

COMPETENCIA DESLEAL

En Argentina no hay un cuerpo legal orgánico que se refiera a los actos de competencia desleal. Hay normas directamente aplicables y específicamente referidas a la competencia desleal, algunas provinieren del derecho interno, y otras del derecho internacional, adoptadas como legislación de nuestro país.

<p>CCyC</p>	<p>Artículo 279.- "Objeto. El objeto del acto jurídico no debe ser un hecho imposible o prohibido por la ley, contrario a la moral, a las buenas costumbres, al orden público o lesivo de los derechos ajenos o de la dignidad humana. Tampoco puede ser un bien que por un motivo especial se haya prohibido que lo sea."</p> <p>Artículo 275.- "Responsabilidad por los daños causados. El autor del dolo esencial o incidental debe reparar el daño causado. Responde solidariamente la parte que al tiempo de la celebración del acto tuvo conocimiento del dolo del tercero."</p> <p>Ejercicio de los derechos Artículo 9.- "Principio de buena fe. Los derechos deben ser ejercidos de buena fe." Artículo 10.- "Abuso del derecho. El ejercicio regular de un derecho propio o el cumplimiento de una obligación legal no puede constituir como ilícito ningún acto. La ley no ampara el ejercicio abusivo de los derechos. Se considera tal el que contraría los fines del ordenamiento jurídico o el que excede los límites impuestos por la buena fe, la moral y las buenas costumbres. El juez debe ordenar lo necesario para evitar los efectos del ejercicio abusivo o de la situación jurídica abusiva y, si correspondiere, procurar la reposición al estado de hecho anterior y fijar una indemnización." Artículo 11.- "Abuso de posición dominante. Lo dispuesto en los artículos 9° y 10 se aplica cuando se abuse de una posición dominante en el mercado, sin perjuicio de las disposiciones específicas contempladas en leyes especiales." Artículo 240.- "Límites al ejercicio de los derechos individuales sobre los bienes. El ejercicio de los derechos individuales sobre los bienes mencionados en las Secciones 1ª y 2ª debe ser compatible con los derechos de incidencia colectiva. Debe conformarse a las normas del derecho administrativo nacional y local dictadas en el interés público y no debe afectar el funcionamiento ni la sustentabilidad de los ecosistemas de la flora, la fauna, la biodiversidad, el agua, los valores culturales, el paisaje, entre otros, según los criterios previstos en la ley especial."</p>
<p>Código Penal</p>	<p>El artículo 159 considera delito el intentar captar clientela ajena mediante maquinaciones fraudulentas. Cabe advertir que la norma exige, según los Tribunales, que tanto el sujeto activo como el pasivo, sean comerciantes o industriales y que además sean competidores. <i>Acto de competencia desleal que reprime: Actos de confusión (Referencia explícita al producto del competidor)</i></p> <p>El artículo 159 considera delito el captar clientela ajena mediante propaganda desleal. La publicidad engañosa es una propaganda desleal, porque recurre a la mentira para captar esa clientela. <i>Acto de competencia desleal que reprime: Actos de desorganización general del mercado (publicidad engañosa).</i></p> <p>El artículo 159 considera delito el intentar desviar clientela ajena mediante la propagación de sospechas malévolas. Crear una sospecha malévola es inspirar desconfianza sobre alguien o algo. En el caso, sobre el competidor, su actividad, sus productos o servicios. La denigración que hemos analizado en este capítulo encuadra perfectamente en este tipo penal. <i>Acto de competencia desleal que reprime: Actos de denigración.</i></p> <p>El artículo 153 castiga al "que abriere indebidamente una carta, un pliego cerrado o un despacho telefónico o de otra naturaleza que no le esté dirigido; o se apoderase indebidamente de una carta, de un pliego, de un despacho o de otro papel privado, aunque no esté cerrado...". Un procedimiento de fabricación, un plano, la lista de clientes y todo otro documento que contenga información que haga al manejo de cualquier negocio, y que sea mantenido bajo cierta reserva y confidencialidad, es un "papel privado". <i>Acto de competencia desleal que reprime: Actos de desorganización interna de la empresa competidora (violación de secreto).</i></p>

	<p>El artículo 156 castiga a quien “teniendo noticia, por razón de su estado, oficio, empleo, profesión o arte, de un secreto cuya divulgación pueda causar daño, lo revelare sin justa causa”. En los casos de robo de secretos es un medio utilizado el corromper al empleado del competidor. <i>Acto de competencia desleal que reprime: Actos de desorganización interna de la empresa competidora (violación de secreto).</i></p> <p>El artículo 183 reprime con prisión de un mes a dos años al que “destruyere, inutilizare, hiciere desaparecer o de cualquier modo dañare una cosa mueble...”. Una marca, una etiqueta, un membrete son cosas muebles y su destrucción o inutilización quedan comprendidas en este delito. <i>Acto de competencia desleal que reprime: Actos de desorganización interna de la empresa competidora (Supresión de los signos distintivos de los productos).</i></p> <p>El artículo 289 inciso 1º reprime con prisión de seis meses a tres años al que falsificare marcas, contraseñas y firmas oficialmente usadas o legalmente requeridas para contrastar pesos o medidas, identificar cualquier objeto o certificar su calidad, cantidad o contenido. Dado que este es un delito contra la fe pública, puede cometer tanto el dueño de la mercadería como un tercero con el móvil de perjudicar al dueño de la marca. <i>Acto de competencia desleal que reprime: Actos de desorganización interna de la empresa competidora (Supresión de los signos distintivos de los productos).</i></p>
Leyes	<p>Ley 22.362 - LEY DE MARCAS Y DESIGNACIONES (1980) La ley de marcas protege a la marca registrada y le otorga un derecho exclusivo a su titular que se limita, en principio, a los productos o servicios para los que la marca fue registrada. El régimen de competencia desleal castiga al acto por el acto indebido en sí. El régimen de marcas tiene su origen y necesidad en evitar que los productos y servicios que están en el mercado sean confundidos por el público consumidor. El régimen de competencia desleal adquiere relevancia determinante en materia de confusión marcaria cuando el titular de la marca no puede recurrir a la ley de marcas. Y esto sucede cuando la marca en cuestión no está registrada conforme a la Ley 22.362. <i>Acto de competencia desleal que reprime: Actas de confusión (Uso de marcas confundibles)</i></p> <p>Ley 25.156 - DEFENSA DE LA COMPETENCIA (1999). Esta ley castiga lo que genéricamente se denominan actos restrictivos de la competencia. Si bien se trata de una cuestión diferente a la competencia desleal, es difícil a veces establecer una línea clara de separación. El acto de competencia desleal es el que implica competir, aunque de manera indebida. Los actos restrictivos tienen por finalidad el no competir, o competir menos, anulando el accionar del competidor. La ley de defensa de la competencia protege, como su nombre lo indica, a la competencia, es decir, al libre juego de la oferta y la demanda. El régimen de la competencia desleal protege al competidor. En lo mediato ambos regímenes protegen tanto a la competencia, como al competidor y, por último, al consumidor. No debe olvidarse que cuanto más perfecta y leal sea la competencia, mayor será el beneficio del público consumidor. Esta ley Antitrust, prohíbe los actos que limiten, restrinjan, falseen o distorsionen la competencia. Si bien esta ley sólo abarca las prácticas que afecten el interés general, el art. 1 dispone una norma de interpretación en materia de competencia desleal.</p> <p>LEY 22.802 - DE LEALTAD COMERCIAL (1983) Reúne en un solo cuerpo la totalidad de las normas vigentes referentes a la identificación de mercaderías y a la publicidad de bienes muebles, y servicios, pretende proteger al consumidor a la vez que facilita al comerciante el conocimiento de la legislación a la que debe adecuarse. Si bien esta ley no está diseñada como un instrumento para combatir la competencia desleal, sino para proteger al público consumidor, ella sirve para que cualquier competidor recurra a la autoridad de aplicación, con la denuncia respectiva. Regula la deslealtad hacia el consumidor, en particular el art. 5 (actos de engaño en la presentación de productos), el art. 7 (uso de denominaciones de origen), art. 9 (publicidad y promoción mediante premios). <i>Acto de competencia desleal que reprime: Actos de desorganización general del mercado (publicidad engañosa).</i></p>

	<p>LEY 24.766 - DE CONFIDENCIALIDAD SOBRE INFORMACION Y PRODUCTOS QUE ESTEN LEGITIMAMENTE BAJO CONTROL DE UNA PERSONA Y SE DIVULGUE INDEBIDAMENTE DE MANERA CONTRARIA A LOS USOS COMERCIALES HONESTOS. (1996) Regula todo lo atinente a la protección de información no divulgada. En su artículo 1 establece que, tanto las personas físicas como las jurídicas, pueden impedir que la información "que esté legítimamente en su control, se divulgue a terceros o sea adquirida o utilizada por terceros sin su consentimiento de manera contraria a los usos comerciales honestos...". El art. 1 de la ley ejemplifica como actos contrarios a los usos comerciales honestos el incumplimiento de contratos, el abuso de confianza y la instigación a la infracción contractual. <i>Acto de competencia desleal que reprime: Actos de desorganización interna de la empresa competidora (violación de secreto).</i></p>
	<p>LEY 11.723 - REGIMEN LEGAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL (1933) El uso de publicidad ajena hecho por un competidor, esté o no protegido por un derecho de autor, es competencia desleal. Cuando se reproduce la publicidad que otro realiza podemos estar frente a una violación de un derecho de propiedad intelectual protegido por la ley 11.723 o por las convenciones internacionales aprobadas por nuestro país. Son los casos en los que un competidor toma una idea publicitaria que ha sido utilizada por otro competidor. Es decir, cuando imita la publicidad de un competidor. Cuando esto sucede y el público es inducido a creer que ese producto o servicio tienen otro origen, habrá competencia desleal. <i>Acto de competencia desleal que reprime: Actos de confusión (imitación de la publicidad)</i></p>
<p>Derecho internacional</p>	<p>Ley 17.011 (ratifica el Convenio de Paris)</p> <p>"ARTICULO 10 1) Las disposiciones del artículo precedente serán aplicadas en caso de utilización directa o indirecta de una indicación falsa concerniente a la procedencia del producto o a la identidad del productor, fabricante o comerciante. 2) Será en todo caso reconocido como parte interesada, bien sea una persona física o moral, todo productor, fabricante o comerciante dedicado a la producción, la fabricación o el comercio de este producto y establecido, bien sea en la localidad falsamente indicada como lugar de procedencia, bien sea en la región donde esta localidad esté situada, bien sea en el país falsamente indicado, bien sea en el país donde la falsa indicación de procedencia se emplea."</p> <p>"ARTICULO 10 bis 1) Los países de la Unión se obligan a asegurar a los súbditos de la Unión una protección eficaz contra la competencia desleal. 2) Constituye un acto de competencia desleal todo acto de competencia contrario a los usos honrados en materia industrial o comercial. 3) Principalmente deberán prohibirse: 1° Cualquier acto de tal naturaleza que cree una confusión, por cualquier medio que sea, con el establecimiento, los productos o la actividad industrial o comercial de un competidor; <i>[Acto de competencia desleal que reprime: Actos de confusión (Referencia explícita al producto del competidor)]</i> 2° Las alegaciones falsas, en el ejercicio del comercio, que tiendan a desacreditar el establecimiento, los productos o la actividad industrial o comercial de un competidor; <i>[Acto de competencia desleal que reprime: Actos de denigración]</i> 3° Las indicaciones o alegaciones cuyo uso, en el ejercicio del comercio, sea susceptible de inducir al público a error sobre la naturaleza, el modo de fabricación, las características, la aptitud en el empleo o la cantidad de las mercancías. <i>[Acto de competencia desleal que reprime: Actos de desorganización general del mercado (publicidad engañosa)]"</i></p> <p>Las normas contenidas en el artículo 39 de las normas sobre propiedad intelectual dictadas en el marco del GATT, conocidas internacionalmente como TRIPS, aprobadas por la Ley 22.425</p>