

WIPO

WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION

Crear un marco de propiedad intelectual que beneficie a la empresa y al cliente

Antecedentes

En 1964, el equipo compuesto por el Sr. Pornsit Srirorathaiikul y su esposa, la Dra. Sunee Srirorathaiikul fundó la empresa *Beauty Gems Group Co., Ltd. (Beauty Gems)*, que era entonces un pequeño negocio familiar de exportación de joyas y piedras preciosas en Bangkok (Tailandia). Decididos a crear joyas y piedras preciosas de alta calidad, con un bonito diseño y a precios competitivos para el mercado mundial, la empresa creció rápidamente, sabiendo aprovechar el auge paralelo de la industria tailandesa de joyería y piedras preciosas. En 1973, *Beauty Gems* inauguró su primera fábrica, con un capital de tres millones de baht

tailandeses y 300 empleados; en 1983, el personal de la empresa se duplicó y el capital ascendió a 13,5 millones de baht. Para satisfacer la creciente demanda de diamantes personalizados, *Beauty Gems* se diversificó y, en 1990, creó dos filiales, a las que provee diamantes de máxima calidad, así como a sus clientes. La empresa *Beauty Gems*, que desde el principio se centró en los mercados de exportación, es en la actualidad uno de los mayores exportadores de joyas y piedras preciosas de Asia, con más de 3.500 empleados y una cifra de negocios anual de más de 5.000 millones de baht. *Beauty Gems* es un contratista único que logra combinar la tecnología más moderna con la artesanía tradicional tailandesa para satisfacer todas las necesidades de sus clientes en cuanto a subcontratación, diseño y fabricación de joyas. Puesto que *Beauty Gems* es una empresa mayorista, muchos de sus productos de exportación no se venden con la marca de fábrica de la empresa, sino con el nombre de sus clientes.



La empresa *Beauty Gems*, desde su sede en una ciudad tan animada como Bangkok, ha extendido su actividad empresarial por todo el mundo (Foto: Trey Ratcliff).

Investigación y desarrollo

La actividad continua en investigación y desarrollo ha sido siempre una parte integrante del éxito de *Beauty Gems*; quizás el elemento más significativo sea la importancia que da esta empresa a la originalidad de los diseños de sus productos. Cada mercado es diferente, por lo que la empresa investiga los estilos de moda en cada mercado al que va destinado el producto, con miras al diseño de productos que atraigan a los consumidores. Ese planteamiento ha facilitado el éxito de la empresa en muchos mercados; el Japón ha sido el país en el que más éxito ha tenido. *Beauty Gems* invierte mucho esfuerzo en la investigación de los diseños que gustan a los exigentes consumidores japoneses; gracias a ello, se ha convertido en una de las primeras empresas de joyería tailandesas en penetrar en dicho mercado. En la actualidad, esta empresa es uno de los principales exportadores de joyas y piedras preciosas al Japón.

Puesto que *Beauty Gems* prospera gracias a su creatividad, los proyectos de I+D ocupan un lugar especial en la cultura institucional de la empresa. Dado que sus recursos en I+D provienen de los conocimientos y las competencias de sus empleados, *Beauty Gems* da gran importancia a la formación dentro de la empresa, para que los conocimientos y destrezas de su personal se transmitan de una generación de empleados a la siguiente, garantizándose de esta manera una plantilla creativa y con mucho talento. La empresa, que cada vez deja una huella más profunda de sus actividades en I+D en la industria joyera, ha ofrecido cursos de introducción a la artesanía en el marco de programas de cooperación bilateral con organismos gubernamentales, ofrece programas especiales de formación para sus empleados, impartidos por especialistas internacionales y, además, es uno de los principales patrocinadores de la Oficina del Fondo de Investigación de Tailandia. El departamento de I+D de *Beauty Gems* fomenta la innovación entre su personal, alentándole a participar en concursos de diseño y producción; también sensibiliza a los empleados sobre la importancia de la propiedad intelectual (P.I.) y los derechos de P.I. Esta empresa da gran importancia al diseño, así como a la información en materia de patentes a la hora de investigar sobre productos, tecnologías y procesos nuevos.

Beauty Gems también ha desempeñado una importante función en la creación en Tailandia de un organismo que expide certificados reconocidos para los productos de oro y plata. En 1985, la empresa creó la *Bangkok Assay Office* (BAO), que ofrece servicios de certificación personalizados, profesionales y eficientes, y también realiza estudios para mantenerse al día sobre las últimas tecnologías de la industria joyera y de piedras preciosas.

Gestión de la P.I.: marcas, diseños industriales, derecho de autor y secretos comerciales

La función de los derechos de P.I. tiene gran importancia para *Beauty Gems*, lo que se pone de relieve en su peculiar estrategia de gestión de la P.I., de la que se encarga personal especialmente dedicado a esta actividad, y que se divide en dos categorías: P.I. de la que es titular la empresa, y P.I. de la que es titular el cliente. Con respecto a la P.I. de la que es titular la empresa, desde 1999, *Beauty Gems* ha presentado solicitudes para la protección de sus marcas y diseños industriales en el Departamento de Propiedad Intelectual de Tailandia (DPI Tailandia). La empresa también mantiene la protección de los derechos de autor para todo el material relacionado con la creación y la comercialización de sus productos. Esta estrategia le permite priorizar la calidad y el perfeccionamiento del producto por sobre la competencia en los precios, lo que mejora su imagen corporativa, genera fidelización de los clientes y atrae a nuevos inversores. La obtención de los derechos de P.I. también reduce el riesgo de que los competidores copien sus diseños y rentabiliza la inversión en I+D de la empresa mediante la venta o concesión de licencias de sus derechos de P.I. a terceros.

Con respecto a la P.I. de la que es titular el cliente, *Beauty Gems* considera que su protección es una parte esencial de su estrategia empresarial. Esta empresa hace todo lo posible para proteger los diseños y los secretos comerciales de sus clientes, lo que ha sido un factor clave para alcanzar el sólido prestigio del que goza *Beauty Gems*. La venta de los productos de joyería depende del talento del que los crea y del diseño, y la industria joyera y de piedras preciosas es altamente competitiva. *Beauty Gems* lo sabe y, por lo tanto, siempre que un cliente le encarga la creación de un nuevo producto, nunca divulga, de forma directa o indirecta, el diseño o cualquier otro tipo de información que identifique la nueva línea de productos del cliente, hasta que el producto se lanza en el mercado correspondiente. Esta estrategia ha funcionado de forma muy eficaz y, a lo largo de toda la historia de *Beauty Gems*, nunca ha habido un caso de infracción de la P.I. de los diseños o de los nombres de los productos de los clientes de esta empresa. Esto ha propiciado la inquebrantable fidelidad de los muchos clientes de la empresa, que goza de una publicidad boca a boca que le ha posibilitado continuar con resultados positivos incluso en épocas difíciles, como la crisis financiera tailandesa de 1997. Todo ello también ha contribuido a que se supere la mala imagen que tenía la industria joyera y de piedras preciosas de Tailandia, causada por comerciantes sin escrúpulos que han tratado de sacar provecho de los clientes con pocos conocimientos en el sector.

Comercialización

Beauty Gems cuenta con cuatro fábricas modernas con equipamiento de última generación, que le permiten crear con rapidez y eficiencia productos de alta calidad. En esas fábricas trabajan artesanos cualificados, que pueden hacerse cargo de pedidos que varían entre una pieza personalizada y miles de unidades. Dado que *Beauty Gems* es un mayorista orientado a la exportación y que más del 90% de sus productos están destinados a mercados fuera de Tailandia, son los clientes de esta empresa los que comercializan la mayoría de sus productos con sus propias marcas. Con respecto a los productos que vende directamente *Beauty Gems*, se comercializan a escala internacional mediante diversas filiales que tienen sus propias marcas. Por ejemplo, *Beauty Gems U.S.A. Co., Ltd.* se ocupa de todas las actividades empresariales de *Beauty Gems* en los Estados Unidos de América, y los productos de *Beauty Gems* que se comercializan en el Japón se venden bajo la marca “Lien d’Amour”. En el mercado tailandés, *Beauty Gems* comercializa sus productos con el nombre de la empresa y su marca *Beauty Diamond* en dieciséis lugares del país.

Resultados empresariales

Beauty Gems se ha convertido en uno de los mayores fabricantes de Asia en el sector joyero y de piedras preciosas, gracias a su condición de contratista único y a su empeño en la protección de la P.I. Esa filosofía ha aumentado el prestigio de la empresa, en la que confían muchas de las marcas de joyas más famosas del mundo para la subcontratación de determinadas actividades. *Beauty Gems* ha pasado de ser una pequeña empresa familiar a convertirse en una empresa clave en el mercado internacional y vende sus productos en los principales mercados, entre otros, en los de Francia, Alemania, Hong Kong, el Japón, la Arabia Saudita, Suiza y los Estados Unidos de América. Anualmente, *Beauty Gems* exporta productos por un valor de 4.000 millones de baht.

El éxito de *Beauty Gems* se ha reconocido en numerosas ocasiones: en 1980, esta empresa recibió el *Diamond International Award*, concedido por *DeBeers Italia*; en 1993, recibió el *Hong Kong Diamond Design Award*; en 1999, el Primer Ministro tailandés le concedió el premio “Marca de Tailandia”; y en 2004, recibió el “Premio a la Exportación”, concedido por el Primer Ministro de Tailandia al mejor exportador de ese país. En el año 2002, la empresa también recibió la certificación ISO 9001, que reconoce la calidad de sus sistemas de gestión. En 1996, para la celebración del 50º aniversario de la ascensión al trono del rey Bhumipol, *Beauty Gems* creó una réplica a escala 1:10 del *Barge Suphannahong* real (cisne de oro) decorada con piedras preciosas. Durante diez meses, cuarenta artesanos experimentados trabajaron en la creación de esta réplica, que en la actualidad se exhibe en museos de todo el mundo.

Innovación en beneficio de la empresa y del cliente

Los elementos clave del éxito de *Beauty Gems* han sido su interés especial en las actividades de I+D y su empeño en la protección de la P.I., tanto la de la propia empresa como la de sus clientes. Los fundadores de *Beauty Gems* no tardaron en darse cuenta de que en la industria de la subcontratación de la fabricación de joyas y piedras preciosas, muy competitiva, el prestigio de su empresa aumentaría combinando los dos elementos mencionados anteriormente con productos de calidad, gracias a lo cual fomentaron la fidelidad del cliente y lograron que la empresa siguiera innovando y creciendo.

► [Fuentes, referencias y enlaces](#) ↓

Este estudio de caso se basa en información tomada de:

- <http://www.bangkokpost.com/56pe2002/beauty/beauty.html>
- <http://www.beautygems.com>
- <http://www.indulgedtraveler.com/jewelry/bangkok.html>
- <http://www.thaicatwalk.com/CatwalkUpdate/Year2007/11Nov/20BeautyGem/gem.htm>
- http://www.wipo.int/edocs/mdocs/mdocs/en/wipo_asean_ip_bkk_06/wipo_asean_ip_bkk_06_draft.pdf

