

## **Comité Asesor sobre Observancia**

**Décima sesión**  
**Ginebra, 23 a 25 de noviembre de 2015**

### **ACTIVIDADES DE LA FEDERACIÓN DE LA INDUSTRIA RELOJERA SUIZA EN EL ÁMBITO DE LAS MEDIDAS PREVENTIVAS CONTRA LA FALSIFICACIÓN POR INTERNET**

*Documento preparado por Carole Aubert, Jefa de la Unidad de Internet de la Federación de la Industria Relojera Suiza<sup>1</sup>*

#### **RESUMEN**

Con Internet, los falsificadores pueden llegar a los consumidores de todas partes del mundo a un costo y con un riesgo mínimos. Además, los falsificadores se benefician del anonimato que ofrece la red, y los consumidores están cada vez más expuestos a ese fenómeno. Como es poco, por no decir ninguno, el riesgo que corren por los actos que cometen, los autores no dudan en probar la venta en línea de productos falsificados, con lo que cada vez es más complejo hacer cumplir la Ley. Por consiguiente, la problemática debe ser enfocada desde una perspectiva mundial en la que se tengan en cuenta las distintas dimensiones del problema. La clave reside en la cooperación entre las distintas partes interesadas, tanto del sector privado como del público, una cooperación cuya primera finalidad sea desarrollar un mejor entendimiento del fenómeno por medio del intercambio de información y noticias, mejores prácticas, conocimientos especializados y experiencias. Además es menester un cambio de mentalidad y fomentar un mayor respeto por los derechos de propiedad intelectual (P.I.). Por último, hay que tomar medidas para promover legislación “indicativa” en materia de respeto de la P.I. en Internet.

---

\* Las opiniones expresadas en el presente documento son personales y no reflejan necesariamente la opinión de la Secretaría de la OMPI ni la de ninguno de sus Estados miembros.

## I. INTRODUCCIÓN

1. El auge mundial del comercio electrónico ha abierto una nueva puerta en la economía global: el comercio en línea ofrece a consumidores y empresas oportunidades sin precedentes de comprar y vender productos, ya sea nivel nacional como más allá de las fronteras del mercado interno, y a nivel internacional. Desde una óptica mundial, Internet reduce los obstáculos transfronterizos al comercio.
2. Sin embargo, los comerciantes ilegítimos o fraudulentos de productos falsificados también explotan las ventajas del comercio-e para ofrecer productos falsificados directamente a los consumidores. Internet ha creado nuevos canales de distribución que permiten a los falsificadores llegar a los consumidores de todas partes del mundo a muy bajo costo y con un riesgo mínimo. Los falsificadores se benefician del anonimato que ofrece Internet y los consumidores se ven cada vez más expuestos al fenómeno y por dicho canal compran sin dificultad alguna, a sabiendas o no, artículos falsificados. El comercio-e ha generado una demanda en aumento de productos falsificados y, por ende, un aumento de la oferta de dichos productos.
3. La mundialización y la difusión de tecnologías para la copia fácil y a bajo costo de productos populares, incluidos los procesos de embalaje y etiquetado, son importantes factores que favorecen el aumento de infracciones de los derechos de P.I. Desde hace ya varios años, es cada vez mayor el porcentaje de productos falsificados cuya venta y distribución se lleva a cabo por Internet.<sup>2</sup> En Internet se pueden adquirir productos falsificados, que luego se exportan a otros países por correo postal y servicios de mensajería rápida, por lo general en cantidades relativamente pequeñas que son difíciles de detectar por las autoridades aduaneras o los organismos encargados del cumplimiento de la ley. Las estadísticas apuntan a que están en aumento las incautaciones de mercancías enviadas por correo aéreo y servicio postal y están disminuyendo las incautaciones de envíos por medio de empresas comerciales de transporte. Eso se debe a las ventas individuales que se llevan a cabo por Internet y en gran parte a los mercados en línea de comercio entre empresas (B2B) y comercio entre empresas y consumidores (B2C).
4. Además, en la mayor parte de los países europeos son cada vez menos los “mercados abiertos” en los que se pueden adquirir sin trabas productos falsificados. De ahí que los compradores suelen comprar en línea en mercados virtuales o sitios web independientes en los que es fácil acceder a relojes falsificados.
5. Según la Unión Europea (UE), están en aumento las incautaciones de mercancías enviadas por correo postal y correo postal aéreo express (pequeñas partidas) que guardan relación con las ventas por Internet. Las estadísticas apuntan a una tendencia al alza en el número de envíos de los que se sospecha que infringen los derechos de P.I. Ese aumento depende totalmente del tráfico aéreo, express y postal, a raíz del auge del mercado de transacciones electrónicas.
6. En los últimos años, y gracias a los esfuerzos realizados por los propios interesados (titulares de derechos de P.I. y plataformas europeas) para poner orden en las plataformas de la UE, se ha producido un cambio: los artículos se venden cada vez más en plataformas de países fuera de la UE. No obstante, los consumidores europeos no dudan en hacer pedidos en los sitios web de esos países, como se puede ver en las incautaciones que tienen lugar en las fronteras de la UE.

---

<sup>2</sup> Presentación escrita de la *International AntiCounterfeiting Coalition* (IACC) al Representante de los Estados Unidos para Asuntos Comerciales, 15 de febrero de 2011, pág. 13; Entrevistas a representantes del sector por el personal de la Comisión de Comercio Internacional de los Estados Unidos, Washington, DC, Estados Unidos de América, 3 de noviembre de 2010, y 1 de marzo de 2011.

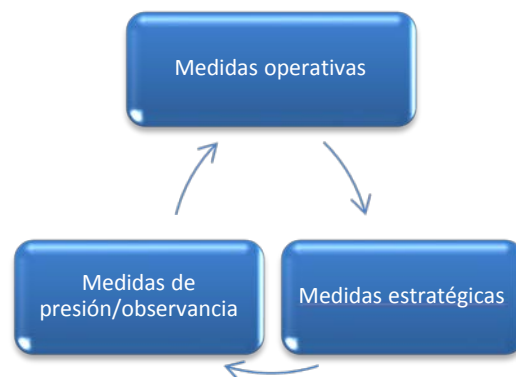
7. Dado que es poco o ninguno el riesgo que entrañan esas iniciativas, los que las cometen no dudan en dedicarse a la venta en línea de mercancías falsificadas.

## II. ¿QUÉ MEDIDAS HABRÍA QUE ADOPTAR PARA HACER FRENTE A ESE FENÓMENO EN AUMENTO?

8. Por consiguiente, la lucha contra la falsificación es cada vez más compleja y exige creatividad, por cuanto los métodos existentes en el ámbito de la observancia son limitados y los falsificadores, muy al tanto de las tecnologías, saben muy bien cómo reaccionar, son innovadores y están muy bien informados. De ahí que no haya una solución definitiva al problema de la venta por Internet de productos falsificados, tanto más cuanto que Internet es una red en constante evolución. La respuesta al problema debe ser global.

9. Internet es un canal de transmisión, por lo que cada uno de los interesados en la cadena de distribución desempeña un papel, desde los proveedores de servicios por Internet hasta los proveedores de servidores, pasando por las redes de distribución de contenidos, los motores de búsqueda, las redes sociales, las plataformas, las entidades de tramitación de pagos en línea, las compañías de envíos express, etcétera.

10. Aun cuando el problema nunca pueda erradicarse por completo, la finalidad principal es crear obstáculos disuasorios para frenar la publicidad y el volumen de ventas de los productos falsificados. En la Federación Relojera se toman medidas inspiradas en el ciclo de la vigilancia policial dirigida por los servicios de inteligencia: medidas operativas, medidas estratégicas y medidas de presión/observancia.



11. Los servicios de inteligencia no se limitan a recabar pruebas, antes bien, a llegar a conclusiones una vez evaluados y analizados los datos recabados (pues la "inteligencia" es la suma de información y análisis)<sup>3</sup> La información es decisiva para tomar decisiones, planificar, establecer objetivos estratégicos e impedir delitos. De ahí que sean tan importantes las actividades operativas realizadas por la Unidad de Internet de la Federación Relojera. Constituyen la materia prima que aporta información sobre el funcionamiento del tráfico ilegal. No obstante, es necesario recabar cierto volumen de datos durante la fase operativa, a fin de obtener suficiente información pertinente para comprender plenamente la situación y tomar las medidas adecuadas a nivel estratégico.

<sup>3</sup> "Intelligence-Led Policing: The New Intelligence Architecture", Departamento de Justicia de los EE.UU, Oficina de Asistencia Judicial, septiembre de 2005.

*¿Qué medidas hay que tomar con ese fin?*

12. En lo que respecta a los sitios web independientes, lo más característico es que un gran número de ellos se dedica a la venta de relojes falsos, muchos de ellos son temporales y forman parte de una estrategia multi-sitios concebida por los autores de los actos de falsificación. La Federación Relojera enfoca sus medidas hacia los sitios web falsificadores que más eco tienen (pues los consumidores compran en ellos en primer lugar), automatiza sus actividades (recabar datos y pruebas, enviar cartas de intimación a cesar en la práctica) y realiza un seguimiento regular para velar por la eficacia de las medidas adoptadas. A la fase estratégica debe seguir la identificación de redes. La Federación Relojera ha desarrollado una herramienta propia para automatizar, rastrear y tomar medidas en relación con sitios web infractores que se hayan incorporado en la base de datos. Lo que puede parecer un juego muy repetitivo es necesario para recabar datos y además no se hace pesado pues la mayor parte del proceso está automatizado

13. La Federación Relojera procede también regularmente a incautar nombres de dominio en los Estados Unidos de América, pues los análisis de datos permiten identificar sitios web sólidos en dominios genéricos y alojados en países en los que no se respetan las normas. En esos casos se procede a incautar los nombres de dominio de forma colectiva, en nombre de los miembros de la Federación Relojera. Los nombres recuperados se emplean para promover una toma de conciencia entre los consumidores (por ejemplo, [www.replicahause.com](http://www.replicahause.com)). Además, se utiliza la clasificación del nombre confiscado para suplantar otros sitios web en los resultados de los motores de búsqueda y reducir así la visibilidad de los artículos falsos, al menos, durante unos cuantos meses.

14. En lo que se refiere a los mercados, se caracterizan por la diversidad de plataformas (incluso desde el punto de vista de la programación informática), el uso de múltiples idiomas y divisas y la gran cantidad de anuncios publicitarios que entran y salen en poco tiempo. Ante todo eso, la Federación ha desarrollado una herramienta flexible que permite detectar, almacenar y realizar las notificaciones necesarias en relación con los anuncios infractores.

15. Los esfuerzos realizados por las partes interesadas se han traducido en un cambio y hoy la supervisión se centra principalmente en las plataformas asiáticas. En sitios tan famosos como eBay y otros que son propiedad de los dos principales artífices en Europa [Grupo Schibsted (Leboncoin.fr y segundamano.es, entre otros) y Naspers (plataformas Allegro, entre otras)] se han reducido las infracciones hasta llegar a un porcentaje aceptable de anuncios turbios, aun cuando existen diferencias notables entre unos otros mercados propiedad del mismo grupo. De ahí que la supervisión que lleva a cabo la Unidad de Internet de la Federación Relojera hoy se concentra en los sitios asiáticos o fuera de la UE, pues está claro que dichas plataformas enfocan sus actividades hacia los consumidores europeos. Dichas plataformas se exhiben en inglés y con frecuencia ofrecen asistencia multilingüe; y lo que es más, en ellas se puede pagar con las principales tarjetas de crédito.

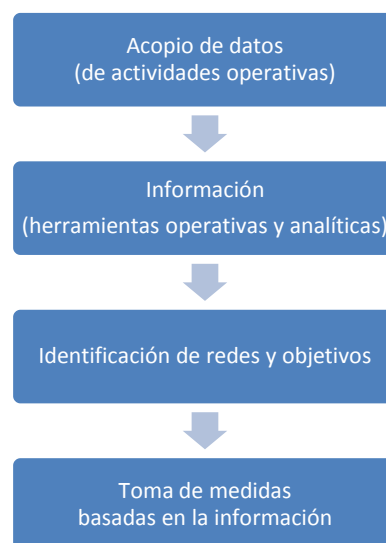
16. Entre los recién llegados a este campo están sin duda las redes sociales, que se emplean para la venta directa con contactos locales y para promover sitios web especiales. A los nuevos mercados se suele poder acceder únicamente mediante dispositivos móviles. La Federación Relojera ha tenido que adaptar sus herramientas y estrategias de tecnologías de la información para incluir la vigilancia y la información acerca de todos los sitios que se crean.

### **III. PROBLEMAS ESTRATÉGICOS**

17. Como ya se ha explicado, los datos recabados en la fase operativa no solo deben ser almacenados, antes bien, deben ser analizados para definir metas estratégicas. Las ventas

por Internet suelen entrañar grandes conjuntos de datos que procesar, lo que exige contar con herramientas específicas de tecnologías de la información. A ese problema viene a añadirse el hecho de que los datos quedan obsoletos muy rápidamente, por cuanto los falsificadores son muy rápidos en reaccionar y de ahí que sea necesario llevar a cabo una supervisión regular de todas las fuentes ya identificadas previamente. Deben conservarse todos los datos anteriores a los fines de poder establecer vínculos y para identificar redes. Y, por último, dada la cantidad de información, es menester definir prioridades conforme a la visibilidad de lo que se ofrezca. A todo ello viene a añadirse el hecho de que la Federación se enfrenta a una estrategia de ventas que tiene múltiples vertientes debido a la convergencia digital: los autores de fraudes promueven sus productos ilegales mediante una estrategia dividida en múltiples canales. De ahí que sea posible que un vendedor esté presente en las redes sociales, dirija varias plataformas de venta empleando varias cuentas y esté al frente de uno cuando no varios sitios web del sector. Si la Federación Relojera logra establecer vínculos entre todas esas fuentes, podrá crear un perfil exhaustivo del vendedor y determinar si es menester tomar alguna medida para que se cumpla la ley y qué tipo de medida, a fin de obtener los mejores resultados con los recursos limitados de que dispone.

18. Dada la gran cantidad de información que hay que tener en cuenta, la dificultad reside en representar los datos en un formato comprensible y que pueda emplearse, a fin de detectar los “puntos conflictivos”, por ejemplo, los proveedores de servidores o sitios web reacios que estén gestionados por la misma entidad. Un aspecto positivo en ese sentido es que la información se almacena en formato digital. Esa información sirve a modo de indicios que pueden ser recabados y analizados.



19. En cuanto a las medidas, se trata de medidas para el cumplimiento de la ley pero también de medidas de índole tecnológica (por ejemplo, pedir un depósito para abrir una nueva cuenta de vendedor en una plataforma de venta o llevar a cabo un proceso de inscripción para verificar la identidad real del vendedor). En cuanto a las medidas de observancia, es muy importante establecer relaciones constructivas, vínculos de colaboración y medidas conjuntas con los encargados de hacer cumplir la ley e impartir formación a los encargados de la lucha contra la falsificación.

#### IV. SUPERVISIÓN Y COOPERACIÓN CON INTERMEDIARIOS TÉCNICOS

20. Ante todo, es muy importante establecer vínculos de cooperación fluida con las principales partes interesadas a los fines de ser eficaces y sin tener que hacer frente a los requisitos excesivos que impongan intermediarios técnicos.

21. Con respecto a las plataformas de ventas, lo primero que analiza la Federación Relojera son los requisitos jurídicos y técnicos para definir la mejor manera de informar de las infracciones que se produzcan; cabe recordar, a ese respecto, que la Federación interviene en nombre de unas cincuenta marcas diferentes. Hay plataformas que cuentan con herramientas de información muy avanzadas y la Federación las incorpora en su herramienta de vigilancia. En las plataformas menos desarrolladas, la Federación Relojera envía notificaciones automáticas por correo electrónico. Posteriormente, tras una fase de observación, la Federación estudia la forma de mejorar el proceso de alerta y la forma de evitar infracciones, por ejemplo, implantando filtros en determinadas categorías de productos empleando con ese fin palabras clave o gamas de precios específicos. La detección de autores reincidentes es sumamente importante, pero solo es posible si se cuenta con una herramienta de detección y las plataformas aplican medidas eficaces (como el depósito, una tasa de inscripción, identificación del vendedor, etcétera).

22. En lo que respecta a los proveedores de servidores, la herramienta de vigilancia de la Federación Relojera permite identificar las empresas favoritas de alojamiento de sitios web. Eso contribuye a establecer contacto directo con esas empresas para impedir que sigan ofreciendo sus servicios a los infractores. Muy a menudo, el problema se soluciona por el hecho de incumplir las condiciones de uso, con lo que los clientes se ven obligados a abstenerse de realizar actividades ilegales. Como se menciona en la introducción, los falsificadores son expertos en tecnologías y muy rápidos en reaccionar. De ahí que hayan surgido nuevas formas de alojamiento, como el “cloud hosting” (alojamiento en nubes) y las redes “cloud” de distribución de contenidos. Aun cuando esos tipos de servicios empiezan teniendo finalidades legítimas, los falsificadores no han tardado en comprender los beneficios que ofrece el anonimato, que se puede aprovechar para confundir y ocultar más la identidad en la World Wide Web. Debería adoptarse normativa neutral desde el punto de vista tecnológico a fin de aplicar un enfoque global de los problemas legales, como la responsabilidad de los intermediarios técnicos que infringen las normas.

23. Existen otros intermediarios de mucha importancia en la lucha contra los estafadores en línea, son esenciales para las ventas en Internet, por cuanto se benefician de cierto monopolio (poco para elegir, pocas alternativas) y generan altos costos de oportunidad para los estafadores si tienen que cambiar de proveedor de servicios. En los últimos años, y por esas razones justamente, se ha prestado particular atención a las entidades de tramitación de pagos y empresas de envíos urgentes. Con su cooperación se pueden perturbar realmente las redes de ventas e incluso, en un momento dado, inducir un contacto físico crucial para identificar al individuo de carne y hueso o la empresa real que se esconde tras las ventas ilegales en Internet.

24. Hay que subrayar lo que hasta la fecha han encubierto las entidades de tramitación de pagos y, más concretamente, las compañías de tarjetas de crédito, que han desempeñado un papel clave en este tráfico. Hoy es posible cooperar para identificar cuentas de vendedores y cerrarlas. De ahí que hoy sean menos los sitios web que aceptan el pago por tarjeta de crédito y los propietarios de esos negocios turbios tratan de convencer a los consumidores para que recurran a métodos alternativos de pago (como “bitcoin” y “webmoney”). La iniciativa RogueBlock™ de la IACC<sup>4</sup> ha puesto en evidencia dónde se acumula la mayor parte del dinero

---

<sup>4</sup> <http://www.iacc.org/online-initiatives/rogueblock>.

ganado mediante la venta de productos falsificados. Con eso se ha ganado ya mucho, por cuanto la tentación del consumidor no suele durar mucho. Si los consumidores tuvieran que revelar su identidad en una transferencia mediante Western Union o por giro bancario, se lo pensarían dos veces antes de comprar. De fundamental importancia son, a ese respecto, la educación y sensibilización de los principales bancos compradores y redes de tarjetas de crédito.

25. La Federación considera que deben incrementarse las iniciativas de presión de las compañías de transporte, por cuanto los productos comprados por Internet casi siempre son enviados por conducto de compañías de transporte urgente o por EMS. Hay que encontrar la forma de detectar e impedir que los reincidentes puedan hacer uso de los servicios de esas empresas. Partiendo de que cada año se transportan varios millones de artículos falsos, ya no pueden pasarse por alto los ingresos globales que generan esas compañías de transporte. Nuevamente cabe destacar la importancia de promover una mayor toma de conciencia y cooperación para lograr una solución de compromiso satisfactoria con los titulares de derechos de P.I.

## **V. ACTIVIDADES DE SENSIBILIZACIÓN**

26. Por último, conforme a la ley de la oferta y la demanda, es menester que las actividades de sensibilización se centren en los consumidores pues son ellos los que pueden frenar la oferta de objetos falsificados al adquirir productos genuinos. La Federación Relojera se esfuerza por sensibilizar a los consumidores al poner en su conocimiento los riesgos que corren en los sitios web ilegales.

27. Además, la Federación Relojera ha creado un sitio web (<http://replicaswisswatch.com/>) que a primera vista parece un sitio en el que se venden relojes falsos pero en realidad, en pocos segundos transmite un mensaje de prevención centrado en los riesgos que se corren si se compra un reloj falso. Por ejemplo, los delincuentes que administran el sitio web fraudulento tienen acceso a los datos personales del comprador, como el nombre, la dirección y los detalles de su tarjeta de crédito y esa información puede volver a ser utilizada con fines delictivos (usurpación de identidad, utilización fraudulenta de la tarjeta de crédito, etcétera). También cabe pensar en otros problemas como los vínculos con otros actos delictivos y el blanqueo de capital.

28. Todavía queda mucho por hacer en esta problemática pues los consumidores se ven atraídos con frecuencia por los artículos falsificados, aun cuando tengan la posibilidad de actuar de otra manera.

## **VI. CONCLUSIÓN**

29. La Federación Relojera no cree que exista una solución definitiva a este combate diario. Dado que Internet está en constante evolución, hay que dar prueba de tenacidad para seguir el rastro de los estafadores, que todavía llevan la delantera. Es preciso un enfoque global, por lo que la Federación aborda la problemática desde varios ángulos a la vez.

30. Pero las cosas pueden cambiar en el futuro. La cooperación entre partes interesadas (sector público/privado) es la vía adecuada para comprender el fenómeno, concretamente, el intercambio de información y noticias, de mejores prácticas, de conocimientos especializados y de experiencias, y crear un entorno propicio al cambio de mentalidad y a un mayor respeto de los derechos de P.I. Es urgente fomentar el Derecho indicativo en relación con el respeto de la P.I. en Internet pues los delincuentes son expertos en desentenderse de la normativa.

[Fin del documento]