



# Incentivar entre los consumidores jóvenes la compra de productos originales

## MANUAL

Supported by:



# ¡Hola experto en falsificaciones, bienvenido al proyecto JUST ORIGINAL!

*JUST ORIGINAL ha sido financiado por la EUIPO - Observatorio Europeo de las Vulneraciones de los Derechos de Propiedad Intelectual y tiene como objetivo contribuir a la comprensión y la concienciación de los consumidores jóvenes (de 11 a 17 años) acerca del fenómeno de las falsificaciones y los efectos de las infracciones a los derechos de propiedad intelectual (DPI).*

*En particular, el proyecto pretende involucrar a los consumidores jóvenes en la generación de conocimientos y la difusión de información relevante relacionada con los riesgos que conlleva el consumo de productos falsificados. Por lo tanto, su objetivo específico es involucrar a un número significativo de consumidores jóvenes en todos los países participantes, como miembros cruciales de la audiencia prioritaria de la convocatoria.*

*Si estás leyendo este mensaje es porque quieres formar parte de nuestro proyecto (durante o después de su puesta en marcha), ¡qué bueno!, y por eso tienes que familiarizarte con el manual JUST ORIGINAL.*

*Este Manual ha sido desarrollado por los socios del proyecto y está dividido en 6 secciones:*

- 1) Falsificación: impacto y riesgos;*
- 2) Patentes e invenciones;*
- 3) Derechos de autor;*
- 4) Privacidad y consumo electrónico;*
- 5) Protección de la marca;*
- 6) Espacio abierto al debate: concursos, juegos y estudios de casos.*

*Dado que eres un experto en estos temas, este Manual funciona como un vademécum, una guía sobre lo que hay que discutir con los jóvenes durante las sesiones informativas, que sirve para garantizar que se discuten los mismos temas y aspectos sobre el fenómeno de las falsificaciones y el impacto de las infracciones a los derechos de Propiedad Intelectual (DPI) en todos los países participantes.*

*Naturalmente, puedes enriquecer tu narración con ejemplos y experiencias del contexto nacional, especialmente en el caso de la sección 6. Sin embargo, recuerda cada sesión informativa que vayas a organizar tiene que abordar las 6 secciones de este Manual.*

# FALSIFICACIONES: IMPACTO Y RIESGOS

## ¿QUÉ ES UN PRODUCTO FALSIFICADO Y CÓMO SE FABRICAN ESTOS PRODUCTOS?

Un producto sobre el que no tenemos ninguna garantía de que posea una calidad idéntica o cercana a la del producto original, ni que su fabricación haya cumplido con los estándares de calidad vigentes.

## ¿CUÁLES SON LOS RIESGOS Y CONSECUENCIAS PARA LOS CONSUMIDORES DE PRODUCTOS FALSIFICADOS?

a) Riesgos relacionados con la inseguridad y/o el peligro de un producto falsificado:

- Químicos - la presencia de estas sustancias puede causar efectos nocivos agudos inmediatos y/o a largo plazo para la salud.
- Mecánicas - varios tipos de lesiones por impacto, atrapamiento, etc.
- Eléctricas - riesgo de sufrir una descarga eléctrica, quemaduras, incendios, incluso la muerte.

b) Riesgos vinculados al daño económico al consumidor, las empresas y la sociedad en su conjunto:

- Pérdida de confianza del consumidor.
- Pérdida de las garantías de los consumidores.

c) Riesgos no vinculados directamente con los derechos de los consumidores, sino con las consecuencias y las pérdidas para la sociedad en su conjunto por la venta de productos falsificados:

- Prácticas de fabricación que dañan el medio ambiente. Desconocimiento de la legislación laboral.
- Infracción de patentes.
- Pérdidas económicas para la industria.

## ¿CUÁNTO NOS CUESTA LAS FALSIFICACIONES?

Las falsificaciones provocan cada año en la UE una pérdida de hasta 19.000 millones de euros en las ventas de los sectores más afectados.

# FALSIFICACIONES: IMPACTO Y RIESGOS

## CONSEJOS PARA DETECTAR UN PRODUCTO FALSIFICADO

- **Ofertas inesperadas: publicidad maliciosa**

Entre algunos de los motivos que llevan a los consumidores a comprar productos falsificados se encuentran los precios bajos, la asequibilidad y una cierta permisividad hacia tales productos.

Si la respuesta es "sí" en alguna de las siguientes preguntas, puede significar que te están ofreciendo un producto falsificado:

"¿Se pusieron en contacto contigo de forma inesperada?"

Las llamadas o correos electrónicos inesperados son sospechosos de ser publicidad maliciosa si solicitan información personal o datos para el pago. Es muy inusual que organizaciones legales se pongan en contacto directo con el consumidor y le pidan información sensible cuando no ha habido ningún contacto previo. Si no estás convencido al 100% de la identidad de la persona que llama o del correo electrónico recibido, ponte en contacto directamente con la empresa.

- **Poca claridad en los detalles del producto**

¿Los datos de contacto de quien ofrece el producto no están claros?

Los datos de contacto estimados pueden ser un buzón, un número de valor añadido (que empieza por "0900") o un formulario de respuesta. Si algo va mal con la entrega, es importante ponerse en contacto con el distribuidor/fabricante. Esto será difícil si no se dispone de información de contacto precisa. Los números de valor añadido son un truco muy utilizado para sacarle al consumidor hasta el último céntimo.

- **Mantener el secreto**

¿Te han pedido que mantengas en secreto la compra del producto?

Es importante discutir cualquier acuerdo con amigos o familiares. Pedirte que guardes silencio es una forma de protegerte de los consejos y el apoyo que necesitas para tomar una decisión.

# FALSIFICACIONES: IMPACTO Y RIESGOS

## CONSEJOS PARA DETECTAR UN PRODUCTO FALSIFICADO

- **El precio es demasiado bueno para ser verdad**

¿La oferta es exageradamente conveniente y/o el precio es excesivamente bajo para ser verdad?

La oferta de productos falsificados a menudo promete altos rendimientos, excelente calidad, resultados sorprendentes a cambio de pequeños compromisos financieros. Suelen plantear que el trato es demasiado bueno para perderlo. Utiliza tu sentido común para percibir si un acuerdo es demasiado bueno para ser verdad.

- **Presión**

¿Te presionan para que tomes una decisión rápida?

Los comercializadores de productos falsificados suelen hacer que te apresures en la toma de decisiones. No dejes que nadie te haga sentir presionado: es conveniente tomarte tu tiempo y pensar en las cosas si no estás seguro. El personal de ventas tiene el deber de darte tiempo para tomar una decisión informada. No hay que confiar en nadie que intente meterle prisa a la venta.

- **Errores ortográficos y gramaticales**

¿Hay errores ortográficos y gramaticales en la publicidad o el mensaje?

Los correos electrónicos o mensajes con errores ortográficos y gramaticales son fraudulentos. Las organizaciones legítimas rara vez cometerán errores ortográficos o gramaticales en los correos electrónicos que le envíen, ya que suelen ser redactados por profesionales y revisados antes de ser enviados.

## LOS PRODUCTOS FALSIFICADOS MÁS HABITUALES

*Estimado experto, aquí puedes hablar de los productos más falsificados en tu país (música, libros, moda...).*

# PATENTES E INVENCIONES

## LAS PATENTES DESEMPEÑAN UN PAPEL CADA VEZ MÁS RELEVANTE EN LA INNOVACIÓN Y LOS RESULTADOS ECONÓMICOS

### QUÉ ES UNA PATENTE Y QUÉ ES UNA INVENCIÓN

Una patente es un derecho exclusivo concedido para una invención, que es un producto o un proceso que proporciona, en general, una nueva forma de hacer algo, u ofrece una nueva solución técnica a un problema. Para obtener una patente, la información técnica sobre la invención debe divulgarse al público a través de una solicitud de patente.

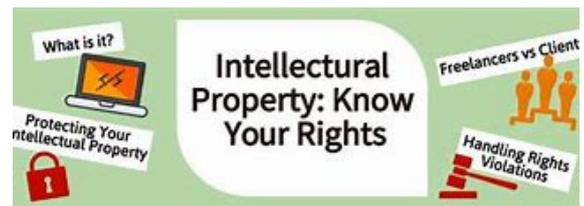
El creciente uso de las patentes para proteger las invenciones por parte de las empresas y los organismos públicos de investigación está estrechamente relacionado con la reciente evolución de los procesos de innovación, la economía y los regímenes de patentes.

Los avances científicos y tecnológicos han creado nuevas olas de innovación, especialmente en las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y la biotecnología.

### EL MARCO JURÍDICO Y REGLAMENTARIO DE LA PATENTE Y LA INVENCIÓN

Actualmente, en Europa las invenciones técnicas pueden protegerse mediante patentes nacionales, concedidas por las autoridades nacionales competentes en materia de propiedad intelectual, o a través de patentes europeas concedidas de forma centralizada por la Oficina Europea de Patentes.

### LAS VENTAJAS E INCONVENIENTES DE LAS PATENTES E INVENCIONES DESDE EL PUNTO DE VISTA DEL CONSUMIDOR



*Actualmente, una de las patentes más importantes que podemos mencionar es la de la vacuna Covid. Las grandes farmacéuticas han inventado la vacuna anti covid y ahora tienen la patente para vender las dosis. Hay muchas vacunas anti covid y cada una de ellas tiene su propia patente que permite a las grandes farmacéuticas venderlas en el mercado. En esta situación, ¿estaría usted de acuerdo con la patente o preferiría una vacuna sin patente? (Para reflexionar).*

# DERECHOS DE AUTOR

## ¿QUÉ ES UN "DERECHO DE AUTOR"?

Los derechos de autor se definen como un sistema de normas obligatorias y derechos que rigen las relaciones vinculadas con la creación y el uso de obras científicas, literarias, artísticas y otras, producto del trabajo intelectual.

## ¿CUÁLES SON LAS PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LOS DERECHOS DE AUTOR?

- El autor - el creador de la obra original.
- Las obras protegidas - los tipos de propiedad intelectual.
- La ley: cómo le ley protege la propiedad intelectual.

## ¿CUÁLES SON LOS DERECHOS DEL AUTOR?

- La divulgación - las circunstancias de uso de la obra. La preservación de la integridad de la obra.
- De retirada o arrepentimiento.
- Reproducción y distribución.

## INFRACCIÓN DE LOS DERECHOS DE AUTOR

- Compensación.
- Piratería: suministro y consumo ilegal de contenidos digitales en medios de comunicación. Encuestas sobre la infracción de los derechos de autor.
- Sanciones por infracción de los derechos de autor.

## ¿POR QUÉ HAY QUE RESPETAR LAS LEYES DE DERECHOS DE AUTOR?



# PRIVACIDAD Y COMERCIO ELECTRÓNICO

## ¿QUÉ ES EL REGLAMENTO GENERAL DE PROTECCIÓN DE DATOS (RGPD)?

Es una normativa europea que establece todos los requisitos para el tratamiento de datos personales en la UE. Así, cualquier empresa u organización que trate información personal de personas residentes en la UE debe respetar sus estipulaciones. Este reglamento entró en vigor el 25 de mayo de 2018.

## ¿QUÉ SON LOS DATOS PERSONALES?

Cualquier dato que permita identificar a una persona, como: un nombre, una ubicación, una fotografía, etc.

Por sí solos, un número de teléfono, una dirección postal o una dirección de correo electrónico no son datos personales, a menos que permitan identificar a una persona por su nombre, apellido o apellidos y la empresa para la que trabaja.

## ¿POR QUÉ SE PROTEGE?

Para proteger la privacidad de las personas.

## ¿QUÉ ES UNA POLÍTICA DE PRIVACIDAD?

Una política de privacidad es un documento legal que comunica el tratamiento de los datos personales recogidos por el sitio web. Verifica que el sitio cumple con la Ley de Protección de Datos y garantiza los derechos digitales, para lo cual, como mínimo, debe incluir:

- Motivos y finalidades del tratamiento de datos que se realiza.
- Nombre y datos de contacto del responsable del sitio y del encargado de la protección de datos.
- Legitimación legal para el tratamiento de los datos. Destinatarios de los datos.
- Cuánto tiempo se almacenarán los datos.
- Intención de proporcionar los datos a terceros, incluso en otro país.
- Derecho de acceso a la información y/o supresión de datos.
- Derecho de recurso ante la autoridad competente en materia de protección de datos.

# PRIVACIDAD Y COMERCIO ELECTRÓNICO

## CONSEJOS PARA UNA COMPRA SEGURA EN LÍNEA

- Utiliza contraseñas largas (de ocho dígitos o más, incluyendo símbolos, mayúsculas, minúsculas y dígitos numéricos).
- Conéctate a una conexión segura. Evita las redes wifi públicas.
- Verifica que el sitio web está encriptado: el protocolo <https://> y un candado o barra verde tienen que aparecer en la barra de navegación, según el certificado utilizado. Comprueba si la información de la tienda está disponible: quiénes son, su dirección fiscal, los métodos de pago, la política de envíos y de devoluciones...
- Busca la reputación de la tienda en Internet.

## PARA PRESERVAR TU PRIVACIDAD EN LÍNEA, PRESTA ATENCIÓN A LAS SIGUIENTES MEDIDAS DE SEGURIDAD:

- Mantén tu sistema operativo actualizado, para obtener las mejoras de seguridad de las que carecen las versiones anteriores.
- Crea un usuario para cada persona que utilice el mismo dispositivo electrónico.
- Haz una copia de seguridad en un dispositivo externo y controla el acceso a tu ordenador.
- Cuando hagas una descarga, hazla a través de la página oficial de la aplicación o programa.
- Presta especial atención a aquellos correos cuyo remitente no conozcas, no accedas a enlaces cuyo origen desconozcas y no descargues archivos adjuntos de origen irreconocible para evitar la entrada de posibles virus en tu ordenador.

## PRESTA ATENCIÓN A:

- *Cookies*: son archivos que se descargan en nuestro equipo para recoger y almacenar información sobre nuestra navegación. Comprueba que la empresa proporciona su política de cookies, donde tiene que informarte sobre la finalidad de la instalación y sus usos.
- *Phishing*: consiste en suplantar la identidad de páginas de servicios conocidas por los servicios, dirigiéndonos a un enlace o a través de la descarga de un archivo adjunto, con el objetivo de solicitar información sobre contraseñas, datos personales o bancarios, que podrían ser utilizados o vendidos a terceros para cometer un fraude.
- *Carding*: el uso de números de tarjetas de crédito o débito para realizar compras fraudulentas a través de Internet. En previsión, es recomendable revisar periódicamente los movimientos de nuestras cuentas. Si se detectan movimientos no autorizados, hay que presentar la correspondiente denuncia y reclamar la devolución del cargo.

# PROTECCIÓN DE LA MARCA

## ¿QUÉ ES LA "MARCA" Y QUÉ ES DE LA PROTECCIÓN DE LA MARCA?

La protección de la marca es el proceso mediante el cual se protege la propiedad intelectual (PI) de las empresas y sus marcas asociadas contra la falsificación, la piratería de los derechos de autor y otras infracciones a la PI, como las patentes, los derechos de diseño, la marca de color y la imagen comercial. Esto se hace tanto para proteger la pérdida de ingresos de una empresa, como para proteger la imagen, la reputación y el valor general de una empresa. Es decir, la protección de la marca evita el abuso de la misma.

## EL OBJETIVO DE LA PROTECCIÓN DE LA MARCA

Los servicios que ofrecen los proveedores de protección de la marca pueden resumirse en cuatro procesos generales:

- Detección.
- Validación.
- Aplicación de la ley.
- Presentación de informes.

# PROTECCIÓN DE LA MARCA

## EL CONCEPTO DE PROPIEDAD INTELECTUAL, LOS SECRETOS COMERCIALES Y LA FALSIFICACIÓN

La **propiedad intelectual (PI)** se refiere a las creaciones de la mente: invenciones, obras literarias y artísticas, y símbolos, nombres, imágenes y diseños utilizados en el comercio. La PI se divide en dos categorías:

La propiedad industrial: Incluye las invenciones (patentes), las marcas, los diseños industriales y las indicaciones geográficas de origen y los derechos sobre las variedades vegetales.

Derechos de autor: Incluye las obras literarias y artísticas, como novelas, poemas y obras de teatro, películas, obras musicales, obras artísticas como dibujos, pinturas, fotografías y esculturas, y diseños arquitectónicos. Los derechos relacionados con los derechos de autor incluyen los de los artistas - intérpretes o ejecutantes- en sus interpretaciones y ejecuciones, los de los productores de fonogramas en sus grabaciones y los de los organismos de radiodifusión en sus programas de radio y televisión.

Se considera **secreto comercial** toda la información que cumple todos los siguientes requisitos:

1. es secreta en el sentido de que no es, en su conjunto o en la configuración y/o ensamblaje preciso de sus componentes, conocida entre las personas de los círculos que normalmente se ocupan del tipo de información en cuestión o fácilmente accesible para ellas;
2. tiene valor comercial por ser secreta;
3. ha sido objeto de medidas razonables, según las circunstancias, por parte de la persona que controla legalmente la información, para mantenerla en secreto.

La **falsificación** es un delito que implica el robo de una marca a su propietario.

# PROTECCIÓN DE LA MARCA

## EL RETO DE LA PROTECCIÓN DE LA MARCA: PROTECCIÓN DE LA MARCA DIGITAL, TECNOLOGÍA DIGITAL Y MEDIOS SOCIALES

La protección eficaz de la marca en línea requiere un monitoreo y reparación continua de las amenazas en redes sociales, dispositivos móviles, sitios web y otras fuentes externas.

Este enfoque a menudo requiere la participación de los equipos de seguridad, marketing, equipo de marca y el área legal.

Si vendes un producto que tiene una marca registrada a tu nombre, existe una gran posibilidad de que dicho producto sea falsificado por personas ajenas. Por ello es importante que las organizaciones adopten una estrategia de protección de la marca.

Los beneficios de la protección de la marca:

**1. Percepción de la marca:** Es importante proteger las marcas, ya que con el reconocimiento de esta, incrementa el riesgo de falsificación.

**2. Destruye a los falsificadores:** Proteger el valor de una marca de los falsificadores es como crear una bóveda fuerte e impenetrable contra los ladrones de bancos.

**3. Aumento de la fidelidad:** Las marcas se crean mediante un esfuerzo de equipo. Además, una vez creada la marca por una empresa, el consumidor la utiliza para su consumo. Se establece un factor de confianza entre ambos porque el producto está ayudando a satisfacer una necesidad o deseo del consumidor. De este modo se establece la lealtad entre la marca y el consumidor que es alterada con el consumo de una falsificación. La detección de dicha falsificación es necesaria para restablecer la confianza y mantener el vínculo más fuerte entre la marca y el cliente.

**4. Aumentar los beneficios:** Una estrategia de protección de la marca segura permite a la empresa cobrar una prima. Esto hace que más clientes paguen la prima debido al factor de confianza y, por lo tanto, la empresa obtiene beneficios.

**5. Las ventajas y los inconvenientes de la protección de la marca para los consumidores.**

# PROTECCIÓN DE LA MARCA

## UN CASO ITALIANO

Algunos jóvenes italianos siguen a influencers de IG muy populares como Chiara Ferragni y Fedez. Son tan famosos que en 2020 el Primer Ministro Giuseppe Conte les pidió que invitaran a los jóvenes a llevar la mascarilla durante la primera ola de Covid.

Hace algunos años, Chiara Ferragni lanzó su propia marca de ropa y accesorios.

El ejemplo puede ser interesante para entender la importancia de la identificación de la marca con el concepto y el creador que hay detrás. Chiara Ferragni necesita proteger su marca porque es muy importante para ella y le cuesta mucho.

¿Te gustaría comprar algo que es falso?

¿Le gustaría a Chiara Ferragni que alguien copiara su marca y empezara a vender artículos similares?

Dando ejemplos prácticos como el anterior, se pueden introducir y enseñar algunos valores importantes a los jóvenes.



# ESPACIO DE DEBATE

## ESTIMADO ESTUDIANTE,

Imagina que tú y un grupo de tus compañeros de colegio recibís la financiación inicial para desarrollar una start up. Tenéis total libertad para elegir el sector empresarial, el servicio que presta, su objetivo y sus principales características. ¡Así, os vais a convertir en emprendedores!

En primer lugar, define la idea de negocio perfecta para vosotros y responde a las siguientes preguntas:

- ¿Qué vais a ofrecer/hacer?
- ¿Por qué lo hacéis?
- ¿Quiénes son vuestros potenciales clientes?
- ¿Cuál es la estructura legal de la empresa?

Ahora, es el momento de hacer algunas elecciones de marca y de comprender los diversos derechos que las protegen:

Nombre de la empresa: DERECHODE NOMBRE COMERCIAL

Asignación que identifica a la empresa y/o a un producto específico: DERECHO DE MARCA

Dependiendo de las características de vuestra idea de negocio, estará protegida por un conjunto de derechos de propiedad intelectual. Leed la lista y marcad los que se apliquen a vuestro caso:

**DERECHOS DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL:** protege el trabajo que es creativo y original, como: libros, fotos, artículos científicos, etc.

**PATENTE:** se aplica a una invención que proporciona una solución técnica, por ejemplo: una vacuna.

**BASE DE DATOS:** Conjunto de información sistemática, como un diccionario.

**DIBUJO O DISEÑO DE ARTE:** la apariencia o los componentes de un producto.

*¿Es un servicio que podría verse afectado por la falsificación? Escribid cómo se vería afectado y qué podéis hacer para proteger vuestro negocio.*

*¿Se comercializará online? ¿Cómo podéis garantizar que vuestros canales de comercio electrónico sean seguros para el consumidor?*

# HÁBITOS Y OPINIONES DE LOS CONSUMIDORES JÓVENES RESPECTO DE LAS FALSIFICACIONES Y LAS INFRACCIONES A LA PI: ALGUNOS DATOS

Los siguientes datos nos proporcionan algunas pautas para llegar a los consumidores jóvenes y abordar sus principales comportamientos en relación con la falsificación de productos y el uso de fuentes ilegales en línea. En la mayoría de los ámbitos, este grupo es el que tiene el mayor nivel de consumo y la menor preocupación por la ilegalidad de la práctica.

Así, los datos nos permiten elegir ejemplos de productos y contenidos que tienen más probabilidades de ser consumidos por nuestro grupo objetivo y utilizar argumentos que tengan un mayor impacto entre ellos.

## 1. Compra de productos falsificados

El 10 % de los consumidores jóvenes (CJ) ha admitido haber comprado productos falsificados en los últimos 12 meses (EUIPO, 2020), el doble que la media de la UE. (ES 5 %; BG 6 %; IT 2 %).

Los principales argumentos de los CJ para optar por la compra de productos falsificados tales como zapatillas, ropa y calzado (EUIPO; 2017 y 2020)

- El precio del producto es demasiado alto: 37 % (Media: 24 %) (2020)
- El producto no está disponible en el mercado local: 31 % (Media: 18 %) (2017)  
La calidad del producto no es una preocupación principal: 29 % (Media: 17 %) (2017)
- Es un bien de lujo: 30 % (Media: 15 %)(2020)

El 12% de los CJ fueron engañados para comprar productos falsificados, la media es del 9%.

El 38% de los CJ encuestados se preguntaba si había comprado una mercancía falsificada, la media es del 33%.

Razones para dejar de comprar o no comprar falsificados (EUIPO, 2020):

- Riesgo de ser sancionado: 46 % (media del 37 %)
- Por su impacto en el empleo: 42% (media del 48%).
- Por el daño que han causado en la economía: 34% (media del 41%).
- Por una mala experiencia personal con un producto: 31 % (media del 23 %).
- Por el daño a la imagen personal: 22 % (media del 17 %).

# HÁBITOS Y OPINIONES DE LOS CONSUMIDORES JÓVENES RESPECTO DE LAS FALSIFICACIONES Y LAS INFRACCIONES A LA PI: ALGUNOS DATOS

## 2. Acceso a contenidos ilegales en línea

El 23% de los CJ ha accedido intencionadamente a contenidos ilegales en línea en los últimos 12 meses (media del 8%).

Razones para utilizar fuentes ilegales para acceder a contenidos digitales: video juegos, libros, fotografías, películas, series, etc:

- El 43 % cree que está bien acceder a contenidos ilegales en línea si no hay una alternativa legal (media del 28 %) (ES 36 %; BG 50 %; IT 21 %)
- El 41 % cree que está bien si es para uso personal. (Media del 27 %) (ES 24 %; BG 38 %; IT 26 %).
- El 23% de la población se preguntaba si una fuente en línea era legal.
- El 15 % de los jóvenes han subido a Internet contenidos protegidos por derechos de autor (una media del 7%).
- El 7 % de los jóvenes han utilizado dispositivos de transmisión ilegales (la media es del 3 %).

Las principales razones para dejar de usar contenidos ilegales para la población media de la UE (EUIPO, 2020):

La disponibilidad de fuentes legales asequibles 58 %. El riesgo de sanción 35 %.

La comprensión del daño causado a los artistas 31%.

La mala experiencia personal con fuentes ilegales 30 %. La comprensión del daño causado a los puestos de trabajo 22 %.