and laws. Much more is needed by China but progress is going forward.

3. It is known that the IT industry is a target for counterfeiters. Why do you think the IT industry is such a "good" target for that?

Counterfeit moves on two factors: volume and profit margin. Gillette razor blades are sold by the millions and have a high profit margin of 200%. The IT industry falls under the same two factors. Thanks to the internet, there are many IT products sold and due to the technology behind the products, high profit margins on various IT products.

4. Can you estimate the financial or economic impact of counterfeited products to Qualcomm?

Sorry, that is unknown and most companies can only estimate the cost. Industry averages for USA based companies is 5% of total sales volume. For Qualcomm the cost is in millions of dollars.

5. Does Qualcomm take part as an active member in some international or national anti-piracy organization?

Qualcomm participates in the QBPC (Quality Brands Protection Committee), which is a China based group composed of 100 major brand owners who lobby China government officials to assist in stopping counterfeit problem.

6. Does Qualcomm have internal resources to manage the counterfeit issue? How is this team organized and since when?

Qualcomm has now three people based in the Security Department. Two based in the USA and one in China. The team has been in place for two years now.

7. Can you expand on the types of actions this team is taking to combat counterfeit?

Since it is still a new program, much more time is spent on understanding the source of the counterfeit problem and best solutions to prevent counterfeiting versus pursuing legal measures.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

8. Considering the global effort on combating piracy, are there regions or countries where Qualcomm puts more attention?

Since our manufacturing and recycling of handsets are in Asia, most of our efforts are in Asia but we monitor worldwide activity.

9. How do you see the fact that your company has internal resources to combat the counterfeit and piracy issue? Do you believe that having trained people to handle this kind of issue internally is really necessary to minimize the negative impact to your brand and customers?

Just about every major brand around the world has a team dedicated to working on brand protection. Some are part-time legal-based personnel, some are small project teams inside Finance or Sales, some are product managers working with management to correct the problem. The most effective effort in stopping the problem is having a well-funded, well-trained team with law enforcement backgrounds who understands how to leverage outside investigation firms, conduct ethical investigations and lobby internal management teams to provide a road map to protection of the brand. The major brands with the largest counterfeit issues use this model.

10. You mentioned you have worked for other IT companies in the "Brand Protection" area. Considering you experience, do you think that having personnel to manage the piracy and counterfeit threat is key for the IT industry nowadays?

Personnel is one small part of the picture. The key is upper-management support for taking efforts to protect the brand and instituting policy and procedures through best practices to proactively fight the problem.



Maestría en Administración – MBA	Dra. Maria Tereza M. Machado

3. Mike Watson

Dirección:

Cisco Systems Ltd

11, New Square Bedfont Lakes, Feltham Middlesex, TW14 8HA Reino Unido Tel. +44 20 8824 0547

www.cisco.com

- Como director del departamento de protección de la propiedad intelectual para mercados emergentes, Mike Watson es uno de los pilares del equipo de Cisco a nivel mundial cuando el asunto es la investigación de falsificación y piratería.
- Ha trabajado para KPMG en Hong-Kong, desempeñándose como responsable de las investigaciones de fraude financiero y proporcionando servicios de la consultaría sobre ética e integridad.
- Miembro activo de la asociación internacional BASCAP (Business Action to Stop Counterfeiting And Piracy), cuenta con el grado de oficial de policía de Reino Unido y de Hong-Kong y más de 20 años de experiencia en investigación criminal y cumplimiento de la ley.

Fecha: 21 de Enero de 2008

1. Despite the fact it is difficult for any company to measure the scope of an illegal counterfeit problem with precision, could you tell us if Cisco really has a counterfeit issue?

Counterfeit is an issue Cisco takes seriously. The threat of counterfeiting is a reality for any manufacturer with a reputation for delivering innovation and quality. The counterfeiting of Cisco products represents a risk to our ability to deliver superior customer service and support, and ultimately degrades our brand. Because of the global nature of this threat to our company and our customers, Cisco has been working proactively, for several years now, to take necessary steps up-front to reduce the potential for larger problems in the future.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

2. Do you see counterfeit as a growing global issue?

Counterfeiting is not a new phenomenon in the IT industry. We identified counterfeiting as a global issue several years ago and built a global team that specializes in counterfeiting and intellectual property issues. Counterfeiting should not be regarded as a growing issue in IT, but instead as an issue about which we have a clearer understanding today than we did some time ago. Cisco works with law enforcement and government agencies around the world against the manufacture, distribution or sale of counterfeit Cisco products.

3. Is it possible to estimate the financial or economic impact of counterfeited products to Cisco?

We have the programs and systems in place to proactively monitor the marketplace to ensure our customers feel secure about the quality and supportability of the Cisco products they purchase. That said, there is simply not enough information to provide a reliable calculation of the financial impact of counterfeiting.

4. Does Cisco take part as an active member in any anti-piracy organization?

Business Action to Stop Counterfeiting And Piracy (BASCAP): Randy Pond is Cisco's CXO representative to the BASCAP Global Leadership Group. Phil Wright and Mike Watson are members of the organization's steering committee.

International Anti-counterfeit Coalition (IACC): Cisco is a member of the IACC.

AGMA: Cisco is a founder member of AGMA

5. As you said Cisco has an ongoing, pro-active, concerted and company-wide effort to minimize potential damage to its brand as a result of counterfeiting. Also, Cisco has a global team specialized in counterfeiting and intellectual property to accomplish this task. How is this team organized and since when?

The Brand Protection team is organized on the same basis as the Cisco sales model, with dedicated teams in four geographical areas of the world – APAC (Asia and Pacific regions), Europe, US, Canada & Japan, and Emerging Markets. We also have a global technical and logistics team.

6. Considering the global effort on combating piracy, are there regions or countries where Cisco puts more attention?

Different regions of the world represent different challenges. Cisco allocates its BP resources appropriate to the particular market and environment.



Maestría en Administración – MBA Dra. Maria Tereza M. Machado

7. How do you see the fact that your company has internal resources to combat the counterfeit and piracy issue? Do you believe that having trained people to handle this kind of issue internally is really necessary to minimize the negative impact counterfeit can cause to your brand and customers?

Without dedicated resources to handle issues around IP rights and brand protection, a global manufacturer would struggle to minimize the threat to its brand, its customers and its reputation. The issue of counterfeiting and IP rights violation is one that needs to be addressed with dedicated resources allocated to the task on a full-time basis.



Maestría en Administración – MBA	Dra. Maria Tereza M. Machado

4. Dr. Juan Pablo Concha

Dirección:

Baker & McKenzie Colombia S.A.

Av. 82 No. 10 - 62 Piso 6 Bogotá, Colombia

Tel: +57 1 634 1500

www.bakernet.com

- Abogado graduado de la Pontificia Universidad Javeriana, post-graduado en Derecho Comercial en la Universidad de los Andes.
- Especialista en Propiedad Industrial. Litigios en propiedad industrial y competencia desleal, asesoría a empresas sobre iniciativas contra la piratería y la falsificación en diferentes jurisdicciones.
- Miembro del International Trademarks Association (INTA), de la Asociación Interamericana de la Propiedad Industrial (ASIPI) y del International Anti-Counterfeiting Coalition (IACC).

Fecha: 29 de Enero de 2008

1. Considerando su experiencia profesional en materia de violaciones de propiedad intelectual, ¿es la piratería un problema reciente?

Si bien la piratería no es un problema reciente, lo cierto es que los esfuerzos por combatirla son mayores en la actualidad. Los titulares de marcas cada vez se encuentran más preocupados con esta problemática y por eso la lucha por atacarla está en aumento. Es probable que al ser la lucha contra la piratería un fenómeno relativamente reciente, en el sentido de judicializarla de forma efectiva, al menos en Colombia, pareciera que el fenómeno también lo fuera.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

2. ¿Se puede afirmar que algún país o región tenga mayores problemas en relación a la

. ¿Se puede afirmar que algún país o región tenga mayores problemas en relación a la piratería que otros, o es la piratería una amenaza mundial?

La piratería es un problema mundial desde el punto de vista tanto de la producción como de la recepción. La piratería no sólo afecta mercados emergentes, como los de la región, sino que precisamente por la variación en costos de la mercancía original que representan, los productos tienen gran acogida y son vendidos en casi todo el mundo. Al ser la demanda de productos tan fuerte e importante, es muy difícil erradicar por completo la industria pirata, que por el contrario, tiende a crecer. Si bien los esfuerzos por combatirla son importantes, también es cierto que el efecto que tiene es la creación de un mercado todavía más clandestino.

3. En su experiencia continental, ¿como actúa el sector público? ¿Existe una colaboración entre sector privado y sector público (autoridades competentes) contra la piratería?

Existen dos etapas en las cuales, de forma independiente, las autoridades pueden cooperar para combatir la piratería. Primero, las medidas en frontera han tenido un impacto importante y las autoridades competentes en las diferentes jurisdicciones han mostrado gran receptividad de las labores que deben desempeñar. Es relevante que las autoridades cooperen en relación con las medidas en frontera, ya que una vez que las mercancías entran al país, se hace más difícil su judicialización. Ha habido un gran avance al respecto y las autoridades se han mostrado proactivas en implementar dichas medidas.

Cuando se trata de iniciar una acción penal, las autoridades penales y sus organismos de investigación siempre están a disposición de colaborar. Lo importante es que debe existir un interesado dispuesto a apoyar las investigaciones para que las autoridades sientan que tienen apoyo del interesado directo. En términos generales, se puede afirmar que las autoridades tienen una gran disposición de colaborar.

4. ¿Cree que la piratería afecta de manera uniforme a todos los sectores industriales?

La piratería y su crecimiento tienen la potencialidad de afectar cualquier sector industrial, si bien puede no ser de manera uniforme, de todas formas está perneando todas las industrias. Tenemos casos de copias de perfumes y cosméticos, pasando por productos de tecnología y alimentos hasta llegar a falsificación de partes para autos y aviones.

5. Sabemos que en materia de propiedad intelectual Baker & Mckenzie (B&M) asesora a corporaciones de casi todos los sectores y rubros. Sin embargo, considerando el foco del trabajo en la industria de IT: ¿Es posible estimar qué porcentaje de los casos en los cuales trabaja actualmente B&M en América Latina están relacionados con el rubro tecnológico?

En temas de observancia de derechos, más del 50 % de los casos implica protección a tecnología.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

6. ¿Por qué cree que el sector de IT es un blanco fuertemente buscado por los falsificadores a

6. ¿Por que cree que el sector de II es un blanco fuertemente buscado por los falsificadores a nivel global?

Por la rentabilidad. Países esencialmente copiadores como China e India logran crear productos semejantes o que cumplen con un mismo propósito muy por debajo de los precios a los cuales son vendidos los productos originales. Adicionalmente, muchos de los productos originales resultan más onerosos por los costos en los que tienen que incurrir el comerciante para investigar, crear y promocionar sus productos, costos en los cuales la industria pirata no incurre, razón por la cual puede vender más barato.

La tecnología es un sector tan cambiante como creciente donde la gente cada día invierte más. Tiene un atractivo muy relevante para los falsificadores en el sentido de que se puede producir barato, en grandes cantidades y la demanda resulta ser poco elástica, ya que la gente sigue comprando y compra lo último que salga aún cuando valga un poco más.

7. ¿Son conscientes las empresas de IT de la tremenda dimensión que ha tomado el problema de la falsificación y piratería?

Sí, es precisamente por esa razón que cada día más compañías de tecnología buscan combatir la falsificación. Las pérdidas económicas que ocasiona la falsificación son inmensas por lo que existe un interés marcado por atacar el problema de fondo, no sólo realizando acciones judiciales con un amplio despliegue de fuerza, sino educando a la gente sobre el tema.

8. Las empresas de IT con las cuales B&M trabaja, ¿poseen recursos humanos especialmente volcados a gestionar los temas relacionados a la piratería?

La dimensión del problema ha alcanzado niveles preocupantes, por lo que se está empezando a crear conciencia sobre la necesidad de invertir recursos importantes para atacar el problema. No todas las compañías han visto la necesidad de invertir en el problema, pues ni siquiera han identificado la existencia del problema. El inconveniente surge cuando el problema de falsificación llega a niveles extremos y resulta no sólo difícil sino muy costosa la labor de erradicación del mismo.

9. El hecho de tener recursos humanos específicamente volcados al combate de la falsificación y piratería, ¿es una ventaja competitiva cuando el objetivo es disminuir el impacto negativo causado por la piratería y falsificación?

Tener recursos humanos específicamente volcados al combate de la falsificación y piratería sí resulta ser una ventaja porque definitivamente el esfuerzo contra la piratería debe ser una estrategia de empresa si se quieren tener efectos positivos de duración a largo plazo. Si el objetivo es disminuir efectivamente el impacto negativo que causan estos fenómenos, no se puede improvisar, y en definitiva se requiere de una labor institucional de planeamiento y ejecución de medidas que respondan a una iniciativa clara de la compañía.



Maestría en Administración - MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

10. Desde el punto de vista de B&M, ¿es más efectivo el asesoramiento legal en casos de violación de propiedad intelectual cuando el cliente tiene un equipo interno dedicado a ese tema?

Resulta fundamental que exista un equipo interno dentro de las compañías que se interese en los temas de combate a la falsificación y a la piratería y que dicho equipo tenga el apoyo irrestricto en los órganos directivos de la empresa.

El tema debe tratarse al más alto nivel dentro de la organización jerárquica de las empresas. Con ese apoyo, el equipo que se forma entre una compañía comprometida y un asesor externo con experiencia en la materia, garantiza éxito en las iniciativas para combatir las actividades ilícitas de falsificación. Lo importante es que la compañía brinde soporte en cuanto al conocimiento de la mercancía y la naturaleza de los productos y el externo se dedique a buscar la mejor forma de golpear con contundencia a los cerebros de la operación ilícita junto con las autoridades.

11. ¿Cree que el hecho de contar con recursos internos volcados al combate de la falsificación y la piratería es estratégico y/o necesario para la empresa de IT?

Es esencial que exista un plan estratégico apoyado desde el interior de la compañía para lograr una eficiente y efectiva lucha contra la falsificación y la piratería.



Maestría en Administración - MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

5. Emilio Daireaux

Dirección:

Dolby Laboratories Inc.

Paraguay 435, Piso 5°, Oficina 21 Buenos Aires, Argentina Te. + 5411 4311 8665

www.dolby.com

- Gerente de Compliance para Latinoamérica de Dolby Laboratories, Inc a cargo de todos los temas relacionados con la piratería y falsificación de productos Dolby.
- 4 años de experiencia como consultor en temas relacionados con la protección de la propiedad intelectual en empresas de tecnología (Cisco Systems, Inc y Dolby Laboratories, Inc)

Fecha: 28 de Marzo de 2008

1. Sabemos que es difícil para cualquier empresa medir con precisión los efectos de la piratería y falsificación en su negocio. Sin embargo, considerando el "core business" de Dolby Laboratories, Inc, ¿representa la falsificación algún tipo de amenaza?

En el caso particular de Dolby, la piratería de sus productos es una amenaza esencial a la subsistencia de la empresa. Dolby es una empresa que principalmente obtiene ganancias de la propiedad intelectual que posee a través del pago de royalties y no de los productos que fabrica.

Considerando su experiencia profesional, ¿cree que la piratería se trata de un problema actual o novedoso?

No diría que la piratería es un problema novedoso, sí actual y que cada vez afecta a más mercados y a mayor cantidad de empresas y no sólo a las marcas consideradas "fuertes". En particular se ven más afectadas por este tipo de problemas las empresas que tienen un producto altamente elaborado y por sobre todo aquellos con una alta inversión en materia de desarrollo de producto.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

3. ¿Cree que la piratería afecta de manera uniforme a todos los sectores industriales?

No, esto depende y está muy vinculado con dos factores. El primero, como mencioné anteriormente, es el desarrollo del producto, a mayor desarrollo mayor es el daño que se produce a ese sector. Lo segundo es el valor de la marca: cuanto más importante es la marca, mayor será la amenaza de que su propiedad intelectual se vea vulnerada y por tanto que quienes consumen dichos productos empiecen a "sentir" una sensación de pérdida de confianza en la calidad del producto.

4. ¿Por qué cree que el sector de IT es un blanco fuertemente buscado por los falsificadores a nivel global?

Claramente los productos tecnológicos son un blanco muy buscado ya que en la actualidad son productos que se venden a muy buen precio y que tienen un costo de producción relativamente bajo en comparación a ese precio. A ese factor hay que sumarle el hecho de la que la gran mayoría de estos productos son producidos en países asiáticos en los cuales el respeto por los derechos de propiedad intelectual y patentes no aparece como una prioridad.

5. ¿Para Dolby Laboratories, Inc combatir la piratería y la falsificación es una preocupación global o los esfuerzos se concentran en determinadas regiones o países?

Para Dolby y creo que podría generalizar, combatir la piratería es una preocupación global ya que el problema no se concentra sobre una región en particular sino en varias, sin perjuicio de que las estrategias en las distintas regiones podrán variar.

6. ¿Cuál es el impacto económico o financiero de la piratería para Dolby Laboratories, Inc?

El impacto para Dolby es alto, sin precisar cifras, estamos hablando de un problema que se podría medir en más de unas decenas de millones de dólares en pérdidas.

7. ¿Es Dolby miembro de alguna organización mundial o regional anti-piratería?

Dolby es un miembro muy activo de AGMA – Alliance for Gray Market and Counterfeit Abatement – la cual fuera dirigida hasta hace un tiempo atrás por la directora global de Dolby. Asimismo, participamos en otras asociaciones como IACC¹⁰⁴ y ACFE¹⁰⁵.

_

¹⁰⁴ International Anti-counterfeit Coalition. (www.iacc.org)

¹⁰⁵ Association of Certified Fraud Examiners. (http://www.acfe.com/)



Maestría en Administración – MBA Dra. Maria Tereza M. Machado

8. ¿Cómo gestiona Dolby en general los temas relacionados a la falsificación y piratería? ¿Hay recursos internos volcados a ese fin?

Dolby gestiona todos los temas relacionados con la piratería a través de su departamento de Compliance. Este departamento – de reciente creación dentro de la empresa – depende directamente del Vicepresidente de Legales de la empresa. El departamento de compliance está conformado por un equipo de profesionales – alrededor de 20 – que trabajan exclusivamente en temas relacionados con la piratería de productos Dolby, ya sea a través de investigaciones, auditorías y otro tipo de actividades.

9. ¿Cuáles serían las principales actividades y cómo está conformado ese grupo?

Las principales actividades del grupo son las investigaciones – de mercado, productos y sujetos – como así también se realizan auditorías y se da asesoramiento legal/comercial respecto de las relaciones contractuales de Dolby con otros sujetos.

10. ¿Cree que tener recursos humanos específicamente volcados al combate de la falsificación y piratería es absolutamente necesario para disminuir el impacto negativo causado por la piratería y falsificación?

No sólo es necesario sino que en algunos casos específicos es una herramienta clave para obtener ganancias, vital para la supervivencia de la empresa.



Maestría en Administración - MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

6. Catherine Clark

Dirección:

Nokia Mobile Phones Ltd.

11-19 Wine Street, 4, 5, 6 BS1 2PH BRISTOL United Kingdom Tel: +44 1480 555228

Fax: +44 1480 445222

www.nokia.com

 Senior Manager del departamento de protección de la propiedad intelectual "Brand Protection" de Nokia, a cargo de todos los temas relacionados con la piratería y la falsificación en Europa y Rusia.

 Más de 15 años de experiencia en el área de protección a la propiedad intelectual. Ha trabajado como investigadora externa hasta que en 1996 fue contratada por Walt Disney Inc en Asia (Hong Kong). Allí estuvo durante 8 años hasta que volvió a Reino Unido (Londres).

 Antes de desempeñarse como gerente de Brand Protection en Nokia, también trabajó para la BBC y Cisco Systems, Inc.

Fecha: 14 de Abril de 2008

1. Despite the fact it is difficult for any company to measure the scope of an illegal counterfeit problem with precision, could you tell us if Nokia has a counterfeit issue?

Like all well-known brands, Nokia products are copied across the world. The counterfeiters have moved from copying Nokia's accessories like covers and headsets to now copy and make counterfeit Nokia handsets.



Maestría en Administración - MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

2. Do you see counterfeit as a growing global issue?

Yes definitely. The quality and quantity of counterfeit products has noticeably increased over the last ten years.

3. It is known that the IT industry is a target for counterfeiters. Why do you think the IT industry is such a "good" target for that?

Supply and demand. Counterfeiters assess where quick profits can be made. Higher profits to be made when compared to the sale of counterfeit clothing, for example.

4. Is it possible to estimate the financial or economic impact of counterfeited products to Nokia?

Yes, but this is company confidential.

5. Does Nokia take part as an active member in any international or national anti-piracy organization?

We are active in quite a few anti-counterfeiting and IP related organizations: $INTA^{106}$, $IACC^{107}$, $BASCAP^{108}$, $CIPR^{109}$, $QBPC^{110}$, AIM^{111} and ACG^{112} to name a few.

6. Does Nokia have internal resources to manage the counterfeit issue? How is this team organized and since when?

There is a specific anti-counterfeiting team specializing in the protection of Nokia's trademark and design registrations. There is a global director and teams reporting into this director are located in 4 separate regions: Americas, Europe (and Russia), Middle East Africa, and APAC (Asia + Pacific regions) including China.

¹⁰⁶ International Trademark Association. (www.inta.org)

¹⁰⁷ International Anti-counterfeit Coalition. (www.iacc.org)

¹⁰⁸ Business Action to Stop Counterfeiting And Piracy. (www.bascap.com)

¹⁰⁹ CIPR – Coalition for Intellectual Property Rights – es una asociación entre el sector privado y el sector público dedicada a la protección y al cumplimiento de las leyes relacionadas a los derechos de propiedad intelectual en la región báltica y las ex-repúblicas de la Unión Soviética, hoy conocidos como "CIS Countries" o Commonwealth of Independent States. (www.cipr.org/)

¹¹⁰ Quality Brand Protection Committee, es una asociación china de las industrias de capital extranjero en aquel país. (http://www.qbpc.org.cn/)

¹¹¹ Asociation for Automatic Identification and Mobility. (http://www.aimglobal.org/)

¹¹² The Anti-Counterfeiting Group. (http://www.a-cg.com/)



Maestría en Administración - MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

7. Can you expand on the types of actions this team is taking to combat counterfeit?

Working closely with local government agencies to benefit from administrative and criminal actions. Border detentions by Customs is key to assessing who is importing counterfeit and where the product is coming from. From a civil perspective Nokia appoints a network of investigators and outside counsel who help to coordinate Nokia's enforcement program in each country.

8. Considering the global effort on combating piracy, are there regions or countries where Nokia puts more attention?

Is the question – where should Nokia put more attention or where does Nokia put more attention?

8.1 Where does Nokia put more attention?

Recent efforts have been made to focus efforts in Africa, particularly Nigeria. Increased focus is also being made in key growth markets including Russia and China.

9. How do you see the fact your company has internal resources to combat the counterfeit and piracy issue? Do you believe that having trained people to handle this kind of issue internally is really necessary to minimize the negative impact to your brand and customers?

Yes, I believe an internal team is key to coordinate the actions of all the external parties who work in the fight against counterfeiting. Having this team internally means that the company's business interests are being addressed at the same time as counterfeiting is being addressed. An internal team should always have the company's business interests at the heart of any enforcement program.

10. Considering your professional experience, do you think that having personnel to manage the piracy and counterfeit threat is important for the IT industry nowadays?

Like all industries the IT business should have personnel to manage piracy and counterfeit. It is important to have these internal people trained and given the knowledge to help protect the brand. This information can be highly confidential and therefore, best kept internally rather than sharing with external resources.



Maestría en Administración - MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

7. David Lukasik

Dirección:

Motorola, Inc.

1303 East Algonquin Road Schaumburg, Illinois 60196 USA Telephone: +1 847 576 5000

www.motorola.com

• Corporate Anti-Counterfeit Manager de Motorota, a cargo de todos los temas relacionados con la piratería y la falsificación a nivel global.

 11 años de experiencia trabajando en Motorota, incluyendo los departamentos de Manufactura y Calidad. En el año 2006, asumió el desafío de desarrollar el área de Brand Protection debido a la fuerte afluencia de productos falsificados en el mercado.

• En el año 2007 el equipo de Brand Protection, mediante el liderazgo de David, ha incautado y removido del mercado más de 30 millones de dólares en productos falsificados.

Fecha: 28 de Abril de 2008

1. Despite the fact it is difficult for any company to measure the scope of an illegal counterfeit problem with precision; could you tell us if Motorola has a counterfeit issue?

Motorola does see a significant amount of counterfeit activity. Accessories tend to be the primary target for counterfeiters. Batteries, chargers and Bluetooth products are frequently targeted as fakes. On the phone side, we see counterfeit housings as a significant issue. Although difficult to put a number behind, some aspects of our business see up to a 10% impact.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

2. Do you see counterfeit as a growing global issue?

Yes – continues to be a profitable crime.

3. It is known that the IT industry is a target for counterfeiters. Why do you think the IT industry is such a "good" target for that?

Probably because of the popularity of the internet.

4. Is it possible to estimate the financial or economic impact of counterfeited products to Motorola?

If you simply take the 10% figure, the impact is in the millions.

5. Does Motorola take part as an active member in any international or national anti-piracy organization?

Yes, we hold Vice-Chair position in QBPC 113 in China. We participate in IACC 114 and INTA 115 .

6. Does Motorola have internal resources to manage the counterfeit issue? How is this team organized and since when?

Motorola has:

- One full-time IP (Intelectual Property) attorney in Asia and 2 para-legals also based in Asia;
- Two full-time Brand Protection associates based in Libertyville

The team has been operational since 2007.

7. Can you expand on the types of actions this team is taking to combat counterfeit?

Education, Enforcement, Prevention:

- Education Training Customs and law-enforcement officials
- Enforcement Working with Customs / Law enforcement
- Web Monitoring auction shut-downs
- Prevention Brand authentication and traceability

¹¹³ Quality Brand Protection Committee, es una asociación china de las industrias de capital extranjero en aquel país. (http://www.qbpc.org.cn/)

¹¹⁴ International Trademark Association. (www.inta.org)

¹¹⁵ International Anti-counterfeit Coalition. (www.iacc.org)



Maestría en Administración – MBA Dra. Maria Tereza M. Machado

8. Considering the global effort on combating piracy, are there regions or countries where Motorola puts more attention?

Clearly we have to have the majority of the focus on China. We next target North America, simply because the margins are highest here. From there we have to pick and choose based on our headcount limitations. We target high-profile countries such as Dubai, and particular countries in South America.

9. How do you see the fact that your company has internal resources to combat the counterfeit and piracy issue? How could that be related to the whole business in general?

We wanted to keep the brand Protection team tied directly to the business by having the group reside within the sales organization as opposed to legal or security. The financial impact is tied to the business; therefore the team is directly tied to the business.

10. Considering your professional experience, do you think that having personnel to manage the piracy and counterfeit threat is important for the IT industry nowadays?

In order to be most effective, we need a more regional approach, which means more headcounts.



Maestría en Administración – MBA	Dra. Maria Tereza M. Machado

8. Dr. Miguel E. Sciancalepore

Dirección:

Microsoft de Argentina SA

(Dirección de Asuntos Legales y Corporativos) Bouchard 710, Piso 4 Buenos Aires, Argentina

Tel: + 54 (11) 4316-9810

Fax: + 54 (11) 4316-1922

www.microsoft.com

- Miguel E. Sciancalepore, se graduó como abogado en la Universidad de Buenos Aires en diciembre de 2001. En 2006 obtuvo su L.L.M (Master in Laws) en la Universidad de Texas at Austin (Texas E.E.U.U.), donde se especializó en propiedad intelectual y en derecho de los Estados Unidos de América. Como parte del programa, escribió su tesis sobre patentamiento de software e invenciones relacionadas. La tesis "Protecting New Technologies in Latin America: The case for Computer Software Patents in Argentina" fue publicada por the Inter American Law Review de la Universidad de Miami (38 U. Miami Inter-Am. L. Rev. 349-404 (2006-07).
- Desde su graduación en 2001 Miguel trabajó como abogado en diversos temas referidos al derecho de la propiedad intelectual, civil, comercial y financiero tanto en la Justicia como en lo Civil, así como en conocidos estudios nacionales, tales como: M. & M. Bomchil y el estudio de marcas y patentes Vitale, Manoff & Feilbogen. Actualmente se desempeña como abogado en asuntos de propiedad intelectual para Microsoft de Argentina, Chile y Uruguay con base en Buenos Aires, Argentina.

Fecha: 19 de Junio de 2008



Maestría en Administración – MBA Dra. Maria Tereza M. Machado

Cabe destacar que en el caso de Microsoft tuvimos de oportunidad de hablar también con el Dr. Andrés Mauricio Rengifo García, Gerente de Investigaciones y Cumplimiento de Contratos de Microsoft para la región Andina¹¹⁶, que comparte enteramente las opiniones aquí expresadas.

1. Considerando la dimensión y la globalidad del problema, ¿cómo encara Microsoft el problema de la piratería y falsificación?

Microsoft, como líder de la industria, protege a su ecosistema de socios locales que distribuyen software original y a los usuarios y consumidores estafados mediante tres pilares: medidas tecnológicas de protección imbuidas en sus productos, educación (sobre los perjuicios que ocasiona el software no original) y en última instancia colaborando con la justicia en perseguir delitos contra la propiedad intelectual.

 ¿Cree que se trata de un problema actual o novedoso? ¿Se puede estimar cuándo se ha transformado la piratería en una gran preocupación para el sector de IT?

Sin duda es un problema novedoso aunque no diría actual, casi acompañó el nacimiento de la industria. La piratería es motivo de preocupación desde sus inicios, ya que socava el círculo virtuoso de creación, licenciamiento e inversión en nuevos desarrollos dando lugar a una nueva creación. Lo resumo debajo:

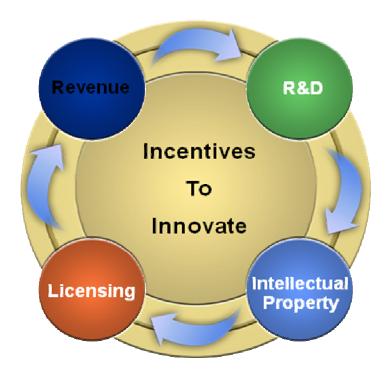
-

¹¹⁶ El Dr. Andrés Mauricio Rengifo García es abogado recibido de la Universidad Externado de Colombia con estudios de Maestría en propiedad intelectual y nuevas tecnologías en la Universidad de Illinois en Urbana-Champaign, Estados Unidos, especialista en Derecho Económico de la Universidad Externado de Colombia, y diplomado en comercio electrónico y análisis económico del derecho de la misma universidad. En su ejercicio profesional se ha desempeñado como asesor de empresas nacionales e internacionales en temas de propiedad intelectual, derecho civil y derecho comercial, Jefe de la Oficina Asesora Jurídica del Instituto Colombiano Agropecuario ICA y Jefe de la Oficina Jurídica del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural de Colombia, así mismo participó como negociador del gobierno colombiano en asuntos de propiedad intelectual en tratado de libre comercio de los países andinos con Estados Unidos. Actualmente se desempeña como Gerente de Investigaciones y Cumplimiento de Contratos de Microsoft para la región Andina.



Maestría en Administración - MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado



3. ¿Cree que la piratería afecta de manera uniforme a todos los sectores industriales?

No exactamente. Depende del modelo de negocios utilizado y del producto que se comercializa. En el caso del modelo de software propietario, por ejemplo, se afecta el círculo virtuoso de innovación mencionado arriba. Otros modelos de negocios basados en servicios o venta de publicidad se ven perjudicados pero en menor medida.

4. ¿Por qué cree que el sector de IT es un blanco fuertemente buscado por los falsificadores a nivel global?

Creo que un bien intangible es fácil de copiar y difícil de proteger, esto hace que con muy pocos recursos cualquier persona entienda que puede lucrar con estos bienes ajenos. Asimismo, hay una concepción sociocultural que no pone al bien intangible al mismo nivel que uno tangible. Parte de la sociedad entiende que robar un auto no es igual a fotocopiar un libro.



Maestría en Administración - MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

5. Considerando el esfuerzo de Microsoft en combatir la piratería y la falsificación a nivel global, ¿hay regiones o países donde se concentran esos esfuerzos?

Microsoft colabora en el combate contra la piratería en casi todos los países. Sin embargo, se pone acento en los mercados emergentes con altas tasas de piratería, ya que una reducción en los porcentajes de piratería en esos mercados redundaría en beneficios importantes no sólo para la industria, sino también para los propios gobiernos en cuanto a que recaudarían más impuestos, se fomentaría el crecimiento de la industria local innovadora y la creación de nuevos empleos calificados.

6. ¿Es posible estimar el impacto económico o financiero de la piratería para Microsoft?

No tengo números particulares con respecto a Microsoft. Sin embargo, este impacto para la industria en general está bien estudiado por IDC por encargo de BSA¹¹⁷, me remito a ese reporte.

7. ¿Es Microsoft miembro de alguna organización mundial o regional anti-piratería?

Además de las grandes asociaciones internacionales como BSA, Microsoft es miembro de asociaciones locales de software presente en la mayoría de los países como Software Legal en Argentina, de ADS¹¹⁸ en Chile, de Software Legal Uruguay entre otras.

8. ¿Como gestiona Microsoft en general los temas relacionados a la falsificación y piratería? ¿Hay recursos internos volcados a ese fin?

Microsoft gestiona estos temas a través de su Iniciativa de "Software Original".

- A través de esta iniciativa Microsoft invierte en educación, ingeniería y en acciones de cumplimiento de la ley a fin de proteger a los consumidores y al canal de distribución de software original.
- Educación: invierte en programas y acciones tendientes a comunicar y explicar los riesgos y aspectos negativos de usar y distribuir software no original
- Ingeniería: invierte en medidas tecnológicas de protección y medidas de seguridad que hacen más difícil copiar y falsificar sus productos.
- Cumplimiento de la ley: colabora con las autoridades defendiendo sus derechos de propiedad intelectual y a los consumidores y socios locales honestos.

Expanding the Frontiers of our Digital Future, Reducing Software Piracy to Accelerate Global IT Benefits
 IDC y Business Software Alliance, Estados Unidos, 2005

¹¹⁸ Asociación de Distribuidores de Software (www.ads.cl)



Maestría en Administración – MBA Dra. Maria Tereza M. Machado

9. ¿Cuáles serían las principales actividades y cómo está conformado ese grupo?

Las principales actividades varían de región en región. En el caso del cono sur, se invierte fuertemente en programas de educación en los cuales se informa a los usuarios y distribuidores honestos sobre los riesgos de distribuir o usar software no original. Como último recurso, Microsoft colabora con las autoridades en pos de defender su propiedad intelectual, especialmente en el canal de distribución de software.

10. ¿Cree que tener recursos humanos específicamente volcados al combate de la falsificación y piratería es clave para disminuir el impacto negativo causado por la piratería y falsificación?

Sí, creo que es clave tener recursos volcados a ese aspecto y un concreto plan de actividades a corto y largo plazo.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

9. George Parry

Xerox Corporate Security investigator

Xerox Corporation

www.xerox.com

Entrevista compilada de la publicación "No trade in Fakes – Supply Chain Tool Kit: Protecting Business, Consumers and Brand Integrity – Camara de Comercio de Estados Unidos y Coalition Against Counterfeiting and Piracy, CACP, Estados Unidos, 2006.

Counterfeiting and piracy are significant concerns to Xerox, as they are to most companies. However, the problem from Xerox's perspective is after sale parts and materials, rather than new products. Few wrongdoers try to "copy a copier" or steal one; but it's relatively common to try and infiltrate the aftermarket supply chain with fake or diverted supplies. According to George Parry, Xerox's security manager, Brand Protection, scam artists pilfer or counterfeit a variety of supplies (particularly items that involve regular replenishment, such as toner) and then resell them to unwary distributors, end users, or repair agents.

Counterfeiters have even been known to "seed" a shipment—i.e., put a layer of legitimate product on top of multiple rows or cartons of fake product. Illegal activities like these clearly injure the company, its profits, and, most of all, its customers. Xerox is most concerned about the latter, since faulty aftermarket products often perform badly and may even damage the machines in which they have been installed. Downtime, poor-quality output, frustrated customers, and loss of confidence in Xerox are the inevitable results.

Copy the Leader

As an industry leader, Xerox is a major target for counterfeiters and black/gray marketers. In response, Xerox has integrated its global supply chain security. "The most important thing," explains Parry, "is a formalized effort." This gives brand security a 'voice' that can profile the problem in business terms, articulate responses based on business benefit, and solicit buy-in from C-level personnel." Practicing what it preaches, Xerox's worldwide Brand Protection organization regularly analyzes and upgrades supply chain processes to reduce shrinkage and vulnerability. Trained teams do site assessments at warehouses and depots, gather intelligence about transportation providers, and develop necessary security controls. They also develop programs for teaching technicians how to spot counterfeit parts and toner during repair calls and for helping customers recognize (and appreciate the value of) legitimate Xerox products. Regarding the latter, Xerox has set up a "Toner Phoner" hotline for customers to call if they think they've been approached or victimized by telemarketers posing as Xerox sales reps selling supplies at exorbitant prices.

Broad cooperation with government and law enforcement has also been key. A cornerstone of this strategy is Xerox's compliance with the Customs-Trade Partnership Against Terrorism (C-TPAT), a voluntary government—business initiative focused on strengthening and improving



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

international supply chain and U.S. border security. As a result, Xerox regularly performs inspections, audits shipments, and refines docksecurity standards.

Xerox aggressively investigates supply chain incidents that make it possible to gather comprehensive evidence to take to authorities. An airtight case not only helps from an investigative point, but it can also compel even reluctant governments to step up and pursue cases that Xerox brings to their attention. This is doubly important in countries where authorities may be less enthusiastic about cracking down on illicit operations.

By applying the strategies profiled here, Xerox has successfully impacted most scam artists and counterfeit manufacturing facilities in the United States. "A half dozen years ago," says Parry, "we launched an extensive crack-down campaign that actually gave us a respite from the counterfeiting threat.

That effort also positioned Xerox as a company that most black marketers prefer not to tangle with." This brings to the fore a key benefit of strong supply chain oversight: the potential to discourage illegal activity.

Battling the problem overseas has proven more difficult, particularly in Southeast Asian countries such as Singapore, Hong Kong, Malaysia, China, and Taiwan. Ironically, illegal activity in these areas has risen because Xerox has been so successful combating it in the United States. Counterfeiters also have responded by decentralizing: Instead of a single self-contained operation, they may refill cartridges in one place, package them in another, and warehouse them in a third. This means that a raid in one location may damage a black market operation, but probably won't cripple it.

Despite their many successes, members of Xerox's Brand Protection team know that the problem won't simply disappear—not only because it's profitable, but because it also involves products for which there is predictable, recurrent demand. However, there is plenty of cause for optimism. Concludes Parry, "We know the players, we know the supply routes, and we know where to focus our attention. We also have a worldwide intelligence network and database. Every day, we're getting smarter about who's doing what, how they're moving products, and how we should respond."



Maestría e	n Administraci	ón – MBA
itiacoti ia c	ıı Aunınıngu acı	

Dra. Maria Tereza M. Machado

10. Dr. Gonzalo Zorrilla

Dirección:

Hewlett-Packard - HP Argentina

Montañeses, 2140/50

Buenos Aires, Argentina

Tel.: +54 11 4787-7100 Fax: + 54 11 4787-7213

www.hp.com.ar

 Dr. Gonzalo Zorilla pertenece al "Inhouse Counsel" de HP Argentina y es el director de Legales para Argentina, Paraguay, Uruguay y Chile.

Fecha: 18 de Julio de 2008

1. Despite the fact it is difficult for any company to measure with precision the scope of an illegal counterfeit problem; could you tell us if HP has a counterfeit/piracy issue?

HP suffers counterfeiting.

2. Considering that any well respected brand owner will have some type of counterfeit problem, could you describe the specific challenges faced by HP regarding counterfeit or Intellectual Property violation?

Counterfeiting is a worldwide activity which is very difficult to control consequently. Though our company works actively on this issue, we still suffer the problem. Furthermore, some government seems not to be very aware or concerned due to this problem and sometimes the just "look to other side", not helping with this matter.

3. It is known that the IT industry is a constant target for counterfeiters. Why you think the IT industry is such a "good" target for that?

I don't have a clear answer to that question. It might be due the value of the IT products and the possibility of making more money with such counterfeiting.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

4. Can you estimate the financial or economic impact to HP as a result of counterfeit or piracy activities?

No.

5. Does HP take part as active member in some international or national anti-piracy organization?

Yes.

6. Does HP have internal resources to manage the counterfeit issue? If yes, how is this team organized inside the company and since when?

Yes. It is a worldwide team that acts in the different subsidiaries according to the specific necessities.

7. Can you expand on the types of actions HP takes to combat counterfeit and piracy?

Litigation and Lobbying

8. Considering the global effort on combating piracy, are there regions or countries where HP put more attention?

China.

9. How do you see the fact your company has resources to combat the counterfeit and piracy issue? Do you believe that having trained people to handle this kind of issue internally is necessary to minimize the negative impact to your brand and customers?

It is critical to have trained people working on this matter.

10. Could you expand on the reasons why do you think having internal resources to handle the counterfeit issue is important?

Because it is a very sensitive and particular problem. It is important to have well trained people due to the nature of the specific violation.

Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

.....

11. Dra. Sherri Ronnebaum

Dirección:

Sterling Commerce, An AT&T Company

4600 Lakehurst Court

Dublin, OH 43016

Tel: 614.210.7616

Fax: 614.718.1510

http://www.sterlingcommerce.com

• Sherri Ronnebaum es graduada de la Universidad de Virginia y de la "Case Western

Reserve University School of Law".

Desde del año 2001ocupa la posición de Abogada Senior de Sterling Commerce. Sus

responsabilidades incluyen el asesoramiento en relación al desarrollo empresarial, las

fusiones y adquisiciones, y las actividades de marketing en general. También es

responsable por los temas de exportación (export compliance) y adquisición de software

a terceros y su posterior distribución. Adicionalmente se desempeña como asesora de AT&T en lo que se refiere al cumplimiento de las iniciativas comerciales (trade

compliance) y requerimientos europeos sobre privacidad de datos.

Entre septiembre de 1994 y noviembre de 2000 ha trabajado para Qwest

Communications. Allí tenia como responsabilidades asesorar legalmente los procesos de

adquisición y las actividades de marketing, negociar con los organismos reguladores

estatales, gestionar la adquisición de marcas y ayudar en la gestión de cuentas en

situación de quiebra.

Fecha: 21 de Julio de 2008

*Please note that the answers below are the respondent's opinion and not that of Sterling

Commerce, AT&T or its or their affiliates.

178



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

1. Despite the fact it is difficult for any company to measure with precision the scope of an illegal counterfeit problem; could you tell us if Sterling has a counterfeit issue?

At this time, I am not aware of a counterfeit issue with respect to Sterling's products. I suspect this is because Sterling's products are designed for use by businesses (rather than consumer products) and many of the Sterling products require significant customization.

2. Considering that any well respected brand owner will have some type of counterfeit problem, could you describe the challenges faced by Sterling regarding counterfeit or Intellectual Property violation?

There are two primary challenges faced by Sterling regarding counterfeiting and Intellectual Property violations: First, identifying counterfeiting issues. Second, getting the attention of the technical staff to review potential intellectual property issues to provide an analysis of whether infringement has occurred.

3. It is known that the IT industry is a constant target for counterfeiters. Why do you think the IT industry is such a "good" target for that?

Counterfeiting is difficult to identify and subsequently prove, unless physical media with a copy of the code is actually located.

4. Can you estimate the financial or economic impact to Sterling as a result of counterfeit or piracy activities?

At this time, I do not believe Sterling has experienced a significant financial or economic impact resulting from counterfeiting or piracy.

5. Does Sterling take part as active member in some international or national anti-piracy organization?

No. The contracts, legal and technical staffs are encouraged to participate in professional organizations, some of which touch on counterfeiting as an issue, but to my knowledge, the company does not actively participate in any anti-piracy organizations.

6. Does Sterling have internal resources to manage the counterfeit issue? If yes, how is this team organized inside Sterling and since when?

Should an issue arise, Sterling would use a combination of internal resources (including Sterling lawyers and technical staff as well as AT&T attorneys, litigators and subject matter experts). Sterling established an engineering/legal team consisting of attorneys, developers and product managers who handle various issues regarding Sterling products. This would be the initial group to review any potential counterfeit issue.



Maestría en Administración – MBA

Dra. Maria Tereza M. Machado

7. Could you expand on the types of actions Sterling takes to combat counterfeit and piracy?

Sterling uses education (both formal and informal) to sensitize its development team to intellectual property issues. Sterling's development organization has identified some steps to be taken in the development process so that Sterling may more readily identify its code. Finally, Sterling has licensed software scanning technology which will not only help the company avoid having unlicensed third party code in its product, but will identify if Sterling authored code is available as open source or freeware.

8. Considering the global effort on combating piracy, are there regions or countries where Sterling put more attention?

Sterling views jurisdictions from a perspective of ease of enforcing its intellectual property rights rather than piracy. My understanding is that two jurisdictions of which to be wary as to piracy are China and Argentina.

9. How do you see the fact your company has resources to combat the counterfeit and piracy issue? Do you believe that having trained people to handle this kind of issue internally is really necessary to minimize the negative impact to your brand and customers?

Although Sterling has not established a team to handle counterfeiting issues specifically, the company has benefited from sensitizing the staff to intellectual property issues. I think internal resources are absolutely needed to review potential piracy issues. Such matters are terribly sensitive and must be handled delicately and with the utmost discretion.

10. Could you expand on the reasons why do you think having internal resources to handle the counterfeit issue is important?

The company is always in the best position to know its product and evaluate whether a particular product is of concern. Third parties are helpful to conduct regular scans, assist in case evaluation and to conduct further research in the event an issue is identified.