
Módulo 9: COMPETENCIA DESLEAL

¿Qué es la competencia desleal?

En términos generales, se entiende por competencia desleal todo acto de competencia que sea contrario a las prácticas honestas en el ámbito industrial y comercial.

Definir con precisión lo que constituye una práctica fraudulenta no es cosa fácil. El concepto de lealtad y honestidad puede variar de un país a otro y evolucionar con el tiempo. Por consiguiente, es difícil englobar en una sola definición todos los actos de competencia desleal. Por otro lado, en el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial se especifica que los siguientes actos y prácticas son incompatibles con la noción de lealtad en la competencia:

- actos que puedan **crear confusión** por cualquier medio que sea respecto del establecimiento, los productos o la actividad industrial o comercial de un competidor (por ejemplo, la utilización de una marca idéntica o similar a otra en productos de la misma categoría);
- actos que constituyan **aseveraciones falsas** que puedan **desacreditar o degradar el establecimiento, los productos o la actividad industrial o comercial de un competidor** (por ejemplo, si una empresa realiza declaraciones falsas respecto de los productos o servicios de otra empresa);
- indicaciones o **aseveraciones que puedan inducir al público** a error sobre la naturaleza, el modo de fabricación, las características, la aptitud en el empleo o la cantidad de los productos (por ejemplo, si una compañía hace declaraciones falsas en relación con la calidad o la seguridad de sus propios productos en el marco de campañas publicitarias de promoción o venta);

Pero la competencia desleal no se limita a las tres categorías de actos mencionadas. Hoy se conviene en general que ese concepto también se aplica a los siguientes actos:

actos que consistan en la **divulgación o utilización por terceros de información secreta o confidencial** sin obtener el debido consentimiento del titular legítimo de la información, y de forma contraria a las prácticas comerciales honestas (por ejemplo, actos encaminados a apropiarse de información secreta de terceros, como un método de fabricación de productos, mediante espionaje industrial o comercial);

actos o prácticas que, en el marco de actividades industriales o comerciales, **perjudiquen la reputación de otra empresa**, independientemente de que dichos actos induzcan o no a confusión (por ejemplo, cuando alguien que no es el titular de una marca notoriamente conocida, como Cadillac, la utiliza para productos totalmente diferentes, como los relojes. Esos actos pueden ir en detrimento de la marca notoriamente conocida, es decir, perjudicar su carácter distintivo o su valor publicitario. En este caso, el usuario de la marca no compite con el titular pero el uso de la marca tiene no obstante peso en la competencia puesto que ese usuario obtiene una ventaja desleal sobre sus competidores que no usan la marca notoriamente conocida y existe además la probabilidad de que ello favorezca las ventas de los productos de dicho usuario).

¿Qué vínculos existen entre las leyes sobre competencia desleal y las leyes de propiedad intelectual?

En un gran número de países, las leyes sobre competencia desleal complementan las leyes de propiedad intelectual. Por poner un ejemplo, supongamos que la marca A ha sido utilizada para determinados productos. Si esa marca u otra marca similar (B) es utilizada por terceros para la misma categoría de productos y de modo que pueda causar confusión con A, el usuario de la marca A tendría razones justificadas para oponerse y fundamentos jurídicos para demandar a esos terceros a fin de poner fin a las actividades que causan el perjuicio. Dos situaciones pueden plantearse a ese respecto:

- Si el titular de la marca A había registrado ya la marca, tendrá derecho a recurrir a los tribunales por violación o infracción de la marca;
- Si el titular de la marca A todavía no ha registrado la marca, podrá interponer una demanda sobre la base de la competencia desleal.

Ahora bien, los requisitos que hay que cumplir varían en función de la demanda judicial que se interponga. Puede ser más eficaz entablar una acción judicial basada en la infracción de una ley de propiedad intelectual que una acción basada en la competencia desleal. Por consiguiente, conviene registrar los derechos (sobre marcas, diseños industriales, indicaciones geográficas, etc.) si las leyes nacionales o los tratados internacionales contemplan esa posibilidad, en vez de depender exclusivamente de la legislación sobre competencia desleal como medio para poner fin a actos desleales que vayan en detrimento de la empresa.