

### Sobre la Ley de Competencia Desleal

La Ley de Competencia de 10 de Enero de 1991 establece unos requisitos mínimos para que un acto pueda ser calificado de competencia desleal. Así, para que un acto pueda ser calificado de acto de competencia desleal la Ley exige que sea un acto mercantil encaminado a la venta de productos o servicios propios, pero también se incurre en competencia desleal cuando se promueven los de un tercero si el objeto perseguido es menoscabar a ese tercero competidor y que dichos actos produzcan o puedan producir efectos sustanciales en el mercado español.

Por otra parte, para perfilar de forma más concreta qué es un acto de competencia desleal, la Ley introduce una cláusula genérica complementada posteriormente con una lista detallada de conductas desleales como los actos de denigración y otras más modernas como la venta con primas o regalos, la violación de normas o la venta a pérdidas o "dumping".

Sobre la base de que la Ley *"reputa desleal todo comportamiento que resulte objetivamente contrario a las exigencias de la buena fe"* y por lo tanto dada su ambigüedad a la hora de calificar un acto como desleal, habrá que atender a la definición que nos presenta la Ley, y con posterioridad a la jurisprudencia.

Los siguientes, son actos que tanto por la Ley como por sentencias judiciales han sido calificados como tales:

- Actos de denigración: Se refiere a manifestaciones sobre los productos o servicios de un competidor con objeto de perjudicar su consideración en el mercado. Se considera desleal la realización o difusión de manifestaciones sobre la actividad, las prestaciones, el establecimiento o las relaciones mercantiles de un tercero que sean aptas para menoscabar su crédito en el mercado, a no ser que sean exactas, verdaderas y pertinentes.
- Actos de comparación: Se prohíbe la comparación pública de productos o servicios con los de un competidor si la información que se facilita del mismo no es real o comprobable y se haga con intención de denigrarle.
- Actos de imitación: Se prohíben los actos de imitación que contravengan pactos de exclusiva o que puedan crear confusión en el consumidor. Asimismo la imitación de prestaciones e iniciativas empresariales ajenas es libre, salvo que estén amparadas por un derecho de exclusiva reconocido por la Ley. Además tendrá la consideración de desleal la imitación sistemática de las prestaciones e iniciativas empresariales de un

competidor cuando dicha estrategia se halle directamente encaminada a impedir u obstaculizar su afirmación en el mercado y exceda de lo que, según las circunstancias, pueda reputarse una respuesta natural del mercado.

Aunque la Ley reconoce que cierto grado de imitación es habitual entre los empresarios, también establece que será desleal la imitación sistemática de las prestaciones o iniciativas empresariales de un competidor cuando esté encaminada directamente a impedir u obstaculizar su afirmación en el mercado y exceda de lo que pueda reputarse una respuesta natural del mercado.

- Actos de explotación de reputación ajena: Se califican como tales al uso indebido de marcas, patentes y demás derechos de propiedad industrial sin estar autorizados para ello.
- Violación de secretos: En este caso la Ley considera como desleales tanto los actos de espionaje industrial como la revelación de secretos industriales o comerciales.
- Inducción a la infracción contractual: Se considera desleal la inducción a trabajadores o colaboradores a infringir los deberes contractuales básicos que han contraído con terceros competidores.
- Actos de engaño al consumidor: Se prohíbe la difusión de indicaciones incorrectas o falsas, o la omisión de verdaderas, respecto a los productos o servicios ofrecidos, que puedan inducir a error a las personas a las que se dirigen, y en general, sobre las ventajas ofrecidas.
- Actos de publicidad en especie (regalos, primas, etc.): Se considera desleal la entrega de objetos con fines publicitarios que pongan al consumidor en el compromiso de adquirir la prestación esencial o principal que encubren, por el sólo hecho de aceptar el obsequio.
- La venta a pérdida: Es la venta que se realiza bajo coste, también conocida como 'dumping', y se considera desleal cuando tenga como objeto eliminar a un competidor del mercado, desacreditar la imagen de un producto o servicio competidor, o pueda inducir a error al consumidor acerca del nivel de precio de otros productos o servicios similares.

La regulación de la competencia desleal comprende también la protección del llamado know-how al reputar desleal la divulgación o explotación, sin autorización de su titular, de secretos industriales o cualquier otra especie de secretos empresariales a los que se haya tenido acceso legítimamente, si bien con deber de reserva.