



CORE BUSINESS CONSUMO



## LA 'OTRA' MODA QUE LLEGA DE CHINA

LAS FALSIFICACIONES DE ROPA Y COMPLEMENTOS PROVOCAN PÉRDIDAS EN LA UNIÓN EUROPEA DE 43.300 MILLONES DE EUROS. A ESPAÑA LE CUESTAN MÁS DE 50.000 EMPLEOS.

**Q** uién no ha sucumbido alguna vez, si ha tenido ocasión, a comprar un bolso de Carolina Herrera, unas gafas Ray Ban o unas zapatillas Nike a buen precio? En realidad, muy pocas personas. Y también muy pocas saben que detrás de esas compras, en teoría inocuas, se esconde todo un entramado económico, so-

cial y delictivo de grandes proporciones y que lleva aparejados incluso peligros para la salud.

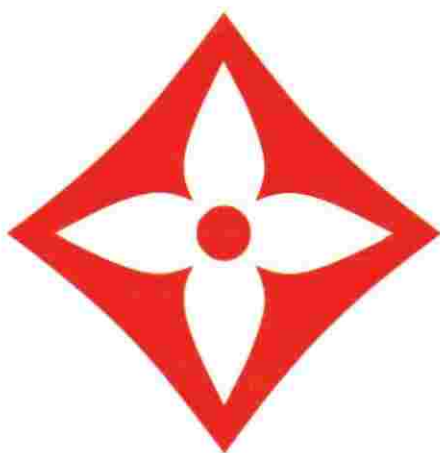
En el plano económico, el comercio de productos falsificados y pirateados es una lacra. Uno de los estudios más completos sobre este asunto, publicado en 2016 por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) y la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (Euipo), aunque referido a 2013, cuantifica que el comercio de mercancías falsificadas representa el 2,5% de todo el comercio mundial, lo que supone 433.000 millones de euros. Dicho estudio, realizado sobre la base de un conjunto de datos único y a escala mundial basado en medio millón de incautaciones practicadas en las aduanas, indica asimismo que las regiones y países más afectados son los desarrollados y, en concreto: la Unión Europea, Estados Unidos, Japón y Suiza. Las importaciones de productos falsificados en la UE representan el 5% del total, lo que da una idea de su magnitud. Además, el informe manifiesta que estas actividades ilegales van a más, a tenor de los datos.

Cualquier producto es susceptible de falsificación (incluso ha habido incautacio-

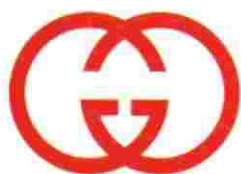
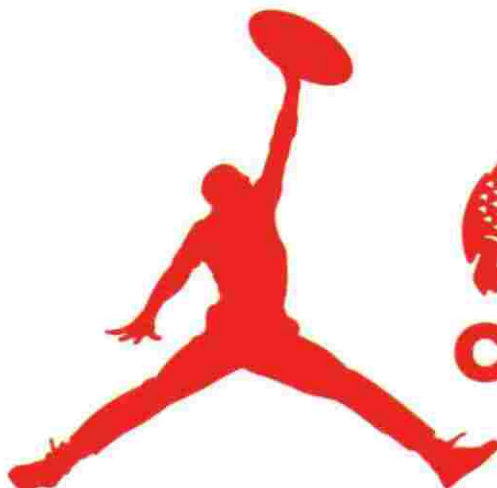
nes de productos frescos), pero los más codiciados, y por ello frecuentes, son los que están sujetos a propiedad intelectual porque ese aspecto les otorga más valor económico. Así, la tecnología y la ropa, calzado, complementos, joyería, relojes y bolsos son el objeto máspreciado por los falsificadores. La marca es un reclamo muy poderoso y a eso se añade que, en el caso del textil o complementos, es más fácil reproducir una prenda de vestir, una corbata o un zapato que máquinas, sustancias químicas o tecnología digital.

### Ropa y accesorios

La Oficina de Propiedad Intelectual de la UE (Euipo), con sede en Alicante, informa que, según sus datos, los nueve sectores más afectados por las falsificaciones y la piratería son la industria textil, el calzado y los accesorios, la cosmética, los artículos deportivos, los juguetes, la joyería y los relojes, los bolsos, la industria discográfica, las bebidas alcohólicas y la industria farmacéutica. En todo el mundo, es el calzado el producto más copiado, como lo demuestran las más de 27.000 incautaciones de zapatos falsos realizadas, señala la OCDE.



LUIS VUITTON



GIORGIO ARMANI

Siempre de acuerdo con el dato que ofrecen las incautaciones en las aduanas, la deportiva Nike es la marca más falsificada del mundo en cualquiera de sus productos, seguida de las conocidas gafas Ray Ban, de los relojes Rolex o de los productos de la francesa Chanel, sobre todo sus bolsos y sus perfumes. Pero Cartier, Hermès, Levi's, Ralph Lauren o Tiffany también se lamentan de ver sus logos en falsificaciones con muchísima asiduidad. Ninguna marca de las reconocidas internacionalmente, y más las de lujo, se libra de ser reproducida.

El daño producido por las falsificaciones en el mundo de la moda es inmenso. El sector de ropa, calzado y complementos pierde anualmente más de 26.000 millones de euros por esta causa en la Unión Europea, según los datos facilitados a *Forbes* por la Euipo. Esta cantidad viene a representar el 10% de las ventas del sector en los 28 países miembros. En términos de empleo, supone la pérdida de 363.000 puestos de trabajo, ya que, como explican en la Oficina europea, "fabricantes y minoristas legítimos producen y venden menos de lo que lo harían en ausencia de las falsificaciones y, por lo tanto, emplean a menos trabajadores". Si

## NUESTRO PAÍS ES EL SEGUNDO DE LA UNIÓN EUROPEA EN PÉRDIDAS TOTALES EN VENTAS Y PUESTOS DE TRABAJO POR LAS FALSIFICACIONES

se cuantifica el impacto indirecto, pues toda la cadena de producción se ve afectada, las pérdidas suben a 43.300 millones de euros y 518.000 empleos. A todo esto hay que añadir lo que los respectivos estados miembros dejan de ingresar en impuestos y cotizaciones sociales, unos 8.000 millones.

Sólo en España, el comercio de ropa, zapatos y accesorios falsificados (como corbatas, bufandas y cinturones) conlleva la pérdida de más de 50.000 empleos, es decir, casi el 14% del total de puestos de trabajo del sector. En el conjunto de los nueve sectores, nuestro país es el segundo de la Unión Europea en pérdidas totales de ventas y puestos de trabajo. En textil, calzado y complementos sube al primer puesto en cuanto a empleos perdidos.

### Joyas, relojes y bolsos

Otros subsectores de la moda altamente perjudicados por las falsificaciones son la joyería, los relojes, los bolsos y las maletas. En toda la UE, la cantidad perdida por el

comercio ilegal asciende a 3.500 millones de euros. Es el 13,5% de las ventas en el caso de las joyas y los relojes, y el 12,7%, en el de los bolsos y las maletas. Esto se traduce de nuevo en un elevado coste laboral, pues la Euipo afirma que las falsificaciones en estos sectores cuestan 27.000 puestos de trabajo en total. A su vez, los Estados miembros dejan de ingresar en términos de Impuestos sobre la Renta, Impuesto de Sociedades, IVA y cotizaciones sociales unos 1.100 millones de euros. Algo muy común en toda Europa es que estos sectores sean microempresas con menos de diez trabajadores. En el de joyas y relojes, la media es de tres empleados por empresa.

Uno de los países más heridos por el comercio de productos falsificados es Italia. Aquí se pierden al año 520 millones, un tercio del total de la UE, por los bolsos y maletas falsos, ya que los italianos fabrican más de la mitad de estos artículos de la Unión, exportan el 40% del total y emplean al 35% de los trabajadores del sector. En →





## ALGUNAS CIFRAS DEL COSTE DE LA PIRATERÍA EN LA UE

### SECTOR JOYERÍA Y RELOJES

**13,5%**

reducción en cifra de ventas

**1.900**

millones de euros en pérdidas anuales en el sector

**1.600**

millones de euros de caída en ventas

**15.000**

empleos directos menos

### SECTOR BOLSOS DE MANO Y MALETAS

**12,7%**

menos en ventas

**1.600**

millones de euros en caída de ingresos

**1.600**

millones adicionales de caída en ventas en sectores afines

**12.100**

empleos directos perdidos

## LA LUCHA CONTRA LA PIRATERÍA ES ABIERTA. GRUPOS COMO LVMH DESTINAN MILLONES DE EUROS CADA AÑO PARA COMBATIRLA

→ joyería pasa lo mismo. Italia es el mayor productor de joyas de la UE, con un total de 5.000 millones anuales, con lo que las falsificaciones le cuestan unos 400 millones.

El segundo exportador de bolsos y maletas de la UE es Francia y sus pérdidas se cuantifican en 99 millones anuales. En joyas y relojes, los productos falsos que se venden en suelo francés cuestan 336 millones, el 22,4% de su facturación total. Otra gran víctima es Alemania, país productor de relojes por excelencia, pues es el primero de la UE. En Europa sólo le supera Suiza. Las pérdidas en joyería y relojería falsificada suponen a los alemanes 247 millones de euros al año, un 14,5% de lo que producen. En bolsos y maletas, pierden 231 millones, lo que representa el 13,9% de las ventas en este sector. España es otro de los países europeos más dañados por las falsificaciones ya que el sector de bolsos y maletas se deja 123 millones anuales por su causa, el 11% del total de sus ventas. En cuanto a las joyas y los relojes, se pierden 204 millones al año. Los cuatro países mencionados, Italia, Francia, Alemania y España, representan casi dos tercios del total de las pérdidas de ventas en joyería y relojería en la UE.

### Golpe a la reputación

Si los efectos económicos de las falsificaciones de artículos son perversos, no lo es menos el daño reputacional para las empresas y sus marcas. De hecho, las compañías son reacias a hablar de este problema y no quieren hacer declaraciones aunque sus marcas sean objeto constante de reproducción ilegal. No es sólo el hecho de que se copie—en la mayoría de los casos burdamente— un producto diseñado y fabricado con esfuerzo y dedicación, sino que “si la empresa propietaria de la marca no hace nada, su reputación se resiente muchísimo”, explica a *Forbes* el profesor Mario Sol, director del máster IT+IP de la escuela de negocios ESADE y experto en la materia. “Una marca cumple una función publicitaria, para que se conozca su producto, pero también cumple una función de calidad. Existen

para distinguir unos productos de otros y existen como marchamo de calidad. Si no se cuida esta calidad, en todas sus vertientes, es responsabilidad de la empresa”, afirma.

Por esta razón, la batalla de las grandes se plantea cada vez con más fuerza. No es extraño que incluso incorporen a sus balances partidas para luchar contra la piratería de sus géneros, como es el caso del grupo francés LVMH (al que pertenecen la señora Louis Vuitton o la española Loewe). Este holding de marcas de lujo dedica anualmente 15 millones de euros a combatir a los piratas. Asimismo, si una marca sabe que mercancías suyas falsas entran por un determinado punto de una frontera (generalmente puertos) puede pedir oficialmente el bloqueo en la misma de los lotes piratas por parte de las autoridades.

Otras empresas han acudido a los tribunales. La francesa Cartier ganó recientemente una sentencia en Reino Unido para que proveedores de internet bloquearan sitios web en los que se vendían artículos de su marca falsificados. Acciones como ésta—denunciar a los proveedores digitales—empiezan a ser muy frecuentes. La mercancía pirata se ha vendido tradicionalmente al consumidor final en la calle, en mercadillos ambulantes o en el famoso ‘top manta’, al menos en los países europeos, pues hay otros lugares donde las copias falsas inundan bazares y centros comerciales. Hoy en día, el canal por excelencia es la red y contra las páginas web, que están al alcance de todos, la lucha ha cambiado de estrategia. Porque existe otro factor que la red está propiciando, como es el envío de paquetes pequeños, más fáciles de manejar y hasta de esconder.

Sin embargo, si ha habido una acción rotunda en los últimos tiempos contra la piratería fue la que tuvo lugar el pasado mayo: Gucci, Tiffany y Michael Kors abandonaron la Coalición Internacional de Antifalsificaciones (IACC por sus siglas en inglés) ante la entrada en la misma del gigante chino de comercio electrónico Alibaba. La IACC dio marcha atrás y anuló la afiliación general por la que se daba entrada a empre-



sas de *e-commerce* que venden productos de lujo de segunda mano. Este organismo internacional, creado en 1979, en el que están afiliadas más de 250 empresas de más de 40 países, acomete todo tipo de iniciativas para colaborar con autoridades y organismos en contra de las falsificaciones y la piratería.

### Procedencia de los productos

La entrada en escena de Alibaba representa un punto clave al abordar el tema de las falsificaciones, sobre todo de ropa y accesorios. "China figura como la mayor economía productora" de productos falsificados, según el estudio de la OCDE, si bien también explica que éstos "pueden proceder de prácticamente cualquier economía de cualquier continente". "Cabe afirmar que, en general, las economías de ingresos medios y emergentes suelen ser importantes agentes en los mercados internacionales para los artículos falsificados. Se las considera economías 'de origen', bien por ser puntos de tránsito importantes en el comercio internacional, o por ser economías productoras, con China a la cabeza", añade el informe.

El profesor Mario Sol agrega que en los últimos 30 años la procedencia de lo falsificado ha cambiado mucho. "Entonces China no existía en esta actividad y países como España se situaban en lo más alto de la producción falsa. Se trata de un fenómeno estudiado: a medida que un país deja su etapa de desarrollo económico atrás y está plenamente consolidado como industrializado deja de copiar. Ahora le está tocando a China". Este experto cuenta de primera mano un caso ocurrido en el país asiático: la existencia de un taller textil que trabajaba para una marca europea de prestigio de manera legal durante 12 horas al día... y de manera ilegal las 12 horas restantes, falsificando lo que fabricaba legalmente la otra mitad de la jornada. Ahora se está produciendo una paradoja y es que, a medida que China se está industrializando, sus propias marcas están siendo pirateadas y, además, bastante cerca.

Las rutas de comercialización de los productos falsificados "son complejas y pueden variar con facilidad, incluidos los puntos de tránsito intermedios", señala la

OCDE. Entre los puntos de tránsito más importantes se encuentran China, Hong Kong y Singapur. También lo son en estos momentos puertos de "economías con gobiernos muy débiles y una marcada presencia de redes de delincuencia organizada e incluso de terrorismo, como por ejemplo Afganistán o Siria". Lo que está muy observado, según esta institución, es que los puntos de tránsito cambian muy rápidamente pues las redes delictivas están muy organizadas y detectan enseguida donde hay más debilidades para poder llevar a cabo sus transportes.

Los puertos continúan siendo los puntos de entrada de los productos falsos por excelencia. El profesor de ESADE señala que el puerto holandés de Rotterdam es el acceso con más llegadas, y por tanto con más incautaciones, de mercancías ilegales, "aunque los principales puertos españoles, y otros no tan grandes, están entre los preferidos por las organizaciones de falsificadores". Influye la situación geográfica de la Península Ibérica y su cercanía a la costa africana. ●



### ¿Y TODO ESTO CÓMO SE CASTIGA?

La persecución y castigo de este tipo de delincuencia puede dejar a más de uno con la sensación de que... en fin, no es tan grave. En España, por ejemplo, el comercio con falsificaciones de ropa o accesorios de marca está considerado como "una infracción contra la propiedad industrial" tipificada en el Código Penal. Ahora bien, para que sea considerado un delito, el vendedor tiene que hacerlo con conocimiento de causa, es decir, tiene que haber dolo y además debe hacerlo para sembrar confusión. Si el cliente sabe que está comprando artículos falsos, pues ya no hay queja posible. Asimismo, el infractor tiene que tener ánimo de lucro, lo que existe siempre, y debe falsificar una marca registrada sin autorización del dueño de la misma.

La vulneración de la propiedad industrial conlleva una pena de seis meses a dos años de prisión y una multa de 12 a 24 me-

ses. Por su parte, la distribución de mercancía falsificada al por menor acarrea una multa de tres a seis meses o el equivalente en trabajos a favor de la comunidad. También existen responsabilidades de tipo civil, no solamente penales. En muchos casos, lo único que se percibe es responsabilidad civil, sin necesidad de recurrir al Código Penal.

Las actuaciones siempre se enmarcan en la defensa contra la propiedad industrial, nunca por delitos contra la salud pública o en el engaño doloso al consumidor como delito (aunque sí como agravante antes mencionado). Y España no es una excepción en este tipo de sanciones, aunque hay países como Estados Unidos donde las infracciones o delitos contra la propiedad industrial pueden estar más penados, eso sí, dependiendo del Estado de la Unión donde se juzgue el acto.