

El fenómeno de la falsificación

El comercio de productos falsificados representa un importante volumen del comercio mundial (entre el 5 y el 10% según la International Anti-Counterfeiting Coalition, 2013 - WorldCustomsOrganization). Su volumen se ha incrementado de forma sostenida hasta alcanzar los **338 mil millones de euros** en 2015, según los cálculos de la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (Euipo) y la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE), con el consiguiente y enorme coste económico (impuestos, salud, control policial, etc.) y social (pérdida de **2,5 millones de puestos de trabajo** en la OCDE, según la International Commerce Chambers, 2011). Esa cifra de mercado equivale al PIB de Austria o a la suma de los PIB irlandés y checo. Sólo en la Unión Europea (UE), este tipo de productos representan un **5% de las importaciones** (85.000 millones de euros).

El comercio de productos falsificados y pirateados es un **fenómeno mundial** y dinámico. La reactivación del comercio después de la crisis, incluida la creciente apertura de mercados en muchas regiones, el surgimiento y la mundialización de las cadenas de generación de valor, y el auge del comercio electrónico en el comercio mundial son todos factores en juego que sustentan la dinámica del mercado mundial, para las mercancías, legítimas o no.

Todos los segmentos del mercado están en el punto de mira. Los falsificadores y los piratas aumentan al máximo sus beneficios abarcando todos los segmentos posibles del mercado, es decir, los mercados secundarios, en los que los consumidores compran voluntariamente a las redes delictivas productos que infringen la propiedad intelectual, y los mercados primarios, en los que los compradores son objeto de engaño, ya que piensan que los artículos que compran son legítimos.

En **España** el fenómeno de la comercialización de productos falsificados tiene una importante dimensión. Según el estudio *“La actitud de los consumidores ante las falsificaciones”* publicado en mayo de 2013 por la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM) y la Asociación Nacional para la Defensa de la Marca (ANDEMA) el gasto total empleado en **la compra de falsificaciones** en España durante el año 2012 ascendió a **991 millones de €**. Según este estudio **4,5 millones** de personas de más de 18 años compraron algún tipo de producto falsificado en 2012, lo que supone un 13% de la población.

El 65% de las marcas y productos que triunfan en el mercado son falsificados en menos de un año. Las falsificaciones afectan ya al **27% de las empresas españolas**, que ven gravemente dañada su imagen y su facturación a causa de las copias ilegales de productos.

Lo que hay detrás de las falsificaciones

En enero de 2014 la Organización de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (UNODC) quiso alertar sobre esta realidad a través de su Campaña de sensibilización: **“Productos falsificados. No apoyes el crimen organizado”**. En esta campaña se informaba de datos realmente graves e importantes que conlleva el mercado de productos falsificados a nivel mundial: la presencia de explotación laboral, de productos potencialmente peligrosos (para el ser humano y el medio ambiente) y que supone una enorme fuente de ingresos para el crimen organizado. Estos son los costes de este mercado que desconocen muchos consumidores y que queremos abordar también desde CECU con este programa, apelando especialmente a la toma de conciencia que conlleve una actitud y posicionamiento frente a este mercado, cuya consecuencia es informarse y no optar por falsificaciones.

La falsificación puede estar vinculada al narcotráfico, a la trata de seres humanos, al tráfico de armas y a otros graves delitos. La falsificación a menudo implica corrupción, blanqueo de dinero, extorsión y tráfico ilícito de divisas.

Se podría pensar que adquirir mercancía falsificada no es dañino y que simplemente se trata de una manera de conseguir los productos más novedosos a un precio mucho menor. Pero no nos podemos engañar; el impacto puede ser muchas veces mayor de lo que pensamos.

La compra de falsificaciones no debe ser entendida como un acto individual que empieza y termina en uno mismo; por el contrario, comprar falsificaciones tiene un **impacto global**. Con la compra de una falsificación los consumidores añadimos un eslabón más a esta dañina cadena.

En esta **Mesa de trabajo** queremos debatir sobre la falsificación de productos; sus consecuencias económicas, medioambientales, sanitarias y laborales; las iniciativas emprendidas desde diferentes sectores y organismos; las posibles propuestas para frenar la venta y compra de falsificaciones y cualesquiera otros aspectos que los intervinientes consideréis de interés.

Nuestra campaña **“Verdadero o falso. Tenlo en cuenta”** cuenta con los siguientes medios, de próxima aparición:

- **Web:** <http://cecu.es/index.php/falsificaciones>
- **Boletín electrónico**, con aportes desde distintos ámbitos sociales e institucionales
- **Video de difusión** “Verdadero o falso. Tenlo en cuenta”