
Cuando la Marca de los Tiempos Impone a las Aduanas el Tiempo de las Marcas

El rol de la D.G.A en la importación de Mercaderías Falsificadas o Inductoras de Error o Engaño al Consumidor Operaciones Financieras del Narcotráfico y Terrorismo Internacional

Por: Carlos Milsztain*

Panel: Protección Aduanera de las Marcas en Frontera. Experiencias.

Introducción

Se torna sumamente necesario hoy, tomar conciencia de que el delito se ha transnacionalizado por efectos globalizantes, desvirtuando muchas veces el viejo concepto de “*que las mercaderías son lo bienes que se negocian*”. La dinámica del delito actual, incluye la utilización de los productos impo/exportados, como simples vectores para la comisión de los ilícitos, siendo que en esta nueva modalidad el bien negociado muchas veces carece de entidad (“no-mercaderías”)¹ y es sólo utilizado para el movimiento de activos (lavado) –en unos casos- o lo puede ser para la comisión de atentados en otros más extremos (bio o quimio terrorismo).

Ambas posibilidades pueden llegar a conectarse por cuanto la comercialización de “no mercaderías” puede llegar a financiar actividades ilícitas (incluido terrorismo). Lo propio sin perjuicio de la larga cadena de ilícitos que se generan a partir de la informalidad que deviene de las metodologías de comercialización. Tales y de tal amplitud, que alientan a las organizaciones al desarrollo de sofisticadas ingenierías de elusión y evasión abriendo además el camino para que luego – ya con una retorcida infraestructura al servicio de la criminalidad – se anejen otras actividades del tipo mafioso: narcotráfico, secuestros extorsivos, inmigración ilegal, trata de blancas, usura, juego clandestino, y contrabando en todas sus variantes (sólo como algunas de las que podemos mencionar) generando así zonas o regiones de “no derecho” en las que la pobreza, indigencia e inseguridad comienzan a formar parte de un perverso sistema de vida.

En este contexto las aduanas deben asumir un rol preponderante que deviene de reconocer que constituyen la primera trinchera que debe detectar este tipo de maniobras, sea para actuar por sí mismas o, en su caso, con la colaboración simultánea o posterior de los otros organismos de control, DGI, SENASA, ANMAT, ARN, fuerzas de seguridad, etc.

En el marco de una propuesta referida al rol del control aduanero para reducir los factores de riesgo de la seguridad ciudadana, son reconocidos como competencia aduanera ineludible impuesta por su Ley marco (22.415), los controles inherentes a lo desgranado en sus Art. 609 y 610 (Prohibiciones de carácter económico y no económico).

En esa inteligencia han de ser múltiples las acciones de prevención y represión que caben encararse para cercenar un sinnúmero de ilícitos que barre un abanico que va desde la droga, sus precursores, las armas (convencionales, químicas, bacteriológicas y sus precursores) los residuos peligrosos, los productos falsificados y/o inductores de error a los consumidores, entre otras nuevas / viejas modalidades delictivas. Siendo que en este agitado principio del siglo XXI el delito de falsificación ha crecido exponencialmente y evidencia ya la suficiente entidad como para aspirar a transformarse en un pivote arquetípico para el fundamento y desarrollo de importantes estructuras dedicadas al crimen organizado.

Trataremos de hilvanar a grandes rasgos la conexidad existente entre éstos y otros delitos de carácter transnacional como medios hábiles para el fortalecimiento de organizaciones que operando en la franja marginal del

* Jefe de la División Selectividad Aduanera, dependiente de la Dirección de Control, AFIP-DGA

comercio exterior, logran enquistarse en las sociedades para financiar actividades que mantienen en vilo a la seguridad nacional, regional e internacional.

1 - La Marca del Tiempo

Lo más importante a considerar en este análisis es el auge del tráfico de mercaderías falsificadas y la determinación de un vector identificando su punto de inicio, o como mínimo el punto temporal a partir del que comienza su curva ascendente, como así también las ulteriores derivaciones e impactos en lo económico y social.

Nuestro país ha dado muestras tanto por legislación nacional como por internacional a la que adherimos, de un interés al menos formal sobre la problemática. Pero a la luz de la dinámica que ha demostrado el ilícito y sus organizaciones dedicadas durante estos últimos 15 años, se torna evidente que los enunciados ya no son suficientes frente a una manifiesta inacción que se tradujo en un mercado saturado de ilegalidad, a los ojos de la población, de sus dirigentes, y muchas veces al amparo de éstos mismos so pretexto de justificar “fuentes de trabajo” que morigeran la desocupación imperante. Claro está que desde el punto de vista del consumidor, apremiado o no por estrecheces económicas también coexiste el ingrediente que contrasta “pesos vs. apariencia”, trayendo al plano de discusión un fenómeno social que supera muchas veces al observador en el análisis aplicable para el fenómeno, distrayendo o en su caso desviando el foco y su proyectiva.

2 - Historia de la Marca

Resulta difícil en principio ubicar un punto de partida para historiar sobre las marcas, creo por otra parte que antes que la marca como nombre distintivo de las cosas, fueron creadas las imágenes distintivas aplicadas sobre las cosas que pretendían identificarse. Así los artesanos alfareros imprimieron sus huellas en el fondo de las vasijas para distinguirlas y asegurar al usuario confiabilidad, diferenciándose de aquellos otros menos aplicados a los detalles de calidad. Así estas marcas fueron desde la impresión de sus pulgares en la masa fresca de las vasijas, hasta el dibujo de imágenes sencillas en principio (peces, cruces, estrellas) hasta con el correr del tiempo llegar a otras más sofisticadas adoptadas ya no por artesanos individuales, sino por regiones por las que tales distintivos aseguraban acerca de su origen, pasando luego por marcas imperiales, para transformarse con el tiempo en señales de organizaciones privadas o gubernamentales y llegando hasta la actualidad en una concepción ampliamente comercial por la que la marca pasa a ser un verdadero aval indicador de calidad, confiabilidad, valor y hasta en muchos casos, de origen.

Pero cuando hablamos de “marca” en el sentido etimológico estamos refiriendo a algo mucho más significativo. Tal vez en esta frase anterior encontremos autorreferencias al decir que “*estamos refiriendo*” (de referencia) a “*algo mucho más significativo*” (de significante) y justamente eso es lo que ha de ser una marca: un referente, un significante, una señal, una rúbrica que ha de identificar para distinguir los iguales de lo distinto, lo mejor de lo menos mejor o de lo peor. Y cuando de entre los iguales surge algo distinto, muchos iguales han de tratar de ser distintos hasta que hayan tantos distintos, que todos vuelvan a ser iguales. Entonces recomenzará el ciclo con el nacimiento de otro distinto.

Claro está que no todos los iguales pueden llegar a ser distintos, entonces nacen los “parecidos” a los que sólo les faltaría justamente la marca para ser más parecidos, tanto que hasta parecerían iguales. Entonces nace en algunos la perversa fascinación del fraude: la falsificación. Y entonces el primer distinto necesita distinguirse aún más de los parecidos, y nacen las medidas de seguridad que vuelven a diferenciarlo, pero que el público no distingue. Entonces sólo queda el hacer valer los derechos, que a veces las propias autoridades no distinguen. Entonces el distinto puede llegar a ser fagocitado por los iguales, hasta que nazca otro distinto.

Este carácter distintivo de las marcas, fue reconocido por el hombre mucho antes del sentido mercantilista al que hoy aludimos. La marca o la señal, o el signo, comienza a identificar e identificarse con el hombre, siendo utilizada por el hombre justamente para identificar y crear así iguales y distintos.

Desde el texto bíblico por el que Dios marca a Caín por el asesinato de su hermano Abel, con un estigma en la frente, encontramos múltiples relatos y realidades cotidianas donde la propia marca corporal pasa a establecer una diferenciación. En efecto, el concepto de “marcar” o “marcarse” es usado por el hombre desde lo más remoto de la historia por medio del tatuaje.

Los ejemplos más antiguos del tatuaje tal vez se hayan encontrado con el descubrimiento de forma casual por unos alpinistas de Nüremberg en la frontera italo austriaca el 19 de septiembre de 1991, momento en que apareció, quien habitó en la región alpina hace algo así como 5.300 años y que, por algún motivo quedó atrapado

entre los hielos, a 3.200 metros de altura donde se conservó desde entonces. Hombre de los hielos, Hombre de Similaun o como se lo bautizara popularmente, Ötzi, su cuerpo momificado apareció dentro de un glaciar en el que el cazador de la era neolítica con la espalda y las rodillas tatuadas encontró su tumba natural.²

Más cercano a nuestra era, estaba hasta ese momento la de la sacerdotisa egipcia Amunet, adoradora de Hator diosa del amor y la fertilidad, que vivió en Tebas alrededor del 2000 a.C. Pero también el tatuaje, esa especie de marca personal, se utilizó en la antigüedad por ejércitos para impresionar a los enemigos en el campo de batalla, para crearse imágenes demoníacas con la que atemorizar al contendiente.

Se ha usado como castigo tatuando a los sacrílegos, hasta que por extensión del cristianismo en el Imperio Romano, comenzó a declinar la costumbre de tatuar a los esclavos y criminales. Así también los guerreros de las cruzadas se tatuaban crucifijos para asegurar en caso de su muerte, un entierro cristiano. Los aborígenes sudamericanos que supieron tener prestigio social y rango utilizaban, además de para distinguirse, al tatuaje para protegerse de las enfermedades.

También en Japón, el tatuaje estaba reservado para aquellos que habían cometido crímenes serios, y de tal forma inserto en lugares visibles como brazos o la frente; los individuos así identificados eran aislados de sus sociedades y se les negaba cualquier participación en la vida comunitaria. Las distintas marcas, indicaban las prisiones de las que venía la persona y variaban según las regiones donde hubieran sido aplicadas. Más tarde y a pesar que desde 1842 el emperador Matsuhito decidió prohibir los tatuajes por –entre otras cosas- contradecir la doctrina de Confucio, fue incorporado en las costumbres mafiosas de los “yakuza” constituyendo además de una marca de pertenencia, una verdadera adhesión a un código moral, por el que asumían un compromiso leal de por vida para con la organización, convirtiéndose entonces en marginales para siempre.

Vemos a grandes rasgos, como por influjo de una marca o señal, a los hombres se los identificó o se identificaban a sí mismos y con sus pares, por similitudes de prestigio, creencias, categorizaciones sociales, costumbres, o procedencias, teniéndose en cuenta características que abarcaron abanicos en un amplio arco que va desde la delincuencia hasta la honra.

O sea que el tatuaje a modo de marca con influencia social, asociaba, disociaba, contenía o discriminaba. Hacía referencia, y la exponía visualmente, respecto a características venerables o repudiables de los individuos, creaba lazos de identificación entre quienes los portaban, generando códigos tácitos o explícitos según los casos, por los que los hombres compartían a gusto o a disgusto, pertenencia. El resto de sus consociales podía distinguir y elegir su proximidad o su rechazo en virtud de sus afinidades.

Si bien este último párrafo asocia en un concepto perverso la dicotomía hombre - objeto, no pretendo más que tratar de exponerlo al sólo efecto de tratar de entender, lo que no quiere decir justificar.

He sucintamente tratado de exponer al concepto de la marca como algo más abarcativo que el mero criterio comercial, a efectos de una introducción al fenómeno que se desata de hecho en el curso de este último siglo, donde la comercialización comienza a estandarizarse a partir del gran cambio que se produce con el envasado, por ejemplo, de los alimentos que otrora se ofrecían al consumidor al menudeo fraccionados de graneles que llegaban a los almacenes. El reemplazo de la imagen del “almacenero amigo” por la de la “empresa amiga” en el imaginario del público consumidor, ha sido una ardua tarea de los publicistas durante la última centuria.

Prácticamente podemos afirmar en lo que hace a las “cosas” que se comercializan, que el fenómeno marcado con respecto a las manufacturas industriales comienza a desarrollar mayor importancia a partir de la producción en masa que inician las grandes fábricas mundiales con el advenimiento de los nuevos productos que revolucionaban la tecnología (artículos eléctricos, automóviles, etc.) y comenzaban a ser fabricados en serie mediante la mecanización que fue reemplazando a los artesanos. La utilización de la máquina a nivel industrial para la producción en serie, llenó los mercados de bienes casi idénticos, por lo que la diferenciación mediante la utilización de la marca, comenzó a hacerse indispensable para los industriales en su defensa de sus propias calidades. Aquí podemos decir que en un intento necesario de convencer a los consumidores acerca de las bondades de aceptar cambios tan radicales en sus formas de vida, se empieza a sustituir el concepto de propaganda, por el de publicidad. Ya que para tales cambios no bastaba con el sólo anuncio de la aparición de algo nuevo en el mercado, sino que comenzó a hacerse necesario la implementación de campañas con más poder de convicción sobre los destinatarios, como potenciales adquirentes sobre los que debía trabajarse con énfasis el “gran salto”, que por lo profundo de las movilizaciones costumbristas era objeto en principio de una fuerte y casi natural resistencia. Por lo que comenzó a analizarse por parte de los publicistas el concepto de que la marca no sólo debía reflejar cualidades cuasi científicas del producto, sino que también debía impresionar desde las emociones, debían ser capaces de movilizar sentimientos. Comenzaron entonces a profundizarse las campañas publicitarias orientadas a la cotidianeidad de los individuos, y a perfeccionarse las imágenes de las marcas incluyendo personajes y viñetas más socializables y con mayores atractivos, alentando la creatividad de los publicistas al imponerse los eslóganes.³

Para finales de 1940, ya estaba impuesta la consigna que las marcas no referían ya solamente a los productos que identificaban, sino que pasaban a ser una clara alusión a una “conciencia empresarial”

Esta conciencia orientada a “vender cosas” comienza a cambiar a partir de fines de los ‘80 cuando las empresas empiezan a considerar que más importante que fabricar, era “vender” la marca. Criterio a partir del que empiezan a alivianar sus cargas empresariales derivando la producción hacia plazas externas, en las que desde la mano de obra, hasta las facilidades impositivas tornaban más conveniente la producción de esta manera tercerizada.

3 - La Marca como Fenómeno Social

Definida la impronta como señal distintiva de una calidad conocida, las marcas asociadas a los objetos o servicios que distinguen van alimentando a un imaginario colectivo para lo cuál la acción de los medios de comunicación social (MCS) adquieren principal relevancia en nuestras sociedades de consumo. Es así como asociado con las experiencias unipersonales y grupales las marcas pueden llegar a desprenderse de los objetos que le dieran relevancia, para pasar a adquirir su propio significado, aunque de su sola mención ocurra la evocación de esos bienes. Tal sería el caso, por ejemplo de eslóganes publicitarios donde se alienta al consumo induciendo sin necesidad de identificar al producto, sólo mencionando que: “PERTENECER TIENE SUS PRIVILEGIOS”. En tal orden de inducción, por contrario censo, el no pertenecer tendrá sus desventajas. Y es entonces allí –por ejemplo– donde comienza la búsqueda del signo distintivo que acredite pertenencia e identificación del individuo consigo mismo y con sus pares.

El hombre a lo largo de su vida se va forjando carácter y personalidad influido por marcas que pueden ser tanto emocionales como físicas, que lo distinguen haciéndolo único e irrepetible. En consecuencia y como devenir previsible va socializándose con seres afines e integrando o tratando de integrar grupos continentales. Pero qué sucede cuando la pretensión excede las posibilidades adquiridas en base a sus habilidades contraídas? El hombre entra en conflicto y su resolución puede llegar a ser traumática.

Los MCS en su prédica constante, van induciendo al consumo de determinados bienes condicionando o pretendiendo hacerlo, en un sentido de éxito asociado con las marcas. Pretendiendo identificar al usuario de “tales productos de cuáles marcas”, con el triunfo asegurado cualquiera sea el aspecto en que se conciba su utilización, por lo que el círculo áulico se va delineando y sólo triunfarán aquellos que lo integren. Puede entonces imponerse la moda asociándose ya este concepto con el diseño que lleva al uniforme identificatorio del ejército de los ganadores. Ejército al que una gran mayoría querrá enrolarse en virtud del final fantasmiosamente previsible por el anticipo explícito.

Entonces deja ya de contar la imposibilidad concreta desde lo económico, de acceder a la carrera por adquirir esa identidad que le permita al hombre no ser discriminado. Dándose esto en un mercado donde la marca o el logo pasa a ser determinante en la elección del producto para una gran franja de consumidores que pretenden idealmente acercarse a lo gratificante de lucir, más allá de la genuinidad del prestigio que pretenden ostentar.

Esta debilidad del género humano ha sido captada ya desde hace largo tiempo por franjas marginales del comercio, pero la corriente globalizadora, con la creación de las grandes brechas que se evidencian hoy en nuestras sociedades, sin duda ha influido en el auge de la falsificación en todos sus aspectos. La falta de proyectos de vida, el incremento de la desocupación, la generación de trabajos basura con salarios paupérrimos, el descrédito hacia las instituciones sociales, el aumento de consumo del binomio fatídico droga - alcohol, la violencia implícita que el conjunto de retrocesos implica se ha ido asociando con una informalidad rayana en algunos casos con la anarquía que nace de una rebeldía que a su vez realimenta a la informalidad; permitiendo entonces que el globo crezca, se haga visible e inmanente al medio que lo alimenta.

Así su presencia en lo cotidiano va acostumbrándonos a convivir con él y cuando nos queremos dar cuenta, ya la vergüenza no nos permite levantar la vista, porque la costumbre – esa perversa maestra de escuela – nos ha inculcado día a día sobre estas anormalidades que por repetitivas y cotidianas pasaron ya a ser normales, y como tal toleradas y hasta aceptadas como dogmas que llegan a ser justificativos de su persistencia.

El fenómeno marcario no es ya alusivo al producto que identifica, sino que se ha transformado en creador de estilos, formas de vida, de culturas, de educación dentro de los cánones que proponen. De poder dentro de ciertas estructuras de los estados, a las que subyuga mediante patrocinios en los que lo patrocinado queda detrás del patrocinante, transformando un acto cultural en un objeto al servicio de una marca; derivando la atención del consumidor a una asociación subliminal por la que por la marca, accede a ese mundo virtual que el evento le permite vivir.

Es harto evidente que este poder que ejercen las marcas sobre las sociedades, se traduce luego en grandes beneficios económicos para sus creadores, dueños, tenedores, licenciatarios, fabricantes, y como no puede enton-

ces faltar, a aquellos otros que encaramándose a la ola de éxito comienzan a falsificar o a fabricar modelos casi idénticos, con marcas parecidas o de difícil distinguo del original, induciendo a error al consumidor.

Y esto lo vemos crecer, y muchos consumidores aún conociendo el origen falso de los productos se asocian en el fraude sin siquiera analizar que ese mismo producto que adquieren con un logo o marca de origen espuria sería más barato aún, si no lo tuviese. Es cierto que costará menos que el original, pero no es menos cierto que los riesgos implícitos en su comercialización al amparo de una actividad penada por ley, encarece al objeto de tal forma, que permita prevenir y paliar otros costos eventuales que tendrá que afrontar la organización para la seguridad de la continuidad de su comercio.

4 - Los Tiempos nos Marcan

El círculo se agranda y se complica si le agregamos a esto la migración del narcotráfico durante estos últimos diez años, en que el principal productor de coca sudamericano endureció con la ayuda internacional, las medidas en frontera a efectos de reprimir el contrabando de cocaína en todas sus etapas de elaboración.

La acción mancomunada de Colombia con los Estados Unidos de Norteamérica y otros interesados de la CEE, ha logrado importantes avances en esta lucha dificultando e impidiendo en innumerables casos, que la droga abandone el territorio colombiano decomisándose previo a su egreso; por lo que los cárteles han debido ampliar su radio de acción, desviando sus rutas habituales y buscando nuevas alternativas de tráfico, eligiendo el tránsito por otros países a efectos de encontrar puertos más permeables para su salida hacia los destinos norteamericanos o europeos.

En cada uno de estos tránsitos un importante “derrame” de estupefacientes –muchas veces como parte de pago a los actores- fue convirtiendo a estos puntos de desvío en puntos de envío propiamente dicho, al instalarse ya el consumo en esos países. Por lógica evolución del fenómeno, estas organizaciones se vieron en la necesidad ya de instalar sus propios cuarteles, laboratorios y empresas fantasmas, para atender en “sucursales locales”, eludiendo de tal forma los estrictos controles impuestos en sus orígenes, y agrandando el mercado de consumo y de lavado de los activos producidos por las ventas. El negocio se agranda, por lo que las actividades marginales también lo hacen.

Un nuevo actor se viene sumando en los últimos años a esta tentadora zaga de negocios redituables, y es el terrorismo con sus grandes necesidades financieras, que lo hacen asociarse con cuanta industria ilícita rentable les permita importantes ingresos de caja, con la menor cantidad y calidad de rastros posibles. Y justamente una –sólo una- de estas industrias es la falsificación de mercaderías, asociadas con el contrabando documentado o no.

La comisión de un acto terrorista lleva implícita la responsabilidad de múltiples actores, algunos por acción, otros por omisión. En un acto de esta naturaleza deben identificarse ideólogos, perpetradores, simpatizantes, y actividades que las financian. De no tenerse en cuenta estos parámetros, cualquier evaluación será siempre insuficiente. En el marco que inscribe a los simpatizantes podremos con el tiempo incluir a los desclasados que el economicismo indiscriminado produce. El simpatizante de hoy, puede ser el ideólogo o el perpetrador de mañana, si no se atacan las bases del desplazamiento. La generación de riquezas en la sociedad mediante la creación de industrias lícitas que propugnen por trabajos dignos con ingresos acordes; la reestructuración del destruido entramado social derivando el producto de los aportes previsionales hacia el bienestar de los contribuyentes, el combate del trabajo negro y negrero como así también el terminar con la venta informal cada vez más creciente, son sólo algunas de las medidas que requiere una sociedad para encarar seriamente su crecimiento sostenido.

Estos últimos años hemos sido invadidos por un aluvión de productos de diversos orígenes – en su mayoría asiáticos – que ingresaron al amparo de políticas de fronteras abiertas y sistemas de valoración aduanera limitados en sus alcances preventivos y represivos por imperio de tratados internacionales, más favorecedores a los países industrializados que a los países importadores, al momento de accionar frente a una sospecha de fraude. Estas importaciones de NO MERCADERÍAS fueron sistemáticamente minando a la industria nacional e incrementando una fuerza laboral signada por el trabajo en negro, favorecidas además por una crisis económica que fue creciendo de la mano de una des-industrialización paulatina y constante que expulsó a trabajadores debiendo salir a competir en una plaza colmada de oferta y carente de demanda, acuciada también por corrientes migratorias generadas por otros desplazados de otros limítrofes, que comenzaron a peregrinar en la misma búsqueda dentro de un políticamente – y sólo políticamente – consolidado MERCOSUR que nació espasmódicamente y sin, o con muy pocas previsiones sociales ni culturales, que permitieran prever los efectos de contención necesarios para que la pérdida de límites geográficos que se fue generando en sus habitantes, no se trastocara en rivalidades ni provocara efectos de xenofobia en el común de la gente, por el creciente trabajo golondrina que se fue creando.

Se fue generando el caldo de cultivo propicio para que la informalidad laboral se enquistase para muchos ya como única fuente de ingresos accesible. El dios dinero en déficit, clamaba cualquier tipo de ofrenda para brindarse. Sus creyentes plenos de fe en él, fueron trastocando valores y entregándose cotidianamente para subsistir en un nuevo y perverso sistema que terminó fagocitando cualquier escala anterior para instalar como nuevos valores aquellos que quisieron imponer los “nuevos mecenas” mercantilistas, mediante prácticas comerciales que fueron hundiendo más y más rápido a los trabajadores, supuestos beneficiarios de los mendrugos que a diario conseguían. Todo dentro de un engañoso discurso propalado por aturridos dirigentes que veían o pretendían hacer ver a los demás, las bondades de estos trabajos que llegaban a contener mayores estallidos sociales, sin mencionar el cortoplacismo de tales pretendidas ventajas para los empleados, que supinamente contrastaba con las pingües ganancias de las organizaciones que los contrataban.

Se crearon ferias, se organizaron paseos de compras hacia las fronteras donde se hallaban instaladas las ferias, se reinstalaron feriantes en nuevas ferias ya más cerca de las poblaciones urbanas y con mayor poder adquisitivo, se acercó al común de la gente la posibilidad de acceder a bajos precios a productos falsificados e ingresados de contrabando. En una pretendida denuncia los MCS comenzaron a reflejar el folclore que reinaba en tales predios, mencionando tímidamente al principio la falsificación y el contrabando, obrando estas denuncias más que como verdaderos frenos a la metodología, como espacios publicitarios gratuitos (?) que incrementaron la concurrencia del público.

La oferta trascendió los límites de estos “mercados persas”, llegando a la calle en puestos itinerantes, con la frecuencia de cambio de posición geográfica necesaria para eludir los controles municipales, policiales, impositivos o aduaneros que pretendiesen efectuarse. Todo en un organizado sistema de distribución y protección equipado con efectivos sistemas de comunicación, dentro de una logística perfectamente estructurada para satisfacer estrategias que incluyen además verdaderos trabajos de inteligencia y contra inteligencia sobre los eventuales controladores; adicionándose tareas manifiestas de acción psicológica sobre éstos por la vía de la protesta social, frente al pretendido cierre de las posibilidades laborales enrostrando como únicas víctimas del sistema represivo a sus propios empleados. Un verdadero chantaje.

Ropa falsificada, relojes truchos, herramientas de mano inutilizables luego del primer esfuerzo a las que se las sometían, medicamentos falsificados e ilegales, soportes de sonido vírgenes con serios defectos de fabricación que constituyen descartes de proceso o grabados en forma pirata, pilas inservibles, aparatos eléctricos y electrónicos igualmente inservibles tras cortos lapsos de utilización, con marcas y logotipos casi idénticos a otras u otros más conocidos fueron -entre otros- llenando las góndolas del conocido comercio del “todo por dos pesos” cuando algunos lograron organizarse de forma comercialmente más estructurada, surgiendo como un repentino brote por todos los barrios de la República Argentina, locales destinados a la venta masiva de NO MERCADERIAS, que iban abriendo y cerrando sus puertas para mudarse tal vez, en una continua huída de los controladores, armando y desarmando sociedades tanto generadas para la venta como para la importación de tales productos.

5 - El Estado Mercado

A partir de la Desregulación Económica, implementada en la República Argentina por imperio del Dto. 2284/91, un importante giro ha tomado tanto la ruta del ilícito aduanero como la de los actores involucrados.

El levantamiento de las barreras aduaneras, sin un marco de control inteligentemente diagramado, trajo como consecuencia más inmediata la contaminación del Registro Aduanero de Importadores / Exportadores⁴ con la incursión de empresas que en un rápido accionar comenzó a trabajar en la franja marginal del comercio exterior, respondiendo a corrientes internacionales del ilícito que entonces, sin mayores trabas de control ni cambiarias, comenzaron a operar en razón de la oferta-demanda-oportunidad, desplazándose por las distintas aduanas sudamericanas como así también a moverse con sumas facilidades por las aduanas interiores de los propios estados.

Novedosas corrientes internacionales de productos peligrosos, por ejemplo, comenzaron a iterarse desde los países en desarrollo – principales generadores de residuos peligrosos – hacia el Hemisferio Sur de la mano de organizaciones dedicadas al ilícito a nivel transnacional. Esta nueva variable movilizó a traficantes a ofrecer servicios de retiro y disposición final, buscando otros horizontes para esa basura, en muchos casos tentando a autoridades de países en desarrollo, mientras que en otros eligiendo países carentes de legislación prohibitiva.

Como consecuencia de este tipo de intentos, la aduana nacional ha detenido o -en su caso- abortado desde 1990, el pretendido ingreso de aproximadamente 5.500.000 toneladas de residuos de la más variada peligrosidad que buscaban su destino final en nuestros rellenos sanitarios oficiales o clandestinos.⁵

Pero al mencionar que las organizaciones, actúan en función de la oferta-demanda-oportunidad, movilizándose por aquellas aduanas más permeables, también debemos entender que el contrabando en todas sus varian-

tes posibles, hoy ya no es solamente aprovechado por advenedizos o comerciantes tradicionales que pretenden sacar ventajas a través del ilícito sólo para mejorar sus finanzas. Hoy el complejo mundo del contrabando se ve poblado además por verdaderas sociedades fantasmas que se instalan y desinstalan con suma rapidez, y que en gran medida son pantallas para lavar activos del narcotráfico, o del terrorismo en todas sus concepciones que suele también financiarse mediante estas maniobras.⁶

Con los fines de conseguir dinero para llevar a cabo sus cometidos las organizaciones alternan en sus tráficos ilícitos con lo que sea negocio en el momento oportuno, recorriendo así la gama de los estupefacientes, las armas (químicas y convencionales), los residuos peligrosos, **el tráfico (incluida su fabricación) de mercaderías falsificadas, involucrando además a aquellas que inducen a error o engaño a los consumidores.** Al aliento del facilismo que puedan encontrar van enquistándose en las naciones, cimentando su fuerza en sus propias economías que se acrecientan y tornan florecientes, permitiéndoles dilapidar lo suficiente como para comprar ciertas voluntades de ciertos inescrupulosos colaboradores.

Ya con la plataforma lo suficientemente sustentada en la instalación además de modalidades delictivas que se manifiestan en lo cotidiano, (ferias, predios habilitados, etc.) **siguen creciendo al amparo de los usos y costumbres** que llevan al grueso de las sociedades a tolerar y casi justificar estos delitos, ayudado por verdaderas campañas de prensa; siendo que algunas de esas campañas, más que denunciar, suelen apologizar de la mano del intelecto de ciertos medios interesados que tratando el tema desde la superficialidad, van confundiendo a la opinión pública y generando corrientes de empatía dirigida hacia las otras víctimas del negocio de la falsificación: *los propios vendedores que subsisten con los mendrugos que les arrojan los traficantes.*

De esta forma se logra enmascarar al verdadero delincuente, enrostrando falazmente a la sociedad la imagen de un presunto damnificado por la aplicación de una “despiadada burocracia estatal” que al amparo de normas restrictivas cercena “fuentes de trabajo genuinas”, en un espacio laboral casi inexistente y de frente a una “honrada” posibilidad concreta. ¿Cuál la de la venta en negro a la luz del día de mercaderías falsificadas?. ¿La del contrabando tolerado?

La paulatina destrucción social y económica, recién se pone de manifiesto a la azorada sensibilidad de sus verdaderas víctimas, cuando el entramado social se ha visto destruido, y la anarquía amenaza las estructuras democráticas en razón de la creciente pobreza, desocupación y violencia. Todo esto signado por el fatídico matrimonio droga+alcohol que suele tentar a los desahuciados que se sienten caminar hacia un no-futuro.

Se torna evidente que ante este flagelo que hoy signa a nuestro planeta, con mayor incidencia social-destructiva en nuestros países en desarrollo, las aduanas no pueden permanecer ajenas en la lucha contra el ilícito en todas sus variantes. El panorama sudamericano, desgraciadamente rico en conflictos sociales, económicos y políticos, influenciados en gran medida por el accionar de muchos movimientos que enmascaran sus móviles espurios en proclamas referidas a luchas reivindicatorias, se presenta verdaderamente complicado de no asumir los Estados y las organizaciones aduaneras en su conjunto, un común accionar frente al flagelo.

Durante estos últimos años, el llamado Plan Colombia, si bien ha producido un verdadero endurecimiento de las autoridades colombianas asistidas por gobiernos extranjeros, frente a la detección y aborto de exportaciones de estupefacientes y lavado de dinero, no es menos cierto que ha producido un verdadero “efecto globo”, al presionar en los puertos y aeropuertos colombianos, desplazando la masa del delito hacia otras latitudes para encontrar fronteras más permeables y menos controladas desde donde exportar la droga hacia el Norte o hacia Europa. Estos desplazamientos del tráfico han ido generando “derrames” de estupefacientes en las naciones afectadas, transformando en países de consumo, a los que antes eran de tránsito. Esta variación de la escala comercial, producirá –si no ya produjo- la instalación de los cárteles en forma orgánica, con todas las derivaciones comerciales que este tipo de delito requiere para su consolidación, incluyendo, la opción actualmente menos riesgosa del tráfico y comercio de falsificaciones. Y desde luego, no están ajenas como ya fuera expresado, las células de extremismo político ideológico o religioso, que rayanas con el fundamentalismo o disfrazadas de él, encuentran en estos tráficos el alimento necesario para enriquecer sus arcas, destinando gran parte del producido a la ingeniería de la logística y estrategia de sus atentados.⁷

Lo hasta aquí planteado sería sólo la introducción de una problemática de mucha mayor complejidad, que merece ser tratada en forma multidisciplinaria y con la transversalidad necesaria como para que todas las organizaciones estatales involucradas, puedan aportar sus esfuerzos frente a problemas ya **estratégicos** para las naciones. Pero aún tratándose de problemas abordables desde distintas ópticas preventivas y represivas, el rol de las aduanas como primera barrera en la trinchera de contención, resulta ineludible.

6 - La Marca de las Aduanas

De frente a la problemática que nos ocupa, de la cual la falsificación de mercaderías es puntualmente el objeto del presente, una pregunta me formulé durante muchos años:

¿Si la venta de mercaderías falsificadas está prohibida, por qué sí estaba permitido importarlas?.

En tal sentido nuestro país ha legislado desde la propia ley 22.362 (de Marcas) las restricciones expresas respecto a la venta de bienes falsificados.

La Ley reprime con prisión y multa en su Capítulo III, Sección 1ª, artículo 31 incisos a) al d), al que falsifique, use, ponga en venta, o venda: marcas registradas propiamente dichas o designaciones falsificadas, fraudulentamente imitadas, o pertenecientes a un tercero sin su autorización. Del mismo modo abarca su represión “al que ponga en venta o venda o de otra manera comercialice productos o servicios con marca registrada falsificada o fraudulentamente imitada”. Reservando al damnificado (tenedor de los derechos) en su artículo 34, la potestad de solicitar medidas tanto de comiso como de destrucción, en el marco federal criminal y correccional y/o civil y comercial, en el que se sustente la/s causa/s.

Lo hasta aquí expuesto, induciría a entender que el acto punible comprendería a aquellas situaciones incurridas en delito, detectadas en la plaza nacional y de competencia del organismo de aplicación de la Ley conforme surge de su artículo 42.

Ahora bien, su artículo 32, refiere a la aplicación - en cuanto sean compatibles con la presente Ley - de las disposiciones generales del Libro I del Código Penal. Al respecto surge a este autor inquietud instalada por el Artículo 1º del código referido que reza:

· **Art. 1.- Este Código se aplicará:**

- 1) Por delitos cometidos o cuyos efectos deban producirse en el territorio de la Nación Argentina, o en lugares sometidos a su jurisdicción.

Para los casos que nos ocupan, si bien las presuntas falsificaciones, habrían sido realizadas en el exterior, **sus efectos se producen en el territorio nacional**, y más precisamente se evidencia tal potencialidad en zona primaria aduanera, al detectarse la presunta maniobra, por la inspección realizada por el servicio aduanero en el contexto de las tareas de control que le son de competencia.

¿Cuál es entonces, el rol que debe asumir la Aduana Nacional frente a este tipo de novedad?

Si bien la autoridad de aplicación de la legislación marcaria no sería la Dirección General de Aduanas, lució siempre a este opinante como inapropiado en principio, permitir el retiro a plaza de tales mercaderías y en tales condiciones. De no haber existido restricción desde el punto estrictamente aduanero esto es, de considerarse la no aplicabilidad del artículo 609 inc. f) y g)⁸ del Código Aduanero (ley 22.415) por el carácter programático que revestiría, la Aduana Nacional presentaría una arista de indefensión frente al ilícito tutelado por la ley marco.

Esto ensombrecía las potencialidades dimanadas del mencionado Art. 609; sin perjuicio de estimarse que, sin otro trámite restrictivo frente a la presunción de delito, el organismo aduanero de control estuvo realizando desde la tauromaquia una “perfecta verónica” desentendiéndose del problema; aún pretendiera advertir a la autoridad de aplicación, para que ella realizara sus acciones posteriores en plaza, en orden a sus propias atribuciones. **Es por ello, que el carácter programático del que estaba imbuido el artículo 609 (CA) debía ceder ante una mercadería exenta de condiciones de libre circulación en plaza.** Claro estaría (?) que ante una norma que así lo avalara.

Pero aún sin atribuciones especificadas por ley, el actuar en sentido contrario, y al determinarse con posterioridad la verdadera comisión de delito con efectos evidenciables en el territorio nacional, la Aduana habría sido vehículo hábil para su introducción desatendiendo tal vez los deberes inherentes a la función pública, en referencia a la omisión de denuncia y ausencia de medidas cautelares sobre las falsificaciones liberadas y posteriormente vendidas en plaza.

Si bien no existe en el ámbito de la Dirección General de Aduanas un **Registro Marcario** habilitado para que los potenciales afectados por las maniobras de falsificación, acrediten sus derechos, (registro éste que a opinión del autor no sería imprescindible ante la existencia del Instituto Nacional de la Propiedad Industrial. INPI), se pretende esbozar mediante estos conceptos una línea rectora de las acciones que de consuno podrían observar las áreas técnicas, operativas y jurídicas de aduana frente al hecho en “*valor absoluto*” detectado, es decir **mercaderías falsificadas ó que induzcan a error o a engaño al consumidor**, haciendo abstracción del efecto económico negativo que pueda traducirse a los eventuales tenedores de licencias, hayan o no sido acreditados ante ese organismo. Es de hacer notar además, que la ulterior venta en plaza de mercaderías con tales características podría, tangencialmente y en un sentido amplio, traducirse en maniobras ardidosas con el fin de obtener beneficios pecuniarios, rayanas tal vez con el delito de estafa tutelado por el artículo 172 del CP.

7 - El Concepto de No-Mercaderías

Amplía y acompaña a la problemática de las falsificaciones, una modalidad hermana a este tipo de ilícito, que abarca a la fabricación y venta de productos engañosos, que violan lo tutelado por el temperamento de la ley 22.802 de Lealtad Comercial, la que desgrana en su articulado manifiestas limitaciones al respecto, incluyendo taxativamente en su desarrollo a las **mercaderías inductoras de error o engaño al consumidor**.

Ley 22.802 – Ley de Lealtad Comercial

La Ley cuya autoridad de aplicación define en su artículo 11 como La Secretaría de Comercio, prevé a partir del artículo 18 sanciones en un abanico que va desde la multa hasta el comiso de las mercaderías halladas en infracción. En el marco de interés del organismo aduanero, cabe destacar sus artículos 5° y 6°

Art. 5.- Queda prohibido consignar en la presentación, folletos, envases, etiquetas y envoltorios, palabras, frases, descripciones, marcas, o cualquier otro signo que pueda inducir a error, engaño o confusión, respecto de la naturaleza, origen, calidad, pureza, mezcla o cantidad de los frutos o productos, de sus propiedades, características, usos, condiciones de comercialización o técnicas de producción.

Art. 6. – Los productores y fabricantes de mercadería, los envasadores, los que encomendaren envasar o fabricar, los fraccionadores, y los importadores, (el subrayado es propio) deberán cumplir según corresponda con lo dispuesto en este capítulo siendo responsables por la veracidad de las indicaciones consignadas en los rótulos.

Los comerciantes mayoristas y minoristas no deberán comercializar frutos o productos cuya identificación contravenga lo dispuesto en el artículo 1° de la presente Ley. Asimismo serán responsables de la veracidad de las indicaciones consignadas en los rótulos cuando no exhiban la documentación que individualice fehacientemente a los verdaderos responsables de su fabricación, fraccionamiento, importación o comercialización.

Resulta claro entonces que:

- 1- aquellas mercaderías que se importen en estados que habiliten su venta directa y que no requieran por sus características unitarias o de los conjuntos que integren, necesidad de reacondicionamiento previo para la venta al consumidor y,
- 2- que se presenten a la verificación aduanera en evidente violación a la legislación vigente al respecto,

se constituirían “per se” en productos de ingreso al menos restringido y susceptible - dependiendo del tipo de trasgresión – de cuestionamiento por el servicio aduanero. Habilitándolo por consiguiente, a intimar al importador a iniciar las acciones tendientes a la regularización.

Pero ¿en qué casos?

- a) en caso de ser materialmente posible:** siempre que tales soluciones no desvirtúen por arranque de material o cualquier otro método de modificación física o química, la estructura ideada por la ingeniería de concepción⁹; y
- b) de ser comercialmente razonable:** en virtud de la evaluación de las relaciones costo-recupero, teniendo en cuenta la calidad de los bienes, sus valores unitarios y la inversión necesaria para el remedio de las inobservancias detectadas.¹⁰

Es claro que si ambas condiciones no se cumplen, los productos de ser así liberados a plaza tendrán como inequívoco destino el decomiso por parte de la autoridad de aplicación (Ley de Lealtad Comercial, Artículo 19), por lo que no resultaría entendible procederse al despachado de la destinación, sólo para alimentar una estructura burocrática que finalmente ha de devenir en la destrucción de los bienes objeto de comiso, alimentando en definitiva los basurales municipales.

Como la Dirección de Lealtad Comercial es la autoridad de aplicación, debería procederse a su convocatoria por el servicio aduanero, en forma previa al libramiento, para dictaminarse con la partida observada permaneciendo aún en zona primaria aduanera, a efectos de que por medio de un acto positivo previa evaluación de las anomalías, admita o rechace la viabilidad de la operación dentro de los parámetros a) y b) propuestos. De decidirse la negativa por parte de la autoridad de aplicación, nos encontraríamos con un hecho previsto, potencialmente todavía, por el inciso g) del artículo 609 CA.

En tales condiciones me luce preguntarnos nuevamente ¿cuál debe ser el rol que asuma la Aduana frente a este tipo de situaciones?

Una perversa modalidad, vino siendo detectada y denunciada por la aduana nacional no siempre con el éxito esperado: La importación a consumo de *no-mercaderías*, por lo general originarias de Oriente y re (sub) facturadas sea en zonas francas o bien ingresadas de contrabando por el norte argentino para ser vendidas en provincias o en la misma Capital Federal, por la modalidad ambulante y por medio de sub ocupados conocidos como “bustas”. De tal modo, tanto el ingreso como su posterior venta en plaza, vulnera secuencialmente los mecanismos recaudatorios por el “negreo” que tales acciones u omisiones conllevan. Esto es la evasión por subfacturación y contrabando, a la que se suma en una extensa cadena una sucesión de delitos impositivos, agravados en muchos casos por la contratación de inmigrantes ilegales, consolidando en definitiva un conjunto con visos de “verdadera organización” ya ahora en el territorio nacional.

Tratando de consignar definición a la expresión “*no-mercaderías*”, (*permítaseme el neologismo*) habré de referirme a:

Productos manufacturados que si bien ostentan una morfología y características extrínsecas que imitan a bienes útiles y conocidos, presentan tal serie de falencias intrínsecas que se tornan en verdaderamente inútiles, al momento o en muy cortos lapsos de utilización. (Error o engaño al consumidor).

Incluiremos también dentro de este concepto, a aquellos otros que por palmaria violación a plexos extra aduaneros, su venta en plaza se encuentra prohibida por razones de índole comercial, poniendo en duda - por extensión - su capacidad de ser importadas. (Falsificaciones).

Ejemplos ciertos con tales características engañosas, habremos de encontrar en las pilas por lo general de origen chino, etiquetadas con colores y logotipos que imitan marcas de reconocida calidad internacional, en las que no se inscriben fechas de fabricación ni de vencimiento, o en extremo cuando se las menciona éstas refieren a plazos de durabilidad que no concuerdan con su calidad ni precio. Agrava tal situación, que las calidades paupérrimas son también producto de métodos de fabricación que incluyen tecnologías obsoletas, puestas de manifiesto en la rápida degradación de la pila. Y por su conocida raigambre contaminante incrementan de este modo un daño cierto ambiental por la dinámica de recambio de tales pilas con tan cortas duraciones; pudiendo tales operaciones de importación constituirse además, en violatorias del artículo 41 de la Constitución Nacional, y los plexos que le dieran sustento tales como la ley 24.051, su decreto reglamentario N° 831/93, el Decreto 181/92; el artículo 610 inc. h) del Código Aduanero y la Res. ANA 1742/93. (El conjunto refiere a la prohibición de importación de residuos actual o potencialmente peligrosos).¹¹

O podemos también mencionar a las herramientas de mano, de acero, hierro, o fundición común, con orígenes y/o marcas insertos y/o características de aleaciones tipo cromo-vanadio, que no responden a realidades, adueñándose así de prestigios ajenos y cualidades inexistentes induciendo de tal modo a error o engaño al consumidor.

En esta amplísima gama de productos y frente a la generalización de la modalidad delictiva, podremos incluir a los electrónicos, cosméticos, juguetes, cigarrillos, medicamentos, alimentos, repuestos automotrices, informáticos, ropa, elementos de óptica, marroquinería, y todo otro clasificable en cualquier rubro comercial que pueda llegar a ser de consumo masivo y susceptible de imprimirsele cualidades o marcas, falsas o engañosas.

8 - La Marca de las Acciones

Desde 1999 este autor comenzó a laborar en principio dentro del seno aduanero, para generar conciencia de la magnitud del flagelo y de sus proyecciones. A modo de rápida referencia, lo que proponía es que por la vía de la legislación, se convirtiesen en operativos los incisos f) y g) del Artículo 609 del Código Aduanero, en virtud de las atribuciones que nos confiere el Convenio de París 1967 (Ley 17.011) en su Artículo 9°; y por la vía de la reglamentación de esta ley, se aplicasen las previsiones impuestas por el Convenio OMPI-OMC (Ley 24.425) recogiendo así tal reglamentación, las prescripciones especiales relacionadas con las medidas en frontera. A tal efecto propuse como:

PROYECTO DE LEY

ARTICULO 1°: Prohíbese la importación de mercadería con marca de fábrica o de comercio falsificadas. La presente prohibición comprende a toda mercadería, incluido su embalaje, que lleve puesta sin autorización una marca de fábrica o de comercio idéntica a la válidamente registrada para tales mercaderías; o que no pueda distinguirse en sus aspectos esenciales de esas marcas y de ese modo lesione los derechos que al titular de la marca le otorga la legislación nacional.

Queda prohibida también la importación con fines comerciales de mercadería incurso en actos de piratería lesiva del derecho de autor. Se entenderá por mercadería “pirata”, cualquier copia hecha sin el consentimiento del titular del derecho o de una persona debidamente autorizada por él en el país de producción y que se realice directa o indirectamente a partir de un artículo, cuando la realización de esa copia habría constituido infracción del derecho de autor o de un derecho conexo en virtud de la legislación vigente en nuestro país.

ARTICULO 2º: la prohibición dispuesta en el artículo anterior será también aplicada cuando:

a) Se utilice, directa o indirectamente, indicaciones falsas o capaces de crear confusión por cualquier medio que sea concerniente a la procedencia, origen, o la identidad del fabricante o comerciante de la mercadería.

b) Se utilicen indicaciones falsas o capaces de crear confusión por cualquier medio que sea, respecto de la calidad, naturaleza, especie, pureza, mezcla, prestaciones, falta o agregado de indicaciones o aseveraciones, cuyo empleo en el ejercicio del comercio pudiere inducir al público a error o engaño sobre la naturaleza, el modo de fabricación, las características, la aptitud en el empleo o la cantidad de los productos.

ARTICULO 3: El Poder Ejecutivo, a través de la Dirección General de Aduanas de la Administración Federal de Ingresos Públicos, procederá a la reglamentación de la presente ley en un plazo de quince (15) días contados a partir de su publicación.

ARTICULO 4: DE FORMA

Este proyecto, caminó distintos senderos desde su elevación en el año 2001, llegando a ser recogido por el entonces Sr. Ministro de Economía Dr. Domingo Cavallo, quién iba a sancionarlo como resolución ministerial en razón de los superpoderes que detentaba durante la última etapa de su gestión.¹² Con su alejamiento tal concreción quedó por supuesto trunca. Siendo recogida más adelante la idea de decreto de necesidad y urgencia, que también fuera aplazada en atención a los vaivenes políticos que signaron este último lustro.

Finalmente fue recogido en el llamado Plan Antievasión II, por la Administración Federal de Ingresos Públicos en el curso del 2004, elevándose al Honorable Congreso de la Nación para su debate, por Mensaje N° 1326 de fecha 29 de septiembre de 2004, con la firma del Sr. Presidente Néstor Kirchner, el Sr. Ministro de Economía Dr. Roberto Lavagna y el Sr. Jefe del Gabinete de Ministros Dr. Alberto A. Fernández.

8.1 - Ley 25.986. Título III. Comercio Exterior – Mercaderías Falsificadas

(B. Of. N° 30.563)

Finalmente, la sanción de la Ley del epígrafe, produce un avance importante digno de ser destacado, y es el hecho de reconocer y ampliar las facultades del servicio aduanero, hasta ese momento inexistentes o al menos no reconocidas en la materia.¹³ Por cuanto la legislación existente hasta la sanción de la presente Ley, sólo confería a la Aduana la facultad de actuar ante requerimiento Judicial emanado por demanda previa de un potencial damnificado (Ley de Marcas), mientras que hoy la aduana nacional podrá de oficio tipificar la prohibición cuando la anormalidad surja “de la simple verificación”

El texto del Artículo 46, refiere a la prohibición de importación y exportación de mercaderías “*bajo cualquier destinación aduanera suspensiva o definitiva...*” O sea que además se ha avanzado por sobre el Artículo 51 de la ley 24.425 (Convenio OMC – OMPI) adoptándose una medida que para los Estados era optativa, referida a la prohibición de los tránsitos con destino a otros países.¹⁴

Debemos notar que tal vez haya pretendido el legislador excluir del tratamiento restrictivo, a los bienes ingresados por el régimen de equipajes u otros regímenes aplicables a los pequeños envíos que no revistan carácter comercial. Tal intención se vería reflejada en la explícita mención de las *destinaciones definitivas o suspensivas*. Pero en este intento de desburocratización entendible, a favor de las operaciones que estén fuera de la escala comercial, yerra –según mi modesta opinión– por cuanto deja fuera de la prohibición a las “operaciones aduaneras” que sólo pueden realizarse luego de la importación de las mercaderías (importación distinto de nacionalización) para someterlas a transbordos, traslados, reenvases, alijes, reexpediciones, etc. Pudiendo transformarse estas operaciones en vectores potenciales de desvío y consecuente contrabando.

En este orden de ideas, y aún suene redundante, cabe recordarse que el Código Aduanero define en su artículo 9º como importación, a la mera introducción en un territorio aduanero de una mercadería, y esto es con prescindencia del tipo de destinación a la que sea a posteriori sometida. Por lo que entiendo que el texto tal como fuera propuesto en el proyecto original hubiera incrementado la eficacia del control en la lucha contra este tipo de ilícito, por cuanto el mismo preveía la prohibición aplicable a la importación, o sea lisa y llanamente se prohibía el ingreso al territorio aduanero nacional, excluyéndose asimismo de la prohibición a aquellas operaciones que no revistiesen escala comercial.

Ahora bien, tal como quedara establecida la prohibición que nos ocupa, estaríamos hablando de una medida de carácter económico y ¿absoluta?

De que se trate de una prohibición de carácter económico no creo que quepan dudas aplicables, pero surge como inquietud la calificación que pueda corresponder respecto a tratarse de una relativa o absoluta, por cuanto lo que la nueva Ley prohíbe es el **destinar** en forma definitiva o suspensiva, pero no así **importar**.

El artículo 611 CA, prevé como absoluta a aquellas prohibiciones que “*impiden a todas las personas la importación o exportación de mercadería determinada*”. “*La norma que establece una prohibición puede determinar la mercadería objeto de la misma en razón de su especie, calidad, origen, procedencia, destino, o según que su arribo al territorio aduanero o su salida de éste se efectúe en un medio de transporte de cierta bandera o matrícula. Cuando dentro del ámbito así circunscrito no se admita excepción a favor de persona alguna, la prohibición será absoluta*”¹⁵. Para el caso, aquellas personas que importen para operar sin destinar, estarán exceptuadas de la prohibición. Por lo tanto: ¿es relativa?

El artículo 612 CA al referirse a las prohibiciones relativas, refiere que este carácter se manifiesta cuando la norma prevé excepciones a favor de una o varias personas. “*... las excepciones pueden acordarse bajo diferentes formas, como ser licencias, cupos o contingentes. Asimismo las excepciones pueden establecerse en consideración a un lugar determinado o atendiendo a uno o más fines o empleos especificados*”¹⁶. Si bien la nueva Ley no especifica excepciones, tácitamente excluye a los “operadores” y basándonos en el comentario referido podríamos colegir que siendo que “*las excepciones pueden acordarse bajo diferentes formas*” esta exclusión tácita puede ser una de ellas relativizando así a la prohibición.

Dejo para los abogados la resolución del intrínquilis ya que al no serlo prefiero su opinión autorizada a mi parecer, el que puede estar signado por razonamientos empíricos y carentes de mayor sustento académico.

En esta misma línea de pensamiento, tratándose de una prohibición de carácter económico, cualquier usuario de zonas francas, podría por ejemplo (de tratarse de una zona franca adyacente a un puerto) documentar un TLMD (traslado de muelle a depósito), a efectos de ingresarla. Claro está que luego su egreso deberá serlo por medio de una destinación que no podrá efectuar ya, en mérito a la prohibición impuesta, salvo que documentase un reembarco. Pero aún así es de tenerse en cuenta este tipo de maniobras posibles, a efectos de evitar otras que puedan favorecer desvíos indeseados.

Bien entendido, que de detectarse aún en las operaciones aduaneras que se documenten, declaraciones inexactas respecto a las calidades, cantidades, etc. el direccionamiento del tratamiento infraccional –de no existir otros agravantes- que “*prima facie*” correspondería sería el previsto por el artículo 956 CA, que otorga a las inexactitudes detectadas en las operaciones aduaneras, el mismo tratamiento que el reservado para las destinaciones a consumo.

8.2 - La Simple (?) Verificación

El artículo 46 sub análisis, divide en tres párrafos su contenido, reservando un cuarto para condicionarlo a la reglamentación que oportunamente se dicte, no refiriendo plazos ni organismo para su dictado.

Respecto al primero de ellos, es dable analizar el concepto por el que atribuye a la “simple verificación” la potestad al servicio aduanero de actuar frente al pretendido ingreso definitivo o suspensivo. A este respecto es de destacar que el acto verificadorio ejercido por el controlador aduanero (guarda, verificador, policía aduanero) no se debe circunscribir a la simple observación morfológica de las mercaderías. Esto sería: se declaran camisas marca Polo, y se visualizan camisas marca Polo, por lo tanto debería darse conformidad aduanera al embarque.

Muy por el contrario, la verificación – cualquiera sea la instancia que por funcionalidad la realice – debe estar orientada a la determinación de todos los parámetros que permitan al funcionario actuante arribar a la correcta clasificación y valoración de la mercadería, a los fines de determinar el tratamiento aduanero y fiscal que efectivamente correspondiere, y en consecuencia el régimen legal aplicable. En esta inteligencia la simple visualización de una marca en un bien, cualquiera sea que pretenda importarse o exportarse, no será indicio cierto de la correspondencia de su legitimidad ni de lo contrario, si no se agotan los elementos disponibles para corroborarlo.

En efecto, múltiples son las circunstancias concurrentes a la comercialización de mercaderías con marcas de fábrica, por lo que numerosos han de ser los cuidados que habrán de tenerse para calificar o descalificar una falsificación.

El primer parámetro digno de ser tenido en cuenta, es el **valor unitario** de los bienes que pretenden importarse o exportarse, comparado con la realidad comercial que manifiestan los mismos –genuinos- al ser comercializados por los verdaderos dueños o licenciarios de las marcas involucradas. Por lo general la subvaloración que se evidencia se torna en un primer indicio importante, a ser tenido en cuenta.

Por modalidad comercial, los fabricantes o licenciarios de las marcas reconocidas suscriben **contratos de licencia** que habilitan a los comerciantes autorizados (en el mismo o en otros países) a mercadear o en su caso hasta a fabricar (façon), cierta gama de productos bajo determinadas condiciones de calidad, exigiendo contractualmente el pago de cánones o derechos de licencia, devenidos de tales licencias. En este orden de ideas el servicio aduanero puede exigir estos contratos para su análisis por las áreas especializadas, por imperio del GATT, artículo 8° inc) c y/o el artículo 15° párrafo 4°, a efectos de verificar la no existencia de imposiciones contractuales que reviertan finalmente en el FOB de las mercaderías. Esto es a los fines de evitar un pago indebido por defecto, de los derechos “ad valorem” por no haberse tenido en cuenta los posibles incrementos por estos conceptos.

De no existir este tipo de contratos o de no poder aportarlos el importador, esto no será sinónimo de obvia-
dad como para calificar de falsificación a la mercadería de que se trate. Si bien puede ser otro indicio a tenerse en cuenta, no podremos descartar todavía de que se trate de una “operación paralela”, es decir una mercadería genuina, comercializada violando derechos marcarios de algún otro licenciado por contrato previamente establecido con el titular o licenciario original. Este caso sería uno de los contemplados en el segundo párrafo del artículo 46 de la novedosa Ley en trato, y el accionar frente a este supuesto, deberá ser otro de los objetos de la reglamentación.

El origen, la procedencia, y el fabricante o revendedor en el exterior (para el caso de las importaciones) se torna en un indicio sumamente relevante en el análisis de la operación en su conjunto. Más allá de advertirse (como ya quedara dicho) que la gran mayoría de las falsificaciones son originarias y/o procedentes de oriente, la generalización del ilícito hoy no reconoce exclusividades, pero en nuestro país la experiencia demuestra que las zonas francas limítrofes han sido secuencialmente utilizadas para la reexpedición y el ingreso por la vía de la importación.

Si de puntos de riesgo hablamos, podemos tratar de definir una **media luna de riesgo** que parte de Zona Franca de Iquique, frontera con Bolivia, frontera con Paraguay (incluido Encarnación, Triple Frontera, y el Chuí) y Zona Franca de Montevideo, como los puntos a través de los cuales o desde los cuales, se produce o se origina el ilícito de las falsificaciones que han aquejado a nuestro país durante la última década en forma más virulenta. Esto significa un arco que involucra desde el NOA hasta el NEA, con una gran incidencia también en el puerto de Buenos Aires, no escapando a este tipo de tráficos las aduanas de las provincias de cuyanas (ruta del Pacífico) conformando entonces el conjunto geográfico un verdadero embudo invertido que amenaza en posibilidades prácticamente desde el Norte hasta el centro de la República, abarcando Región de Cuyo, NEA, NOA, Región Pampeana, Buenos Aires y Gran Buenos Aires.

Muchos de estos ingresos históricos, más allá de las importaciones definitivas, lo han sido por tránsitos arribados desde Iquique, Zona Franca de Montevideo, o Aduana de Mendoza, con destino declarado hacia Paraguay, o al Puerto de Buenos Aires para continuar en tránsito hacia Uruguay. Muchos de ellos han sido objeto de contrabandos por desaparición de las mercaderías en el trayecto, o han reingresado por las aduanas nortefías, al amparo de destinaciones definitivas. La sombra de la re-subfacturación siempre ha acompañado a estas operaciones.

Al hablar de “re-subfacturación” cabe preguntarse: ¿cuánto vale una mercadería falsificada? Es evidente que si pretendemos compararla con una genuina saltará inmediatamente a la vista la diferencia de precios. Es también evidente que ningún operador de mercaderías falsificadas comercializará sus productos a valores equiparables con los originales, ya que su óptica comercial estará orientada a “competir” contra la marca objeto de deseo del consumidor, ofreciendo una alternativa más acomodada para el comprador, que compra aún en conocimiento del detrimento de la calidad esperable. O sea que muchas veces el consumidor comprará a sabiendas transformándose en encubridor del delito, por el solo placer de ostentar una marca determinada y orientada por la tendencia de una moda. Por lo que podemos inferir que no siempre su compra obedece a un estado de necesidad de la prenda o el objeto propiamente dicho, ya que esa misma prenda u objeto, sin el logotipo falsamente impuesto, podrían ser comercializados a valores más accesibles en razón de la inexistencia de la “plusvalía” reservada por las organizaciones para solventar los gastos que tal vez deban ser derivados a “protección”, por ejemplo.

Por lo que el valor de transacción aún se demuestre que es el realmente pagado o por pagar, se torna para un caso de falsificaciones en un elemento de vital importancia en el análisis. Aún este análisis de valor pueda ser “somero”¹⁷ en la instancia primaria del controlador de zona operativa (guarda, verificador, policía aduanero), asociado con el origen, procedencia, fabricantes, revendedores, ausencia de licencias de marcas y cualidades no comparables con las originales, irán marcando una serie de alertas a ser tenidas en cuenta para las acciones ulteriores a desarrollarse hasta decidir aplicar alguna de las medidas cautelares previstas por el Artículo 1085 CA.

8.3 - El Tratamiento ante la Duda

Con suma meticulosidad habrá que manejarse ante lo expresado en el segundo párrafo del artículo 46, ya que el mismo prevé un tratamiento en caso de duda. O sea que la falsificación o la copia pirata no sea detectable de la simple verificación.

Sin pretender redundar en el hecho de que la simple verificación es mucho más que la mera visualización, cabe en este párrafo a analizarse teorizar sobre cuál puede ser el supuesto en que una falsificación o copia pirata, genere duda al controlador. Debemos resaltar como expondremos más adelante, que no siempre una mercadería con marca, o copia de un soporte impreso por cualquier procedimiento, que no sea importado o exportado por el titular del derecho, será una operación de falsificación o piratería.

Si de la verificación, con todas sus implicancias agotadas, subsistiere duda sustentable la Ley habilita la consulta al dueño, tenedor o representante¹⁸ en la República Argentina, a fin de anoticiarlo para darle oportunidad de accionar conforme lo prevé la ley 22.362 de Marcas y Designaciones, en su Sección 2ª, Medidas precautorias, Artículo 38°. Este criterio es coincidente por otra parte con el esgrimido por la ley 24.425 (Convenio OMC-OMPI) a partir de su Sección 4, “Prescripciones especiales relacionadas con las medidas en frontera”, artículo 51 y ss., en lo referido al accionar conjunto de los organismos aduaneros con los potenciales damnificados que anoticiándose de la posibilidad de ofensa a sus derechos protegidos, decidan acudir por la vía legal ante los fueros habilitados. En nuestro caso, por la ley 22.362, será la justicia federal en lo Criminal y Correccional y/o los juzgados en lo Civil y Comercial, según los casos¹⁹ los que de entender la correspondencia, notificarán a la Aduana las medidas cautelares que sepan disponer.

El plazo previsto por el artículo 46, es de 7 (siete) días hábiles como máximo, dentro del cual, supuestamente el titular del derecho podrá acudir a la justicia competente para requerir las medidas cautelares. Lo que no aclara la Ley es el plazo por el cuál podrá permanecer la mercadería detenida, en caso de que el titular decida hacer ejercicio del derecho imponiendo la denuncia penal, y por burocracia judicial la medida cautelar se demore más de los siete días acordados.

8.4 - Importaciones Paralelas

Mencionamos en el segundo párrafo del punto anterior, que no siempre una mercadería con marca, o copia de un soporte impreso por cualquier procedimiento, que no sea importado o exportado por el titular del derecho, será una operación de falsificación o piratería.

En efecto, la ley 22.362 (de Marcas y Designaciones) por el artículo 31 sanciona a *“el que ponga en venta o venda una marca registrada o una designación falsificada, fraudulentamente imitada o perteneciente a un tercero sin su autorización”* (el subrayado es propio).

Puede suceder que el titular de una licencia marcaria se agravie por detectar importaciones o ventas en una plaza sobre la que debería gozar de la exclusividad que sus contratos suscriptos con el titular extranjero o local le aseguran. Puede suceder que tal invasión sea generada por otro importador o comerciante que aún sin gozar de tales beneficios por contratos de licencia, haya adquirido esas mercaderías de tales marcas, por la vía de revendedores extranjeros o por violaciones contractuales del tenedor de la marca con el licenciataria exclusivo nacional.

Es evidente que tal circuito “paralelo” ha de afectar intereses del tenedor de la licencia en exclusividad, el que según lo estipulado por la ley 22.362, encuentra una vía expedita para iniciar las acciones que le están reservadas.

Es muy probable que en caso de importarse las mercaderías por el circuito paralelo, el importador no sujeto a licencias goce de mejores precios y presente ante la aduana valores FOB levemente inferiores, iguales o levemente superiores a los consignados por el importador autorizado. Es de hacer notar que las oscilaciones no deberían ser en forma injustificada ostensiblemente diferentes, por cuanto en ambos casos nos encontramos con mercaderías genuinas; fabricadas por los autorizados y respetando las normas de calidad que la marca impone.

Es de entenderse que en estos casos, no estaríamos frente a falsificaciones, sino ante un problema entre particulares que usarían el “ring aduanero” para dirimir sus cuestiones de intereses; y aún así es obligación del servicio aduanero admitir y colaborar con los requerimientos que los titulares puedan interponer, aún suceda que como consecuencia de los mismos los interesados lleguen a arreglos en forma extrajudicial o por la vía de la intermediación, que lleven al agraviado al desistimiento de las acciones iniciadas.

Por lo que de no surgir “de la simple verificación” la evidencia de la falsificación, puede suceder que no nos encontremos con mercadería falsificada o pirata, sino que la ausencia de contratos de licencias denunciadas por los importadores / exportadores al momento de serles requeridas por el servicio aduanero, nos pueden dar un indicio de encontrarnos frente a una operación que se realiza por el “circuito paralelo. Y como tal puede ser uno de los casos comprendidos en el segundo párrafo del artículo 46 de la ley 25.986 en análisis.

8.5 - Libramiento en Caso de Ausencia del Ejercicio de Titular

El tercer párrafo refiere al libramiento de la mercadería en caso de ausencia del ejercicio del derecho por parte del titular, imponiendo al servicio aduanero la comunicación a la Dirección de Lealtad Comercial. Es de

esperarse que tal libramiento sea acordado por la aduana, solamente ante la figura de “sin derecho a uso” comprometiendo en la condición de depositario fiel a la persona importadora mediante acta labrada en el domicilio de depósito y con las previsiones inherentes,²⁰ en los términos del artículo 263 del Código Penal, hasta que la autoridad de aplicación entienda y como tal emita su autorización de comercialización en forma positiva mediante acta fehaciente, indicando el cese de la restricción por solucionada la controversia, como así también la modalidad impuesta para tal solución.

De tal modo habilitaría a la aduana a levantar la medida de interdicción, previa constatación del cumplimiento del compromiso asumido por el importador de su rol de custodio de los bienes, y en tal sentido sometido a las penalidades impuestas por el artículo 262 CP en caso de haber incumplido. Correspondiendo ante tal eventualidad la puesta en conocimiento de la justicia federal por la vía de la División Sumarios de Prevención del Departamento Policía Aduanera, de así reglamentarse.

De constatarse al momento de concurrir la comisión inspectora aduanera, el incumplimiento del compromiso asumido por el importador de frente al artículo 263 CP, deberían labrarse las actas de constancia pertinentes con las modalidades de estilo y para debida constancia. Lo propio a los fines de la pertinente elevatoria a la justicia.

9 - Omisiones Observadas

Penosamente, el legislador ha omitido del proyecto original a aquella otra franja de productos que van íntimamente asociados en el ilícito de la falsificación. Y esto es “**los que inducen a error o a engaño al consumidor**”. Por lo general se trata de bienes que por su morfología, rotulaciones, propiedades publicitadas en sus envases, orígenes declamados en pies de industria falsos u otras cualidades engañosas, inducen a pensar que se trata de bienes útiles y conocidos, tornándose al momento o en cortos lapsos de utilización, en verdaderamente inútiles. (Concepto de NO-MERCADERIAS).

Ante esta omisión, cuya posibilidad de prohibición está también contemplada en el inc. g) del artículo 609 (CA), se torna ahora necesario seguir la línea de esfuerzo para efectivizar la norma que sirva de barrera de contención en zona primaria aduanera. Por cuanto aún subsiste la absurda paradoja de que la venta de este tipo de productos se encuentra al menos restringida en plaza por aplicación de la Ley de Lealtad Comercial, mientras que su importación no reconocería restricciones.

Es esperable que la reglamentación permita al menos al servicio aduanero mantener el brazo de control sobre este tipo de productos, hasta tanto la Autoridad de Aplicación de la Ley de Lealtad Comercial (Dirección de Lealtad Comercial) habilite mediante acto comprobable a los importadores a la venta de tales efectos cuando sean los controles aduaneros quienes lo detecten y lo adviertan en las respectivas verificaciones. Sólo procedería en esa línea de pensamiento, su libramiento por parte de la Aduana cuando la anormalidad pudiere ser remediada y así efectivamente lo fuere, en forma previa a dicho acto, tal como lo expusiera precedentemente en el Punto 7, bajo el título “El concepto de NO-MERCADERIAS”, pág.17 a 20. (Rotulaciones en idiomas extranjeros, o engañosas, o ausencia de las mismas; promoción de prestaciones inexistentes; diferencias de cantidad o calidad de los contenidos envasados; etc.)

Como ejemplo paradigmático de este tipo de engaños, podemos mencionar –entre otros- a las pilas de diferentes marcas o seudo marcas, cuyas prestaciones no superan las pocas horas de utilización en razón de lo paupérrimo de sus materiales constitutivos, que les impiden soportar siquiera la presión sobre sus bornes de los resortes del porta pilas de los aparatos en los que se instalan, perdiendo por deformación casi inmediatamente la estanqueidad y facilitando por consecuencia el derrame de los líquidos producidos por la generación de energía, dañando de tal forma a esos aparatos, por los efectos conocidos como de “sulfatación”.

Estas pilas, de muy corta duración y de alta dinámica de recambio en razón además de sus bajísimos precios de venta, no sólo son una parte del “gran negocio”, sino que además incrementan a diario los basurales nacionales en carácter ya de residuos peligrosos que por las características señaladas, ya evidencian su potencialidad al mismo momento de la importación y como tal, estarían taxativamente prohibidos para su importación por superior imperio del artículo 41 CN.

Solamente y a modo de curiosidad que revela el alto grado de importancia de estos productos para el financiamiento posible de otras actividades ilegales, cabría mencionar que hasta enero de 2002 el valor FOB de importación desde zonas francas era de 0,02 u\$s por unidad, mientras que su venta en forma ambulante (negreando todo concepto tributario y previsional) se producía a 0,25 u\$s por unidad. Teniendo en cuenta que cada contenedor de pilas del tipo AA transportaba aproximadamente 1.650.000 pilas, la ganancia bruta por contenedor oscilaba alrededor de los u\$s 375.000 distribuibles sólo entre la cadena de comercialización, y percibiendo el Fisco tan solo

migajas en conceptos de derechos de importación “ad valorem” aplicados sobre valores ínfimos, debiendo luego asumir el Estado los costos ulteriores (no cuantificados) del daño ecológico producido por los millones de pilas descartadas y enterradas en nuestros basurales oficiales o clandestinos. ¿Cuál es entonces la relación costo-beneficio para el Estado al permitirse este tipo de importaciones?

10 - Marca Final

Considero parcialmente afortunado el temperamento adoptado por el legislador, por cuanto por las características comerciales de nuestros limítrofes y en base a la experiencia acumulada al respecto en estos últimos años, si bien el accionar del servicio aduanero nacional podrá resultar altamente preventivo en caso de detectarse pretendido ingresos de mercaderías falsificadas, como sí también sus pretendidos tránsitos, aún subsisten flancos débiles y que requieren su urgente tratamiento.

Uno de los riesgos no cubiertos por la novedosa legislación, como ya quedara dicho, es el de la importación de falsificaciones para ser sometida a operaciones aduaneras que no impliquen destinación alguna.

Otro es el que no han sido contemplados los productos inductores de error o engaño al consumidor. Al respecto es de destacar que si bien el organismo aduanero ha de velar por los intereses de sus administrados titulares de marcas de fábrica o de comercio, resguardando y velando además por una plaza comercialmente sana, no es menos cierto que debe ser también de interés aduanero el resguardo de la buena fe comercial en defensa del derecho del consumidor. Y aunque luzca esto último como responsabilidades atinentes a otros organismos del Estado, no debemos olvidar que tal espíritu invocado, nace del propio Código Aduanero, por el inciso g) de su artículo 609.

Si bien el derrotero de las organizaciones ilegales dedicadas al ilícito a nivel transnacional, va variando en razón de la “oferta – demanda – oportunidad” y hoy podemos arriesgar sin mayores temores al equívoco que muchas de ellas ya están instaladas en nuestro país, es de tenerse en cuenta que ésta circunstancia se torna coyuntural por cuanto estas migraciones se han visto favorecidas a desde fines de 2001, en razón del tipo de cambio favorable que fueron encontrando a partir de la salida de la convertibilidad.

Históricamente, el mayor cúmulo de mercaderías falsificadas fueron originarias o procedentes de Oriente, sumándose con el tiempo Europa del Este, África y algunos países sudamericanos, entre los que el nuestro no escapa al accionar de estas bandas que hoy, ante el combate sistematizado del narcotráfico, se han puesto a disposición de los cárteles de la droga ofreciendo un negocio alternativo para el blanqueo de sus ingresos. Justamente por la falta de legislación restrictiva en común o individual de los países sudamericanos, y aprovechando la fragilidad de ciertas fronteras, el negocio ha ido creciendo transformándose además en una importante fuente de financiación de organizaciones dedicadas al terrorismo internacional.

Por lo que la problemática expuesta excede ya un carácter pura y exclusivamente economicista, transformándose a los ojos de este observador como un problema estratégico para las naciones que deberán afrontar de consuno en aras del resguardo de la seguridad nacional, regional e internacional.

**El precio de la inacción es prohibitivo,
cuando los males a prevenir son del tipo irreversible**

Notas

- 1 Tratando de consignar definición a la expresión “no-mercaderías”, (permítaseme el neologismo) habré de referirme a:
 - a) Productos manufacturados que si bien ostentan una morfología y características externas que imitan a bienes útiles y conocidos, presentan tal serie de falencias intrínsecas que se tornan en verdaderamente inútiles, al momento o en muy cortos lapsos de utilización. (Error o engaño al consumidor).
 - b) Aquellos otros productos que por palmaria violación a plexos extra aduaneros, su venta en plaza se encuentra prohibida por razones de índole comercial, sanitaria o ambiental, poniendo en duda - por extensión - su capacidad de ser importadas. (Falsificaciones, p/ej.)

- c) Residuos peligrosos, que ya detentan prohibición de importación con rango Constitucional.
- 2 Fuente: <http://www.el-mundo.es/larevista/num179/textos/hombre1.html>
 - 3 Naomi Klein – NO LOGO. El poder de las marcas. Ed. Paidós
 - 4 El artículo 29 del Decreto de Desregulación Económica habilitó la inscripción de los importadores/exportadores ante la ex ANA, con la sola acreditación del CUIT otorgado por la DGI, contrariando los requisitos impuestos por el Artículo 94 del Código Aduanero vigente.
 - 5 Fuente: Investigaciones propias, actuando como denunciante y aprehensor. Cifras ratificadas por la Auditoría General de la Nación por Informe (AGN) N° 031/2004 <http://www.agn.gov.ar>
 - 6 Notas N° 243/01 y 646/01 de fechas 11/06/01 y 01/11/01, producidas por este autor en Jefatura de la Sección M (Selectividad) del Departamento Drogas Peligrosas e Inspección General y oportunamente elevadas a consideración superior, transformándose luego por apoyo de las autoridades en proyectos normativos.
 - 7 Esta hipótesis largamente sustentada por este autor, se vio ratificada por –entre otras– las declaraciones de Peter Lowe, Director Asistente de la Oficina de Inteligencia para Falsificaciones, de la Cámara de Comercio Internacional, junio de 2004. Congreso Mundial de la CCI en Marrakech, Marruecos. Reproducido por *Ámbito Financiero* 08/06/2004, pág. 17.
 - 8 Ley 22415, Art. 609: Son económicas las prohibiciones establecidas con cualquiera de los siguientes fines: ..., inc. f) proteger los derechos de la propiedad intelectual o comercial; inc. g) resguardar la buena fe comercial, a fin de impedir las prácticas que pudieren inducir a error a los consumidores.
 - 9 Como ejemplo podemos mencionar el caso de válvulas de fundición de bronce para gas que ostentan en grabado, pies de industria falsos, y que para su remedio, las piezas deben ser sometidas a mecanización por arranque de material, con la consecuente disminución del espesor de la pared y riesgo de modificación de la resistencia a la presión de trabajo para la que fue diseñada.
 - 10 Como ejemplo podemos mencionar el caso de pilas que ostentan en sus etiquetados envoltentes, cualidades que el producto no presta, por lo que se hace necesario el recambio total de la etiqueta para habilitarla dentro de lo exigido por la ley de Lealtad Comercial.
 - 11 El autor ha sido ideólogo, impulsor, autor o coautor (según los casos) de la totalidad de la normativa referida.
 - 12 *La Nación* 04/12/2001. Suplemento de Comercio Exterior, pág. 12 y *La Nación* 11/12/2001.
 - 13 *La Nación* 09/07/2002. Suplemento de Comercio Exterior (Funcionario de Aduana manifiesta impotencia del organismo para actuar en casos de importación de falsificaciones, por falta de prohibición taxativa).
 - 14 Nota del Acuerdo sobre los ADPIC: Queda entendido que no habrá obligación de aplicar estos procedimientos a las importaciones de mercaderías puestas en el mercado en otro país por el titular del derecho o con su consentimiento, ni a las mercaderías en tránsito.
 - 15 Código Aduanero Comentado Ferro-Ferro. Ed. Depalma, 2° Ed. Comentario pág. 489.
 - 16 Ídem anterior.
 - 17 A partir de la Res. (ex ANA) N° 1166/92, el control de la valoración por parte del verificador, pasa a ser “somero” y salvo que se sustenten fundadas sospechas de fraude, deberá darse curso a las destinaciones observando el valor –de corresponder– para el posterior análisis por el área específica de valoración aduanera. Ídem para exportación por normativa especular a partir de 1993.
 - 18 A tal efecto solo haría falta labrar Convenio de Cooperación DGA – INPI, ya que es el INPI el organismo competente para informar nombres y domicilios de los titulares de los derechos marcarios que figuran inscriptos en su Registro.
 - 19 Artículo 33° de la ley 22.362.
 - 20 Seguridades, aislamiento, segregación, etc.