

Comité Asesor sobre Observancia

Decimosexta sesión
Ginebra, 31 de enero a 2 de febrero de 2024

PRÁCTICAS UTILIZADAS POR LOS MERCADOS EN LÍNEA PARA HACER FRENTE A LA VENTA DE PRODUCTOS FALSIFICADOS – RESUMEN*

*Estudio preparado por el Dr. David Shepherd, profesor titular, Escuela de Criminología y Justicia Penal, Universidad de Portsmouth (Reino Unido); la Sra. Kate Whitman, doctoranda, Escuela de Contabilidad, Economía y Finanzas, Universidad de Portsmouth (Reino Unido); el Dr. Jeremy M. Wilson, catedrático, Escuela de Justicia Penal, Universidad Estatal de Michigan, East Lansing (Estados Unidos de América); la Sra. Anna Baloka, estudiante de Maestría, Escuela de Criminología y Justicia Penal, Universidad de Portsmouth (Reino Unido)***

SINOPSIS

A lo largo de los últimos 20 años, los mercados en línea se han convertido en una industria pujante, innovadora y sumamente exitosa, que apoya a grandes empresas y da herramientas a los nuevos empresarios conectándolos con clientes en todas partes del mundo. No obstante, este éxito tiene un lado oscuro: también facilita el comercio de productos falsificados. En contraste con otras industrias de facilitación, tales como la de la logística y los proveedores de pago, los mercados en línea atraen una especial atención debido a que la visibilidad de los productos falsificados que exhiben en sus escaparates genera oportunidades evidentes para controlar el comercio ilícito. En este informe se presentan las conclusiones de la investigación exploratoria sobre las prácticas utilizadas por una muestra de mercados en línea para hacer frente a la venta de productos falsificados y se determina que una pequeña minoría de las plataformas aplica políticas eficaces de lucha contra la falsificación. Habida cuenta de la variedad de modelos comerciales que existen en el mercado, en el informe se recomienda

* Este estudio se ha realizado gracias a la financiación de la Oficina Japonesa de Patentes (JPO).

** Las opiniones expresadas en el presente documento corresponden al autor y no reflejan necesariamente el punto de vista de la Secretaría de la OMPI ni el de sus Estados miembros.

emplear un enfoque basado en la gestión de los riesgos para crear un marco común de lucha contra la falsificación, en lugar de un menú prescriptivo de prácticas.

RESUMEN

1. El comercio ilegal de productos falsificados representa una amenaza considerable para el sistema de libre mercado, obstaculiza el progreso y pone en peligro el bienestar de la sociedad. Las fuerzas de la globalización y la economía digital han permitido a los fabricantes de productos falsificados tener acceso a los mercados mundiales, transformando la venta de productos falsificados en una industria mundial enorme. El valor estimado del comercio internacional de productos falsificados en 2019 era de 464 000 millones de dólares, equivalente al 2,5 % del comercio mundial. La demanda de productos falsificados se ve facilitada por los mercados en línea, que actúan como intermediarios conectando a proveedores ilícitos con consumidores de todas partes del mundo. En el presente informe se examina hasta qué punto los mercados han adoptado una serie de 36 prácticas. En el estudio se utilizó una metodología combinada: un examen de las políticas y prácticas publicadas de 50 mercados y 16 proveedores de tecnología, una prueba de observancia de los mercados y proveedores de tecnología, y entrevistas con partes interesadas del sector.

2. En el estudio se determinó que tan solo ocho de los 50 mercados que formaban parte de la muestra contaban con estrategias coherentes de lucha contra la falsificación y esos ocho mercados habían aprobado el examen de observancia. Cuatro de esos mercados eran generalistas que vendían una amplia variedad de productos, y sus estrategias de lucha contra la falsificación se basaban en una serie de controles administrativos. Los otros cuatro eran especialistas y sus estrategias de control se basaban en inspeccionar y verificar la autenticidad de los productos.

3. Los otros 42 mercados no contaban con estrategias coherentes y el 60 por ciento de ellos no había aprobado el examen de observancia. Algunos eran indiferentes al problema de la falsificación. Otros simplemente se ocupaban de cubrir las apariencias, ya que las medidas que adoptaban distaban mucho de los valores y las intenciones proclamadas en sus políticas. El sector de las redes sociales es especialmente deficiente en cuanto al cumplimiento de los compromisos que asume en sus propias políticas. La inversión en estrategias de lucha contra la falsificación es muy inferior a la necesaria para utilizar el modelo comercial del sector.

4. Las innovaciones rápidas de los proveedores de tecnología han llevado a la integración del *marketing* y la logística física en plataformas múltiples, lo cual aumenta el alcance, la agilidad y la eficiencia operativa de los vendedores legítimos e ilícitos. Sin embargo, tan solo uno de los proveedores de tecnología que integraban la muestra ha implementado políticas significativas; los demás no han reconocido el problema.

5. La debilidad de los procesos de verificación es un problema fundamental en la industria, que mina la capacidad para controlar a los comerciantes ilícitos. En particular, la práctica de la "verificación adoptada", mediante la cual un mercado acepta a nuevos vendedores porque estos ya realizan operaciones comerciales en otro mercado, extiende el alcance operativo de los comerciantes ilícitos.

6. Las limitaciones de las tecnologías éticas que controlan y perjudican a los agentes nocivos suponen que las estrategias de lucha contra la falsificación dependen en gran medida de las relaciones profesionales con las partes interesadas, lo cual favorece a las marcas grandes de prestigio. A fin de compensar la brecha tecnológica, la industria debe invertir en la contratación de un número suficiente de profesionales que posean competencias diversas interpersonales, comerciales, en materia de propiedad intelectual y resolución de problemas.

7. Es preciso hacer frente a los obstáculos que afectan a la colaboración eficaz, entre ellos las deficiencias relacionadas con el intercambio de datos. La tendencia hacia una integración del *marketing* y la logística impulsada por la tecnología hace que el intercambio de datos con todas las partes interesadas y entre competidores se vuelva aún más fundamental. Ello supone también volver a calibrar los umbrales de pruebas elevados que entorpecen las investigaciones colaborativas y favorecen a los comerciantes ilícitos.

8. Teniendo en cuenta la complejidad, la diversidad de agentes y la variedad de modelos comerciales del sector, en el informe se recomienda adoptar un marco genérico, basado en la gestión de los riesgos, para hacer frente a los productos falsificados, en lugar de una fórmula prescriptiva. Esto permitiría a los mercados elaborar estrategias para afrontar la magnitud y la complejidad de sus propios modelos comerciales. Esas estrategias dependen fundamentalmente del liderazgo ético, unas políticas de lucha contra la falsificación significativas y transparentes, y unos recursos suficientes, todos ellos aspectos actualmente ausentes en muchos mercados.

[Fin del documento]