

política grupo Randstad

propiedad intelectual



propiedad intelectual

Marzo 2018
Función: Grupo Legal
Número documento: IPP_version1_20171218

1. propósito

Establecer los lineamientos relacionados a todas las formas de Propiedad Intelectual, tales como marcas comerciales, secretos comerciales, obras protegidas por derecho de autor, y otros tipos de documentación e información confidencial (Propiedad Intelectual de Randstad), acompañada por la aprobación de los procedimientos para nuevas marcas comerciales y las buenas prácticas en relación con el uso, mantención y protección de marcas comerciales. Esta política provee un breve resumen de las guías y leyes aplicables para asegurar que los procedimientos apropiados estén en su lugar para la protección de la Propiedad Intelectual de Randstad.

La reputación de Randstad está sujeta a los nombres corporativos, otros términos promocionales, logos y conocimientos utilizados en los mercados y, por lo tanto, la Propiedad Intelectual es uno de los activos más valiosos de Randstad.

Esta política es consistente y apoya los principios del negocio de Randstad, especialmente:

1. Conocemos y acatamos las leyes que gobiernan nuestro negocio, los principios de los derechos humanos internacionales y las políticas y procedimientos internos de Randstad.
2. Respetamos el derecho a la privacidad, asegurando la confidencialidad de la información y no mal utilizamos la información confidencial de otros.

2. utilidad

Esta política aplica a toda la compañía dentro del Grupo Randstad con efecto inmediato

3. condiciones

La política del Grupo Randstad fue adoptada por la Junta Directiva del Holding Randstad el 18 de diciembre de 2017.

Esta política puede ser revisada regularmente para asegurar que cumple con los requerimientos legales aplicables y con nuestras necesidades comerciales.

4. definiciones

Derechos de Autor – (ley) el Derecho de Autor provee protección a las expresiones creativas originales tales como materiales para marketing, conceptos de manuales y páginas web. No protege hechos o ideas, pero, en lugar de, protege las expresiones de dichos hechos e ideas. El derecho de autor en algunos países debe ser inscrito, pero también los materiales sin registro pueden ser elegibles para su protección.

Nombre de dominio – dirección registrada del sitio web acompañada por la marca comercial o el nombre de la empresa.

Propiedad Intelectual (IP) – se refiere a la creación mental, tal como inventos, de letras y obras artísticas, diseño y símbolos, nombres e imágenes utilizadas en el comercio, las cuales están protegidas por las leyes de derecho de autor, marcas comerciales y patentes.

Marca Comercial – cualquier palabra, logo, nombre, número u otro símbolo el cual tenga la capacidad de distinguir un servicio de otros. Debe ser utilizado externamente y puede utilizar su forma registrada o no registrada.

Secreto comercial – información que tiene un valor comercial independiente porque no es conocido generalmente o se presume conocido por los medios apropiados de terceros quienes pueden obtener un valor económico por su divulgación o uso, cuando se debe mantener secreto.

5. política

1. Marcas comerciales, beneficios, centro de gestión

El portafolio de la marca registrada de Randstad es gestionado de manera central por el Equipo Legal. Esto incluye la definición de nuevas marcas comerciales y revisar otras para asegurar que cualquier propuesta de una nueva marca no entre en conflicto con los derechos de terceros. El Equipo Legal también monitorea nuevas solicitudes de marcas comerciales e inscripciones de nombres de dominio (relacionadas con la estrategia de marcas comerciales de Randstad), presentadas por terceros para asegurar que los competidores no estén utilizando nuestras marcas. Gestionar de forma centralizada las marcas comerciales es rentable y asegura un mantenimiento fácil, consistente y protege las marcas comerciales. Las leyes sobre las marcas comerciales en cada país pueden variar, pero los principios básicos sobre infracciones siguen siendo los mismos, y también, al proteger las marcas comerciales de Randstad, debemos asegurar que no infringimos los derechos de terceros.

El beneficio de registrar exitosamente nuestras marcas es prevenir que terceros utilicen las marcas de Randstad para entregar servicios iguales o similares a los nuestros. Los términos descriptivos (como "búsqueda y selección") generalmente no pueden registrarse a menos que estén junto a un elemento distintivo como RANDSTAD o un logotipo. Sin embargo, es política del Grupo no registrar tales marcas comerciales o eslóganes, incluso con RANDSTAD o un logotipo, a menos que formen parte de una marca importante o de un plan de negocios a largo plazo, o se utilicen ampliamente, ya que los derechos sobre estas marcas serán muy limitados.

Las personas de contacto sobre materias de marcas registradas dentro de Randstad están dentro del Grupo Legal y son Neysa Hooi y Marianne Scholten. Toda correspondencia relacionada a marcas registradas deben ser dirigidas a Neysa, en la siguiente dirección: neysa.hooi@randstad.com, teléfono: +31205691683, celular: +31630088921. Durante la ausencia de Neysa, puedes contactarte con Marianne: Marianne.scholten@randstad.com, teléfono: +31205695619, celular +31653747933.

2. Nuevas marcas, registros y portafolio.

Todas las solicitudes de nuevos registros de marcas comerciales o modificaciones a marcas comerciales existentes deben ser aprobadas por el departamento de marketing y comunicaciones del Grupo de acuerdo con la Arquitectura de Marca de Randstad. Por favor, póngase en contacto con el departamento legal del Grupo o con Joost Schriever, Director de Marketing y Comunicaciones del Grupo, para iniciar este proceso de aprobación. La dirección de correo electrónico de Joost es: joost.schriever@randstad.com.

Para nuevas solicitudes de marcas comerciales, por favor utilice el formulario de solicitud en el Anexo 1, proporcionando la mayor cantidad de información posible sobre la nueva marca comercial. De acuerdo con las prácticas del Grupo, las inscripciones sólo se realizan bajo autorización del Equipo Legal.

El Equipo Legal mantiene un registro central de todas las inscripciones y solicitudes de marcas comerciales actuales.

Los detalles de las inscripciones y solicitudes que no se hayan presentado a nombre de Randstad Holding, por ejemplo, en el caso de adquisiciones, deben redirigirse al Departamento Legal del Grupo, para así mantener un registro y que se refleje en el portafolio completo de las marcas comerciales del Grupo.

3. Mantenimiento y uso del registro de marcas comerciales

El registro de marcas comerciales puede volverse vulnerable a ataques y el registro puede ser revocado si la marca no se utiliza como marca comercial dentro de un plazo de 5 años desde la fecha de registro (o menos tiempo en algunos países). Los registros de marcas comerciales expiran posterior a 10 años. Serán renovadas previa expiración, asumiendo que

las marcas continúan en uso. La empresa operativa en relación será contactada cuando un registro esté pendiente de renovación.

Debido a la naturaleza de nuestro negocio, muchas de nuestras marcas comerciales son parcialmente descriptivas y, para mantener su estatus de marca comercial, deben ser utilizadas de una manera que las distinga de otros textos o frases descriptivas. Todas las marcas comerciales deben ser utilizadas de manera consistente y en un tamaño o fuente diferente al texto que le continúa, o en negrita, cursiva o mayúsculas, de acuerdo con la Arquitectura de Marca de Randstad. Deben destacarse y no deben usarse descriptivamente en una oración. Esto es especialmente importante para el uso de los eslóganes como HUMAN FORWARD, SHAPING THE WORLD OF WORK, GOOD TO KNOW YOU o TOTAL TALENT ARCHITECTURE.

Por ejemplo, HUMAN FORWARD debe usarse en un texto regular (como un comunicado de prensa o artículo) como "Human Forward" (la H y la F en mayúsculas) y en un diseño (como un eslogan en el sitio web o en materiales de marketing) en un color adecuado, diferentes .

Una vez que una marca comercial está registrada, el símbolo ® debe usarse en la esquina superior derecha inmediatamente después de la marca. Tenga en cuenta que es un delito penal utilizar el ®, o indicar de otra manera que una marca comercial está registrada, con una marca comercial que no está registrada, así que verifique si no está seguro.

Junto con el uso del símbolo ®, debe haber una declaración en el pie de página de los materiales de marketing/sitios web, o en la sección legal de cada sitio web, con respecto a la propiedad de las marcas comerciales, que puede ser la siguiente: "RANDSTAD y el logotipo R son marcas comerciales registradas de Randstad Holding nv". Cualquier declaración de este tipo debe mostrar al propietario correcto. El propietario de la mayoría de las marcas comerciales del Grupo es Randstad Holding nv, pero por favor contacte al departamento legal del Grupo para verificar los detalles de propiedad.

4. Patrocinio y autorización para el uso de la marca comercial Randstad

Cualquier acuerdo de patrocinio o solicitudes de terceros para utilizar las marcas comerciales de Randstad (por ejemplo, para mostrar colaboración con Randstad o cuando Randstad es mencionado como cliente), deben ser aprobados por el departamento de marketing y comunicaciones del Grupo a través del departamento legal.

Cualquier acuerdo o autorización de este tipo debe incluir las disposiciones con respecto al uso de la marca comercial para garantizar que no se utilicen de ninguna manera que pueda dañar la reputación de Randstad o la distinción de las marcas comerciales.

5. Derechos de autor y secretos comerciales

Los derechos de autor subsistirán en la mayoría de las publicaciones originales, materiales del sitio web y desarrollos en Tech & Touch, por ejemplo, a través de la Fábrica Digital. En muchos países, la protección es automática y si las obras son copiadas ilegalmente por terceros, es posible que podamos tomar medidas adicionales para detener dicho uso.

Los secretos comerciales están protegidos bajo una variedad de leyes diferentes, y algunos países tendrán legislación específica sobre secretos comerciales. Es responsabilidad de cada empresa operativa tomar medidas para proteger sus secretos comerciales. En la mayoría de los países, sin embargo, el propietario de los secretos comerciales podrá tomar medidas legales por la adquisición, uso o divulgación ilegal de los secretos comerciales bajo leyes de competencia desleal, leyes laborales, responsabilidad civil extracontractual o incumplimiento de contrato, siempre y cuando existan las disposiciones adecuadas en el contrato (por ejemplo, cláusulas de confidencialidad y no competencia en contratos laborales, acuerdos de no divulgación, acuerdos con proveedores).

Actualmente se encuentra en proceso de implementación una Directiva sobre Secretos Comerciales que intenta armonizar las leyes de secretos comerciales en toda la Unión Europea. Los secretos comerciales se engloban dentro del término "Información Confidencial" y la divulgación ilegal constituirá una infracción de confidencialidad.

La información contenida en los manuales conceptuales, junto con los datos de clientes y postulantes, son algunos de los activos más valiosos del negocio y, por lo tanto, se consideran secretos comerciales.

Es importante para la protección de los secretos comerciales de Randstad y otras informaciones confidenciales, que todos los empleados tomen medidas razonables para prevenir la divulgación de información confidencial y que se encuentra patentada por Randstad. Como se establece a continuación, esto incluye marcar documentos e información como confidenciales y limitar el acceso y la divulgación de la propiedad intelectual de Randstad solo a aquellos que trabajan para Randstad o en nombre de Randstad y que están autorizados por Randstad para tener esa información.

- a) El símbolo © debe ser utilizado en todos los trabajos creativos producidos por Randstad, incluidos los materiales de marketing, en el pie de página de los sitios web. Un ejemplo puede ser el siguiente: "© Randstad Holding nv [año de primera publicación]". Para evitar que los secretos comerciales contenidos en los manuales conceptuales y otras guías internas sean copiados sin permiso, el símbolo © debe ser utilizado en todos esos documentos.
- b) Los manuales conceptuales, ya sea en formato impreso o PDF, solo deben ser entregados a personas seleccionadas con instrucciones estrictas de adjuntar el nombre del individuo en ellos. No deben ser copiados, no deben ser entregados a otras personas y deben ser devueltos cuando ya no sean necesarios.
- c) Los datos de clientes y candidatos deben mantenerse seguros. Por favor, cumpla con la política de Uso de Comunicaciones Electrónicas/Computadoras (local), y tenga en cuenta las pautas en las políticas de Protección de Datos y Seguridad de la Información del Grupo.
- d) Los contratos laborales deben contener obligaciones estrictas posterior a su término sobre la información confidencial, que incluye datos de clientes y clientes, además de sus respectivas cláusulas de confidencialidad que se aplican durante el contrato laboral.
- e) También es importante que los trabajadores estén conscientes de cuál información es confidencial y reciban la capacitación correspondiente, para así divulgar únicamente dicha información en función de las necesidades para conocerla.
- f) La información confidencial debe estar identificada como tal y sus copias digitales deben estar protegidas con contraseña. Un ejemplo de un aviso de confidencialidad puede ser el siguiente: "Este documento [o cualquier otra propiedad intelectual de Randstad] contiene secretos comerciales u otra información confidencial propiedad de Randstad. Este documento [o cualquier otra propiedad intelectual] y la información aquí contenida no pueden ser copiados, distribuidos, utilizados o divulgados a terceros a menos que sean expresamente autorizados por escrito por Randstad".
Como mejor práctica, cada página de un documento protegido también debería estar marcada como "Información Confidencial y Propietaria de Randstad".
- g) Se debe prestar especial atención a los trabajadores que dejan la empresa, ya que podrían llevarse información confidencial consigo. Hemos tenido varios casos en los que dicha información ha sido divulgada y utilizada de manera incorrecta. Estos ejemplos resaltan la importancia de mantener nuestra información sensible y confidencial, en secreto, para así protegernos contra el robo de documentos BCD, pruebas de competencia y datos de futuros candidatos, los que nuestros competidores podrían utilizar para así desarrollar sus propios negocios.

6. Nombres de dominio

En general, los nuevos registros de nombres de dominio pueden ser manejados por la empresa local, sin necesidad de consultar a nuestro Equipo Legal del Grupo. Sin embargo, los registros de nombres de dominio relacionados a las marcas comerciales estratégicas, como por ejemplo, Human Forward, Randstad, Tempo-Team, Yacht, y Randstad Soucwright, deben ser manejadas por el Equipo Legal del Grupo. Por favor, notifique al Equipo Legal del Grupo sobre cualquier problema relacionado con nuevos nombres de dominio relacionado a estas marcas.

Los problemas relacionados con nombres de dominio frecuentemente se superponen con asuntos de marcas comerciales; si un problema de nombre de dominio está relacionado con una de las marcas comerciales de Randstad (como en el caso del uso indebido de un nombre de dominio o una marca comercial en un sitio web), entonces el asunto debe ser referido al departamento legal del Grupo para decidir qué acciones deben emprenderse.

7. Google adwords

Es una infracción a los derechos de marcas registradas, que un tercero reserve una palabra clave publicitaria, una palabra idéntica o similar a la marca registrada; si el usuario promedio de internet no puede identificar fácilmente de dónde proviene los servicios. Antes de reservar palabras publicitarias claves, asegúrese de que la palabra no sea una marca registrada de un tercero.

8. Patentes

Somos una empresa de servicios profesionales, pero a través de nuestra estrategia Tech & Touch nos involucramos en productos tecnológicos. Hasta hace poco, no nos encontrábamos involucrados con patentes muy a menudo, pero el Equipo Legal del Grupo Randstad, está dando pasos en el mundo digital a través de la Fábrica Digital, donde estamos desarrollando softwares y otros productos de tecnología de la información, y puede surgir la pregunta sobre si podemos obtener una patente. Habrá discusiones de seguimiento con, por ejemplo, la Fábrica Digital para evaluar la relevancia de las patentes para el negocio de Randstad.

9. Cargos

Todos los cargos por asuntos de marcas comerciales y/o patentes serán por cuenta de Randstad Holding. Sin embargo, en caso de litigio, los cargos correrán por cuenta de la empresa operativa local y serán reembolsados a la empresa. No obstante, se consultará a las empresas operativas locales antes de iniciar cualquier litigio.

10. Miscelaneos

Advertencia sobre facturas falsas. De vez en cuando, es posible que reciba un aviso de una organización que ofrece servicios de registro, renovación o publicación de marcas comerciales por una tarifa. Por favor, reenvíe cualquier publicación relacionada con marcas comerciales al Equipo Legal del Grupo y no pague la factura, ya que estas son organizaciones no oficiales que no ofrecen servicios adicionales ni añaden nada a la protección proporcionada por Randstad Holding.

Si tiene alguna pregunta sobre esta política, por favor comuníquese con el Equipo Legal del Grupo: neysa.hooi@randstad.com, tel: +31 20 5691683, móvil: + 31 630088921 o marianne.scholten@randstad.com, tel: +31 20 5695619, móvil: + 31 653747933.

Anexo 1 – formulario de solicitud marca comercial

Motivación para adoptar una nueva marca comercial

Nueva marca comercial

Frase
Logo

Ejemplo de cómo se utilizará la marca
(adjunte un ejemplo)

Servicios para los cuales se utilizará la marca

¿Se utilizará la marca en relación con los servicios que se venderán a clientes externos?

Países donde se registrará o utilizará la marca

¿Está siendo utilizada la marca?

Si/No
Si su respuesta es sí, confirme la fecha de su primer uso:

¿Está en conocimiento de cualquier otra marca está siendo utilizada por un tercero?

Por favor reenvíe este formulario a

joost.schriever@randstad.com

Con copia a: neysa.hooij@randstad.com and marianne.scholten@randstad.com

Aprobación de equipo de Marketing y Comunicaciones

¿La marca cumple con la arquitectura de marca de Randstad?

Beneficios y costos de protección:

