



“COMERCIO ILÍCITO Y FALSIFICACIONES, FRENO AL CRECIMIENTO Y AL EMPLEO”

3 de julio de 2012 / MADRID

PRESENTACIÓN



De izda. a dcha.: Rosa del Río, directora de EL NUEVO LUNES; Jaime Gil-Robles, director de Asuntos Corporativos de Altadis, y José García Abad, editor de EL NUEVO LUNES.

FOTOS: F. MORENO

Jaime Gil-Robles, director de Asuntos Corporativos de Altadis

“Lo mejor para reducir el incremento del tabaco ilícito es congelar la política fiscal”

Como director de Asuntos Corporativos y Legales de Altadis, Jaime Gil-Robles fue el encargado de presentar las jornadas Comercio ilícito y falsificaciones, freno al crecimiento y al desempleo. Lo primero que hizo fue mostrar una radiografía de su empresa, que tiene 375 años de antigüedad en el mundo del tabaco. Altadis es una compañía implantada en España con 300 industriales en La Rioja, en Cantabria y en Cádiz. Da empleo a más de 5.000 personas y compra el 60% del tabaco que se produce en Extremadura.

“Las falsificaciones y el comercio ilícito son actividades ilegales que dañan no sólo a las compañías sino a todo el conjunto del país”, resumió Gil-Robles sobre el mensaje que se pretendió reflejar en estas XVIII Jornadas de Altadis. Allí se quiso ver de qué manera, poniendo en conjunto todo lo que se construye por parte de las autoridades públicas y por parte del sector privado, se puede abordar el fenómeno del comercio ilícito y las falsificaciones de forma más eficaz. “En el mundo del tabaco, lejos de disminuir, no deja de incrementar”, destacó.

Para Altadis, “el comercio ilícito es fundamentalmente destrucción de empleo. Es generador de una destrucción de empleo, en unas circunstancias en las que debemos estar más atentos. El sector del taba-



co genera 55.000 empleos en España. Ahora mismo, esos 55.000 empleos sólo se sostienen con un volumen de mercado que es el que actualmente tenemos”.

Situación del mercado

El mercado en 2011 decreció un 16,5%. Gil-Robles expresó que muchas son las razones que influyeron, sobre todo la situación económica, como en el resto de los sectores. Pero, matizó que fundamentalmente influyó “la errática política fiscal”. En ese sentido, aseguró que “la errática política fiscal ha hecho que desde el año 2009 hasta ahora el precio medio del cigarrillo haya aumentado un 55%”. De

los bienes de consumo, “es probablemente el que más ha crecido en los últimos años”, un 55%. De media, en el año 2009 se pagaba 2,65 euros por paquete y ahora se está pagando 4,10 euros. Ha habido, al menos, cuatro políticas fiscales en ese período de tiempo. “Eso demuestra claramente que las políticas fiscales, sean del partido que sean, sean del Gobierno que sean, han sido erráticas”.

“¿Qué sucede con ese mercado que cae a razón del 16% de media anual? Más del 90% de esos consumidores se pasa a fumar tabaco ilegal”

“¿Qué sucede con ese mercado que cae a razón del 16% de media anual?”, preguntó al auditorio el orador. Respondió que “más del 90% de esos consumidores se pasa a fumar tabaco ilegal”. De acuerdo con sus palabras, los datos de cuántos fumadores y cuánto fuman diariamente se siguen manteniendo. Lo que bajan son las ventas legales. “Obviamente, hemos abierto las puertas al tabaco ilegal”, sentenció.

A su juicio, la falsificación y el contrabando tienen tres puntos esenciales. El primero de ellos es que hay

que recordar que el tabaco cumple unas estrictas normas sanitarias. Compañías como Altadis están obligadas, tanto por normativa europea como por normativa nacional, a comunicar al Ministerio de Sanidad exactamente todos los componentes que contienen sus productos. “Es obvio que quien se dedica a la falsificación en el contrabando de tabaco no cumple dicha normativa”.

En segundo lugar, “cuando estamos hablando de contrabando estamos hablando de manipulación de producto sin control por parte de quien lo fabrica”. Las preguntas serían, por ejemplo, ¿en qué condiciones se almacena ese tabaco? o “¿en qué barco vino y al lado de qué contenedor?”. Hay muchas incógnitas al respecto. Además, está el asunto de la venta de tabaco a menores. “Los estancieros son responsables, no sólo porque lo marque la ley sino porque tienen mucho sentido común, de no vender tabaco a los menores. Para aquellos que no tienen escrúpulos a la hora de vender un producto que no tiene ningún control sanitario, vender tabaco a un menor no es la menor de sus preocupaciones”, expuso Gil-Robles.

“Hay muchísimos consumidores que no están dispuestos a soportar las continuas subidas fiscales porque tampoco las pueden resistir”

Por último, está el tema fiscal, que no es ajeno a empresas como Altadis. “Nosotros siempre decimos que en el sector del tabaco somos socios del Ministerio de Hacienda porque nosotros recaudamos para el Ministerio de Hacienda. El 79,4% de lo que paga un consumidor por un paquete de cigarrillos es impuesto. Este es el país de la Unión Europea con mayor presión fiscal, algo que no tiene nada que ver con el precio final”, señaló el director de Asuntos Corporativos. A renglón seguido, hizo hincapié en que eso significa que, “a mayor incremento del comercio ilícito,

mayor es la cantidad de dinero que deja de ingresar el Estado”. Un dato estimativo que arrojó fue que “cada punto de tabaco ilícito, cada punto de tabaco lícito en el que se deja de vender, representa 100 millones de euros menos para el Estado”.

“Hasta el año 2009, el fenómeno del tráfico ilícito del tabaco estaba por debajo del 3%. A partir del 2009, ha crecido hasta llegar a niveles del 16%”, continuó Gil-Robles. En un corto espacio de tiempo, coincidiendo con la económica, “el consumidor no está dispuesto a pagar el precio por el tabaco lícito y se va al tabaco ilícito”, cuya cajetilla suele costar un euro menos de lo que se paga en el estanco.

No puede subir más

“Hay muchísimos consumidores que no están dispuestos a soportar las continuas subidas fiscales porque llega un momento en el que no las pueden resistir. Con lo cual, ¿qué es lo que hemos reclamado y reclamamos en cada uno de los foros a los que acudimos? La mejor manera de reducir, o al menos parar, el incremento del tabaco ilícito consiste en congelar la política fiscal. Da la casualidad que en España ha llegado a un punto de agotamiento. En los 25 años de historia fiscal que yo recuerde, es la primera vez que España recauda menos por tabaco de lo que tenía previsto recaudar. Si lo ha hecho y no ha bajado ni el número de fumadores ni la cantidad de tabaco que se fuman, está claro que ese diferencial sólo puede provenir del tabaco ilícito”, subrayó.

Gil-Robles avisó a los que están en el sector del tabaco y a las autoridades fiscales de que “tienen que ser conscientes de que a veces hay que tener la valentía para decir que no se puede seguir subiendo el tabaco”. Ya no va a dar más rendimientos. “Cuánto más se suba, menos empleos va a generar, porque los 55.000 empleos sólo se sostienen con los volúmenes de mercado actuales. Si esos volúmenes caen, no se va a sostener. Si el Estado tampoco va a ingresar más, uno se pregunta, entonces, para qué los subimos”, concluyó.



Numerosos profesionales se dieron cita en las jornadas.

MESA REDONDA

“Comercio ilícito y falsificaciones: Una lacra para el desarrollo económico mundial. Cómo luchar, cómo prevenir y cómo evitar que contrabandistas, traficantes y piratas secuestren la economía global. Fraude fiscal e inseguridad jurídica internacional”



De izda. a dcha.: Miguel Ángel Godoy, comandante de la Unidad Técnica de la Policía Judicial de la Guardia Civil; Manuel Cerdán, periodista; Pilar Jurado, directora del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales de la Agencia Tributaria (AEAT), y Mónica Dopico, jefe de la Sección Propiedad Intelectual e Industrial del Cuerpo Nacional de la Policía. UDEV Central. Ministerio del Interior.

Miguel Ángel Godoy, comandante de la Unidad Técnica de la Policía Judicial de la Guardia Civil

“La criminalidad organizada está integrada en el comercio ilícito y en las falsificaciones”

La idea de Miguel Ángel Godoy, comandante de la Unidad Técnica de la Policía Judicial de la Guardia Civil, en su intervención fue la de lanzar mensajes claros para transmitir cómo se enfoca el problema del comercio ilícito y las falsificaciones desde la Guardia Civil, de qué medios dispone y cómo está estructurada para afrontarlo.

Para el Instituto Armado, “el comercio ilícito y la falsificación no sólo afectan a ámbitos de lo económico, lo social y lo sanitario”. Por supuesto, la Guardia Civil atiende a todas estas necesidades y tiene unidades específicas para combatir este tipo de delito. “Pero, el problema realmente se plantea cuando aparece una sensación de inseguridad ciudadana, cuando el mercado ilícito forma parte de la forma de financiación de los organismos de las organizaciones criminales, que al fin y al cabo son los que generan realmente la alarma social”. Godoy pidió a los presentes que de sus palabras no sacaran la conclusión de que a la Guardia Civil no le importa el ámbito económico y el tejido empresarial del Estado. Afirmó que lo que realmente al ciudadano de a pie le interesa, y lo que más le importa, es cuando se ve amenazada su propia seguridad.

Diversas actividades

“Por extensión, el enfocar nosotros el problema por el ámbito de la delincuencia organizada ampara al resto”, matizó. Por ende, el primer mensaje fue que “el crimen organizado está muy involucrado en este fenómeno del comercio ilícito y de



“El comercio ilícito y la falsificación no sólo afectan a lo económico, lo social y lo sanitario. La inseguridad ciudadana es el principal problema”

las falsificaciones. Atajando ese problema, se puede dar solución al resto de los sectores”.

El fenómeno del ‘top manta’ está lejos de despertar alarma social. “Se produce un salto cualitativo con lo que es el fenómeno de la falsificación cuando entra a jugar la delincuencia organizada”, informó Godoy. Puede haber lucha entre bandas por el mercado, ajustes de cuentas entre rivales e incluso financiación de actividades terroristas. Al hilo de esto, el guardia civil aclaró que “el IRA financió parte de sus actividades en el Ulster a través del contrabando de taba-

co”. Dentro de ese marco, se engloba una cantidad de actividades inmensa en la que no sólo el tejido económico y empresarial de Estado se ve afectado, sino que igualmente se ve afectada la seguridad nacional.

En la Guardia Civil se enfoca el problema desde dos grandes pilares: la Jefatura de Servicio Fiscal y la Jefatura de Policía Judicial. El Servicio Fiscal tiene atribuida la competencia en exclusividad del resguardo fiscal del Estado, según la Ley Orgánica 2/86 de Fuerzas y Cuerpos de Seguridad. Se articula este servicio en dos ámbitos. Uno es en sentido genérico, en el que todo guardia civil efectúa actividades de inspección y control de establecimientos, de forma en la que se permita controlar el comercio. El otro es más explícito, que es el control en las fronteras. “Es donde la Guardia Civil, y entendemos que los intereses del Estado así nos orientan, tenemos que volcar el máximo esfuerzo para evitar que entre este tipo de mercancías. Si somos capaces de controlar la entrada, será mucho más fácil combatir el fenómeno una vez que esté dentro. Por esto es por lo que tenemos un despliegue en puertos, en aeropuertos, ... en fin, en todas las zonas de entrada dentro de la Unión Europea. Es ahí donde el Servicio Fiscal centra su actividad”, comunicó Godoy.

Como anécdota, Godoy comentó que están comprobando que la mercancía llega por separado. De forma que cuando se detecta a la entrada es más difícil su persecución. Por ejemplo, en el ámbito tex-



En su intervención, Godoy explicó que la Guardia Civil enfoca el problema desde dos pilares: las jefaturas de Servicio Fiscal y de Policía Judicial.

til entran las camisetas sin ningún tipo de marca ni nada que acredite su procedencia. Luego, introducen las etiquetas, los botones y el resto de accesorios. Es dentro del territorio nacional y dentro del territorio de la Unión donde se consume la falsificación. “Están cambiando el ‘modus operandi’ continuamente, de modo que se van adaptando a las nuevas necesidades del mercado”, reveló.

El enfoque principal del Servicio Fiscal se centra en todos aquellos puertos de entrada y salida del territorio de la Unión para focalizar el esfuerzo precisamente en eso, en intentar controlar que esa mercancía que entra en territorio de la Unión lo haga con toda la garantía.

Respecto al segundo pilar mencionado, el de la Jefatura de Policía Judicial; Godoy declaró que dentro de esa área de delitos económicos están la falsificación, el contrabando, etcétera. “Es por eso por lo que nosotros, en conjunción con el Servicio Fiscal, nos encargamos de aquellas investigaciones de índole de mayor trascendencia dentro del territorio nacional. Nosotros iniciamos las investigaciones bien por previa denuncia o bien porque a través de otra investigación tengamos conocimiento de oficio de que se está produciendo este tipo de delito o bien por información que nos llega a través de las organizaciones internacionales. En los tiempos que corren, no podemos ir solos. Tenemos que trabajar conjuntamente”, aseveró.

“Si somos capaces de controlar la entrada en puertos, en aeropuertos, etcétera, será mucho más fácil combatir el fenómeno una vez que esté dentro”

En ese sentido, expresó que no pueden trabajar fuerzas y cuerpos de seguridad por un lado, judicatura por otro y Agencia Tributaria por otro. El ir todos juntos “pasa por dotar de más medios y de más capacidades a la judicatura. Estamos en manos de ellos. Trabajamos para ellos. Si ellos no son capaces de dar respuesta a nuestras demandas, es complicado que se pueda dar una solución al respecto”. A efectos de coordinación, el CICO les regula.

A diferencia del Servicio Fiscal, las unidades de Policía Judicial están implantadas en todo el territorio nacional. “El delito se consume en todo el territorio, no sólo por donde entra”. Después, puso algunos casos de Interpol, de Europol, de Eurojust y, sobre todo en el ámbito de la falsificación, de OLAF (Oficina Europea de Lucha contra el Fraude). “A través de ellos recibimos información y llevamos al mismo tiempo intervenciones conjuntas con otros cuerpos de otros países”.

En otro momento, Godoy ofreció datos de la Guardia Civil. El año pasado se intervino mercancía falsificada por un valor superior a los 108 millones de euros. “Principalmente, los de Barcelona y de Algeciras son los puertos que realmente estamos viendo que más problemática despiertan en este sentido”, advirtió. En el Campo de Gibraltar y en Lleida está resurgiendo el antiguo fenómeno del contrabando de tabaco, “que nunca hemos tenido desterrado pero que en años atrás se observaba que el problema era bastante menos acuciante”.

Dificultades

Al margen de los grandes contenedores que están entrando por los puertos, se están transportando pequeñas partidas por vía aérea. “Se producen múltiples tránsitos dentro de la Unión Europea, de tabaco que entra por Algeciras, por Canarias y que el destino último es alguno de los países de la Unión, pero que no se está haciendo en grandes cantidades, sino que se hacen muchos viajes. Eso dificulta la persecución, al mismo tiempo que una vez que se detiene, que se consigue interceptar, en algunos casos no se puede ni siquiera detener, porque la reforma del Código Penal ha conllevado más dificultades para que el delincuente desaparezca de este entorno”, lamentó.

“Nosotros no somos capaces de hacer una distinción precisa de qué porcentaje es falsificado dentro del tabaco de contrabando que se interviene y qué parte no es falsificado. Tenemos unas estimaciones aproximadas en las que consideramos que el tabaco falsificado del que se interviene dentro de recinto aduanero oscila en torno al 40% frente al 10% del tabaco falsificado que se interviene fuera de la aduana, en la carretera o en cualquier otro punto del territorio nacional”, comunicó.

“Entendemos que el mayor porcentaje de tabaco falsificado que se detecta dentro del recinto aduanero es porque se va a destinar a su posterior exportación. Es por eso por lo que el porcentaje de falsificado dentro de la aduana es superior al porcentaje del tabaco intervenido y falsificado dentro del territorio nacional. Son cifras estimativas, no son cifras reales”, justificó.

Godoy insistió de nuevo: “La criminalidad organizada está ampliamente integrada en el desarrollo de esta actividad ilícita”. Aludió a la ‘operación Opson’, llevada a cabo en 2011, en la que se intervino 300 toneladas de alimentos, “que suponían el consiguiente riesgo para la salud de la población”.

La Guardia Civil cuenta con campañas de concienciación y mentalización en los colegios, “porque, si no se parte de la base, en un futuro vamos a tener el mismo problema”.

Pilar Jurado, directora del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales de la Agencia Tributaria (AEAT)

“Ahora se falsifica todo, lo que implica productos que afectan a la seguridad del consumidor”

Pilar Jurado, directora del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales de la Agencia Tributaria (AEAT), reconoció que sabe la preocupación que genera todo lo relacionado con el comercio ilícito, asociado tanto a contrabando como a falsificaciones en general. “Hablamos de falsificaciones también sobre los derechos de la propiedad intelectual, pero quizá lo más tangible de la actuación de la Agencia Tributaria es justamente lo que tiene que ver con los productos falsificados y con la mercancía pirata”, indicó.

La actuación de la aduana, formando parte de la Agencia Tributaria, en materia de falsificaciones viene dada tanto por la normativa nacional, por el respeto al derecho a la propiedad intelectual en la Constitución y en la normativa interna, como por un reglamento específico de la Unión Europea, ya por el año 1994. “En su momento, supuso una ruptura con relación a lo que las autoridades públicas, y en particular la aduana, podían hacer con mercancía falsificada. Desde ese momento, ya empezamos a participar en la detención e interrupción del tráfico comercial de productos que supuestamente pueden adolecer de un ilícito a la propiedad intelectual”, aseguró.

Añadió que “hubo un reglamento posterior, que está vigente ahora mismo, del año 2003, que es el que amplía el ámbito de actuación y organiza muchísimo mejor el procedimiento”. Opinó que, a partir de ese momento, los resultados de las actuaciones han sido “mucho más llamativos” en la aduana española y en las demás aduanas. “No es que antes no se trabajara en ello y no es sólo porque hayamos trabajado mejor o porque el instrumento jurídico haya cambiado, sino porque la sociedad y la demanda de la sociedad de consumo han cambiado”, matizó.

Fabricación en terceros países

Se ha dado un incremento de poder fabricar en países terceros, muy concentrados en la zona asiática, productos de consumo general con un precio muy bajo. Según las palabras de Jurado, “el poner otro logotipo es relativamente fácil para los que están fabricando. Eso ha implicado que el acceso a ese producto falsificado ha sido muy fácil, en el sentido de un coste muy bajo”.

A partir de ahí es donde, al entrar masivamente, ha habido una cierta evolución. Jurado explicó que, “en un principio, se detectaban más contenedores, no llenos de productos falsificados, que se intentaban disimular menos. Luego, se han hecho más esfuerzos en intentar disimular más. Introduciendo, por ejemplo, camisetas sin ningún tipo de falsificación y camuflando entre ellas determinadas cajas o paquetes que contienen falsificación”. Hay que tener en cuenta una cosa: “Lo que importa a los que se dedican a esto es vender”.

Jurado remarcó dos evoluciones en los propios artículos que están entrando. “En primer lugar, se ha experimentado una diversificación en el tipo de productos”. La directora del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales de la AEAT se remontó incluso a antes del año 2003, cuando siempre que se hablaba de productos falsificados se pensaba en la típica falsificación de un producto de



“Se ha experimentado una diversificación en el tipo de productos falsificados y hay un fácil acceso a ellos por parte de los consumidores finales”

lujo, el que quería tener un bolso de una marca determinada y cuyo original no podía llegar a adquirir.

“Eso ha evolucionado muchísimo. Ahora se falsifica todo, lo que implica productos que afectan a la seguridad del consumidor. En el caso de la falsificación de recambios de vehículos, a pesar de saber que son precios elevados, el producto falsificado carece de unos controles de seguridad. Estamos afectando a la seguridad. Si pasamos a otro tipo de artículos, como pueden ser los juguetes, que se falsifican muchísimo, medicamentos o alimentos, estamos tocando unos aspectos que realmente no sabemos si el consumidor es consciente de eso”, alertó Jurado.

Lo que se ha detectado, quizá más en los últimos años, es el hecho de que “hay un fácil acceso de los consumidores finales”. No tienen que ir directamente a un comercio, a un mercadillo o a un “top manta” a adquirir un producto falsificado o pirata, sino que de manera directa a través de uno de los canales de venta como puede ser el canal electrónico, el consumidor final tiene acceso desde su ordenador a ese tipo de artículos.

En las páginas web, donde se ofrecen artículos originales, también los

hay falsificados, que en mucha medida llaman a engaño. “Llaman a engaño al consumidor, porque puede que no tengan la explicación suficiente sobre el artículo que están comprando. Y con una terminología, la de ‘outlet’, se publicitan una serie de artículos que realmente son artículos falsificados. ¿Qué instrumentos se utilizan en esos casos? El que no nos cueste tan barato como en un mercadillo. Al subir los precios y acercar a lo que teóricamente sería una venta real, pueden dar la impresión de que serían artículos de otra temporada o con tara”, reveló Jurado.

De ahí que las propias actuaciones que la Agencia Tributaria está teniendo en este aspecto están siendo en envíos prácticamente individualizados, individualizados de consumidor final e individualizados de paquetería pequeña con un número pequeño de artículos, pero que varios repetidos de ellos dan lugar a que puedan luego comercializarse en un comercio de manera sumergida.

No son operaciones aisladas

Asimismo, Jurado se refirió a un informe que recientemente ha publicado la Comisión Europea, con datos de hasta 2010, de la actuación de la aduana en este aspecto de falsificaciones. “Por una parte, dicen que ha sido muy determinante la actuación que la aduana ha tenido a lo largo de estos años de aplicación de la normativa en la intervención de productos falsificados. Eso se pone de manifiesto porque han aumentado considerablemente los titulares de marca que se han dirigido a las autoridades aduaneras a solicitar voluntariamente que intervengamos cuando veamos una marca que puede estar siendo falsificada”, afirmó.

En la misma línea que Miguel Ángel Godoy, Jurado certificó que las de falsificaciones generalmente no son operaciones aisladas, de señores aislados que se dedican a comprar productos falsificados. “No, aquí estamos hablando de delincuencia organizada. Totalmente organizada. Esas redes tienen un lucro fácil de esta manera. Utilizan a veces páginas web y otras veces una red inferior para llegar a los consumidores de manera accesible”, identificó.

“¿Qué están financiando esas redes? Todo a lo que se dediquen. Cuando hay una red que tiene base

en la utilización y venta de mercancía, pueden estar vendiendo artículos de consumo normal o artículos totalmente prohibidos, como pueden ser estupefacientes, o puede ser terrorismo o cualquier otro tipo de ilícito. Lo que está claro es que cuando estamos adquiriendo artículos falsificados hay detrás delincuencia organizada”, evidenció Jurado.

Después, Jurado mencionó cifras de las actuaciones que se han tenido en materias de propiedad intelectual en el año 2011. “En 2011, hicimos un total de 5.821 operaciones en las que se intervino mercancía falsificada con un volumen de 5.570.000 artículos”, detalló.

Respecto al contrabando, Jurado no entró en la polémica de si se debe sólo a la política fiscal o se debe a otros actores. “Evidentemente, la política fiscal tiene que influir. Todo forma parte del precio. Hay algunos otros elementos que también. No obstante, yo quería remarcar que lo del contrabando no es nada nuevo, es algo implícito a la propia existencia de la aduana, a la propia existencia de una frontera en la que se controla mercancía. Forma parte de la competencia más innata de la actuación aduanera”, argumentó.

Esta responsable marcó dos elementos en la evolución del contrabando, al igual que con las falsificaciones. “En todo el contrabando en general hay delincuencia organizada por detrás. No hay paliativo. Habrá el que individualmente lo trae. Sí, por supuesto, para su consumo, para venderlo a sus colegas o para regalárselo a sus amigos. Realmente, las cifras que estamos viendo son por delincuencia organizada”, anunció.

“Cuando estamos adquiriendo artículos falsificados hay detrás delincuencia organizada. ¿Qué están financiando esas redes? Todo a lo que se dediquen”

Del mismo modo, Jurado recordó a los presentes que, cuando se habla de contrabando como cualquier ilícito que se nos pueda ocurrir dentro de la Unión Europea, no somos un país con nuestra frontera desde el año 1993, sino que hoy por hoy somos 27 países con nuestra frontera. “Por cualquiera de las fronteras de la Unión Europea puede estar entrando un contenedor lleno con 500.000 cajas de cigarrillos, ya sean falsificados o meramente de contrabando. De manera que no todo lo que se vende en el mercado nacional ha entrado por nuestra frontera. Lo que pasa es que cada uno, en nuestros países, tenemos que identificar nuestros puntos débiles, los puntos que tenemos de

mayor actuación”. Esto pone de manifiesto la necesidad de la cooperación, “que es la que lleva a mayor efecto”, a través de organismos como la Oficina Antifraude de la Comisión Europea o la Organización Mundial de Aduanas.

Tres puntos temporales

“Toda la mercancía que entra por una frontera puede ser objeto de contrabando. De hecho, tenemos de lo más variado. Quiero centrarme en el cigarrillo porque es el que más afectado está y es el más voluminoso”, expuso Jurado. Al respecto, estableció tres puntos temporales: “La evolución hasta el 2010, donde se produjo una de las últimas grandes subidas de la tributación. Luego, 2011 y 2012”.

Hasta el 2010, la mayoría del tabaco aprehendido, en el sentido de grandes cantidades en volumen de intervenciones, procedía de China y en contenedores. Gran parte de él era falsificado.

A partir de 2011 se dio una gran evolución, en tendencias de las intervenciones que ha tenido la Agencia Tributaria. “Hemos detectado nuevas rutas. Está entrando tabaco no declarado a través de Canarias. En Canarias no había anteriormente un impuesto sobre labores de tabaco. Pero, Canarias es Unión Europea. O sea, territorio aduanero. Es la diferencia fiscal la que ha marcado el tema. Siempre hemos encontrado una cierta tendencia a entrada de marcas que se consumían en otros mercados no españoles. Por demandas de mercados de Reino Unido, del norte de Europa, en los que el precio final del producto es mucho más caro que en España, a pesar de todas las subidas que hemos tenido. Se han utilizado, ocurre en muchos artículos que originariamente vienen de China, además otras plataformas intermedias, como pueden ser los Emiratos Árabes. Se utiliza esa entrada a través del canal de Suez para llegar a la Unión Europea, dando distintas vueltas. El que se dedica al contrabando tiene unos costes muy baratos. Al tener costes muy baratos, lo único que añade es el coste de logístico y muchas veces no le importa dar muchas vueltas para llegar al mercado final”, presentó Jurado.

“¿Qué elementos se han creado con bastante virulencia a partir de 2011?”, se preguntó. Ella misma se respondió: “La situación de crisis económica ha hecho muy atractivo el mercado del contrabando, tanto en precio final, cuando nos dirigimos a comprar un paquete de tabaco y decidimos que en lugar de comprarlo en el estanco y pagarlo a cuatro euros nos vamos a la calle y pagamos 2,5 euros, como a nivel de los que colaboran con el contrabando”.

En esa dirección, Jurado diagnosticó que “hay mucha más disposición en que personas que incluso no tienen una actividad comercial habitual, o teniéndola, colaboran con esa red a nivel minorista, bien pasando, como en el caso de Gibraltar, la frontera para traer pequeñas o grandes cantidades de tabaco que luego pasan a otro sitio de distribución, o bien directamente haciéndolo para venderlo ellos en sus propios comercios de comestibles”.

En 2012, lo que se está apreciando es una consolidación de esta tendencia. Sigue habiendo bastante contrabando. Se ha detectado en los últimos meses un aumento en los cigarrillos intervenidos, gracias, quizá, a las dos últimas intervenciones de la AEAT de contenedores y de algunas furgonetas que iban todas cargadas con cajetillas. Hasta el 30 de junio, tiene 5.700.000 cajetillas intervenidas. Esto supone un 25% con relación a los resultados del año anterior. El número de contenedores en relación con el año pasado ya se ha aumentado. Lleva 20 contenedores intervenidos y 17 vehículos con gran capacidad.



Aspecto que presentaba la sala donde se celebró el acto.

Mónica Dopico, jefe de la Sección Propiedad Intelectual e Industrial del Cuerpo Nacional de la Policía. UDEV Central. Ministerio del Interior

“El principal problema que nos encontramos es la escasa penalidad”

Mónica Dopico, jefe de la Sección Propiedad Intelectual e Industrial del Cuerpo Nacional de la Policía de la Unidad de Delincuencia Especializada y Violencia (UDEV) Central, fue, tal y como anunció nada más empezar su intervención, políticamente incorrecta.

Puso a la sala en antecedentes. “Yo procedía de investigar el crimen organizado que venía de Europa del Este. Cuando ascendí a jefa de Sección de Propiedad Intelectual e Industrial, me pregunté qué es esto, si esto de verdad es una manifestación del crimen organizado. Llegue muy rápidamente a una conclusión afirmativa, porque los beneficios económicos son multimillonarios. No he visto tanto dinero en mi vida profesional. Europa del Este no movía tanto dinero como el que estoy detectando que se mueve en esta actividad”.

Para Dopico, ¿qué conlleva siempre tantos beneficios económicos? “Crimen organizado. Van de la mano. Además, comporta poder de corrupción. Éste es un problema muy importante que va asociado a la propiedad intelectual industrial. Tenemos mucha corrupción en España. Manejan mucho dinero y tienen gran poder de corrupción en muchas instituciones”.

Otro elemento cuya existencia resaltó Dopico es el blanqueo de capitales. “Es de libro: estructuras empresariales fantasma o instrumentales, inversión y financiación, diversificación. El crimen organizado funciona como una empresa. No es que estas organizaciones criminales especializadas en tráfico de drogas se dediquen exclusivamente a eso”. Una realidad que hay ahora mismo en España y en Europa es que, si pueden financiar el tráfico de drogas con la propiedad intelectual industrial, que “sale gratis penalmente a todos los efectos”, lo van a hacer.

Tres niveles de investigación

En la Policía existen tres niveles de investigación. Uno, las comisarías locales o de distrito, que se encargan de lo que crea alarma social diaria. Es decir, que a uno le roben el coche o que le entren en su casa. Dos, las brigadas policiales, que están dedicadas a una investigación de crimen organizado a nivel medio. Tres, las unidades centrales, que están dedicadas al gran crimen organizado.

“Se ve que no sólo yo veo que esto es crimen organizado. En el Cuerpo Nacional de Policía lo piensa más gente, porque dentro de lo que es la Comisaría General de la Policía Judicial, en esta brigada de delincuencia especializada, está ubicada mi sección. El Cuerpo Nacional de Policía está convencido de que esto es crimen organizado. Sólo por la ubicación de mi sección”, razonó Dopico.

“¿Cuál es el principal problema que nos encontramos? La escasa penalidad. Sinceramente, creo que esto es un desastre. No me preocupa que tengamos poca pena, lo que me preocupa es que en el mismo título del Código Penal se engloben conductas muy diferentes. Es decir, el Código Penal me ha dado la misma herramienta para luchar contra un mantero que contra un chino que tiene un entramado de empresas y blanquea capitales”, denunció.

En las palabras de Dopico no faltó la ironía. “De todas formas, he descubierto una figura muy ‘graciosa’ asociada a la escasa penalidad que es la del ‘investigador llorón’, el de ‘con estas penas no vamos a ningún



“Llevamos una serie de años investigando este delito del comercio ilícito y las falsificaciones. Lo conocemos bien gracias a una buena labor de inteligencia”

lado”. Un investigador tiene que ser una persona creativa”, expresó.

Otro reproche que lanzó fue que “el legislador también ha entrado en contradicción, porque permite el uso del agente encubierto”. De acuerdo con lo que dijo, “es una figura exclusiva para el crimen organizado y no se ha empleado nunca en España”.

Acto seguido, Dopico ubicó cuál es la situación actual en el Cuerpo Nacional de Policía. “Siempre tengo la teoría de la escalera. Al crimen organizado no podemos entrar y decir que vamos a investigar crimen organizado porque somos muy listos. No. Hace falta un proceso de conocimiento de las estructuras más bajas y de las estructuras medias. Si no, no llegamos jamás al crimen organizado. ¿Cómo vamos a saber quién es Al Capone si no hemos investigado primero las bases de Al Capone? Esa es la teoría”.

No todo fue crítico. “Ahora mismo, uno de los aspectos positivos es que tenemos investigadores muy preparados. Llevamos ya una serie de años investigando este delito y lo conocemos bien, lo dominamos. Se ha hecho una buena labor de inteligencia”. A su parecer, hay que invertir mucho en labores de inteligencia y en tener grandes analistas y peritos dentro de la Policía.

Eso sí, Dopico localizó un aspecto negativo, el exceso de especialización. “Uno de los problemas que me he encontrado es el título de mi sección, Propiedad Intelectual e Industrial. Nos hemos cogido el Código Penal, lo metemos debajo de la mano y ahí no llegamos al crimen organizado. Somos ineficaces si sólo pensamos en nuestro delito. Tenemos que hacer una labor de inteligencia superior. De momento, tenemos una inteligencia insuficiente, porque sólo con estas herramientas no llegamos a luchar contra el crimen organizado. Somos ineficaces en la lucha contra el crimen organizado”, lamentó.

Esto tiene además un efecto llamada muy importante. “Cuando un delito es gratis, pues todo el mundo quiere cometer ese delito. Si sacas dinero, sale gratis y no vas a ir a la cárcel, no vas a tener nada que de verdad te preocupe; hay un efecto llamada muy importante. Se están detectando cosas muy extrañas. Gente que antes traficaba con drogas o gente que se

dedicaba a dar palizas en Bulgaria y ahora está vendiendo bolsos falsos de una marca”, relató.

En el capítulo de las soluciones, Dopico hizo hincapié en que hay que hacer estrategia. “Cuando hablo de investigación global, vamos a tratarlo como crimen organizado. Al señor Al Capone se le pilló por evasión de impuestos. Aquí hay que ‘matar’. Primero vamos a ‘matar’ y luego ya buscaremos qué les metemos. Tenemos que invertir en inteligencia”, insistió.

“El intercambio de información es igualmente fundamental. Policía-policía, sector privado-policía. Con policía-policía me refiero a todo, a CNI, a otras policías del mundo, etcétera. La clave es asociar a otras tipologías delictivas. Si mi delito es una porquería y sé que está relacionado con crimen organizado, y sé que el crimen organizado comete muchos más delitos, vamos a asociarlo a otras tipologías delictivas. ¿Por qué no podemos llegar a través del blanqueo de capi-

También. No he conseguido todavía que nadie me demuestre esta conexión, pero estoy segura de que existe. Mi instinto policial me lo dice. Antes estaba en inmigración ilegal y veía cómo se traían a las mujeres a prostituirse a España. ¿Por qué no van a estar captando a gente para traerlos al ‘top manta’? Porque el ‘top manta’ está organizado. Todavía esa conexión no se ha conseguido establecer”, admitió Dopico.

Otros delitos que cometen estas redes son contra la hacienda pública, falsificación de documentos, corrupción, contrabando, salud pública, fraude fiscal, extorsión, amenazas, financiación del crimen organizado o del terrorismo. Dopico señaló que “una gran parte del atentado al World Trade Center de 1993 se financió con estos delitos. Hizbulá también se financia con esto. Miguel Ángel Godoy, de la Guardia Civil, ya ha hablado del IRA. Ésta es una realidad”.



tales? Yo tengo un grupo de chinos que se dedica a importar. Necesita necesariamente empresas y necesita blanquear esos capitales. ¿Por qué voy al juzgado diciendo ‘señoría, tengo un grupo aquí que se dedica a la propiedad intelectual industrial’? No, vamos a entrarle por el blanqueo de capital, que es un delito grave, la gente se lo toma en serio y te dan intervenciones telefónicas”, recomendó.

Por otra parte, la trata de seres humanos es un delito que va incrementando penas. “A nadie se le escapa que la trata de seres humanos está íntimamente ligada a esta actividad. Los talleres, los restaurantes chinos, etcétera. ¿Tráfico de seres humanos?

¿De qué hablamos cuando hablamos de inteligencia? En palabras de Dopico, “la inteligencia tiene que ser un análisis, que tiene que ser creativo. Necesitamos conocer de verdad las estructuras criminales, quiénes son los Al Capone”.

“Nosotros ya estamos en la fase de descubrir quiénes son los Al Capone. Ya sabemos más o menos quiénes son los Al Capone. Hay una forma muy novedosa de investigación del crimen organizado, que nos está dando muy buenos resultados. No nos preocupamos de los delitos. ¿Dónde está Al Capone? Una vez que sé quién es Al Capone, empiezo a investigarle, sin tener ningún delito,

para descubrir qué delitos está cometiendo. Es una actividad proactiva. Esto es lo que tenemos que saber. La composición, quiénes son los jefes, el funcionamiento, el ‘modus operandi’, el circuito del dinero. Esto es fundamental. Hay que empezar a intervenir todas las propiedades de esta gente. Propiedades, cuentas,... Igualmente, analizar las empresas, qué otros delitos hay, las vías de entrada. Se comparten las vías de entrada para la droga, los productos falsos y la trata de humanos”, asestó Dopico.

Tal y como aseguró ella, “hay que ir de los grupos a los hechos, olvidarse un poco del delito que se tiene, ya se buscará. Primero, hay que saber quién es Al Capone. Una vez que tengamos a Al Capone, ya buscaremos cómo ‘matar’ a Al Capone”.

“El intercambio de información es fundamental. Policía-policía, sector privado-policía. La clave es asociar a otras tipologías delictivas”

La finalidad que se pretende conseguir con esto es la concienciación. “No es lo mismo decir que he descubierto una red que se dedicaba al ‘top manta’ que decir que tengo un entramado chino que, aprovechando las infraestructuras de importación de los productos falsos, blanquea capitales para el tráfico de drogas”, consideró Dopico.

Otra cosa que se puede conseguir es un incremento de penas. “En el momento en el que de verdad el legislador vea la ‘pasta’ que se mueve, incrementará las penas. Lo que interesa es perseguir el dinero. Pregúntense por qué el tráfico de drogas tiene unas penas tan ‘bestiales’, cuando es la propia persona la que se autoinflige el daño. ¿Por qué? Porque mueve mucha ‘pasta’. El Estado vio un filón muy bueno de conseguir dinero”, subrayó.

Respecto a la eficacia y al ingreso en prisión, Dopico dudó de cómo se va a luchar contra el comercio ilícito y las falsificaciones si nadie ingresa en prisión. “Tenemos que empezar a conseguir que la gente vaya a prisión. Cuando Al Capone fue a prisión, cambió todo. Ya no era el intocable. Ya no era el tío al que nunca se le iba a hacer nada. Se le perdió el miedo y la gente comenzó a hablar”, declaró. Esto es lo contrario al efecto llamada.

Dopico calificó la intervención de bienes también como “fundamental”. “No estamos haciendo nada si estamos yendo y sólo nos llevamos los efectos falsos, pero este señor tiene un Porsche Cayenne en su puerta y vive en Conde de Orgaz y no conseguimos llegar a eso. Así, somos ineficaces en la lucha contra el crimen organizado”, reiteró.

MODERADOR

Manuel Cerdán, periodista



Manuel Cerdán, exdirector jefe de investigación de *El Mundo*, exdirector de la revista *Interviú* y actual director del programa de TeleMadrid ‘Objetivo’, moderó la primera mesa de las XVIII Jornadas sobre ‘Comercio ilícito y falsificaciones, freno al crecimiento y al empleo’. Este periodista, que desde finales de los 70 se ha especializado en periodismo de investigación en temas relacionados con Defensa, Interior y Justicia, sostuvo que el tema tratado por la mesa redonda es uno de los “más trascendentales para la economía española, sobre todo en la época en la que estamos viviendo y en la que las arcas del Estado necesitan recau-

dar cada vez más”. En ese sentido, señaló que “nos damos cuenta en los últimos datos macroeconómicos de que últimamente el Estado viene recaudando menos” y que “el contrabando es uno de los elementos que de alguna forma restan esa capacidad de recaudar de la Administración”. Además, describió que los expertos se quejan de las penas sobre este tipo de delito, que son bajas, y que existe poca concienciación por parte de las autoridades judiciales a la hora de aplicar un castigo en este tipo de delito. “Y menos concienciación por parte de los ciudadanos que prefieren fumar tabaco falso o ilegal”.

MESA REDONDA

“Comercio ilícito y falsificaciones, freno al crecimiento y al empleo. El punto de vista de las empresas que lo padecen. Qué hacer, cómo prevenir, a quién acudir. Cómo defender el derecho a la propiedad de la marca. Casos prácticos”.



De izda. a dcha.: Salvador Orlando, director de la Asesoría Jurídica de Loewe y Louis Vuitton; Susana González, representante legal de Ralph Lauren; Javier Terrés, vicepresidente de Desarrollo de Habanos, S.A.; Silvia Navares, jefe del Área de Cooperación Internacional y Relaciones con los Tribunales de la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM). Ministerio de Industria, Energía y Turismo; José Antonio Moreno, director general de la Asociación Nacional para la Defensa de la Marca (Andema); Enrique del Moral, representante legal de Calvin Klein, y Pablo Bazán, abogado de Gómez Acebo & Pombo y representante legal de Lacoste.

Salvador Orlando, director de la Asesoría Jurídica de Loewe y Louis Vuitton

“La piratería no sólo afecta al lujo”

Salvador Orlando comenzó su intervención diciendo que no le cabe duda de que iniciativas como esta contribuyen a difundir la relevancia de la propiedad industrial y el despegue de la economía. “España se recuperará de la crisis actual apoyando y confiando en las empresas que invierten en desarrollo y tecnología, generando empleo, no apoyando el top manta vinculado al comercio ilegal, a las bandas organizadas y al blanqueo de capitales”.

En su opinión, la marca España se construye ahora en base a la selección española, pero la selección española no existiría si detrás no estuvieran el Real Madrid y el Barcelona, que le dan sustento. Real Madrid y Barcelona están entre las 20 marcas más valoradas en el informe Inter Brand de 2011. Un país se construye con marcas, un país no se construye per se. El prestigio de Europa en los últimos años se ha edificado en base a países como Francia, Italia o Alemania que tienen el soporte de grandes empresas. Francia representa el lujo, la gastronomía, es famosa en el mundo por las marcas que lo sustentan muchas de las cuales pertenecen al grupo Vuitton; Italia domina la distribución, básicamente en el sector alimentario. “Detrás de todo ello hay marcas”.

¿Qué evocaba hasta hace pocos años la marca España en el exterior?, se preguntó Orlando. “Poco, un tópico: la paella, los toros y la sangría. Así no se construye un país. Esta imagen está muy vinculada al top manta, a la picaresca y a esa imagen de España que no genera riqueza, ni empleo”.

Una de las primeras precisiones que hizo fue la relacionada con la composición de la mesa, “donde están representadas marcas que evocan el lujo o la alta gama y eso puede dar una falsa impresión sobre a quién afecta la piratería. La



“Para una empresa proteger sus marcas es muy complicado y supone, además, un importante esfuerzo económico”

piratería no afecta solo al lujo. Lamentablemente, en los últimos años hemos podido constatar que hay una afectación a los productos de consumo, hay bolígrafos, maquinillas de afeitar, pilas, medicamentos... No solo estamos hablando del lujo”.

Desarrollo

El mundo del lujo es importante para el desarrollo del país, destacó “En una reunión de un grupo recientemente constituido en torno a empresas del lujo que preside Loewe, el Grupo Fortuny, se manifestó que el sector del lujo en España se ha dejado en segundo lugar, cuando es una herramienta muy potente para la generación de recursos y de empleo y para contribuir a la imagen del país”. Los datos que llevan a esta conclusión son esclarecedores: la facturación de los bienes de lujo personales

ascienden a 200.000 millones de euros, 400.000 millones si se tiene en cuenta el conjunto del sector. Esta industria en España mueve cada año más de 4.000 millones de euros, emplea de manera directa a un millón de personas y genera 500.000 empleos indirectos.

Otra cuestión que planteó Salvador Orlando fue que la defensa de la propiedad industrial e intelectual es un problema de Estado. “Se ha dicho en las exposiciones previas que el problema fundamental es la concienciación no solo del ciudadano, también de magistrados”. Hay asuntos en los que este país ha evolucionado muy rápido a golpe de ley y puso el ejemplo del alcohol en relación a los accidentes de tráfico y la prohibición de fumar en establecimientos públicos. “Y ha sido a base de leyes claras y taxativas y que dejan poco lugar a la interpretación. Hoy día, el tabaco mata y conducir supone que te puede suprimir el carnet con juicios rápidos; se han banalizado los procedimientos y se han conseguido los objetivos”.

Conciencia

Según el director de la Asesoría Jurídica de Loewe y Louis Vuitton, si el legislador no tiene conciencia, vamos mal. “El último debate en el Parlamento sobre el Código Penal fue lamentable, se modificó un título en una exposición de motivos en cuatro líneas sin justificación. En aquel momento, la negociación convino cargarse este artículo sin mayor razonamiento, algo que había costado mucho tiempo y esfuerzo y que a los titulares de marca les brindaba protección. Con eso se consiguió, además, un desarme policial porque la policía se ha quedado sin medios para combatir este fenómeno”.

Seguidamente, Orlando explicó cómo defienden empresas como Louis Vuitton y qué medios

emplean para defender sus marcas. “Louis Vuitton es una empresa con una gran tradición en la defensa de sus marcas, tiene un portafolio importante con marcas muy conocidas. El primer registro se hizo en 1854, en 1896 ya se adoptaron medidas dentro de la empresa para protegerse y se creó la tela del monograma; en 1905 se hace el primer registro y en 1908 llega la primera condena de un falsificador”.

“La industria del lujo en España mueve cada año más de 4.000 millones de euros y emplea a un millón de personas”

“España se recuperará de la crisis actual apoyando y confiando en las empresas que invierten en desarrollo y tecnología y generan empleo, no apoyando al top manta”

Para una empresa proteger sus marcas es muy complicado y supone un importante esfuerzo económico y en eso tiene que colaborar el Estado porque solos no se puede conseguir nada, aseguró. Todo comienza con la configuración de un portafolio de marcas. “Parece sencillo pero para empresas que producen en medio mundo y comercializan sus artículos en todo el mundo hacer un portafolio de marcas es una labor carísima que requiere de un departamento de personas dedicadas solo a esa labor. Vuitton la realiza directamente con un departamento propio en París, sin perjuicio de que tenga

colaboradores externos en los diversos países. Este departamento se ocupa de la vigilancia y el mantenimiento de las marcas en todos los países. Esta labor se complementa con la de defensa de la marca, que también se dirige desde París con departamento propio pero también con letrados externos”.

¿Cómo desarrollamos esa actividad? En varios niveles, a nivel aduanero, penal y mediante el ejercicio de acciones civiles. “Lo más relevante es la actuación aduanera que, en los últimos años, ha dado unos resultados satisfactorios, lo que no significa que no genere multitud de problemas añadidos. La intervención aduanera supone grandes intervenciones en muchos casos, depósito de la mercancía, destrucción..., son gastos que en muchas ocasiones los tiene que asumir la propia empresa. Pero es la intervención fundamental porque permite que el producto no llegue al mercado”. Y cuando la mercancía llega al mercado no hay otra vía que la penal, que en estos momentos está muy disminuida en su capacidad después de la última reforma. “La vía de la falta, configurada inicialmente para perseguir el top manta, se está aplicando a todo tipo de actuaciones y supone un auténtico desarme policial y una limitación de medios para nuestra intervención, en lo que se refiere al comercio normal y no digo nada en lo que se refiere al comercio virtual, donde resulta prácticamente imposible realizar cualquier actuación si antes no se tiene un mandamiento judicial para obtener la identificación del titular de la web o del servidor. Eso resulta imposible si nos estamos moviendo con un delito de falta”. Esta limitación de medios en el ámbito penal es lamentable, dijo, cuando en este país contamos con una disposición por parte de las autoridades aduaneras oficiales fantástica para colaborar, pero en estos momentos el problema es que los medios de que disponen para realizar sus investigaciones no les permiten actuar con eficacia.

Medidas

La actuación de una empresa como Vuitton no se limita solo a realizar este tipo de actuaciones que tienen que ver con la protección de su cartera de marcas y el ejercicio de acciones judiciales. Además, la empresa adopta medidas de tipo corporativo como pueden ser pertenecer a asociaciones como Andema o la Unión de Fabricantes y, “lo que es más complicado es que en nuestros procesos de distribución, fabricación y venta de los productos tenemos articulamos procedimientos que permiten poner trabas a la piratería. Vuitton tiene diez fábricas en Francia, tres en España y una en Estados Unidos. Esto significa que solo produce en sus fábricas, todo lo que no se produce en sus fábricas es falso. Esto es algo que pocas empresas hacen, pero es el sistema de producción de Vuitton”.

Vuitton se enfrenta al mercado de la falsificación partiendo de la base de que es un problema global, reactivo, sofisticado, poco escrupuloso y conectado con el crimen organizado. “Tenemos localizadas las principales áreas de producción y de distribución de los productos. Nos enfrentamos a un problema sofisticado porque muchas veces la identificación del producto es difícil. Cuando viene un contenedor con bolsos falsos nunca está declarado el producto ni se abre el contenedor y se ven los bolsos, muchas veces están enmascarados”.

Susana González, representante legal de Ralph Lauren

“Es fácil robarle a una compañía algo tan importante como su marca”

El motivo por el cual Ralph Lauren decidió que una persona con el perfil de Susana González se encargara de la representación de la compañía fue que “la figura que yo represento en la empresa diera lugar a que se tuviera conocimiento de todo lo que produce Ralph Lauren o, al menos, la producción europea de la marca”. La finalidad de la labor de Susana González en la empresa es también gestionar todos los asuntos relacionados con la propiedad industrial. “Para ello, Ralph Lauren dispone de un departamento interno. Aunque yo no soy abogada pero estoy especializada en la detección de productos y, a la vez, como representante legal, coordino estas actuaciones con grandes despachos de abogados en los que nos apoyamos en los temas legales”.

Quizás Ralph Lauren es más conocida por su línea de productos de caballero, camisas y polos básicamente, pero lo cierto es que la compañía cuenta con una amplia línea de productos que pueden llegar a alcanzar los 3.000 por temporada. “Comercializamos en el mercado europeo líneas de hogar, niños, señoras, línea joven... Todo eso nos lleva a que trabajar con miles de referencias, muchas de ellas pueden ser coincidentes porque es lo que denominamos la línea de productos básicos, que son, precisamente, los más susceptibles de ser falsificados, como pueden ser los polos o las camisas, pero tenemos infinidad de productos que también están en el mercado que, aunque quizás no son tan falsificados, también debemos tenerlos controlados”.

Coincidencia

Muchas de las cosas que Susana González quería exponer en su presentación fueron explicadas por su compañero de mesa Slavador Orlando, lo cual, dijo, pone de manifiesto la coincidencia en los problemas que la falsificación supone para las marcas representadas en la mesa. “Es una problemática que tenemos todas las marcas. Esto nos ha llevado a agruparnos para luchar contra la lacra de las falsificaciones. De ahí que también estemos ligados a Andema, de quien estamos recibiendo mucho apoyo, nos ayuda a estar coordinados junto con la policía y otros organismos para poder luchar en conjunto para defender los derechos de la propiedad industrial”, aseguró.

“Para la economía nacional, el comercio ilícito supone blanqueo de capitales, fraude a la seguridad social y destrucción del tejido empresarial”

Susana González insistió en que su presentación era generalista porque “estamos todo en el mismo barco y he querido enfocarlo para que tengáis una visión de lo que supone para todas las marcas, no solo para Ralph Lauren, el problema del comercio ilícito. Es muy fácil robar la marca, algo tan importante para las compañías. Pero no solamente es fácil también es muy muy rentable. Y,



“Las empresas invierten mucho dinero en combatir el problema, pero el resultado no guarda relación con el esfuerzo que realizan”

además, la penalización es mínima en contraste con los grandes beneficios económicos que se obtienen con esta actividad ilícita”, se lamentó la Representante Legal de Ralph Lauren.

Repercusiones

La representante en la mesa de Ralph Lauren continuó afirmando que las repercusiones que supone para todas las empresas que sufren falsificación son incalculables. En primer lugar, importantes pérdidas económicas por la disminución de ventas, además de los costes que supone la protección de la marca, su defensa y las intervenciones. Y, por supuesto, “el daño que origina en la imagen y el prestigio de la marca, la vulgarización y la competencia desleal”.

Para la economía nacional, añadió, supone blanqueo de capitales, fraude a la seguridad social, destrucción del tejido empresarial nacional. Y, en el caso de Ralph Lauren siendo una empresa estadounidense internacional que tiene venta y distribución por todos los países del mundo, supone una destrucción de su actividad a nivel mundial. “Somos conscientes de que siendo una marca tan renombrada, la falsificación puede tener mayor envergadura, los datos nos dicen, tanto a nivel nacional como internacional, que Ralph Lauren es de las marcas más falsificadas. Con la crisis hemos tenido un aumento sustancial de las mismas, lo cual nos hace estar muy alerta; vamos continuamente a intervenciones”, resaltó González.

La falsificación también significa una vulneración de los derechos de los trabajadores, añadió, infracción de la normativa de los horarios comerciales y, en definitiva, delitos de los consumidores y delincuencia organizada. “Tengo que decir que es un problema muy grande que deriva en otras actividades delictivas, no hay que olvidarse de ello. Tampoco debemos olvidar que principalmente el problema económico no está originado sólo por el blanqueo y desvío de capitales que supone, sino que las empresas como la mía invierten en innovación y pagan los impuestos que la ley establece”.

Esta lacra, además, limita la aportación a las arcas del Estado, algo que deriva en menos recursos para educación y, “en general, para todos los servicios que nos podamos imaginar que dejan de ser percibidos por el ciudadano por culpa de este problema”.

En opinión de Susana González, “parece que la concienciación del ciudadano existe, conoce el problema, pero cuando no te tocan el bolsillo..., difícilmente podemos luchar contra esto”.

“La falsificación también significa una vulneración de los derechos de los trabajadores”

Su conclusión fue que es muy difícil luchar contra las falsificaciones. Las empresas invierten, emplean mucho dinero para combatir este problema, pero los resultados no guardan relación con el esfuerzo que realizan. “Entonces, mientras que no cambien las leyes y no se modifique el Código Penal creo que, por mucho que aportemos no vamos a obtener grandes éxitos. Eso sí, tenemos que estar ahí, los datos nos dicen que cuando no estamos al tanto las falsificaciones vuelven a subir como la espuma. Pero no por eso vamos a eliminar el problema, la solución a este problema está en la modificación del Código Penal”.

Por último, Susana González puso el ejemplo del etiquetaje. “Nos exigen ponerlo en varios idiomas en las prendas, se nos pide mucho y luego te encuentras con mercancías falsificadas que no llevan este tipo de etiquetaje. Se puede luchar por otras vías, no solo por la penal, también por el incumplimiento de las normativas y de las características que deben tener esos productos.



Javier Terrés, vicepresidente de Desarrollo de Habanos, S.A.

“El producto falso se mueve en internet con bastante libertad”

Corporación Habanos es una empresa 50% propiedad de Imperial Tobacco y 50% del Estado cubano, comercializadora en exclusiva de todas las marcas de tabaco cubano, Cohiba, Montecristo, Romeo y Julieta, Partagás, etc., afirmó Javier Terrés. Está presente en 50 países, tiene una cuota de mercado en los países donde comercializa en torno al 60% y la facturación el último año fue de 400 millones de dólares, con un aumento del 9% frente al año anterior.

“El tema del comercio ilícito nos preocupa en una triple vertiente. Desde el punto de vista comercial, nosotros clasificamos este tipo de comercio en tres tipos: paralelo, falso y contrabando. Voy a obviar términos como propiedad industrial que son más términos legales, a nosotros lo que nos importa es cómo nos afecta este tipo de comercio ilegal y qué medidas hemos implantado para intentar aminorar ese problema en nuestros productos”.

Desde hace tres años, todos los productos vienen con un sello de garantía de la República de Cuba donde, además, viene un código de barras y un holograma, prácticamente invisible, en el cual se puede detectar si el producto es auténtico o falso y si es paralelo porque haya venido de otro mercado. “Cuando el producto llega al cliente puede acudir a nuestra página web e introducir ese código de barras para saber si el producto es auténtico. Si tiene sospechas, nuestro distribuidor puede mandarnos un correo electrónico con ese código de barras y le diremos si es un producto que ha sido comprado por él o por otro distribuidor de la red del mundo que ha hecho comercio paralelo”.

“Desde hace tres años, todos nuestros productos vienen con un sello de garantía de la República de Cuba”

Otro tema muy importante que se ha puesto en marcha es el código de conducta en Habanos a nivel de empresa basado en un modelo de Imperial Tobacco, “y lo hemos trasladado a todas las empresas de la red de distribución que tenemos en todo el mundo. Creemos que es muy importante que nuestro producto sea legítimo pero, además tenemos que comercializarlo de forma sostenible, esto es fundamental y está muy claro tanto en Habanos como entre nuestros distribuidores: un paralelo de producto significa la expulsión, conductas irresponsables en la distribución conllevan también el despido y las posibles penas que existan en el país”.

Alarma

Javier Terrés afirmó que el primero que tiene que dar la voz de alarma debe ser el cliente, después el minorista, el tercero distribuidor y después Habanos. “Está claro que nosotros no podemos acudir directamente al cliente, el cliente acude a la tienda, la tienda al distribuidor que acude a nosotros y nosotros lo que tenemos que



“Cualquier acción que se quiera acometer en la Red desde el punto de vista comercial es muy complicada”

hacer es seguir esa secuencia hacia abajo”.

Para Terrés internet es un reto de cara al futuro. “Ahí tenemos un problema porque internet es un canal donde el producto falso se mueve con bastante libertad. Cualquier acción que se quiera acometer desde el punto de vista comercial es muy complicada y desde el punto de vista jurídico supone una carta de advertencia, se cierra esa página web, pero se abre con otro nombre y, al final, los clientes son los mismos y sigue la rueda. Es bastante complicado a pesar de los esfuerzos que se hacen con diferentes autoridades, en nuestro caso, por ejemplo, con las aduanas”.

Otro problema al que hizo referencia es la poca importancia respecto a otros negocios. “Estoy hablando de una empresa que tiene un negocio mundial de 400 millones de dólares, no es comparable ni con Louis Vuitton ni con Ralph Lauren, por ejemplo”.

También se refirió a Emiratos Árabes como un gran centro de ‘preocupación’ de todo lo que suponen las falsificaciones, también para los puros Habanos. “Hace poco se localizó una fábrica de puros clandestina allí, se detuvo y se ingresó en prisión a la gente implicada, pero a los seis meses estaban fuera haciendo lo mismo”.

Respecto a organizaciones como Hezbolá, “en nuestro caso también está vinculada a casos de comercio ilícito de puros y cuando se habla con las autoridades comentan claramente que tienen problemas bastante más importantes que el comercio de puros para tratar con Hezbolá, como es, por ejemplo, el comercio de armas. Es decir, uno de los grandes inconvenientes que tenemos en nuestro negocio es la poca entidad respecto a otros productos también susceptibles de comercio ilícito”.

¿Qué tiene que hacer un consumidor que ve un producto falso en una tienda? Primero tendría que acudir al dueño de la tienda, segundo al distribuidor y tercero a Habanos. “Creo que no hay que engañarse en esto, el consumidor listillo se dice soy un fenómeno

que acabo de comprar un Cohiba por cinco dólares, y si sabe bueno voy a ver si lo coloco por 10 dólares. Desgraciadamente, tenemos ese fenómeno. Además, el tabaco tiene, a nivel mundial, diferentes tipos de mercados: regulados por ley, como el español, donde es un ex monopolio y el minorista necesita una licencia oficial, y mercados donde la comercialización del producto es libre, como puede ser el alemán, el suizo o el inglés. “En aquellos mercados donde el margen está sometido a ley y las tiendas tienen que tener una autorización administrativa, es bastante más sencillo el control del producto, pero en los casos donde las tiendas tienen libertad de márgenes es bastante más complicado”.

A la vez, la labor de las autoridades aduaneras es muy importante. “Hace poco la Guardia de Finanza Italiana detectó un embarque de huevos que le pareció sospechoso, procedieron a abrirlo de oficio y encontraron puros con el código de barras cortado para que no se pudiera identificar el origen del producto y con sospechas de que era paralelo. Las autoridades llamaron a nuestro distribuidor en Italia solicitando una peritación, el distribuidor vio el producto y dijo que no tenía los atributos, y esto es muy importante de cara a falsificaciones, con los que sale un producto desde nuestros almacenes en Cuba ya que el código de barras estaba cortado. A continuación, el distribuidor se puso en contacto con Habanos con el departamento jurídico y de seguridad porque se necesitaba una peritación de parte del dueño de la marca, Habanos. Tanto el director jurídico como el de seguridad fueron a Italia y declararon ante la aduana lo mismo que nuestro distribuidor: que los productos no tenían todos los atributos que llevan cuando salen de Cuba y que, por tanto, no podía declararse que el producto era auténtico. Creo que entre no poder declarar que el producto es auténtico y que es falso hay una cierta diferencia. Pero no pudieron declarar ni desde el punto de vista de seguridad ni jurídico que el producto fuera auténtico. Se incautó el producto y está en los almacenes de nuestro distribuidor a la espera de juicio”, explicó Javier Terrés.

Defensa de derechos

¿Cómo defender los derechos de la marca? “He comentado un caso práctico, y creo que hay que estar muy sobre el terreno, es decir, no en los despachos mirando la pantalla del ordenador, hay que moverse mucho, hay que estar encima del mercado. Yo lo digo siempre a los comerciales que tienen que estar en contacto permanente con el canal, ver lo que está sucediendo porque el mundo cambia muy rápido, internet...”.

Por último, Terrés habló del entorno legal. “El tabaco es un negocio legal pero totalmente regulado. La Organización Mundial de la Salud, a través del Convenio Marco, definió en abril de este año con vistas a ser aprobado en noviembre, una serie de reglas a fin de regular el comercio de tabaco en toda su dimensión, como es la creación de organismos autónomos en cada uno de los países, emisión de licencias, due dilling a cada uno de los operadores, con la idea de que en el futuro, incluso las ventas de productos de tabaco por internet sean prohibidas, a fin de que no puedan acceder menores a este tipo de comercio. Pero sobre todo, que el producto pague sus impuestos, está muy fiscalizado, y que sea el producto auténtico que se pueda comprar en los canales reales”.

Pablo Bazán, abogado de Gómez Acebo & Pombo y representante legal de Lacoste

“Tenemos más de 200 procedimientos judiciales abiertos en los juzgados”



Lacoste nació en 1933 como desarrollo de una creación de un afamado tenista. Desde entonces, ha ido creciendo hasta convertirse en una marca renombrada universalmente conocida y, por ello, objetivo prioritario de falsificadores e imitadores, indicó Pablo Bazán. Hoy está presente en 114 países, tiene otorgadas nueve licencias mundiales, posee 1200 tiendas exclusivas, 2000 córner exclusivos en los principales almacenes del mundo, 15.000 distribuidores minoristas en tiendas multimarca dentro de su sistema de distribución selectiva, además de tiendas *duty free* en aeropuertos internacionales.

“Es evidente que estamos en presencia de una empresa con implantación y gran actividad, con multitud de productos que está siendo objeto de falsificación constante desde hace muchos años. De acuerdo con los datos que maneja Lacoste, la falsificación de su marca se centra, de manera mayoritaria, en textil, 69,60%, envases 23,76%, perfumes 1,99% y el resto en otra gama como relojes, complementos, bolsos, etc.”, puntualizó Pablo Bazán.

“Por lo que vemos en nuestra relación diaria, hay un cierto desaliento en ver cómo rebrota la venta ambulante”

“Nosotros llevamos más de 30 años trabajando con Lacoste y en este terreno de lucha contra la falsificación puedo afirmar que en estos años el nivel de presencia en juzgados y tribunales no ha cesado de crecer, hasta el punto de que en este momento y a pesar de las circunstancias adversas que afectan al mercado, tenemos más de 200 procedimientos judiciales abiertos en los juzgados de instrucción y penales de toda España”.

Esta posición en la lucha contra la falsificación ha llevado a Lacoste a ser reconocida recientemente como una de las empresas con más dedicación y presencia en todos los foros en los que se puede ejercer algún tipo de acción contra

esta actividad tan lesiva para los intereses de los titulares de los derechos objeto de infracción, resaltó el Representante Legal de la compañía.

Perjudicados

“He señalado en primer lugar el perjuicio para los intereses de los titulares del derecho y esto, en principio, podría llevarnos a dar una imagen equivocada o desenfocada de la realidad del problema que es la que subyace detrás de muchas de las afirmaciones o convicciones interesadas que se manejan en torno a esta figura”, resaltó.

Ninguno de los presentes, añadió, habrá dejado de escuchar que, a fin de cuentas, se trata de una multinacional la que está detrás de una marca de estas características y que sus niveles de beneficio son tan elevados que el daño a sus intereses es muy reducido en proporción con lo que ganan, cuando no, se ha llegado a afirmar que, incluso, están detrás de las falsificaciones. “Dejando al margen otras consideraciones sobre el daño a la imagen, pérdida de prestigio, etc., hay que pensar en otros perjudicados igualmente visibles y a los que sistemáticamente se ignora por quienes pudieran estar interesados en no ver la realidad de un problema como el que se deriva de esta práctica delictiva”. En primer lugar, continuó Bazán, la Hacienda Pública, se trata de una economía sin control, no hay repercusión de IVA, se defrauda a la seguridad social, no se paga impuesto de sociedades.

“Hay, en segundo término, una evidente violación de derechos de los trabajadores, sobreexplotación, afectación a derechos humanos. Asimismo, se perjudica a los consumidores a quienes se les ofrece un producto lejano a las cualidades y calidades de los originales y, en similares términos, se causa un grave perjuicio a los comerciantes minoristas que distribuyen los productos originales”, explicó.

Pablo Bazán no quiso dejar pasar la ocasión de señalar la importancia que tiene para los titulares de las marcas la presencia activa en la lucha contra la piratería de los titulares de pequeños comercios dedicados a la distribución y venta de productos afectados por este problema. “Su toma de posición activa ha tenido, tiene y tendrá, un efecto impulsor importante de cara a la toma de decisiones de autoridades policiales y judiciales”.

Regulación jurídica

Pablo Bazán hizo una breve reflexión en torno a de dónde partimos y adónde hemos llegado. “Hace aproximadamente treinta años, cuando la venta y distribución de productos falsificados empezaba a ser un problema real que crecía de manera exponencial y daba lugar a quejas reiteradas de grandes distribuidores, disponíamos de un Código Penal, el de 1973, que no regulaba el problema, disponía de un artículo, el 534 que remitía a la Ley de Propiedad Industrial de 1902. Era una norma penal en blanco que daba lugar a la entronización de la figura del consumidor como elemento esencia de la protección por encima de los derechos del titular registral”. La jurisprudencia era constante y la teoría del error en el consumidor primaba en la mayoría de las sentencias, subrayó. “Todos sabemos, se decía, que lo que se vende en los mercadillos en los top manta, etc., es falso, no hay engaño al consumidor y, por tanto no hay dolo. Las sentencias absolutorias eran reiteradas y prácticamente sin posibilidades de revocación por instancias superiores”.

La primera reforma del Código Penal, la de 1995, vino a paliar el problema tipificando el delito y estructurando el Código Penal de

manera que el consumidor quedaba fuera del marco legal específico de este delito, pasando a quedar, lo que le pudiera afectar, al delito de estafa del art. 248 y Capítulo VI de Las Defraudaciones, así como en la Sección 3ª del Capítulo XI de los delitos relativos al Mercado y los Consumidores. La propiedad intelectual y la propiedad Industrial tenían su marco específico.

Tras un repaso a las modificaciones penales que se han ido introduciendo posteriormente, Bazán llegó a la situación actual y señaló que su posición es bastante crítica con la reforma del Código Penal de 2010. “Debemos recordar, en relación con esta reforma, la campaña “pro mantero” digámoslo así, desplegada por determinados sectores que consideraban que las penas impuestas para actividades relacionadas con la piratería y venta callejera resultaban excesivamente desproporcionadas. Pese a los esfuerzos desarrollados por los perjudicados y las asociaciones relacionadas con ellas, entre ellas y de manera destacada Andema, la reforma prosperó”.

“Se trata de una economía sin control: no hay repercusión de IVA, se defrauda a la Seguridad Social, no se paga Impuesto de Sociedades”

Desde el punto de vista de Pablo Bazán, el problema que ha generado esta reforma se deriva, esencialmente, de la introducción en el tipo penal del concepto del beneficio obtenido o de la cuantía del beneficio y del límite de los 400 euros, “lógico para determinar la condición de delito o falta”.

La cuestión final está en qué forma repercute este cambio legislativo en la actividad desarrollada por las empresas afectadas en su lucha para reducir la distribución y venta de productos falsos, aclaró. “Por lo que vemos en nuestra relación diaria, de una manera negativa, hay un cierto desaliento en ver cómo rebrota la venta ambulante, como se pasan a faltas procedimientos iniciados como delito”, afirmó.

Enrique del Moral, representante legal de Calvin Klein

“Nos encontramos permanentemente con usos fraudulentos de nuestro nombre”

Enrique del Moral agradeció a los organizadores por dar la oportunidad a los representantes de las empresas presentes en la mesa redonda de hablar de los problemas a los que tienen que enfrentarse como consecuencia de la falsificación de sus marcas, “que en los últimos tres años nos ha sobrepasado. Nosotros somos parte de una multinacional estadounidense con presencia en muchos países, del orden de 137, y comercializamos fundamentalmente el textil de nuestra marca, estamos presentes en los grandes almacenes y en los *duty free* de los aeropuertos”.

Desde España, los representan-

tes legales se ocupan también de Andorra, Portugal, los archipiélagos y el propio territorio nacional. “Estamos presentes en España desde 1996, fecha desde la que estoy en la empresa. A modo de anécdota les diré que trabajamos el textil y que el primer reloj falso de la marca Calvin Klein nos llegó a la oficina en 1997 cuando no había distribución de relojes; es decir, ni siquiera había distribución y ya aparecieron copias. Algo increíble”.

Las centrales de Calvin Klein están en el distrito 7 de Nueva York, que es el distrito textil; la central comercial europea se encuentra en Londres; la logística está en Holanda,



que es donde se reciben los contenedores, y en Madrid están ubicados en la confluencia de la M-30 con la carretera de Barcelona. La compañía fabrica prendas íntimas, de baño, jeans, accesorios, etc.

“Nos encontramos permanentemente con usos fraudulentos de nuestro nombre. Por ejemplo, no se puede llamar a una tienda Klein porque está inmediatamente asociado a nuestra marca y, sin embargo, se hace. Tenemos miles de prendas falsificadas que entran en las aduanas, aunque, afortunadamente tanto la policía como la Guardia Civil nos ayudan mucho. Son copias flagrantes de nuestros productos en las

cuales ni se molestan en quitar las etiquetas que están en chino, porque el principal fabricante es chino, y son tan atrevidos como para estampar el dólar en los calzoncillos, con lo que se roza ya el esperpento. Por ejemplo, todos nuestros envases que también nos falsifican, en ningún momento ponemos la figura completa; nuestros envases nos las fotocopian directamente”, aseguró Enrique del Moral.

“Detrás del problema de las falsificaciones está, efectivamente, un movimiento de capitales abrumador”

En cuento a los precios, aseguró, han llegado a encontrar modelos que se venden a 15 euros e incluso tres prendas por 10 euros. “Lo cual supone un desprestigio para la marca abrumador”.

Publicidad

Otra cosa que Enrique del Moral aseguró que les ha llamado la atención es que los falsificadores están haciendo material publicitario para vender sus prendas ilegales. “Es impresionante, nos cuesta trabajo y enormes cantidades de dinero publicar nuestros productos, contratar famosos, hacer vallas publicitarias en las principales ciudades, estamos hablando de inversiones abrumadoras y resulta que nos hacen publicidad falsa en un material impresentable”, se lamentó.

El Representante Legal de Lacoste en España insistió en que lo que quieren transmitir “es que necesitamos ayuda, que este es un problema absolutamente increíble y que lo que está detrás de todo esto es, efectivamente, un movimiento de capitales abrumador, porque sufrimos intervenciones de 7.000 unidades pero, por Dios, a mí me cuesta mucho venderlas diariamente”. Además, se plantea el problema de dónde depositar el material confiscado. “De ahí mi agradecimiento por su vinculación a Andema, que ha abierto la puerta al conocimiento de unos profesionales y de unos métodos que nos han permitido poner coto a este fraude. A pesar de lo cual, en 2010, tuvimos 51 intervenciones, el año pasado fueron 48, este año y por la crisis, al cierre de junio, estamos con 59, y tenemos otros tantos asuntos abiertos”.

“Entran miles de prendas falsificadas en las aduanas, aunque, afortunadamente, la Policía y la Guardia Civil nos ayudan mucho”

Ciertamente, dijo del Moral, estar de acuerdo con lo que expusieron sus compañeros de mesa en lo tocante a que la calificación simplemente como falta de este tipo de delitos es un grave error. “Cuando tengo la oportunidad de moverme por los aeropuertos, tanto en Italia como en Francia, lo que me encuentro son carteles anunciando que la persona que lleve una falsificación será penalizada. Entonces, estamos yendo contracorriente. Esto para nosotros es verdaderamente un problema que puede terminar con la empresa”.

El efecto de las falsificaciones se refleja en consumidores desorientados, clientes que pierden ventas, cierre de tiendas, empresas que disminuyen su facturación y esto supone la pérdida de puestos de trabajo tanto de clientes como de la propia empresa. “Por otra parte, lo que tantas veces hemos oído, es un comercio ilícito, sin licencias, sin impuestos, en definitiva, fuera de la ley. Por tanto, tenemos que ser un poco más serios”, finalizó Enrique del Moral.

José Antonio Moreno, director general de la Asociación Nacional para la Defensa de la Marca (Andema)

“El comercio ilícito mundial mueve 650.000 millones de dólares al año”

José Antonio Moreno se centró en las consecuencias que tienen las falsificaciones en general para la economía, para el empleo, etc. “Con esta presentación quiero trasladar lo que dice la Unión Europea sobre cuáles son las consecuencias de las falsificaciones, que nosotros suscribimos plenamente”. La UE el año pasado en un proyecto de reglamento que las falsificaciones se traducen en cinco efectos negativos: reducen significativamente las inversiones en innovación y destruyen puestos de trabajo; atentan contra la salud y la seguridad de los consumidores en toda Europa; crean serios problemas económicos para las pequeñas y medianas empresas; reducen los ingresos en impuestos debido a la caída de las ventas declaradas ilegales y, en quinto lugar, es una de las actividades predilectas del crimen organizado.

Moreno resaltó que Andema tiene una pretensión de rigor, es decir, “todo esto lo suscribimos pero queremos decirlo a través de alguien tan autorizado como es la Comisión Europea. Pero, además, hemos hecho un ejercicio aún mayor de objetividad: queremos ilustrar estas cinco consecuencias negativas de las falsificaciones con aquello que se publica todos los días en cualquier medio de comunicación de derechas para tener una idea clara de que verdaderamente esto es así, que no es solamente que lo diga Andema sino que queda reflejado en lo que se publica en la prensa”.

Para apoyar la primera consecuencia mencionada por la Comisión, -las falsificaciones reducen significativamente las inversiones en innovación y destruyen puestos de trabajo- José Antonio Moreno dijo que el comercio de artículos falsificados se cobra 100.000 empleos al año en Europa. “Esta información se publicó el Día Mundial Antifalsificación en abc.es. Añadir también que las declaraciones del presidente de la Confederación Española del Comercio vienen a decir que si no se hace nada en los próximos cinco años contra las falsificaciones, si siguen como hasta ahora, se des-



“Las mafias usan las falsificaciones para financiar otros tráfico: heroína, prostitución, apuestas o juegos de azar ilegales”

truirán 100.000 comercios. A una media de dos o tres personas por comercio tenemos otros 300.000 desempleados en los próximos cinco años”. En el mercado hay todo tipo de productos, es decir, no hay que acudir a las falsificaciones de lujo, cualquier comercio puede tener producto perfectamente accesible por cualquier consumidor.

Moreno continuó con una información de Europa Press: Los comerciantes piden medidas para frenar la venta de productos falsificados, comercios que sí cumplen la garantía de trazabilidad y calidad de sus productos y pagan sus impuestos. Por lo tanto, “desde el pequeño comercio nos instan a que los apoyemos y haciéndolo estaremos apoyando a la economía que genera riqueza, a la economía real”.

A continuación se refirió a la segunda consecuencia negativa de las falsificaciones: atenta contra la salud y la seguridad de los consumidores. “En una intervención de la Delegación Provincial de Madrid en Leganés el año pasado se incautaron 11.000 cosméticos falsificados de marcas de prestigio. Su uso podía

provocar dermatitis, enrojecimientos, manchas u otro tipo de reacciones alérgicas. Pero también los fármacos son objeto de falsificación. La propia Organización Mundial de la Salud ha dicho que la falsificación es cada vez más compleja, a mayor escala y con mayor alcance geográfico. Una muestra es que en 2009 en Nigeria hubo 84 niños que murieron por la ingesta de un jarabe falsificado. Muchos medicamentos contra el paludismo son de mala calidad o falsificados.

Otra noticia tremendamente alarmante publicada por varios medios es que en Italia murió una joven por tomar un fármaco comprado en internet. “El 63% de los productos comprados en la red son falsos, el 99% de las farmacias online no son seguras. Más cifras alarmantes: el tráfico de medicamentos falsos da 150 veces más ganancias para las mafias que las drogas. En Italia los gastos en fármacos falsos se elevan a 3.570 millones de euros; siete fármacos comprados en internet son considerados potencialmente peligrosos. Y, finalmente, el 62% de los fármacos comprados online son falsos y el 95% de las farmacias de internet no están autorizadas”, puntualizó.

“El comercio ilegal es global, no solamente afecta a España y a Europa, es internacional”

También en el ámbito de los alimentos hay falsificaciones. Se ha detectado en China vino de Burdeos falso. “Nada más fácil que rellenar una botella de vino con una producto totalmente falsificado, poner una etiqueta de Burdeos y venderla. El consumidor chino no conoce el vino, con lo cual puede pagar perfectamente 200 dólares por una botella que no vale nada”.

En relación a la tercera consecuencia negativa de las falsificaciones, crea problemas económicos para las pymes, La Vanguardia publicó que el top manta genera 100 millones de pérdidas al comercio, solamente en

Barcelona. Los comerciantes y el ayuntamiento de Barcelona ponen en marcha una campaña de cara a la Navidad contra la venta ilegal. “Como dice el presidente del Consejo de Gremios no se está ayudando a las personas que venden este tipo de mercancías en las mantas, lo que se está haciendo es beneficiar a las mafias, aunque es verdad que el eslabón más débil es el que vemos en la calle”, afirmó el director general de Andema.

Reduce ingresos

Respecto a la cuarta consecuencia negativa que tienen las falsificaciones: la reducción de los ingresos por impuestos debido a la caída de ventas declaradas y legales, varios medios se hacía eco de que el Estado recaudará 300 millones de euros menos por impuestos al tabaco por la caída de ventas en 2012. El incremento del contrabando y las falsificaciones supone una merma de ingresos de 530 millones de euros.

La última de las consecuencias que tienen las falsificaciones según la Comisión Europea: es una de las actividades predilectas del crimen organizado. “Aquí podemos tener cientos de noticias. Por ejemplo, ABC publicó: Cae una red dedicada a explotar y traficar con inmigrantes. Esta fue una operación tremendamente interesante porque vino a poner de manifiesto la conexión con otros delitos, el hacinamiento en pisos patera de inmigrantes que vienen engañados y que tienen una supuesta deuda que tienen que saldar vendiendo en la calle productos falsificados para la red, que es la que se beneficia”. Esta banda podía llegar a recaudar 120.000 euros a la semana con CD piratas y con imitaciones de ropa de marcas conocidas. “Si hacemos el cálculo por 52 semanas que tiene el año, son 6,4 millones de euros anuales de beneficios. Con esto nos podemos hacer una idea del volumen de beneficio que tiene este negocio ilícito”.

Un último dato que aportó Moreno es que, según cálculos del G-20, el comercio ilícito mundial mueve 650.000 millones de dólares al año.

MODERADORA

Silvia Navares, jefe del Área de Cooperación Internacional y Relaciones con los Tribunales de la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM). Ministerio de Industria, Energía y Turismo



La moderadora de la segunda Mesa Redonda, Silvia Navares, dijo que en los años noventa se cayó en la cuenta de la importancia que tiene una adecuada colaboración entre el sector público y el privado. “El sector público hace la política, pero necesita un sector privado que nos sugiera, que nos estimule, que nos diga por dónde van sus problemas”. En los años noventa, que es cuando el fenómeno se generaliza, la Comisión Europea lanzó el Libro Verde para la lucha contra la falsificación y la piratería donde consideraba que un marco institucional combinado entre los sectores público y privado es esencial. “España es uno

de los países pioneros en la UE en crear un marco institucional coordinado promovido por el Ministerio de Cultura, que creó un Comisión en la cuál están presentes todos los actores implicados”, indicó. Esa Comisión ha evolucionado y ha sido, en cierta medida, el modelo de lo que actualmente constituye el Observatorio Europeo para la Lucha contra la Falsificación. “España es una buena impulsora de todas las iniciativas del Observatorio, donde está muy representado el sector privado como elemento dinamizador que sirve para sugerir por dónde deben ir los tiros en los que se refiere a los derechos de la propiedad industrial”.

Conclusiones de la Mesa Redonda

■ Como resumen de la mesa redonda “Comercio ilícito y falsificaciones, freno al comercio y al empleo. El punto de vista de las empresas que lo

padecen. Qué hacer, cómo prevenir, a quién acudir. Cómo defender el derecho a la propiedad de la marca. Casos prácticos”, los

ponentes hicieron suyas las conclusiones de la Comisión Europea tras el análisis de varios estudios sobre las falsificaciones:

- Reducen significativamente las inversiones en innovación y destruyen puestos de trabajo.
- Atentan contra la salud y la seguridad de los consumidores de toda Europa.

- Crean serios problemas económicos para las pymes de toda Europa.
- Reducen los ingresos en impuestos debido a la caída de las ventas legales
- Es una de las actividades predilectas del crimen organizado.