

FACULTAD LIBRE DE DERECHO

DE MONTERREY

LICENCIATURA EN DERECHO



LA NECESIDAD DE UNA LEY EN MATERIA DE COMPETENCIA DESLEAL EN
MÉXICO

TESIS QUE EN OPCIÓN A TÍTULO DE

LICENCIADA EN DERECHO

PRESENTA: SONIA ALEJANDRA PAREDES SEPÚLVEDA

ASESOR DE FONDO: MIGUEL FERRIZ MARTÍNEZ

ASESOR DE FORMA: MIGUEL FERRIZ MARTÍNEZ

SANTA CATARINA, N.L.

Octubre, 2023

Santa Catarina, Nuevo León, a 11 de octubre de 2023

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	5
I. COMPETENCIA DESLEAL	8
A. ¿QUÉ ES LA COMPETENCIA DESLEAL?	8
B. DEFINICIÓN DE COMPETENCIA DESLEAL	9
II. MARCO JURÍDICO DE LA COMPETENCIA DESLEAL	16
A. CONFORME AL DERECHO INTERNACIONAL	16
1. Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial	16
2. Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC)	19
3. Precedentes de Derecho Comparado	20
B. CONFORME A DERECHO MEXICANO	21
1. Constitución Mexicana	21
2. Legislación Mexicana en Materia de Competencia Desleal	22
III. LEGISLACIÓN MEXICANA EN CONTRA DE LOS PRINCIPALES ACTOS DE COMPETENCIA DESLEAL	24
A. ACTOS DE CONFUSIÓN	25
B. ACTOS DE DENIGRACIÓN	33
C. ACTOS QUE INDUZCAN AL PÚBLICO AL ERROR O AL ENGAÑO	35
D. SANCIONES	37
IV. DISPOSICIONES LEGALES COMPLEMENTARIAS EN MATERIA DE COMPETENCIA DESLEAL	42
A. LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN A LA PROPIEDAD INDUSTRIAL.	42
B. CÓDIGO DE COMERCIO	43
C. LEY FEDERAL DE COMPETENCIA ECONÓMICA	44
D. LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR	45
E. LEY DE COMERCIO EXTERIOR	46
V. CÓMO LEGISLAR LA COMPETENCIA DESLEAL Y EJEMPLOS	49
A. FORMAS DE LEGISLAR LA COMPETENCIA DESLEAL	49
B. EJEMPLOS DEL DERECHO COMPARADO	49
VI. ¿CÓMO REGULAR LA MATERIA DE COMPETENCIA DESLEAL EN MÉXICO?	52

A.	NECESIDAD DE UNA LEY MEXICANA EN CONTRA DE LA COMPETENCIA DESLEAL	52
B.	EJEMPLO DE LA LEY ESPAÑOLA EN MATERIA DE COMPETENCIA DESLEAL	53
C.	EL PAPEL DE LA JURISPRUDENCIA	54
VII.	CRÍTICA AL SISETEMA DISPERSO DE LEYES EN CONTRA DE LA COMPETENCIA DESLEAL	56
A.	CRÍTICA A LA REGULACIÓN ACTUAL DE COMPETENCIA DESLEAL	56
B.	ACTOS DE COMPETECIA DESLEAL NO VINCULADOS CON DERECHOS DE PROPIEDAD INDUSTRIAL	58
C.	NECESIDAD DE MECANISMOS CLAROS DE PROTECCIÓN	62
	CONCLUSIONES	65
	BIBLIOGRAFÍA	67

Resumen: Este trabajo analiza la legislación mexicana en materia de competencia desleal. Esta legislación nace a la luz del derecho de propiedad industrial, pero deberían corresponder específicamente al derecho de competencia. Existen distintas normas cuyo propósito es suprimir las prácticas desleales en el comercio, sin embargo, se encuentran dispersas en distintos ordenamientos jurídicos, resultando en lagunas de desprotección. Como conclusión, tanto los competidores leales como los consumidores en general se verían beneficiados por una ley de aplicación general en esta materia.

Palabras clave: competencia desleal – competencia – libre competencia – propiedad industrial -

Abstract: This work analyzes Mexican laws in relation to unfair competition. These laws are created at the light of intellectual property laws but should correspond specifically to trade law. There are several laws whose purpose is suppress unfair practices in business. However, they are scattered throughout different laws and regulation, resulting in legal loopholes and unprotection. In conclusion, fair competitors and consumers in general would benefit from a law of general application in this subject matter.

Keywords: unfair competition – competition - free competition - intellectual property

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo se llevará un análisis jurídico acerca de la materia de competencia desleal en México. La competencia desleal es una práctica comercial que afecta a negocios competidores y a los consumidores en general. Esta forma de competencia puede involucrar el uso de tácticas no éticas para obtener una ventaja sobre los competidores, afectándolos a ellos y a los consumidores en general. La competencia desleal es ilegal en la mayoría de los países y puede llevar a consecuencias civiles, administrativas o penales. Sin un marco legal integral enfocado en asegurar los usos honestos en el comercio, la actividad comercial en el mercado se enfrenta con el riesgo de que competidores sin escrúpulos tomen ventaja tanto de otros competidores como de los consumidores.

El objetivo de la investigación es analizar la legislación en materia de competencia desleal y determinar el nivel de protección que existe actualmente con esta materia para poder así concluir si las disposiciones jurídicas en esta materia otorgan una protección a la actividad en el mercado.

Para efectos de este trabajo me limitaré al estudio de la regulación en materia de competencia desleal como necesidad de nuestro país para crear las condiciones ideales regulatorias en el mercado para impulsar el desarrollo económico y la igualdad de condiciones para los competidores en el mercado.

La regulación en contra de la competencia desleal tiene el propósito de asegurar los usos honestos en el comercio.

Los objetivos específicos son analizar las normas actuales, analizar si existe algún tipo de coordinación entre ellas, analizar las sanciones existentes para los actos de competencia desleal, llevar a cabo un análisis de cómo se aborda este concepto en otros países para poder finalmente concluir al respecto sobre la situación en México y las áreas de oportunidad que tiene nuestra legislación.

En México existen normas para prevenir la competencia desleal. Sin embargo, éstas se encuentran dispersas en distintos ordenamientos legales. El propósito de este trabajo es de evidenciar las disposiciones existentes en esta materia y analizar la conveniencia de contar con una ley de protección en contra de la competencia desleal integral. De este estudio se analizará inconsistencia que presenta la regulación mexicana en materia de competencia desleal, y

determinar si esta cuenta con dificultades para su análisis y comprensión y, por ende, en su aplicación.

El tema de investigación es relevante ya que, en un sistema de libre competencia, deben establecerse mecanismos de protección para procurar usos honestos y leales en el comercio. Esto beneficia tanto a los negocios competidores como a los consumidores. La materia de competencia desleal es referida comúnmente como el “*fair play*” en el comercio. Constituye reglas básicas de actos a evitar y recursos para consumidores y competidores afectados.

No basta con crear condiciones de mercado que permitan la competencia libre sino que es necesario que existan mecanismos de protección para ejercerse en caso de incumplimientos. Por esa razón, el presente trabajo busca enfocarse, a nivel general, en el contenido de la regulación en contra de la competencia desleal que es necesaria en nuestro país.

Para cumplir con el objetivo, en el Capítulo I titulado “Competencia Desleal” iniciaremos por exponer y definir el concepto de competencia desleal en sentido amplio.

Subsecuentemente, en el Capítulo II titulado “Marco Jurídico de la Competencia Desleal” se analizarán de manera general las disposiciones legales de la materia a la luz tanto del derecho internacional como del derecho mexicano.

Después, en el Capítulo III titulado “Legislación Mexicana en contra de los Principales Actos de la Competencia Desleal” se atenderá al estudio de la obligación de llevar a cabo la incorporación y adaptación de las figuras del Convenio a la legislación mexicana. Específicamente, esta figura se encuentra regulada dentro del sistema de propiedad industrial. A través del presente trabajo se buscará probar las deficiencias e inconsistencias de este tipo de regulación con la intención de evidenciar la situación de desprotección regulatoria en contra de actos desleales que se presenta en la legislación mexicana.

Más adelante, en el Capítulo IV titulado “Disposiciones Legales Complementarias en Materia de Competencia Desleal” se abordarán las distintas leyes que contemplan supuestos de competencia desleal fuera de la materia de propiedad industrial.

Acto seguido, en el Capítulo V titulado “Cómo Legislar la Competencia Desleal y Ejemplos” contiene un breve análisis acerca del enfoque que han dado distintos países a la implementación de regulación en contra de la competencia desleal.

Subsecuentemente, en el Capítulo VI titulado “¿Cómo Regular la Materia de Competencia Desleal en México?”, se analizan precedentes del derecho comparado como lo es la Ley Española en la materia con la finalidad de analizar un precedente efectivo en otro país, y establecer un ejemplo de cómo podría regularse esta materia en nuestro país.

Por último, el Capítulo VII llamado “Crítica al Sistema Disperso de Leyes en Contra de la Competencia Desleal” lleva a cabo un juicio con respecto a la protección actual de las distintas normas jurídicas de competencia desleal que se encuentran dispersas por distintos ordenamientos jurídicos en nuestro país.

Las prácticas desleales en el comercio, tales como la publicidad falsa, precios engañosos, y precios depredadores, pueden darse comúnmente y dificultan que los negocios honestos puedan competir, al encontrarse con un mercado sin reglas justas para todos. Igualmente, los consumidores pueden ser engañados por la publicidad falsa o que induce al error.

Adicionalmente, sin una ley de competencia desleal con reglas claras y consecuencias determinadas, los negocios y los consumidores afectados no cuentan con recursos para hacer valer sus derechos en contra de los competidores involucrados en actividades injustas o ilegales.

Por la extensión del tema sería imposible abordar cabalmente la extensión de legislación propuesta en la materia, sin embargo, propondré consideraciones generales que una ley de competencia desleal deberá tener, incluyendo los principales actos de competencia desleal que deberán ser reprimidos y las acciones en contra de actos desleales que deberán ser reguladas.

Finalmente, se concluirá acerca de la necesidad de regular en materia de competencia desleal en México.

Capítulo I

COMPETENCIA DESLEAL

“La competencia es reconocida por muchos economistas y profesionales como un medio o camino idóneo para alcanzar objetivos eficientes, como precios justos, o una óptima asignación de recursos. La competencia es un proceso dinámico en el que intervienen tanto consumidores como productores y que permite disciplinar las acciones de dichos agentes¹”.

El presente capítulo tiene como propósito exponer qué es la competencia desleal con la finalidad de definirla para efectos de este trabajo.

A. ¿QUÉ ES LA COMPETENCIA DESLEAL?

El concepto de competencia desleal se refiere a una serie de prácticas consideradas desleales o engañosas en el mercado concurrencial. Generalmente involucra actos que causan daños económicos a los competidores a través de engañar a los consumidores o de crear confusión con respecto a un producto o un servicio que ellos ofrecen.

El modelo económico de libre mercado permite la libre competencia entre empresas comerciales e industriales con los límites predeterminados dentro del sistema normativo. La libre competencia es considerada la mejor manera de satisfacer la oferta y demanda en la economía y servir los intereses tanto de la economía global como los del consumidor². No obstante, la existencia de libre competencia en los mercados crea las condiciones para que la competencia desleal ocurra³.

En los actos desleales de la competencia se ven afectados tanto el competidor leal como el público consumidor en general. César Sepúlveda analizó la represión de la competencia desleal desde dos puntos de vista. Primeramente, desde el punto de vista de los competidores, para proteger

¹ Citado en: Carpio, Miguel. **La Competencia Desleal y sus efectos sobre la dinámica del mercado**. Documento publicado por la Superintendencia para la Promoción y Protección de la Libre Competencia, Caracas, 2001. (p. 8).

² Loc. Cit.

³ World International Property Organization (WIPO). “*WIPO Intellectual Property Handbook: Policy, Law and Use*”. Disponible en línea: **WIPO** <http://www.wipo.int/export/sites/www/freepublications/en/intproperty/489/wipo_pub_489.pdf> (Consulta: Abril 7, 2023).

los derechos de las personas o empresas frente a establecimientos rivales, y desde el punto de vista estatal, para garantizar que los consumidores no sean víctimas de engaños ni fraudes⁴.

Para poder realizar un análisis de la competencia desleal, es importante comenzar por analizar dicho concepto.

B. DEFINICIÓN DE COMPETENCIA DESLEAL

En el sentido más amplio, la legislación en materia de competencia puede ser definida como “*todos los instrumentos legales con la finalidad de acercarse continuamente a los actos de los competidores en un entorno constantemente cambiante para establecer valores eje predeterminados*”⁵. La legislación en materia de competencia, entonces, constituye la norma que dicta el comportamiento del mercado.

Para Frisch Philipp, la competencia debe cumplir con tres elementos que integran su concepto: los competidores, la mercancía y la clientela.

Para efectos de determinar el contenido y la aplicación de la regulación en contra de la competencia desleal, es importante definir el concepto de competidor. Para Frisch Phillip, competidor es “*el sujeto, persona física o moral que realiza una actividad económica independiente frente a otra persona física o moral, que también realiza una actividad económica independiente, en relación tal, que pueda beneficiar su propia actividad o la de un tercero en detrimento de la actividad del segundo*”⁶.

No obstante lo anterior, para efectos legales, el concepto de competencia puede ser definido en relaciones habituales y en situaciones singulares. En situaciones habituales, la competencia puede ser considerada la relación entre sujetos, personas físicas o morales que ejercen actividades económicas en forma independiente, por medio de venta de mercancías o prestación de servicios similares, con relación a una clientela también similar, de modo que puedan resultar repercusiones entre dichos sujetos, a causa del ejercicio de sus actividades en tal forma que pueda beneficiarse la actividad de otro⁷.

⁴ Sepúlveda, César. **El Sistema Mexicano de la Propiedad Industrial**. México, Impresiones Modernas, 1955. (p. 162)

⁵ Loc. Cit.

⁶ Frisch Philipp, Walter. **Competencia Desleal**. 2ª ed. México, Oxford, 1999. (p. 5).

⁷ Frisch Phillip, Walter. Ob. Cit. (p. 6)

Sin embargo, la competencia puede resultar por causas distintas a las anteriormente señaladas, como por ejemplo similitud en mercancía y en clientela. Esta relación puede presentarse en forma directa o indirecta⁸.

Por otro lado, la clientela está integrada por consumidores potenciales de bienes o de servicios ofrecidos por los competidores⁹. En consecuencia, la semejanza de dos tipos de mercancía no es suficiente para hablar de competencia, puesto que faltaría un requisito esencial para configurarla, la clientela¹⁰.

Es importante enfatizar el concepto de “consumidores potenciales” mencionado anteriormente puesto que no requiere que efectivamente el sujeto sea un consumidor, si no con meramente ser potencialmente un consumidor constituye se le considera parte de la clientela.

Finalmente, la mercancía es el bien o servicio que los competidores ofrecen, prestan o anuncian a la clientela¹¹.

Ahora bien, es importante definir los elementos que determinan el carácter de desleal la competencia con el propósito de determinar los fines de una regulación que busque prohibir la competencia desleal. Dichos fines se lograrán solamente si se define la deslealtad en un sentido general como objeto de prohibición por normas absolutamente generales contra la competencia desleal¹².

A grandes rasgos, todo acto de competencia se considera desleal si es contrario a los usos honestos en materia industrial o comercial.

Becerra Acevedo¹³ intenta abordar dicho problema conceptual al otorgarle un significado lingüístico a la palabra “leal”. Siguiendo el método empleado por dicho autor, es necesario partir de la definición del *Diccionario de la Real Academia Española*, el cual establece que ser leal es “*ser fidedigno, verídico y fiel en el trato o en el desempeño de un oficio o cargo*¹⁴”. En el caso

⁸ Loc. Cit.

⁹ Loc. Cit.

¹⁰ Frisch Phillip, Walter. Ob. Cit. (p. 5)

¹¹ Loc. Cit.

¹² Frisch Philipp, Walter. Ob. Cit. (p. 10).

¹³ Loc Cit.

¹⁴ Real Academia Española. **Diccionario de la Lengua Española**. Disponible en línea: <<http://www.rae.es>> (Consulta: 7 de abril de 2023).

concreto, dicho oficio es el ofrecimiento de bienes y servicios en el mercado. Por tanto, la lealtad requiere

“sujeción a lo que exigen las leyes de la fidelidad y el honor; debiendo repararse en que esa conformidad de la conducta con la verdad, la honorabilidad y la honradez, cuando se trata de una actuación concurrencial, hace relación a dos términos inseparables, que son, de un lado, los demás oferentes, o competidores y, de otro, la clientela que les compra, es decir los consumidores¹⁵”.

Si en general actuar deslealmente en la competencia es desarrollar la actividad concurrencial de manera contraria a los usos y costumbres, es necesario determinar cuáles actos encajan en dicha categoría.

Al respecto, Miguel Arroyo Ramírez define los usos como el *“hábito adquirido por la repetición de actos de la misma especie, fuente principal de derecho”*. Por otra parte, García Máñez define los convencionalismos como *“manifestaciones de prácticas colectivas a las que la sociedad les atribuye fuerza vinculante¹⁶”*.

Por su parte, Góngora Pimentel expone los elementos constitutivos de la costumbre, al establecer que existe un requisito material u otro objetivo denominado como *inveterata consuetudo* y se define como la repetición constante y generalizada de un hecho; y otro elemento que es de naturaleza psicológica y se le conoce como *opinio iuris atque necessitatis*, que se traduce en el sentido de que ese hecho de repetición constante y generalizado debe tener cierta convicción de que es jurídicamente obligatorio para una colectividad de personas¹⁷.

Los dos elementos anteriormente mencionados son requisito para que la costumbre sea considerada como fuente de derecho, la cual en materia mercantil es fuente autónoma, ya que no se necesita del reconocimiento del legislador para que su aplicación sea obligatoria.

En cuanto a la materia civil, el artículo 10 del Código Civil Federal establece que contra la observancia de la ley no puede alegarse desuso, costumbre o práctica en contrario, también se

¹⁵ Becerra Acevedo, Hugo E. *“Supuestos de Competencia Desleal en Propiedad Industrial”*. Disponible en línea: **Instituto de Investigaciones Jurídicas de la Universidad Nacional Autónoma de México.** <<http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/6/2634/12.pdf>> (Consulta: Abril 7, 2023). p. 204

¹⁶ García Máñez, Eduardo. **Introducción al Estudio del Derecho**. 7ª ed. México, Porrúa, 1957/2004. (p. 221).

¹⁷ Góngora Pimentel, Genaro. *Introducción al estudio del Juicio de Amparo*, México, Porrúa, 1990. (p. 137 y siguientes) citado en Jalife Daher, Mauricio, (p. 17).

interpreta dicho precepto a *contrario sensu*, infiriéndose que cuando la costumbre no contraviene la ley, su observancia es obligatoria, independientemente de que exista o no una disposición legal que lo manifieste expresamente. Y aún sin esa interpretación, en materia mercantil existen normas legales que en forma expresa autorizan la aplicación de la costumbre o usos mercantiles como fuente supletoria.

Ejemplo de lo anterior es la fracción III del Artículo 2 de la Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito (D.O.F. Agosto 27, 1932), el cual establece que los actos y las operaciones en materia mercantil se rigen, entre otras fuentes, por los usos bancarios y mercantiles.

Existe una distinción entre los usos y la costumbre. La costumbre es una práctica más o menos reiterada y constante de ciertos actos. Por otra parte, los usos son

“prácticas, generales unas, otras locales o profesionales, que concurren de un modo tácito e la formación de los actos jurídicos, especialmente los contratos, y que, en virtud del principio de la autonomía de la voluntad, se sobrentienden en todos esos actos, inclusive, con algunas reservas, en los de carácter solemne, para interpretar o completar la voluntad de las partes¹⁸”.

Es importante mencionar que *“los usos sirven para completar o interpretar la voluntad de las partes sólo en cuanto se estima que han querido libremente acogerse a ellos¹⁹”*. Por lo tanto, *“los usos no pueden aplicarse cuando las partes han manifestado una voluntad diversa²⁰”*.

En una tesis aislada se menciona que *“el concepto de buenas costumbres ha sido interpretado por la doctrina como principios deducibles de normas que son aceptadas por el sentimiento jurídico de una comunidad²¹”*. El mismo criterio establece que para que la competencia desleal sea sancionable como infracción administrativa, es indispensable que dicha conducta cause o induzca al público a confusión, engaño o error en relación con el producto que requiere o con el establecimiento que lo ofrece²².

De lo anterior podemos deducir que la noción de deslealtad en el ejercicio de la competencia alude a la irregularidad de la conducta del competidor, juzgada a la luz de lo que es

¹⁸ García Maynez 2009 p. 65

¹⁹ P. 66

²⁰ Loc. Cit.

²¹ **Marcas. Competencia desleal. Requisitos para que se actualice la infracción administrativa prevista en la Ley de Invenciones y Marcas.** Tesis Aislada. Amparo en revisión. Tribunal Colegiado de Circuito. (SJF: 8ª época, T VII, Junio de 1991, p. 320). Disponible en línea: SCJN <ius.scjn.gob.mx> Registro 222570. (Consulta: Abril 10, 2023).

²² Loc. Cit.

considerado honesto, según los parámetros comerciales y sociales en un determinado tiempo y espacio.

Por otra parte, con base en el concepto manejado por la legislación mexicana respecto a las contravenciones a las buenas costumbres que originan el carácter ilícito de la actividad empresarial, se requiere que sean definidas “las buenas costumbres”.

Para tal objeto hay dos posibilidades: “*la primera es que se apliquen, como base, principios o normas éticas, o bien que sirva de principios deducidos exclusivamente del derecho positivo*”²³.

“*La noción de deslealtad en la competencia, no deja de tener ese fondo moral común a muchas de sus manifestaciones, sin embargo, es una noción relativa: a la época, al país y al estamento social que consideramos*”²⁴. Por esta razón, me permitiré estudiar el carácter desleal de la competencia específicamente en la legislación mexicana en los capítulos siguientes.

Aunado a lo anterior, pareciera que el carácter desleal de un acto competitivo recaería en que fuera contrario a los usos y costumbres en materia mercantil.

Arroyo Ramírez define la costumbre, en sentido amplio, como el hábito adquirido por la repetición de actos de la misma especie²⁵. En el ámbito jurídico ésta ha sido considerada una de las fuentes principales de derecho en los ordenamientos de la familia romano germánica²⁶. A su vez, García Máynez afirma que los convencionalismos son manifestaciones de prácticas colectivas a las que la sociedad les atribuye fuerza vinculante²⁷.

Es relevante mencionar que “*el derecho no es una institución legendaria e intocable, sino un ente vivo que se enriquece cotidianamente*”²⁸. Por lo tanto, los usos que se consideran costumbre en materia comercial forman parte de nuestro sistema legal y se actualizan de conformidad con los actos que los comerciantes llevan a cabo de forma regular.

Tomando en cuenta que el derecho es cambiante conforme cambia la sociedad, existe una dificultad de señalar puntualmente los actos que constituyen competencia desleal. Sería imposible

²³ Becerra Acevedo, Hugo E. **Supuestos de Competencia Desleal en Propiedad Industrial**. Instituto de Investigaciones Jurídicas de la Universidad Nacional Autónoma de México. Disponible en línea <<http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/6/2634/12.pdf>>. (Consulta: Abril 7, 2023).

²⁴ Loc. Cit.

²⁵ Jalife Daher, Mauricio. Ob Cit. (p. 17)

²⁶ Loc. Cit.

²⁷ García Máynez, Eduardo. Introducción al Estudio del Derecho. México, Porrúa, 1959/2009. (p. 221).

²⁸ Jalife Daher, Mauricio. Ob. Cit. (p. 17).

prever específicamente cada una de las conductas humanas que puedan considerarse competencia desleal. Además, nos veríamos en necesidad de aumentar dicho análisis de tiempo en tiempo, conforme nuevas prácticas de negocios surgen (ejemplo: *marketing* digital, redes sociales, influencia de tecnología en negocios, etc.). Por ende, resultaría difícil definir el concepto de competencia desleal de manera específica.

En el próximo capítulo veremos que incluso la Ley Federal de la Protección a la Propiedad Industrial enuncia de modo ejemplificativo las conductas más usuales que podrían constituir competencia desleal, dejando una cláusula general con el objeto de incluir todas las demás conductas que por su peculiaridad o por el desarrollo de la actividad económica no quedaran incluidas en los supuestos particulares ejemplificados.

Al respecto, Becerra Acevedo menciona que el concepto de competencia desleal “*alude a la irregularidad de la conducta del competidor, juzgada a la luz de lo que se acostumbra, de lo usual y permisible, según una concepción social determinada, sin perjuicio de que forme parte de su contenido universalmente reprobado la maniobra fraudulenta, la conducta equívoca que implica engaño, cuyas manifestaciones más salientes asumen modalidades distintas en cada momento*”²⁹.

Subsecuentemente menciona Becerra Acevedo que se califica como desleal “*a la actividad concurrencial encaminada a la captación de clientes, que se desarrolla mediante maniobras y maquinaciones o a través de formas y medios que la conciencia social reprueba como contrarios a la moral comercial, dentro de la concepción representada por la costumbre y por el uso*”³⁰.

Con base en lo expuesto y analizado anteriormente, y para efectos de este trabajo, se podría definir la competencia desleal como:

*“Todo acto o hecho que se realice en el mercado con fines concurrenciales, cuando resulte contrario a las sanas costumbres mercantiles, al principio de la buena fe comercial, a los usos honestos en materia industrial o comercial, o bien cuando esté encaminado a afectar o que afecte la libertad de decisión del comprador o consumidor, o en el funcionamiento concurrencial del mercado”*³¹.

²⁹ Becerra Acevedo, Hugo E. Ob Cit. (p. 205).

³⁰ Becerra Acevedo, Hugo E. Ob Cit. (p. 206).

³¹ Remolina Angarita, Nelson. **Competencia Desleal en Colombia**. National Law Center for Inter-American Free Trade, 1996. (p. 43).

Adaptando la definición anterior al lenguaje contemplado por las leyes mexicanas, se podrá definir la competencia desleal como todo acto que se realice en el mercado con fines concurrenciales cuando resulte contrario a las costumbres mercantiles, a los usos honestos en materia mercantil o comercial, al principio de buena fe comercial o bien cuando esté encaminado a afectar o que afecte la libertad de decisión del comprador o consumidor, o el funcionamiento concurrencial del mercado.

Capítulo II

MARCO JURÍDICO DE LA COMPETENCIA DESLEAL

El presente capítulo tiene como propósito adentrarse en el concepto de competencia desleal a la luz del Derecho Internacional y del Derecho Mexicano, de manera general.

A. CONFORME A DERECHO INTERNACIONAL

1. Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial

Las normas internacionales en contra de la competencia desleal surgen en el marco de la propiedad industrial, con la creación del Convenio de París para la Protección de los Derechos de Propiedad Industrial. Este tratado internacional, que fue firmado en 1883, ha tenido distintas revisiones desde su creación. A pesar de que el tratado original se enfocaba en la protección de la propiedad industrial, revisiones subsecuentes han ampliado su alcance.

El Convenio de París otorga un marco para la protección y aplicación de los derechos de propiedad industrial, incluyendo medidas para prevenir y abordar los actos de competencia desleal.

El concepto de competencia desleal se incorporó en la Revisión de Bruselas de 1900 por la evidente necesidad implementar políticas para proteger los derechos de propiedad intelectual, y más allá, prohibir actos de competencia deshonestos.

A pesar de que la competencia desleal no es el eje principal del Convenio de París, disposiciones relativas a dicho concepto fueron incluidas como medio de protección y tutela de los derechos de propiedad intelectual.

El artículo 1º del Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial se establece que la competencia desleal, junto con las patentes, los modelos de utilidad, los diseños industriales, las marcas, los nombres comerciales y las indicaciones y denominaciones de origen son objeto de la protección de la propiedad industrial.

El Convenio de París es el único instrumento que regula las leyes de competencia desleal a nivel internacional³². En la Revisión de Bruselas al Convenio en 1900, se manifestó la necesidad de incluir el artículo 10 Bis al instrumento, el cual a la letra establece lo siguiente:

“Competencia desleal

- 1) Los países de la Unión están obligados a asegurar a los nacionales de los países de la Unión una protección eficaz contra la competencia desleal.*
- 2) Constituye acto de competencia desleal todo acto de competencia contrario a los usos honestos en materia industrial o comercial.*
- 3) En particular deberán prohibirse:*
 - i. Cualquier acto capaz de crear una confusión, por cualquier medio que sea, respecto del establecimiento, los productos o la actividad industrial o comercial de un competidor;*
 - ii. Las aseveraciones falsas, en el ejercicio del comercio, capaces de desacreditar el establecimiento, los productos o la actividad industrial o comercial de un competidor;*
 - iii. Las indicaciones o aseveraciones cuyo empleo, en el ejercicio del comercio, pudieren inducir al público al error, sobre la naturaleza, el modo de fabricación, las características, la aptitud en el empleo o la cantidad de los productos.”*

El artículo anteriormente citado establece tres casos que deben ser prohibidos en lo particular. Sin embargo *“estos ejemplos no deben ser vistos como exhaustivos, sino como la protección mínima que debe ser otorgada por todos los Estados miembro^{33”}*.

El carácter desleal de la competencia es un concepto que varía en tiempo y en espacio. Lo que se ha de entender por competencia debe ser determinado en cada país de conformidad con sus propios conceptos. Igualmente, cada país tiene sus propios usos y costumbres considerados honestos y estándares en la actividad de su propio mercado. Por lo mismo es importante que cada país regule y adapte las actividades desleales de la competencia para cumplir con los fines del Convenio de París.

Además de definir la competencia desleal, el Convenio delimita actos que en lo particular deben prohibirse. Estos actos son (i) los que creen confusión, (ii) los que desacrediten a un

³² Hilty, Reto M., Henning-Bodewig, Frauke. **Law Against Unfair Competition: Towards a New Paradigm in Europe?** MPI Studies on Intellectual Property, Competition and Tax Law 1. Max Planck Institute for Intellectual Property Competition and Tax Law. Alemania, Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 2007.

³³World Intellectual Property Organization (WIPO). Ob. Cit.

competidor por medio de la utilización de aseveraciones falsas y (iii) aquellos que induzcan al público al error.

De conformidad con el Convenio de París, existe una obligación por parte de los países miembros de asegurar una protección eficaz en contra de la competencia desleal. A pesar de que no se encuentren obligados a crear una ley especial en la materia, los firmantes del tratado deben otorgar salvaguardias efectivas en contra de todos los actos “*contrarios a prácticas honestas en el comercio*”³⁴. La mencionada protección eficaz debe incluir medidas que permitan proceder judicialmente o ante las autoridades administrativas, para la represión de los actos previstos en el Artículo 10 Bis, según la fracción 2) del artículo 10 Ter del Convenio.

Mantilla Molina habla acerca de dos dificultades en una definición de competencia desleal semejante a la del artículo 10 Bis del Convenio de París, a causa de su “*extremada vaguedad y de la excesiva remisión al criterio del juzgador para calificar de desleal la actuación del competidor*”³⁵. Sin embargo, añade el autor que tales conductas pueden ofrecer una variedad tan amplia de manifestaciones, que sería imposible encuadrarlas en específicas normas represivas “*por lo que el legislador ha tenido que echar mano de una fórmula que pretende abarcarlas en su totalidad*”³⁶.

Es importante señalar que, al tratarse de un instrumento internacional, la creación de una norma general absoluta contra la competencia desleal y la enumeración de casos enunciativos en relación con la definición general de la deslealtad se hace para producir esa vaguedad³⁷. Corresponde a cada país adaptar esa disposición general a las circunstancias y entendimiento de su mercado y comercio, respetando los actos que se enuncian como desleales.

Al crear un mecanismo de protección en contra de la competencia desleal, cada país determina por sí mismo qué actos se consideran de esta clase, sin embargo, debe cumplir con los párrafos 2) y 3) del artículo 10 Bis del Convenio³⁸. Los países pueden extender la noción de competencia desleal a actos que no sean competitivos en sentido estricto, es decir, “*que no se cometen dentro de la misma rama de la industria o del comercio, pero con las cuales se*

³⁴ Loc. Cit.

³⁵ Mantilla Molina, Roberto Luis. **Derecho Mercantil**. 11ª ed. México, Porrúa, 1970. (p. 147).

³⁶ Loc. Cit.

³⁷ Frisch Philipp, Walter. Ídem. (p. 138).

³⁸ Otero Muñoz, Ignacio y Ortiz Bahena, Miguel Ángel. **Propiedad Intelectual: Simetrías y Asimetrías entre el Derecho de Autor y la Propiedad Industrial. El Caso de México**. México, Porrúa, 2011. (pp. 51-52)

*aprovecharía indebidamente una reputación establecida en otra rama de la industria o del comercio*³⁹”.

Cada país ha adaptado sus leyes especiales en materia de competencia desleal con sus propios términos y definiciones, buscando darle conceptos específicos a la competencia leal, tales como “prácticas honestas de comercio”, como es el caso de Bélgica y Luxemburgo, “el principio de buena fe” como lo han adaptado España y Suiza, “buena moral”, como se ha establecido en Alemania, Grecia y Polonia, y “rectitud profesional” como lo ha determinado Italia⁴⁰. A falta de legislación específica, las cortes de países como los Estados Unidos de América han utilizado conceptos para definir a la competencia leal como “los principios de honestidad y comercio justo” o “la moral del mercado”⁴¹.

Al describir actos de competencia desleal como contrarios a los “usos honestos en materia de comercio” y a la “buena fe”, entre otros, no crea un estándar universal, aceptado y estandarizado del comportamiento. El estándar de “leal” y “honesto” en materia de competencia es un reflejo de los conceptos sociológicos, económicos, morales y éticos en una sociedad y varía de país en país (y, a veces, en zonas dentro de un país)⁴². Inclusive estos estándares pueden cambiar con el tiempo.

Lo anterior no significa que no pueda englobarse la competencia desleal con una definición general como se ha hecho en el Convenio de París y la mayoría de los países firmantes. El común denominador de los actos de competencia desleal es la intención por parte de un emprendedor de ser exitoso en la competencia sin basarse en los logros propios de sus productos o servicios (como lo son el precio o la calidad), sino por tomar ventaja indebida sobre el trabajo de otros o influyendo a la demanda del consumidor con aseveraciones falsas o engañosas⁴³.

2. Acuerdo sobre los aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC).

³⁹ Loc. Cit.

⁴⁰ World Intellectual Property Organization (WIPO). “*WIPO Intellectual Property Handbook: Policy, Law and Use*”. Disponible en línea: **WIPO** <http://www.wipo.int/export/sites/www/freepublications/en/intproperty/489/wipo_pub_489.pdf> (Consulta: Abril 19, 2023). (p. 136).

⁴¹ Loc. Cit.

⁴² Loc. Cit.

⁴³ Loc. Cit.

A pesar de que el Convenio de París representa los primeros cimientos hacia un sistema uniforme para la represión de la competencia desleal, el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio (“ADPIC”) establece normas mínimas de protección, observancia, principios, disposiciones para la adquisición y mantenimiento de los derechos de propiedad intelectual, así como un mecanismo de prevención y solución de diferencias. Este Acuerdo es el Anexo 1C del Acuerdo de Marrakech por el que se establece la Organización Mundial del Comercio (“OMC”) y se integra por los miembros de dicha organización⁴⁴.

Bajo ADPIC, los países miembros deben establecer marcos legales y mecanismos de aplicación para prevenir y para abordar la competencia desleal. Esto incluye prohibir actos de competencia desleal tales como infringir marcas, publicidad falsa, la apropiación indebida de secretos industriales y otras prácticas comerciales engañosas.

El objetivo fundamental de ADPIC es *“fomentar una protección eficaz y adecuada de los derechos de propiedad industrial y de velar por que las medidas y procedimientos destinados a hacer respetar que dichos derechos no se conviertan a su vez en obstáculos al comercio legítimo”*. Este propósito está directamente ligado con la prohibición de las prácticas que encuadre en competencia desleal y la necesidad de la regulación específica en dicha materia.

Cabe mencionar que México es un país miembro de la OMC desde 1995 y es parte de los firmantes originales de ADPIC.

Como país miembro de ADPIC, México ha implementado internamente marcos legales y mecanismos de aplicación para proteger los derechos de propiedad industrial, incluyendo medidas para prevenir y abordar los actos de competencia desleal. Esto incluye acciones civiles y penales por infringir propiedad industrial y medidas para prevenir la importación de piratería.

3. Precedentes de Derecho Comparado

Como se mencionó anteriormente, los Estados miembro deben implementar reglas para otorgar protección en contra de la competencia desleal. La forma en la cual lo pueden implementar

⁴⁴ Jalife Daher, Mauricio. **Competencia Desleal: Régimen Jurídico Mexicano**. México, Porrúa, 2008. (p. 84).

corresponde a los legisladores de cada país y depende del tipo de sistema jurídico que cada país tenga.

En el Capítulo V se analizará específicamente la manera en que distintos países han implementado leyes para la protección en contra de la competencia desleal.

B. CONFORME A DERECHO MEXICANO

1. Constitución Mexicana

La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (D.O.F. Febrero 5, 1917/Noviembre 18, 2022) contempla los principios de libertad de empresa y de comercio, así como el principio de libertad de competencia.

Por concepto de libertad de competencia se entiende la facultad de los particulares a iniciar y desarrollar ocupaciones económicamente independientes de cualquier contenido, a objeto de obtener ingresos⁴⁵. Ésta tiene por objeto el derecho de que la actividad empresarial de los particulares pueda efectuarse con fines competitivos, sin que esta pueda ser impedida ni por el Estado ni por los particulares⁴⁶.

Se debe entender como competencia *“la relación entre sujetos, personas físicas o morales que ejercen actividades económicas en forma independiente, por medio de producción o comercialización de bienes o prestación de servicios similares, de modo que puedan resultar repercusiones entre dichos sujetos, a causa del ejercicio de sus actividades en tal forma que pueda beneficiarse la actividad de un sujeto de la actividad de otro”*⁴⁷.

Nuestro sistema jurídico proclama la libertad de comercio y la libertad de ejercicio del trabajo y de la industria como derechos esenciales para todo individuo, de conformidad con el artículo 5, el cual a letra establece:

“A ninguna persona podrá impedirse que se dedique a la profesión, industria, comercio o trabajo que le acomode, siendo lícitos. El ejercicio de esta libertad sólo podrá vedarse por determinación judicial, cuando se ataquen los derechos de tercero, o por resolución gubernativa, dictada en los términos que

⁴⁵ Ginebra Serrabou, Xavier. **Análisis de la Ley Española de Competencia Desleal y Propuesta para una Regulación del Fenómeno en México**. Disponible en línea: Universidad Panamericana < <https://scripta.up.edu.mx/handle/20.500.12552/1522>>. (Consulta: Mayo 1, 2023). (p. 2).

⁴⁶ Loc. Cit.

⁴⁷ Frisch Philipp, Walter y Mancebo Muriel, Gerardo. **La Competencia Desleal**. Editorial Trillas, México, 1975. (p.177).

marque la ley, cuando se ofendan los derechos de la sociedad. Nadie puede ser privado del producto de su trabajo, sino por resolución judicial”.

Del artículo anterior, es claro que las personas son libres de ejercer cualquier profesión, industria, comercio o trabajo siempre y cuando éste sea lícito. Es decir, las personas son libres de ejercer el comercio siempre y cuando no sea ejercido de forma contraria a las leyes.

Por otra parte, el artículo 25 constitucional establece que

“corresponde al Estado la rectoría del desarrollo nacional para garantizar que éste sea integral y sustentable, que fortalezca la Soberanía de la Nación y su régimen democrático y que, mediante la competitividad, el fomento del crecimiento económico y el empleo y una más justa distribución del ingreso y la riqueza, permita el pleno ejercicio de la libertad y la dignidad de los individuos, grupos y clases sociales, cuya seguridad protege esta Constitución.”

Para efectos de la Constitución, el mismo artículo define a la competitividad como *“el conjunto de condiciones necesarias para generar un mayor crecimiento económico, promoviendo la inversión y la generación de empleo”*.

Igualmente, el artículo 28 de la misma Ley Suprema consagra la regulación en materia de competencia económica, *prohibiendo “los monopolios, las prácticas monopólicas, los estancos, las condonaciones de impuestos y las exenciones de impuestos en los términos y condiciones que fijan las leyes”*.

En virtud de lo anterior, es facultad y obligación del legislador establecer mecanismos precisos para impedir que tales principios sean vulnerados, entre otras cosas, por prácticas desleales susceptibles de perjudicar el funcionamiento concurrencial del mercado. Es necesario evitar que la libertad en el comercio dé lugar a abusos nocivos para el conjunto de los intereses que coinciden en el mercado mexicano.

Mediante la regulación de la competencia desleal se garantiza la libertad de competencia, puesto que se garantiza que la competencia se desarrolle de una forma leal⁴⁸ y se sancionan las conductas desleales en el mercado.

2. Legislación Mexicana en Materia de Competencia Desleal

En México existe regulación para prevenir la competencia desleal. Sin embargo, ésta se encuentra dispersa en distintos ordenamientos legales.

⁴⁸ Loc. Cit.

Algunos de los ordenamientos jurídicos que contemplan supuestos jurídicos en contra de la competencia desleal son (i) la Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial, (ii) el Código de Comercio, (iii) la Ley Federal de Competencia Económica, (iv) la Ley Federal de Protección al Consumidor, (v) la Ley de Comercio Exterior, entre otras. En los siguientes capítulos se realizará un análisis detallado del alcance de protección que contiene cada ordenamiento antes enlistado.

En los capítulos subsecuentes se llevará a cabo un análisis a profundidad acerca del alcance de las disposiciones jurídicas existentes en materia de competencia desleal en México.

Capítulo III

LEGISLACIÓN MEXICANA EN CONTRA DE LOS PRINCIPALES ACTOS DE COMPETENCIA DESLEAL

En el presente capítulo se estudiarán los supuestos previstos en el Convenio de París en la forma en que fueron integrados al derecho mexicano. Para realizar la labor se analizarán los tres supuestos en los cuales el artículo 10 Bis del Convenio de París obliga a los Estados miembros a regular: actos de confusión, actos o aseveraciones falsas que desacrediten al competidor e inducir al público al error.

Como se mencionó en capítulos anteriores, la protección en contra de la competencia desleal se originó a la luz del derecho de propiedad industrial. Sin embargo, es importante distinguir la diferencia entre proteger los derechos de propiedad industrial, como las patentes, marcas, dibujos industriales, por una parte, y la protección en contra de actos de competencia desleal por otra.

El Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (“IMPI”) es la autoridad administrativa en materia de propiedad industrial, el cual es un organismo descentralizado con personalidad jurídica y patrimonio propio que cuenta con las facultades otorgadas mediante el artículo 5 de la Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial. Entre sus facultades se encuentra el trámite y otorgamiento de patentes de invención, registros de modelos de utilidad, diseños industriales, marcas, entre otros. La fracción XXXIV de dicho artículo establece que corresponde al IMPI *“realizar las actividades necesarias para el debido cumplimiento de las leyes cuya aplicación le corresponden”*.

Los derechos de propiedad industrial derivan del otorgamiento, previa aplicación ante el IMPI, y confieren derechos exclusivos en relación con lo que los mismos protegen. Los principales derechos de propiedad industrial son las marcas, las patentes de invención, los modelos de utilidad, los diseños industriales y esquemas de trazado de circuitos integrados, los secretos industriales, las marcas, avisos y nombres comerciales, las denominaciones de origen e indicaciones geográficas.

Por otra parte, la protección en contra de la competencia desleal no se basa en el otorgamiento de un derecho de propiedad intelectual, si no en la consideración, ya sea contenida

en una provisión legislativa o reconocida como un principio general de derecho, de que actos contrarios a las costumbres y usos honestos en materia de comercio deben ser prohibidos⁴⁹.

A pesar de sus diferentes objetos, estos dos tipos de protección concurren en tanto a nivel nacional como internacional ya que, por medio de la defensa y tutela de los derechos de propiedad industrial se regula la represión de la competencia desleal. La OMPI considera que “*la noción de la competencia desleal constituye el complemento indispensable de toda regulación sobre los derechos de propiedad industrial*⁵⁰” para lograr su efectiva protección y el cumplimiento de sus fines.

Como se estudió en capítulos anteriores, el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial representa el origen del concepto de competencia desleal en el marco de la protección de los derechos en comento.

Los tres ejemplos en comento poseen un elemento en común: un intento (de un comerciante) obtener lucros o ventajas en el mercado basándose, no en sus logros propios, ni en calidad ni precio de su producto o servicio, sino beneficiándose de logros de terceros o influyendo en la demanda mediante el uso de aseveraciones falsas o engañosas.

El jurista David Rangel Medina considera que, con base en la técnica legislativa de competencia desleal, debe prevalecer la idea que la competencia desleal en el campo de la propiedad industrial consiste en la violación de derechos que no están protegidos de un modo expreso, concreto y específico, conforme a las reglas de los signos distintivos y las creaciones industriales. “*Está constituida por toda actividad que tienda a desviar la clientela por medio de maniobras que están en pugna con los usos y prácticas que imperan en materia industrial y comercial dentro de un marco de licitud y honradez*⁵¹”.

A. ACTOS DE CONFUSIÓN

El artículo 10 Bis 3 de la Convención de París obliga a los Estados miembros a prohibir todos los actos cuya naturaleza cree confusión, por cualquier medio posible, con el establecimiento, los bienes o las actividades industriales o comerciales de un competidor. El

⁴⁹ World International Property Organization (WIPO). Ob. Cit.

⁵⁰ Rangel Ortiz, Horacio. Ídem.

⁵¹ Rangel Medina, David. **Tratado de Derecho Marcario**. México, 1960.

alcance de este artículo es muy amplio por lo que se deben analizar las disposiciones específicas que lo introducen al derecho mexicano.

Tomando en cuenta los elementos del supuesto normativo, la intención de causar confusión no es relevante al momento de determinar si un acto constituye competencia desleal. Además, no es necesario que la confusión ocurra, ya que la posibilidad de confusión es suficiente para cometer un acto desleal. Asimismo, la protección en contra de la confusión no contiene límites de tiempo.

Es importante mencionar que este supuesto de competencia desleal no se debe limitar a los derechos de propiedad industrial tales como las patentes, marcas, secretos industriales, entre otros. La naturaleza de un derecho de propiedad industrial, como se ha venido mencionando, es otorgar al titular una ventaja competitiva y una protección sobre una creación única que lo distingue frente a sus competidores. Los mecanismos para proteger dichos derechos están claramente reflejados en las leyes correspondientes, como lo es la Ley Federal para la Protección a la Propiedad Industrial y la Ley Federal de Derecho de Autor, entre otras.

Ampliando lo mencionado en el párrafo anterior, daré un ejemplo en el caso de las marcas que bien pudiere aplicar a otros derechos de propiedad industrial.

Una marca tiene como finalidad el distinguir un producto o servicio en el mercado. *“La marca constituye un elemento de distinción que permite a los particulares elegir un determinado producto en vez de otro, confiando en la calidad que ampara su marca⁵²”*. Como la finalidad de una marca es de distinguirla frente a sus competidores, la Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial busca proteger los signos distintivos de la confusión. Si esto no se pudiera garantizar, las marcas perderían su intención de distinguir un producto o servicio y, por ende, su función característica frente al consumidor. Existe un procedimiento para prohibir esto y exigir que el imitador cese de ostentar la marca que sea similar en grado de confusión a la marca de un titular. Esto aplica para cualquier otro derecho de propiedad industrial e intelectual.

En ese contexto, se pueden considerar como actos de confusión, aquellos que dificultan la identificación o la diferenciación del empresario, de sus productos o prestaciones, por conllevar el riesgo de que el consumidor los asocie con la actividad, prestación o establecimiento de otro

⁵² Álvarez Soberanis, Jaime. **La Competencia Desleal en el Derecho de la Propiedad Industrial**. México, Jurídicas de la Universidad Nacional Autónoma de México.

empresario⁵³.

Para poder determinar el alcance de la protección que otorga el ordenamiento jurídico en comento, analizaremos la fracción II del artículo 386. Dicho artículo establece que son infracciones administrativas *“efectuar, en el ejercicio de actividades industriales o mercantiles, actos que causen o induzcan al público a confusión, error o engaño, por hacer creer o suponer infundadamente:”* y prosigue a enlistar dichos actos, los cuales analizaremos individualmente.

El primer supuesto es: *“a) La existencia de una relación o asociación entre un establecimiento y el de un tercero”*. Este se refiere a que una persona o negocio se ostente con una relación comercial, sin tenerla, tal como puede ser un distribuidor autorizado, un socio comercial, una asociación en participación, una sociedad, una relación contractual, entre otros.

El segundo supuesto es *“b) Que se fabriquen productos bajo especificaciones, licencias o autorización de un tercero”*. Es importante mencionar que este supuesto aplica específicamente a derechos de propiedad industrial ya que supone que un tercero cuenta con especificaciones, licencia o autorización para fabricar un producto determinado. Un ejemplo pudiera un negocio que fabrica un producto basado en un diseño industrial o modelo de utilidad que está registrado ante el IMPI y es propiedad de un tercero.

El tercer supuesto es *“c) Que se prestan servicios o se venden productos bajo autorización, licencias o especificaciones de un tercero”*. Este supuesto es similar al inciso anterior, sin embargo, corresponde a la prestación de un servicio o venta de un producto, no a su fabricación. Puede ejemplificarse mediante la venta de una obra sin contar con licencia o autorización de titular de dicha obra.

Finalmente, el cuarto supuesto es *“d) Que el producto de que se trate proviene de un territorio, región o localidad distinta al verdadero lugar de origen, de modo que induzca al público a error en cuanto al origen geográfico del producto”*. Para este supuesto, un ejemplo sería un negocio que realiza la importación zapatos de moda provenientes de China y los re-etiqueta para establecer que son *“Hechos en México”*. Además, utiliza dicha proveniencia de los productos como una fortaleza para sus labores de venta, promoviendo dicho producto *“nacional”*.

⁵³ Rangel Ortiz, Horacio. Ídem.

La fracción previamente citada encuadra diversos supuestos en los cuales inducir al público a confusión, error o engaño puede llevar a infracciones administrativas.

Por ejemplo, la fracción XVII del artículo 386 de la Ley en comento establece como infracción administrativa “*usar una marca parecida en grado de confusión a otra registrada, para amparar los mismos o similares productos o servicios que los protegidos por la registrada*”. Para determinar si una marca es o no similar en grado de confusión a otra, es necesario recurrir a lo dispuesto en el artículo 173 de la misma Ley, referente a las marcas no registrables. Este artículo contiene diversos supuestos dentro de los cuales no serán susceptibles de registrarse como marcas, como son, entre otros, los siguientes:

- I. Marcas semejantes en grado de confusión tanto a referencias geográficas, como se establece en la fracción X de dicho artículo,
- II. Los signos semejantes en grado de confusión a denominaciones de origen y similares de conformidad con lo dispuesto en la fracción XI del artículo en comento,
- III. los nombres de personas con prestigio, reconocimiento o fama que puedan crear un riesgo de asociación, inducir al error, confusión o engaño al público, salvo que se trate de dicha persona o cuente con consentimiento, según la fracción XIII del artículo en comento,
- IV. los nombres o denominaciones idénticos o semejantes en grado de confusión al título de una obra literaria o artística que puedan ser susceptibles de engañar al público o inducir a error por hacer creer infundadamente que existe alguna relación o asociación entre el que solicita el registro y la obra, salvo que lo autorice expresamente el titular, de conformidad con la fracción XIV del artículo en comento,
- V. Los signos semejantes en grado de confusión a una marca que el IMPI haya declarado o estime como notoriamente conocida en México, tal y como lo establece la fracción XVI del artículo citado, cuando la marca cuyo registro se solicita pudiese:
 - a) “*Crear confusión o un riesgo de asociación con el titular de la marca notoriamente conocida;*
 - b) *Constituir un aprovechamiento no autorizado por el titular de la marca notoriamente conocida;*

- c) Causar el desprestigio de la marca notoriamente conocida, o*
 - d) Diluir el carácter distintivo de la marca notoriamente conocida”*
- VI. Los signos idénticos o semejantes en grado de confusión a una marca que el Instituto estime o haya declarado famosa, conforme a lo establecido en la fracción XVII del artículo mencionado anteriormente, a menos que el solicitante sea el titular de la marca famosa.
- VII. Los signos idénticos o semejantes en grado de confusión, a una marca en trámite de registro presentada con anterioridad, o a una registrada y vigente, aplicada a los mismos o similares productos o servicios, a menos que sean registradas por el mismo titular, incluyendo aquéllos que sean idénticos a una marca registrada o en trámite del mismo titular, que distinga productos o servicios idénticos, como lo dispone la fracción XVIII del artículo previamente citado;
- VIII. Los signos que sean idénticos o semejantes en grado de confusión, a un nombre comercial aplicado a una empresa o a un establecimiento industrial, comercial o de servicios, cuyo giro preponderante sea la elaboración o venta de los productos o la prestación de los servicios que se pretendan amparar con la marca, y siempre que el nombre comercial haya sido usado con anterioridad a la fecha de presentación de la solicitud de registro de la marca o la de uso declarado de la misma. Lo anterior no será aplicable, cuando la solicitud de marca la presente el titular del nombre comercial, si no existe otro nombre comercial idéntico que haya sido publicado fracción XIX;
- IX. El nombre propio, apellido, apodo o apelativo de una persona física que sea idéntico o semejante en grado de confusión a una marca en trámite de registro presentada con anterioridad o a una registrada y vigente, o un nombre comercial publicado, aplicado a los mismos o similares productos o servicios, tal como lo establece la fracción XX del artículo antes citado;
- X. Los signos que reproduzcan o imiten denominaciones o elementos que hagan referencia a variedades vegetales protegidas, así como las razas de animales, que puedan causar confusión en el público consumidor respecto de los productos o servicios a distinguir, de conformidad con la fracción XXI del artículo en comento.

La intención de mencionar las marcas que no son sujetas a ser registradas ante el IMPI es para evidenciar que existe gran esfuerzo por parte del legislador para otorgar protección a nivel marcario para evitar la confusión de productos o servicios similares.

Al respecto se considera que los mismos criterios pueden emplearse para determinar si el uso de una marca invade la esfera jurídica de exclusividad que la ley otorga al titular de una marca registrada⁵⁴.

Para determinar cuándo existe semejanza entre dos marcas en grado de confusión, existe una jurisprudencia acerca de los parámetros para dicha evaluación. Se establece que, para efectuar un estudio de semejanza en grado de confusión entre marcas en conflicto, a efecto de determinar si pueden o no coexistir en el mercado, se observan los siguientes lineamientos:

- “1. La semejanza debe percibirse considerando la marca en su conjunto.*
- 2. La comparación debe hacerse en el conjunto de elementos, tomando en cuenta las semejanzas.*
- 3. la similitud debe apreciarse por imposición, lo que a un primer golpe de vista o sonido produce en el consumidor, es decir, viendo alternativamente las marcas en su integridad, signo y mensaje, pues se trata de advertir la impresión o información que evoca o produce en el consumidor promedio y no comparándolas una al lado de la otra, menos aún de los detalles descontextualizados ya que no es tal el impacto publicitario o percepción que el consumidor aprecie y obtenga de las marcas.*
- 4. la similitud debe apreciarse suponiendo que la confusión pueda sufrirla el consumidor promedio, y que preste la atención común y ordinaria⁵⁵”.*

Conforme lo establecido anteriormente, en el estudio de similitud debe analizarse el aspecto fonético, gráfico, ideológico y/o conceptual⁵⁶

Este criterio para determinar la similitud en grado de confusión puede ayudarnos a determinar si existe un acto de confusión en materia de competencia desleal.

Este es solo un ejemplo dentro del cual los actos de confusión en los derechos inherentes a la materia de propiedad industrial se encuentran previstos. Sin embargo, el estudio de este trabajo busca evidenciar que, para efectos de competencia desleal, existe una falta de legislación.

⁵⁴ Jalife Daher, Mauricio. Ob. Cit. (p. 81).

⁵⁵ **Marcas. Lineamientos para evaluar su semejanza en grado de confusión.** Jurisprudencia. Amparo directo. Tribunal Colegiado de Circuito. Clave I.4º.A. J/92. (SJF: 9ª época, T XXXIII, Mayo de 2011, p. 911). Disponible en línea: SCJN <ius.scjn.gob.mx> Registro 162089. (Consulta: Nov 20, 2013).

⁵⁶ Loc. Cit.

Existen muchos otros actos de confusión en materia de competencia que no son propios de la rama de propiedad industrial. Por ejemplo, utilizar un dominio de internet que sea similar o idéntico al de un competidor para causar confusión y redirigir el tráfico de un competidor hacia un sitio distinto.

Una práctica recurrente actual que considero recae en un supuesto de competencia desleal es la de pagar por publicidad en buscadores web (tales como Google Ads) con el propósito de que las personas que busquen algún negocio competidor, obtengan en los primeros resultados otro negocio que no es el buscado. En los Estados Unidos de América, no se ha logrado un consenso si el uso del *keyword advertising* (o publicidad de palabras clave) implica el uso de una marca⁵⁷.

Esto se ha convertido en una práctica común y sobrepasa la competencia del IMPI y el alcance de la aplicación de las normas para prevenir la confusión en temas de competencia contenidas en la Ley Federal de la Protección a la Propiedad Industrial.

Una categoría distinta a los actos de confusión es aquella que se manifiesta en la imagen comercial de un producto, servicio o establecimiento de un comerciante o prestador de servicios. . La imagen comercial o *trade dress* (cuya traducción literal es “vestimenta del negocio”) por su término utilizado en Estados Unidos, es esencialmente su imagen total y apariencia superficial⁵⁸. Involucra toda la apariencia del producto, incluyendo características como color, forma, combinaciones de colores, textura, gráficos, que distingue un producto o un servicio de otro y lo identifica ante el consumidor.

Esta protección resulta necesaria ante el importante negocio de franquicias en nuestro país, de manera que proteger la imagen comercial permite la preservación y crecimiento de mejores condiciones para esta figura operativa. No obstante lo anterior, también aplica para la mayoría de los negocios o establecimientos.

Incluso la OMPI ha reconocido su importancia al establecer que puede haber confusión respecto de la apariencia comercial o estilo del establecimiento de una empresa que puede dar la

⁵⁷ LaFrance, Mary. “*Passing Off and Unfair Competition: Conflict and Convergence in Competition Law*”. 2011. **Scholarly Commons @ UNLV Boyd Law**. University of Nevada, Las Vegas. 2011. Disponible en línea: <<https://scholars.law.unlv.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1806&context=facpub>>. (Consulta: Abril 10, 2023). (p. 29).

⁵⁸ Myers, Gary. **Principles of Intellectual Property Law**. 2ª ed. Estados Unidos de América, Westlaw y Concise Hornbook Series, 2004/2008. (p. 199).

impresión de que los productos o servicios que ofrece cuentan con la autorización de la empresa creadora de dicho estilo comercial⁵⁹.

El IMPI permite registrar los elementos distintivos de la marca bajo una categoría llamada imagen industrial. En ella se protege la forma, etiqueta, color y empaque que hacen únicos a una marca.

Sin embargo, en la práctica, resulta burocrático y costoso llevar a cabo un registro de imagen comercial para cada conjunto de elementos distintivos creados por un negocio como lo pueden ser el *branding*, una campaña publicitaria, diseños únicos de un sitio web, entre muchos otros. Con el *boom* del marketing digital, las empresas han optado por invertir en publicidad, contenido y diseños creativos e innovadores para distinguirse de sus competidores y hablarle a su cliente final. Existe mucho dinamismo e innovación en cuanto a formas de distinguirse.

Es importante mencionar que existen elementos importantes que van mucho más allá del alcance de una imagen comercial tal como lo puede llegar a proteger el IMPI.

En contraste con lo mencionado en el párrafo anterior, la Ley Federal de la Propiedad Industrial define como delitos los actos de confusión considerados “piratería” mediante las fracciones I y II contenidas en su artículo 402. En el supuesto de la fracción I se establece que son delitos “*falsificar una marca con fines de especulación comercial*”. Igualmente, en la fracción II del mismo artículo se considera un delito el “*producir, almacenar, transportar, introducir al país, distribuir o vender con fines de especulación comercial, objetos que ostenten falsificaciones de marcas, así como aportar o proveer de cualquier forma, a sabiendas, materias primas o insumos destinados a la producción de objetos que ostenten dichas falsificaciones*”. De esta manera el legislador busca encuadrar como delito tanto la falsificación a la propiedad industrial de terceros, otorgándoles el título de delito y, a su vez, la protección y tratamiento que la legislación en materia penal otorga.

Es importante distinguir la competencia desleal de la competencia ilícita, ya que la desleal se refiere a los actos que el legislador ha prohibido expresamente en cuanto a su honradez. “*Por lo que toca al acto de competencia desleal, éste no está prohibido expresamente por la ley, sino*

⁵⁹ World International Property Organization (WIPO). “*WIPO Intellectual Property Handbook: Policy, Law and Use*”. Ob. Cit.

*que éste es contrario a la concurrencia honrada en materia industrial y comercial*⁶⁰”.

Derivado de lo expuesto anteriormente, la imitación, la similitud en grado de confusión en marcas, el uso de propiedad industrial de terceros sin consentimiento del titular, entre otros actos, a pesar de que pueden constituir competencia desleal, se encuentran protegidos específicamente por la legislación en materia de propiedad industrial (y, en algunos casos, incluso en materia penal). Esto es debido a que esa protección es inherente a un derecho de propiedad industrial y aunque parezcan empalmarse con mecanismos en contra de la competencia desleal, preponderantemente recaen en la materia de propiedad industrial.

B. ACTOS DE DENIGRACIÓN

El artículo 10 Bis del Convenio de París establece como segundo supuesto de actos que se consideran competencia desleal *“las aseveraciones falsas en el ejercicio del comercio, capaces de desacreditar el establecimiento, los productos o la actividad industrial o comercial de un competidor”*.

Dentro de este rubro, la doctrina incorpora todo tipo de manifestaciones que tengan por objeto menoscabar la reputación de un competidor. Tomando en cuenta que la lealtad es considerada un principio esencial en los usos honestos del comercio, cualquier indicación o alegación con el propósito de desvirtuar al competidor debe ser observada como contraria a los usos honestos en el comercio.

Es importante aclarar que la redacción del artículo citado del Convenio limita su alcance “al competidor” de manera que otros sujetos que lleven a cabo actos de denigración no son responsables a través de esta figura.

El artículo 386 establece en su fracción III que son infracciones administrativas

“intentar o lograr el propósito de desprestigiar los productos, los servicios, la actividad industrial o comercial o el establecimiento de otro. No estará comprendida en esta disposición, la comparación de productos o servicios que ampare la marca con el propósito de informar al público, siempre que dicha comparación no sea tendenciosa, falsa o exagerada en los términos de la Ley Federal de Protección al Consumidor”.

⁶⁰ Juárez Papas, Jorge F. “La Competencia Desleal en el Marco de la Propiedad Industrial”. Septiembre – Diciembre 1988. Disponible en línea: **Cuadernos del Instituto de Investigaciones Jurídicas. Tecnología y Propiedad Industrial**. UNAM. Año III, Número 9. <<https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/4/1750/17.pdf>> (Consulta: Abril 10, 2023). (p. 760).

Del artículo anterior, se regula desde la materia de propiedad industrial la publicidad comparativa.

La publicidad comparativa es una estrategia de mercadotecnia, mediante la cual una empresa compara de forma directa sus productos con los de la competencia.

Atendiendo a una interpretación literal de la disposición, un acto o conducta encajan en el supuesto cuando se intenta o logra el desprestigio. Queda la duda de si la denigración deviene de afirmaciones falsas o verdaderas, lo que es claramente relevante como criterio de deslealtad⁶¹. Sin embargo, el legislador no hace una distinción.

Esta disposición legal contenida en la Ley principal en materia de propiedad industrial busca englobar cualquier tipo de desprestigio a los productos, servicios, actividad industrial o comercial o el establecimiento de otro. Considero que esto excede la competencia de la materia de propiedad industrial al corresponderle conocer de este tipo de asuntos a una autoridad en materia de competencia.

Con relación al artículo citado, no se hace referencia ni se comprende la comparación de productos o servicios con el propósito de informar al público, siempre que dicha comparación no sea tendenciosa, falsa o exagerada en los términos de la Ley Federal de Protección al Consumidor⁶². Es relevante en el sentido que, de ser legal la publicidad realizada, no debe considerarse como pretendido o logrado el propósito de desprestigiar los productos o servicios de alguien. De esta manera, un tema que no es propio de la materia de propiedad industrial se convierte por ese hecho en competencia del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial⁶³. En ese sentido no se encuentra delimitada la competencia en el sentido de que el artículo primero en su fracción VII de la Ley Federal de Protección al Consumidor establece como objeto “*la protección contra la publicidad engañosa y abusiva, métodos comerciales coercitivos y desleales*” entre otros que concurren con el ámbito de la propiedad industrial.

Al respecto, Jalife Daher menciona que el artículo de la Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial antes citado inevitablemente requiere de la intervención de la Procuraduría Federal del Consumidor (“PROFECO”) en el conflicto, ya que dicha fracción remite a la Ley

⁶¹ Jalife Daher, Mauricio. **Competencia Desleal**. Ob. Cit. (p. 145).

⁶² Ver Artículo 32 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

⁶³ Loc. Cit.

Federal de Protección al Consumidor al mencionar a ésta como parámetro para determinar la “legalidad” de la publicidad realizada y así poder determinar si el caso, al desbordar esos parámetros, se constituye en un desprestigio en los servicios o productos de otro⁶⁴.

Tomando en cuenta que la PROFECO protege al consumidor, considero que no tiene facultades para conocer de actos de desprestigio que se lleven a cabo entre competidores, proveedores, socios, entre otros supuestos. ¿Qué pasa si dicho acto de desacreditar a un negocio o persona no se lleva a cabo por medio de publicidad comparativa? Por ejemplo, en el caso de que un determinado negocio desprestige a su competidor, manifestando por medios expresos aseveraciones falsas sobre las características de sus productos.

La diferencia entre ambas materias es que la protección al consumidor brinda una defensa para preservar los intereses de los consumidores como destinatarios de publicidad para asegurarse que la información que reciban sea objetiva, veraz y confiable, y solo como consecuencia secundaria de los límites interpuestos por la norma se genera la protección de los intereses del competidor afectado. A contrario sensu, la disposición legal analizada, como parte del sistema de propiedad industrial, se encuentra orientada a la preservación de los valores de la competencia, protegiendo a la empresa de ataques injustificados e ilegales de un competidor. Esto es porque se busca adaptar un concepto y medios de protección en contra de la competencia desleal dentro del marco jurídico de la propiedad industrial. Como se ha venido señalando, existe la necesidad de que México cuente con un procedimiento jurídico en la materia que le permita dotar de herramientas eficaces a los competidores, especialmente a los menores para poder nivelar su posición en procesos de libre competencia.

Además, no se contempla quién será el juez para determinar si la aseveración es falsa o no. Tomando en cuenta las innumerables ramas del comercio que existen en México, sería muy difícil para un órgano como el IMPI o la PROFECO poder realizar estudios para determinar si dichas aseveraciones son falsas o no para efectos de imponer una sanción administrativa. Por ende, el proceso de sancionar estos actos desleales puede verse lento y viciado.

C. ACTOS QUE INDUZCAN AL PÚBLICO AL ERROR O AL ENGAÑO

⁶⁴ Loc. Cit.

El tercer supuesto del artículo 10 Bis del Convenio de París establece que los países miembros deben prohibir “*las indicaciones o aseveraciones cuyo empleo, en el ejercicio del comercio, pudieren inducir al público al error, sobre la naturaleza, el modo de fabricación, las características, la aptitud en el empleo o la cantidad de los productos*”.

Según lo establece la OMPI, este tipo de competencia desleal puede ser definido como un acto o práctica que tenga lugar en el ejercicio de actividades industriales o comerciales, y que induzca o sea susceptible de inducir a engaño al público respecto de una empresa o de sus actividades, en particular de los productos o servicios ofrecidos por dicha empresa⁶⁵. Como consecuencia, el consumidor se basa en información incorrecta y el competidor honesto sufre desacreditación o pérdidas económicas y puede llegar a perder clientes.

De conformidad con la legislación mexicana, los actos de engaño o de inducción a error en el mercado son preponderantemente reprimidos por la Ley Federal de Protección al Consumidor ya que su contenido se encuentra orientado a ese fin⁶⁶.

El artículo 1º del mencionado ordenamiento legal establece que el objeto de la Ley es promover y proteger los derechos y cultura del consumidor, así como procurar la equidad, certeza y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores. En relación con dicho objeto, la Ley define como principios básicos en las relaciones de consumo “*el proveer información adecuada y clara sobre los diferentes productos y servicios, con especificación correcta de cantidad, características, composición, calidad y precio, así como los riesgos que representan*”⁶⁷.

La misma norma establece en su Artículo 7 que los comerciantes están obligados a informar y respetar precios, tarifas, garantías, cantidades, calidades, medidas, intereses, cargos, términos, plazos, fechas, modalidades, reservaciones y demás condiciones conforme lo ofrecido o convenido con el consumidor. Además, complementa estableciendo que el proveedor está obligado a exhibir de forma notoria y visible el monto total a pagar por los bienes, productos o servicios que ofrezca al consumidor. De esta manera se tutelan los derechos del consumidor, protegiéndolos de

⁶⁵ World International Property Organization (WIPO). Ob. Cit.

⁶⁶ Ver fracción VII del artículo 1º de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

⁶⁷ Jalife Daher, Mauricio. Ob. Cit. (p. 160).

abusos por parte de los comerciantes en lo que respecta a la información de la mercancía o servicio que ofrecen⁶⁸.

La falta de veracidad en los informes, instrucciones, datos y condiciones que establece el comerciante se sancionan, pero además se obliga a dar cumplimiento a lo ofrecido y cuando esto no sea posible, reposición de los gastos necesarios que pruebe haber efectuado el consumidor y una bonificación o compensación no menor a veinte por ciento del precio pagado, sin perjuicio de la indemnización que pueda corresponder por daños y perjuicios⁶⁹.

Sin embargo, la legislación vigente en materia de propiedad industrial en el inciso II del artículo 386 previamente analizado establece que es infracción administrativa la acción de efectuar, en el ejercicio de actividades industriales o mercantiles actos que causen o induzcan al público a confusión, error o engaño, por hacer creer infundadamente que el producto de que se trata proviene de origen distinta al verdadero, de modo que se induce al público al error de su región.

Asimismo, la Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial otorga protección en el tema de marcas, signos, frases, elementos de imagen, oraciones, avisos o nombres comerciales susceptibles de engañar al público o inducir al error, al impedir su registro conforme lo dispuesto en el artículo 173 fracción XV.

Dicha disposición legal establece que no son registrables como marca los signos, frases, elementos de imagen, oraciones, avisos o nombres comerciales, susceptibles de engañar al público o inducir al error. Para efectos de esta ley, se entenderá como tales aquéllos que constituyan indicaciones falsas o engañosas sobre la naturaleza, composición, cualidades o el origen empresarial o gubernamental de los productos o servicios que pretendan distinguir.

D. SANCIONES

De conformidad con los tres supuestos contenidos en el Convenio de París, y las distintas adaptaciones para ello dentro de la Ley en materia de propiedad industrial, considero importante aclarar el alcance de las sanciones administrativas en caso de incumplimiento.

El inciso III del artículo 386 de la Ley establece que es una infracción administrativa:

⁶⁸ Ver artículos 33 a 43 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

⁶⁹ Ver artículo 37 Bis de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

“intentar o lograr el propósito de desprestigiar los productos, los servicios, la actividad industrial o comercial o el establecimiento de otro. No estará comprendida en esta disposición, la comparación de productos o servicios que ampare la marca con el propósito de informar al público, siempre que dicha comparación no sea tendenciosa, falsa o exagerada en los términos de la Ley Federal de Protección al Consumidor”.

De lo expuesto anteriormente, queda claro que existen los mecanismos para la protección de los derechos en materia de propiedad industrial. Sin embargo, existe una ambigüedad en cuanto a la aplicación en materia de competencia desleal. Si bien nos quedará claro de la lectura del artículo 386 citado anteriormente que la Ley en comento tiene el propósito de sancionar a las personas que busquen hacer creer, falsamente, los supuestos enlistados. Sin embargo, en su mayoría recaen en la materia propia de la propiedad industrial y no en la concurrencial.

Las infracciones administrativas a la Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial serán sancionadas de la siguiente manera, de conformidad con lo establecido en el artículo 388:

“I.- Multa hasta por el importe de doscientas cincuenta mil unidades de medida y actualización, vigente al momento en que se cometa la infracción, por cada conducta que se actualice;

II.- Multa adicional hasta por el importe de mil unidades de medida y actualización, por cada día en que persista la infracción;

III.- Clausura temporal hasta por noventa días, y

IV.- Clausura definitiva. Las sanciones se aplicarán en función de la gravedad de la conducta u omisión en que hubiera incurrido el infractor, sin existir alguna prelación específica en cuanto a su imposición.”

Además, el artículo 390 de la mencionada ley sancionará la reincidencia mediante la duplicación de las multas descritas anteriormente, sin que su monto exceda del triple máximo fijado en el artículo 388 de la Ley, según sea el caso.

Para efectos de la Ley, se entiende por reincidencia *“cada una de las subsecuentes infracciones a un mismo precepto, una vez que sea exigible la resolución emitida por el Instituto”*, según lo establecido en el artículo 390 de dicho ordenamiento jurídico.

Mediante la inclusión expresa del lenguaje que considera infracciones administrativas actos específicos de competencia desleal, así como la imposición y aplicación de multas más altas en casos de reincidencias, se entiende que existen consecuencias para los competidores que lleven a cabo prácticas de competencia desleal.

Conforme el artículo citado anteriormente, cualquier conducta que no encuadre en él puede

encontrarse contenida en el supuesto genérico para la competencia desleal, la fracción I del artículo relevante, la cual a letra establece que son infracciones administrativas “*realizar actos contrarios a los buenos usos y costumbres en la industria, comercio y servicios que impliquen competencia desleal y que se relacionen con la materia que esta Ley regula*”.

Es importante enfatizar la última frase de dicha disposición legal. Al mencionar que los actos de competencia desleal deben relacionarse con dicha materia, elimina la posibilidad de utilizar esta fracción como una disposición jurídica de aplicación general de competencia desleal. Otras conductas concurrenciales que no estén relacionadas con el alcance de la ley de propiedad industrial no podrían ser procesadas bajo este fundamento legal.

Lo anterior es razonable, tomando en cuenta que el IMPI no se encuentra facultado ni capacitado para conocer de materias fuera de la propiedad industrial. No se podría hablar de un “debido proceso” si el órgano facultado para administrar la justicia en un tema específico no se encontrara capacitado para ello.

Es importante mencionar que además de las sanciones que por la vía administrativa puedan imponerse, se podrá solicitar por la vía civil la indemnización correspondiente por daños y perjuicios o la reparación del daño material a los afectados, de conformidad con el artículo 395 de la ley en comento.

En caso de presentar su reclamo por los daños y perjuicios ocasionados, el titular afectado podrá presentar una cuantificación correspondiente de manera incidental, apoyado de pruebas que estime pertinentes, de conformidad con el artículo 397 del ordenamiento jurídico previamente citado.

El mismo artículo establece que para determinar el monto de la indemnización, se deberá tomar en cuenta la fecha en que se haya acreditado la infracción al derecho y, a elección del titular afectado, cualquier indicador de valor legítimo presentado por éste, incluyendo lo siguiente, tal como lo establece el artículo

- I. El valor de los productos o servicios infringidos calculados por el precio del mercado, o el precio sugerido para la venta al por menor;*
- II. Las utilidades que el titular hubiera dejado de percibir como consecuencia de la infracción;*
- III. Las utilidades que haya obtenido el infractor como consecuencia de la infracción,*

o

IV. *El precio que el infractor hubiera debido pagar al titular del derecho por el otorgamiento de una licencia, teniendo en cuenta el valor comercial del derecho infringido y las licencias contractuales que ya se hubieran concedido”.*

Se considera interesante analizar el alcance de la indemnización que por daños y perjuicios pueda llegar a proceder en casos de competencia desleal.

En la práctica, la mayoría de las empresas realizan una evaluación para determinar si amerita o no llevar a cabo un juicio tomando en cuenta en el éxito esperado del mismo. Esto es debido a que llevar un juicio implica costos y gastos tales como honorarios de abogados, además de tiempo de enfocarse en otros asuntos que tengan un mejor impacto en la rentabilidad del negocio.

También se lleva a cabo una valoración de las pruebas que admite la ley para un asunto determinado, para determinar la fortaleza o debilidad del caso como un todo.

Atendiendo a los supuestos del artículo previamente citado, considero que resulta ambiguo poder determinarlos en casos de competencia desleal. Estos supuestos pueden funcionar perfectamente para los derechos de propiedad industrial tales como las marcas. Si un negocio utiliza, sin permiso de su titular, una marca para vender un producto determinado, puede ser más fácil cuantificar dicha infracción atendiendo al valor del producto, valor comercial del derecho infringido, entre otros elementos del artículo en comento. Sin embargo, para los supuestos de competencia desleal, como lo son los actos de denigración, confusión e inducción al error, las afectaciones resultan objetivas y difíciles de cuantificar.

En el tema de daños y perjuicios, el artículo 1910 del Código Civil Federal establece que *“el que obrando ilícitamente o contra las buenas costumbres cause daño a otro, está obligado a repararlo, a menos que demuestre que el daño se produjo como consecuencia de culpa o negligencia inexcusable de la víctima”*. Un acto es determinado ilícito cuando va en contra de una disposición legal. Por lo tanto, cualquier acción catalogada como competencia desleal de conformidad con el artículo 386 de la LFPPI automáticamente es procesable basada en el artículo

del Código Civil Federal antes citado⁷⁰.

Habiendo analizado las disposiciones relacionadas con las sanciones administrativas en casos de competencia desleal, se concluye que funcionan para la protección de los derechos derivados de la propiedad industrial pero no tal cual con las afectaciones que puedan existir por actos de competencia desleal.

⁷⁰ World International Property Organization (WIPO). Status Report on the Protection Against Unfair Competition in WIPO Member States. <<https://www.wipo.int/export/sites/www/sct/en/meetings/pdf/wipo-strad-inf-8-prov.pdf>> (Consulta: Abril 7, 2023) p. 58.

Capítulo IV

DISPOSICIONES LEGALES COMPLEMENTARIAS EN MATERIA DE COMPETENCIA DESLEAL

En el capítulo anterior, se llevó a cabo un análisis respecto a los tres supuestos del Convenio de París en materia de competencia desleal y su aplicación y alcance dentro de la legislación en materia de propiedad industrial. La intención de este capítulo es llevar a cabo un análisis de las normas que protegen contra actos de competencia desleal fuera de la materia antes analizada.

A. LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN A LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

De conformidad con lo expuesto en el Capítulo anterior, la propiedad industrial está protegida por leyes que establecen y otorgan derechos de propiedad privada sobre creaciones e innovaciones con el fin de conceder el control de éstas, especialmente sobre su explotación comercial y de incentivar la creación.

Cuando se habla de propiedad industrial es común encontrar a la disciplina de la competencia desleal incluida entre las figuras que la integran. Ello se debe en gran parte al hecho que el Convenio de París introdujo disposiciones relativas a la represión de la competencia desleal, que a través del tiempo se han ido perfeccionando en las diferentes Revisiones al Convenio.

La inclusión de disposiciones orientadas a la represión de la competencia desleal en el Convenio de París no es accidental en el sentido que existe una relación entre los derechos exclusivos que recaen sobre signos distintivos e invenciones y patentes, por un lado, y la competencia desleal por otro, así lo han recomendado⁷¹.

La fracción III del artículo 2 de la Ley Federal de la Protección a la Propiedad Industrial (D.O.F. 1 Jul. 2020) establece que esta tiene por objeto “*prevenir los actos que atenten contra la*

⁷¹ Rangel Ortiz, Horacio. “*La Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual: Jurisprudencia*”. Disponible en línea: **Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI)**. <http://www.wipo.int/export/sites/www/freepublications/es/intproperty/627/wipo_pub_627.pdf>. (Consulta: 2 Mayo, 2023).

propiedad industrial o que constituyan competencia desleal relacionada con la misma y establecer sanciones y penas respecto de ellos”.

Jalife Daher comenta que dicha fracción “*contiene uno de los propósitos más importantes de todo ordenamiento rector de las instituciones de la Propiedad Industrial, que es la prevención y en su caso la sanción de los actos de competencia desleal que puedan resultar lesivos de las mismas*”⁷².

La fracción I del artículo 386 de la Ley en comento establece que constituye una infracción administrativa “*realizar actos contrarios a los buenos usos y costumbres en la industria, comercio y servicios que impliquen competencia desleal y que se relacionen con la materia que esta Ley regula*”.

Al encontrarse esta disposición en la Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial, no pudiere considerarse una cláusula general de competencia desleal.

Como lo menciona el artículo citado anteriormente, la protección se limita a casos que se vinculen con los derechos protegidos por la ley de la materia, es decir, específicamente para violaciones a derechos de propiedad industrial.

B. CÓDIGO DE COMERCIO

Con fecha 26 de enero de 2005, se adiciono el Artículo 6 Bis al Código de Comercio (D.O.F. 7 Oct a 13 Dic. 1889) para establecer lo siguiente:

“Artículo 6 bis. Los comerciantes deberán realizar su actividad de acuerdo a los usos honestos en materia industrial o comercial, por lo que se abstendrán de realizar actos de competencia desleal que:

I.- Creen confusión, por cualquier medio que sea, respecto del establecimiento, los productos o la actividad industrial o comercial, de otro comerciante;

II.- Desacrediten, mediante aseveraciones falsas, el establecimiento, los productos o la actividad industrial o comercial, de cualquier otro comerciante;

III.- Induzcan al público a error sobre la naturaleza, el modo de fabricación, las características, la aptitud en el empleo o la cantidad de los productos, o

IV.- Se encuentren previstos en otras leyes.<sup>[L]
[SEP]</sup>

Las acciones civiles producto de actos de competencia desleal, sólo podrán iniciarse cuando se haya obtenido un pronunciamiento firme en la vía administrativa, si ésta es

⁷² Jalife Daher, Mauricio. **Comentarios a la Ley de la Propiedad Industrial**. 3ª ed. México, Porrúa, 1998/2012.

aplicable.”

Al contar con este artículo en el Código de Comercio, se regula la competencia desleal en materia industrial, comercial y mercantil. Sin embargo, la adición el último párrafo enfatiza la desprotección en materia de competencia desleal.

Lo establecido en la primera y segunda fracción repite lo dispuesto en la Ley Federal de la Propiedad Industrial, ampliando la aplicación a la actividad industrial y comercial.

El supuesto de la tercera fracción incurre en repeticiones de temas sobre-regulados en materia de protección al consumidor y comercio.

Al respecto, Jalife Daher comenta que

“si el precepto añadido al Código de Comercio se hubiese limitado a replicar la regulación existente en materia de protección al consumidor y propiedad industrial, hubiera fungido como una extensión en el terreno de la actividad mercantil. Sin embargo y de forma lamentable, el legislador, al añadir el último párrafo, sujeta el ejercicio de acciones civiles productos de actos de competencia desleal a la existencia de un pronunciamiento firme en la vía administrativa. Es decir, las reclamaciones en competencia desleal en nuestro país son sometidas al elusivo tratamiento de diferir las acciones indemnizatorias hasta que una autoridad administrativa decida que en efecto tales conductas fueron ilícitas”

Las acciones de competencia desleal que el legislador busca proteger por medio de la vía administrativa, no son de carácter civil, sino mercantiles.

En el próximo capítulo se analizarán específicamente los supuestos de competencia desleal contenidos en distintas disposiciones legales mexicanas para poder emitir un juicio con respecto al nivel de protección que existe actualmente.

C. LEY FEDERAL DE COMPETENCIA ECONÓMICA

La Ley Federal de Competencia Económica es reglamentaria del artículo 28 de la Constitución Mexicana en materia de libre competencia, competencia económica, monopolios, prácticas monopólicas y concentraciones. Esta Ley es aplicable a todas las áreas de la actividad económica y es de observancia general.

A pesar de que esta Ley ha colocado a México en la vanguardia de los países avanzados en la materia de competencia económica, existen otros ámbitos que van más allá de dicha Ley y

que son paralelos o complementarios a ésta. A los instrumentos previstos por la LFCE, como lo son las colusiones o prácticas monopólicas absolutas, abusos de posición dominante y concentraciones, le faltan otros dos elementos para colocar a México a la vanguardia en materia de competencia económica: los subsidios por parte del Estado y la regulación en materia de competencia desleal⁷³.

“La orientación, estructura y supuestos de la LFCE son claramente insuficientes para dotar al mercado mexicano de remedios suficientes para una serie de abusos y distorsiones que corresponden a campos normativos complementarios de este régimen. Las normas orientadas a la restricción de las prácticas de competencia desleal constituyen una pieza fundamental en la regulación del funcionamiento de los mercados⁷⁴”.

Se considera relevante la opinión de Jalife Daher ya que mediante la promulgación de la LFCE los legisladores se mostraron firmes en la importancia de tutelar los procesos de libre concurrencia, pero descuidaron la importancia de suprimir los actos desleales en el comercio.

D. LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

La Ley Federal de Protección al Consumidor (D.O.F. Diciembre 24, 1992) tiene como objeto *“promover y proteger los derechos y cultura del consumidor y procurar la equidad, certeza y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores”*, según lo establecido en el segundo párrafo del primer artículo de dicha Ley.

Además, el artículo en comento establece que son principios básicos en las relaciones de consumo, entre otros, *“VII. La protección contra la publicidad engañosa y abusiva, métodos comerciales coercitivos y desleales, así como contra prácticas y cláusulas abusivas o impuestas en el abastecimiento de productos y servicios”*.

El segundo párrafo del artículo 10 de la Ley en comento establece que *“los proveedores no podrán aplicar métodos o prácticas comerciales coercitivas y **desleales** (énfasis añadido), ni cláusulas o condiciones abusivas o impuestas en el abastecimiento de productos o servicios”*.

⁷³ Jalife Daher, Mauricio. *“Necesidad de una Ley de Competencia Desleal en México”*. Noviembre 30, 2011. Disponible en línea: **Cámara de Diputados**, presentación de la reunión de trabajo del 30 de noviembre de 2011. <http://www3.diputados.gob.mx/index.php/camara/001_diputados/010_comisioneslxi/002_especiales/017_competitividad/07_presentaciones/07_presentaciones_de_la_reunion_de_trabajo_del_30_de_noviembre_de_2011>. Consulta: Abril 10, 2023.

⁷⁴ Jalife Daher, Mauricio. Ob. Cit. (p. 65).

De manera complementaria a estas disposiciones, el artículo 32 del mismo ordenamiento jurídico enfatiza que *toda la información o publicidad relativa a bienes, productos o servicios que se difundan por cualquier medio o forma, deberán de ser veraces, comprobables y exentos de textos, diálogos, sonidos, imágenes, marcas, denominaciones de origen y otras descripciones **que induzcan o puedan inducir a error o confusión por engañosas o abusivas** (énfasis añadido).*

El mismo artículo aclara que se entiende por información o publicidad engañosa o abusiva

“aquella que refiere características o información relacionadas con algún bien, producto o servicio que pudiendo o no ser verdaderas, inducen a error o confusión al consumidor por la forma inexacta, falsa, exagerada, parcial, artificiosa o tendenciosa en que se presenta”.

La ley en comento prevé diversas normas que en otros países se encuentran en leyes generales contra la competencia desleal, como lo son las que contienen supuestos de inducir al consumidor a error o confusión⁷⁵. En otros países se protege al empresario competidor primeramente y en segundo plano al público consumidor⁷⁶. México, sin embargo, a través de la protección al consumidor como medio para sancionar al error y la confusión en ejercicio del comercio, eligió otro camino a través del cual la protección primaria es del público consumidor. Mediante esta forma de abordaje, el competidor queda en segundo grado y sin la misma protección que el consumidor.

E. LEY DE COMERCIO EXTERIOR

La Ley de Comercio Exterior (D.O.F. Julio 27, 1993) contiene el Título V, de las Prácticas Desleales del Comercio Internacional, dentro del cual establece en su artículo 28 que *se consideran prácticas desleales de comercio internacional la importación de mercancías en condiciones de discriminación de precios o de subvenciones en el país exportador*. Además, dicho artículo establece que *las personas físicas o morales que importen mercancías en condiciones de prácticas desleales de comercio internacional estarán obligadas al pago de una cuota compensatoria conforme a lo dispuesto en esta Ley*.

Además, establece que la determinación de la existencia tanto de la discriminación de precios o de subvenciones, así como del daño, la relación causal entre ambos y el establecimiento de cuotas compensatorias se llevará a cabo por una investigación conforme al procedimiento

⁷⁵ Ver Artículos 5 y 32 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

⁷⁶ Hilty, Reto M., Henning-Bodewig, Frauke. Ob. Cit. (p. 56).

establecido en la misma Ley y sus disposiciones reglamentarias, de conformidad con el artículo 29 del mismo ordenamiento jurídico.

El artículo 30 de la ley en comento define la discriminación de precios como “*la introducción de mercancías al territorio nacional a un precio inferior a su valor normal*”. El artículo subsecuente de la misma ley establece que se considera valor normal el precio comparable de una mercancía idéntica o similar que se destine al mercado interno del país de origen en el curso de operaciones comerciales normales.

Además, establece un criterio para determinar el valor normal cuando no se realicen ventas de una mercancía equiparable en el país de origen o no se permita una comparación válida:

- I. *El precio comparable de una mercancía idéntica o similar exportada del país de origen a un tercer país en el curso de operaciones comerciales normales. Este precio deberá ser el más alto, siempre que sea un precio representativo, o*
- II. *El valor reconstruido en el país de origen que se obtendrá de la suma del costo de producción, gastos generales y una utilidad razonable, los cuales deberán corresponder a operaciones comerciales normales en el país de origen.*

Menciona Jalife Daher que “*este tema juega un papel trascendente en la regulación del comercio mundial, y que ha venido a dar a la materia de competencia desleal un sentido internacional del que carecía*”⁷⁷.

Por otra parte, se regula la subvención, la cual la Ley define como:

- I. *“La contribución financiera que otorgue un gobierno extranjero, sus organismos públicos o mixtos, sus entidades, o cualquier organismo regional, público o mixto constituido por varios países, directa o indirectamente, a una empresa o rama de producción o a un grupo de empresas o ramas de producción y que con ello se otorgue un beneficio;*
- II. *Alguna forma de sostenimiento de los ingresos o de los precios y que con ello se otorgue un beneficio”.*

Debe calcularse el monto de la subvención recibida por la mercancía extranjera exportada a México y deducir el total de los impuestos de exportación, derechos u otros gravámenes a que se haya sometido la exportación de la mercancía en el país de origen, destinados a neutralizar la subvención.

Las disposiciones antes comentadas tienen la intención de proteger la producción nacional del desequilibrio que supone un subsidio a un producto extranjero.

Como se comentó en este capítulo, existen diversas normas jurídicas que protegen en contra de la competencia desleal, independiente de la materia de propiedad industrial. Sin embargo, es

⁷⁷ Jalife Daher, Mauricio. **Competencia Desleal**. Ob. Cit. (p. 69).

importante que el Estado otorgue una protección que no se limite a la propiedad industrial, sino que corresponda a la materia concurrencial. Además, es importante que los órganos que se encuentren facultados por la ley para conocer de dichos asuntos se encuentren formalmente capacitados para ello.

Capítulo V

CÓMO LEGISLAR LA COMPETENCIA DESLEAL Y EJEMPLOS

Me parece interesante analizar distintos ejemplos de formas en las cuales distintos países han abordado sus políticas en materia de represión de la competencia desleal. Como se ha mencionado anteriormente, de conformidad con el Convenio de París, todos los Estados miembro están obligados a otorgar una protección eficaz en contra de la competencia desleal. Actualmente más de 170 países ahora forman parte del Convenio de París. Su alcance ha sido implementado y adaptado a la legislación nacional por cada país miembro, de diferentes maneras ya que la obligación de asegurar la protección eficiente establecida en el Artículo 10Bis(1) del Convenio de París no establece una forma específica de incluir este tipo de protección en sus sistemas jurídicos.

A. FORMAS DE LEGISLAR LA COMPETENCIA DESLEAL

La primera forma de implementar la prohibición de la competencia desleal es mediante el establecimiento de una cláusula general como la del artículo 10 Bis del Convenio de París, la cual contiene casos específicos y ejemplos. Esta forma ha sido adoptada por países como Alemania, Japón, la República de Corea, China, España, Colombia, Perú, Suiza, entre otros.

La segunda forma es mediante la promulgación de una ley general en contra de la competencia desleal, así como la regularización de la materia en leyes especiales, tal como ha sido el caso de Francia, Italia, Países Bajos, a través de sus Códigos Civiles, e Inglaterra en las jurisdicciones del *common law*.

La tercera forma resulta en una combinación entre leyes generales y específicas en la materia.

B. EJEMPLOS DEL DERECHO COMPARADO

Por ejemplo, en Estados Unidos, la legislación en materia de competencia desleal es principalmente competencia de cada estado, aunque la legislación federal también puede jugar un rol, en algunos casos. Este país contempla disposiciones en materia de competencia desleal en el *Federal Trade Commission Act* y reglas promulgadas bajo ese acto. La Sección 5(a) del FTC Act establece que métodos desleales de la competencia y actos o prácticas engañosas y desleales o que

afecten al comercio son declaradas ilegales⁷⁸. Además, la Comisión Federal de Comercio (*Federal Trade Commission*, o “*FTC*”) es la agencia federal principal responsable de ejercer leyes en contra de prácticas desleales de negocios. Para poder lograrlo, la FTC investiga y encausa a empresas que llevan a cabo prácticas anticompetitivas, aboga por políticas que promueven competencia y protegen consumidores, apoyando la libertad de mercado y la competencia justa, educa a los consumidores y empresas, y refuerza leyes para proteger al consumidor⁷⁹.

En la Unión Europea (“*UE*”), la competencia desleal se regula bajo una serie de directrices por parte de la UE en conjunto con normas de cada país. Algunas de las directrices principales son la Directiva de Marcas titulada Primera Directiva 89/104/CEE del Consejo de 21 de diciembre de 1988 relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados Miembros en materia de marcas y la Directiva sobre Prácticas Comerciales Desleales 2005/29/EC, entre otras. Esta Directiva regula las prácticas desleales del comercio y requiere que cada país implemente e incorpore dichas disposiciones en su sistema legal. Esta Directiva concierne principalmente los estándares de comportamiento requerida por parte de comerciantes, estableciendo una prohibición general de la competencia desleal, así como prohibiciones de actos más específicos.

Algunos países han desarrollado su ley de competencia desleal bajo la interpretación general en sus códigos civiles, tales como lo han hecho Francia, Italia y los Países Bajos. En otros países, su doctrina en materia de competencia desleal está basada en legislación específica en la materia, tal como lo ha hecho Austria, Bélgica, Dinamarca, Finlandia, Alemania, Japón, Luxemburgo, Perú, Corea del Sur, España, Suecia y Suiza. Por otra parte, algunos países han incorporado disposiciones de competencia desleal dentro de legislaciones con un alcance más amplio, tal como lo ha hecho México, además de Bolivia, Brasil, Bulgaria, Canadá, Colombia, Hungría, Perú, Rumania y Venezuela⁸⁰.

Como se ha mencionado en capítulos anteriores, es importante ofrecer mecanismos en efectivos para poder abordar los actos de competencia desleal. Sin embargo, cada país ha

⁷⁸ Sims, Rod. **Unfair Competition**. Enero 1, 1990. Disponible en línea: <<https://www.concurrences.com/en/dictionary/unfair-competition>> (Consulta: Mayo 2, 2023).

⁷⁹ <https://www.ftc.gov/about-ftc/mission>

⁸⁰ LaFrance, Mary. Ob Cit. (p. 10-11).

desarrollado sus propios conceptos de qué entra dentro de competencia desleal y de cómo ejercer dicha protección.

Además de los tres supuestos de competencia desleal que nacen a la luz del Convenio de París, existen otras formas de engañar, inducir al error y de dañar la reputación de un competidor en un contexto comercial. La eficiencia de un sistema legal en contra de la competencia desleal dependerá en gran parte de la protección que ofrece a casos de competencia desleal generales además de los específicos.

Capítulo VI

¿CÓMO REGULAR LA MATERIA DE COMPETENCIA DESLEAL EN MÉXICO?

Atendiendo a lo estudiado en el presente trabajo y tomando en cuenta las lagunas y dudas que surgen de los escasos preceptos de competencia desleal en la legislación mexicana, se considera necesaria la creación de una ley general en materia de competencia desleal. Existe la necesidad de tutelar el derecho de libre competencia y de proteger los mercados, lo cual excede del ámbito competencial de la legislación en materia de la propiedad industrial.

Como se ha mencionado en capítulos anteriores, tanto el IMPI como la PROFECO se pueden ver sobrepasados en el conocimiento y resolución de temas de la materia concurrencial.

Además, en materia mercantil este tipo de procedimientos son tardados por sujetar el inicio de un juicio a un pronunciamiento en la vía administrativa, derivado del artículo 6 Bis de Código de Comercio. Podemos considerar que la necesidad de requerir una declaratoria en la vía administrativa va en contra del principio de justicia pronta y expedita. Si la finalidad de este tipo de disposiciones es desincentivar la competencia desleal, en realidad lo que desincentiva es que un competidor destine recursos económicos y de tiempo en llevar a cabo un procedimiento administrativo para que un acto en la actividad industrial o comercial sea considerado competencia desleal. Considerando lo anterior, es razonable asumir que negocios pueden decidir no llevar a cabo este tipo de procesos que no tienen un resultado claro y objetivo.

El juego limpio en el mercado no puede ser asegurado solamente por medio de la protección de los derechos de propiedad industrial. A pesar de que este tipo de derechos jueguen un papel muy importante en el desarrollo de la actividad económica e industrial, la simple protección en contra de la competencia desleal en este ámbito no protege la lealtad de los competidores en todos los demás.

A. NECESIDAD DE UNA LEY MEXICANA EN CONTRA DE LA COMPETENCIA DESLEAL

Aunado a lo anterior, la ley general contra la competencia desleal deberá considerarse como una necesidad legislativa adecuada a nuestra realidad actual, en contraste con las leyes de propiedad industrial propuestas en el siglo pasado.

A pesar de que varios sistemas normativos contengan mecanismos en contra de la competencia desleal, la realidad es que nos encontramos en una situación de desprotección en medida de que existan lagunas, falta de coordinación entre sistemas y recursos para que dicha protección sea efectiva. Es necesaria la creación de una ley que regule la represión de la competencia desleal en general. No solamente para el cumplimiento de las obligaciones derivadas del artículo 10 bis y 10 ter del Convenio de París, sino para poder asegurar un mercado en el cual los competidores juegan con las mismas reglas. De esta manera los competidores se verán protegidos y la innovación y competencia sana se verá incentivada.

Mediante lo analizado y expuesto en capítulos anteriores, es evidente que existe una necesidad de regular la materia de competencia desleal en México de una forma más integral y con mecanismos claros para su aplicación. Sin embargo, existen diferentes formas de llevar a cabo este propósito.

Habiendo llevado a cabo un análisis previo de distintas disposiciones jurídicas y formas de regular la competencia desleal, se considera que la promulgación de una ley general en esta materia resultaría benéfica para los participantes del mercado: los competidores y los consumidores.

Mediante la existencia de una ley general en esta materia, se podrían unificar las disposiciones dispersas en distintos ordenamientos jurídicos en la actualidad y establecer mecanismos claros para las partes afectadas en el mercado.

B. EJEMPLO DE LA LEY ESPAÑOLA EN MATERIA DE COMPETENCIA DESLEAL

Para efectos ejemplificativos, haremos referencia al alcance de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de la Competencia Desleal⁸¹, promulgada en España. Esta Ley cuenta con una cláusula general para definir y englobar los actos que se consideran desleales en materia de competencia. Además, especifica actos específicos que son considerados competencia desleal de forma enunciativa. Estos actos son (i) actos de engaño, (ii) actos de confusión, (iii) omisiones engañosas, (iv) prácticas agresivas, (v) actos de denigración, (vi) actos de comparación (vii) actos de

⁸¹ **Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal** (España). B.O.E. Enero 11, 1991. Disponible en línea: Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado < <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1991-628#:~:text=Esta%20ley%20tiene%20por%20objeto,la%20Ley%20General%20de%20Publicidad.>> (Consulta Mayo 2, 2023).

imitación, (viii) explotación de la reputación ajena, (ix) violación de secretos, (x) inducción a la infracción contractual, (xi) violación de normas, (xii) discriminación y dependencia económica, (xiii) venta a pérdida, y (xiv) publicidad ilícita. Además, adentra en las distintas formas de prácticas engañosas, agresivas, de confusión de publicidad, de venta piramidal, entre otras.

De la simple lectura de los actos señalados por la Ley Española, queda claro que buscan otorgar una protección más amplia que la propuesta en los tratados internacionales.

Es importante mencionar que algunos actos de competencia desleal se pueden empalmar con otras materias como la publicidad ilícita y los secretos industriales. La Ley Española hace referencia a las leyes correspondientes, pero no deja de atender y dar el tratamiento de competencia desleal a dicha práctica en particular.

De esta manera, se pueden otorgar más recursos a los agentes involucrados o afectados por las prácticas desleales en la actividad competitiva y garantizar un ambiente competitivo sano en el país.

Una Ley General en contra de la competencia desleal es necesaria para combatir la falta de equidad y oportunidades de los competidores, proteger la actividad económica en general y como consecuencia, fomentar la innovación. La competencia justa generará evolución y mejorará las condiciones del mercado.

El objeto de dicha ley deberá ser promover los derechos de los competidores y proteger la equidad y seguridad jurídica entre los mismos, así como la protección de los consumidores, con respecto a actos en el mercado con fines competitivos⁸²

Con una ley similar a la de España, no es necesaria la creación de órganos específicos tales como el FTC en Estados Unidos. Se puede ejercer el cumplimiento de la ley propuesta en tribunales ordinarios.

C. EL PAPEL DE LA JURISPRUDENCIA

⁸² Ginebra Serrabou, Xavier. **Necesidad de una Ley de Competencia Desleal en México**. Disponible en línea: <<http://www3.diputados.gob.mx/camara/content/download/271201/836177/file/XavierGinebraSerrabou.pdf>>. (Consulta: Mayo 1, 2023). (p. 8).

Para poder lograr lo que se plantea es necesario que el legislador cree de un concepto muy amplio de la deslealtad, mientras que la jurisprudencia tendrá la tarea de formar criterios detallados, por medio de los cuales se reglamente prácticamente dicho concepto general, adecuándose a la dinámica incansable de la vida jurídica práctica que produce constantemente situaciones nuevas; por tal motivo, la jurisprudencia juega, en este sector, un papel más constrictivo que en cualquier otro campo jurídico.

Al respecto, Jalife Daher concluye que los jueces si pueden llenar el amplio marco legal del concepto absolutamente general de deslealtad de la competencia en forma subordinada a los criterios de un Estado de Derecho, extraños a la arbitrariedad y desarrollados sistemáticamente, sin caer en la trampa de un método casuístico⁸³.

⁸³ Jalife Daher, Mauricio. Ob. Cit. (p. 164).

Capítulo VII

CRÍTICA AL SISTEMA DISPERSO DE LEYES EN CONTRA DE LA COMPETENCIA DESLEAL

A. CRÍTICA A LA REGULACIÓN ACTUAL DE COMPETENCIA DESLEAL

Cualquier forma de economía, pero especialmente las conocidas como “de mercado”, requieren para su operación de ciertas normas mínimas que les brinden certeza y equilibrio, al menos respecto de sus instituciones básicas. En esa construcción de infraestructura mínima participan normas relacionadas a la propiedad de marcas, a la propiedad de bienes intangibles, tanto muebles como inmuebles, disposiciones de defensa de derechos del consumidor, así como las orientadas a determinar la responsabilidad de los fabricantes en relación a sus productos, las normas para limitar el ejercicio publicitario y desde luego las reglas tendientes a definir las formas y alcances de las sanciones a quienes las violen o contravengan⁸⁴.

Cuando algunas de las normas destinadas a dar certidumbre al sistema tienen fallas o insuficiencias, la distorsión contagia a los restantes ámbitos del régimen, con consecuencias indeseables⁸⁵. Las fallas se traducen en incapacidad para dotar al mercado de bienes suficientes y a costos accesibles, en ocasiones en la supresión de la competencia y eventualmente, en situaciones en las que, de manera oculta se trasladan a ineficiencias de la cadena productiva al consumidor final.

En el caso de nuestro país, al no contar con un sistema de competencia desleal, las normas respectivas se encuentran en diversos cuerpos normativos carentes entre ellos de coordinación o estructura. La única legislación que manifiesta afanes regulatorios conscientes en materia de competencia desleal es la Ley Federal de Protección de la Propiedad Industrial, la que encuentra la natural limitación de ceñirse a las figuras e instituciones propias de esa disciplina, y el Código de Comercio conforme su adición del artículo 6 Bis, con sus propias limitantes analizadas anteriormente.

⁸⁴ Hilty, Reto M., Henning-Bodewig, Frauke. Ob. Cit. (p. 86).

⁸⁵ Loc. Cit.

Un ordenamiento jurídico general de competencia desleal, del que en estricto sentido carecemos en nuestro país, además de su función formal reguladora de las conductas desleales *per se*, estaría llamada a cumplir también una función de cobertura respecto de las demás leyes de competencia económica, teniendo en cuenta que está en condiciones de cubrir conductas más amplias, en la represión de actos que lesionen la estructura del mercado.

Mediante la disciplina de la competencia desleal podrían ser sancionadas aquellas conductas restrictivas de la competencia que, por estar en una fase de desarrollo inicial todavía no reúnen requisitos para ser reprimidas por leyes de naturaleza de competencia.

“La inconsistencia que presenta el estado de la legislación en materia de competencia desleal en México, no sólo genera dificultades para su análisis y comprensión, sino que inhibe un tratamiento de mayor rigor desde el punto de vista académico. Los supuestos normativos se encuentran a veces superpuestos, y en otras tan poco engarzados entre sí que dejan amplios espacios de vacío legislativo. Esta misma problemática se refleja en procedimientos legales complejos e ineficientes, que se destinan a temas de competencia desleal sin que necesariamente respondan a la dinámica y naturaleza de esta especial disciplina jurídica⁸⁶”

A través los apartados anteriores se han evidenciado grandes lagunas legislativas en la aplicación de la materia de competencia desleal: tanto para la protección de los derechos de propiedad industrial como para la competencia en general. En concreto, el alcance de las prohibiciones en contra de la competencia desleal se limita a las leyes especiales que las contienen, como es el caso de la materia de propiedad industrial. Esto genera que diversos supuestos que surjan en otras normas o en otras materias no se integren y se dificulte su alcance y aplicación. Consecuentemente existen dispersas leyes en materia de competencia desleal y una evidente falta de coordinación ya que aparentan tener objetivos divergentes.

Concuerdo con Jalife Daher cuando menciona que la materia de competencia desleal en México se ha mantenido en un estado tan rezagado y es vista de forma inversa. En otras palabras, se estudia y presenta como una parte de la propiedad industrial, lo que a todas luces comporta un contrasentido⁸⁷. De conformidad con el análisis en este trabajo, es evidente que tanto los actos de denigración como la inducción del público al error no son propios del derecho de propiedad

⁸⁶ Jalife Daher, Mauricio. **Competencia Desleal: Régimen Jurídico Mexicano**. Ob. Cit. (p. 60).

⁸⁷ Jalife Daher, Mauricio. **Competencia Desleal: Régimen Jurídico Mexicano**. México, Porrúa, 2008.

industrial. Asimismo, crear confusión y desacreditar al competidor puede observarse como pertenecientes al campo tradicional de las leyes de competencia.

Existen muchos otros supuestos que pueden constituir competencia desleal y sin embargo no se encuentran regulados como tal. En consecuencia, el mercado de libre competencia se ve afectado.

La actividad económica en el mercado es cambiante, dinámica y eficiente. Particularmente la publicidad y mercadotecnia es sumamente dinámica y sujeta a las tendencias y modas. Con estos cambios surgen nuevas estrategias de venta, mercadotecnia, publicidad, competencia, entre otros. En ese panorama cambiante, es natural que surjan distintas formas de competencia desleal.

B. ACTOS DE COMPETENCIA DESLEAL NO VINCULADOS CON DERECHOS DE PROPIEDAD INDUSTRIAL

Los supuestos de competencia desleal no vinculados a la propiedad industrial en su totalidad son, sin limitar, el *free riding* o parasitismo, del *passing off* o “hacer pasar”, entre otros que pueden estar correlacionados con los anteriores como lo son el *false endorsement*, el *keyword advertisement*, la publicidad comparativa, el espionaje industrial o comercial, la violación de contratos, la violación de confianza, inducir a que se lleve a cabo espionaje industrial o comercial o el incumplimiento a un contrato o a la confianza, la adquisición de información confidencial por un tercero, y muchos otros actos que son considerados como actos de competencia desleal de fondo.

El común denominador de muchos de estos conceptos es la publicidad. La publicidad, por una parte, ayuda a los fabricantes a diferenciar sus productos frente a otros, y por otra, proporciona información acerca de los productos para los consumidores. La información acerca de los productos por medio de la publicidad beneficia a los consumidores. Publicitar precios, por ejemplo, baja los precios del mercado. La publicidad que informa a consumidores sobre productos nuevos facilita la entrada⁸⁸.

⁸⁸ Organization for Economic Cooperation and Development. **Glossary Industrial Organisation Economics and Competition Law**. Disponible en línea: <<https://www.oecd.org/competition/abuse/2376087.pdf>> (Consulta: Abril 2, 2023). (p. 10).

El *free-riding*⁸⁹ es un término en inglés que pudiera equipararse al parasitismo, en el sentido de vivir a expensas de otra persona y aprovecharse ella. La OECD en su glosario de ley de competencia⁹⁰ define el *free-riding* como un hecho que ocurre cuando un individuo se beneficia por las acciones y esfuerzo de otro sin pagar o compartir los costos⁹¹. El ejemplo que menciona es una tienda que decide invertir en el gasto de entrenar a sus empleados para demostrar a clientes potenciales cómo funciona un aparato de cocina en particular con el propósito de ampliar sus ventas. Sin embargo, los clientes pueden elegir comprar el producto en otro comercio que lo ofrece a un costo más bajo, porque su estrategia de negocios es no gastar en entrenamiento ni demostraciones. El segundo negocio se considera que está llevando a cabo prácticas de *free-riding* o parasitismo de los esfuerzos y costos incurridos por el primer negocio. Esto puede constituir competencia desleal cuando existe una intención de apropiarse del prestigio ajeno por parte de un negocio. También pudiera considerarse *free riding* si el segundo negocio busca confundir a los consumidores potenciales en pensar que puede comprar el mismo producto en su negocio a un precio más barato.

A su vez, la OMPI ha definido el *free riding* como “cualquier acto que un competidor u otro participante en el mercado lleve a cabo con la intención de explotar directamente un logro industrial o comercial de otra persona para un propósito propio sin sustancialmente separarse del logro original”⁹².

Para efectos aclaratorios, cuando el *free riding* versa en apropiamiento de derechos de propiedad industrial, sí se encuentra previsto en la legislación aplicable en materia de propiedad industrial y protegido, además, por los supuestos de competencia desleal dentro de dicha ley. Sin embargo, existen muchos actos de *free riding* que no se encuentran protegidos por las leyes actuales en materia de competencia desleal.

Otro supuesto de competencia desleal comúnmente regulado en otros países es el *passing off*, cuya traducción literal es “hacerse pasar”, que sucede cuando una persona, ya sea de manera

⁸⁹ <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/economics/free-rider/>

⁹⁰ Organization for Economic Cooperation and Development. **Glossary Industrial Organisation Economics and Competition Law**. Ob. Cit. (p. 46).

⁹¹ Loc. Cit.

⁹² World International Property Organization (WIPO). “*Protection against Unfair Competition: Analysis of the Present World Situation*”. Disponible en línea: **WIPO** <[ftp://ftp.wipo.int/pub/library/ebooks/wipopublications/wipo_pub_725\(e\).pdf](ftp://ftp.wipo.int/pub/library/ebooks/wipopublications/wipo_pub_725(e).pdf)> (Consulta: Abril 10, 2023).

intencional o accidental, hace pasar sus bienes o servicios como si fueran los de otra persona. Esta acción puede causar daños en la reputación y un impacto económico para negocios o personas. El *passing off* se relaciona con la competencia desleal porque los tres supuestos generales de competencia desleal están relacionados con el engaño a un consumidor, el cual es igualmente la base para el *passing off* en las jurisdicciones del *common law*⁹³.

En este trabajo se ha venido hablando de apropiación de derechos de propiedad industrial ajenos, los cuales se encuentran previstos en la legislación en materia de propiedad industrial. Sin embargo, tal como es el caso del *free riding*, pueden existir supuestos concurrenciales del *passing off* que no son propios de los derechos de propiedad industrial y para los cuales requiere haber mecanismos de protección de igual manera.

En la actividad comercial, existe una infinidad de material publicitario para poder atraer la atención de los consumidores, con la intención de convertirlos en clientes. En temas de mercadotecnia, se ha visto que involucren determinadas marcas en bienes, no con la intención de identificar su origen, pero para capitalizar en la apreciación de los consumidores a cierta marca⁹⁴. Como ejemplo de ello es colocar una marca popular, por ejemplo, de automóviles, en una camiseta o gorra. En este caso un derecho de publicidad puede ser alegado con respecto a la marca registrada, de conformidad con las leyes para derechos marcarios. Sin embargo, también sucede esto para una serie de marcas no registradas, por ejemplo, títulos de películas, letras de canciones, novelas o videojuegos, nombres o apellidos de atletas u otras celebridades, y nombres o similitud de personajes ficticios⁹⁵. En algunos casos, puede darse publicidad no autorizada de imágenes sujetas a derecho de autor, como lo es Mickey Mouse, en cuyo caso, aplicarían procedimientos tanto de infringir marcas como de derecho de autor. Esta explicación es para ejemplificar que existen reclamos de marcas tanto registradas como no registradas, que pueden encontrarse sujetas a un procedimiento de publicidad no autorizada.

En algunos regímenes de derecho romano-germánico, las leyes de competencia desleal no engloban todas las instancias de publicidad y mercadotecnia no autorizada, porque dichas leyes imponen un significado secundario que requiere una relación de competencia entre las partes. Para esto, la Asociación Internacional para la Protección de la Propiedad Industrial (en inglés,

⁹³ LaFrance, Mary. Ob Cit. (p. 10-11).

⁹⁴ LaFrance, Mary. Ob Cit. (p. 17).

⁹⁵ LaFrance, Mary. Ob Cit. (p. 17).

International Association for the Protection of Industrial Property, o “AIPPI”) ha urgido a dichos países expandir sus leyes de competencia desleal para eliminar estas restricciones⁹⁶, refiriéndose a la necesidad de que exista una relación de competencia entre el titular del derecho de propiedad industrial y la parte que lo utiliza indebidamente.

Por otra parte, en jurisdicciones del *common law*, las cortes se han dado la tarea de analizar y de forjar dichos conceptos en base a los casos que han conocido en esta materia. Las Cortes de los Estados Unidos de América han mantenido que la actividad de artículos publicitarios no autorizados típicamente puede ser procesada bajo una teoría de *false endorsement* aun si es poco probable que los consumidores creen que el titular de la marca (o la celebridad) es el origen actual de los bienes del demandado⁹⁷. Tanto el *free riding*, el parasitismo y el *false endorsement* se encuentran influidos y correlacionados con el concepto de competencia desleal al basarse en un engaño y probabilidad de confusión.

Otra forma de *passing off* o “hacerse pasar por” reconocida en legislación en Estados Unidos, Reino Unido y Australia es el “*false endorsement*”. El *passing off* tradicional se refiere a hacer creer al consumidor que el origen de un bien o servicio ofrecido corresponde a un comerciante, sin serlo. Por otra parte, el *false endorsement* se da cuando es probable que los consumidores creen que una persona avala, aprueba o se encuentra afiliado de alguna forma con ciertos bienes o servicios, sin estar afiliado a ellos. Específicamente en Reino Unido, el *false endorsement* ha ayudado a que algunas celebridades prevengan el uso comercial no autorizado de sus nombres o imagen ligado a un determinado bien o servicio⁹⁸. En Estados Unidos, comúnmente se da de la mano con reclamos en materia de publicidad e imagen, pero también pueden ser utilizados para prevenir publicidad no autorizada usando indicadores de origen aparte de nombres, por ejemplo, marcas no registradas.

Existen otras prácticas de mercado que inducen al público al error, que confunden o que pueden estar relacionadas con competencia desleal y que se han ido adaptado a la legislación de cada país.

⁹⁶ LaFrance, Mary. Ob Cit. (p. 19).

⁹⁷ LaFrance, Mary. Ob Cit. (p. 21).

⁹⁸ LaFrance, Mary. Ob. Cit. (p. 7).

La manera de abordar este tipo de prácticas en el mercado ha sido distinta para cada país. En lo que convergen es que deben existir mecanismos para proteger los esfuerzos de los negocios frente a otros que solo buscan copiar, imitar o colgarse de logros de otros. También coinciden en proteger a los consumidores de los actos engañosos y los actos que puedan inducir al error.

Con la evolución de la actividad comercial y de publicidad existe una necesidad de adaptar la protección a dichas actividades para evitar engaños, confusión o daños a la reputación de un competidor.

Si existieran procesos claros para combatir las prácticas desleales en el mercado, donde competidores, consumidores y el público en general pudieran ser actores y solicitarlos, se lograría proteger y propiciar la competencia honesta en el mercado.

Además de verse beneficiados los consumidores y los competidores, el país podría verse beneficiado por más inversión extranjera, al contar con un mercado de reglas claras y justas para todos.

C. NECESIDAD DE MECANISMOS CLAROS DE PROTECCIÓN

Para un negocio, llevar a cabo cualquier tipo de procedimiento legal, incluyendo un juicio, implica el uso de sus recursos económicos y operativos. Puede resultar desalentador decidir llevar a cabo un juicio que tenga ambigüedad en su conclusión y resultado, desconcentrando a los empleados y destinando recursos que son importantes para su operación. Por consecuencia, es razonable que los negocios afectados por actos desleales en la competencia prefieran destinar sus recursos a otros rubros que puedan traer consigo crecimiento y rentabilidad, tales como estrategias de mercadotecnia para generar ventas, contrataciones de empleados, inversiones en activos, entre miles de otras posibilidades. No tendría sentido dedicarle tiempo y recursos económicos a un procedimiento legal cuando esos recursos pueden ser invertidos en algo que va a reeditar, así como continuar buscando formas de ofrecer sus productos o servicios de la forma que mejor impacte en su rentabilidad.

En virtud a lo expuesto anteriormente, es necesario desterrar la creencia generalizada de que en nuestro país contamos con un supuesto genérico de competencia desleal, ya que, como se

ha demostrado, el mismo es de aplicación limitada a materia de propiedad industrial⁹⁹. Ello repercute en que las carencias del sistema represor de competencia desleal en nuestro derecho positivo sea más grave, por cuanto no existe una alternativa real para encuadrar una serie de conductas lesivas de la competencia.

Es importante mencionar que la figura de competencia desleal si se encuentra regulada en México en el marco del derecho de propiedad industrial. A falta de un ordenamiento jurídico integral en esta materia, la competencia desleal se cuenta con un régimen fragmentado de regulación, de una forma dispersa entre las leyes que se analizaron en este trabajo.

A través de la exposición del presente trabajo y mediante el estudio de las figuras de competencia desleal contenidas en ciertas leyes vigentes, es evidente que la especialidad de las leyes solo protege a los competidores con afectaciones en sus derechos de propiedad industrial. Se entiende que existe una protección adicional necesaria a los derechos de propiedad industrial por su naturaleza, sin embargo, se hace énfasis en la palabra “adicional”. La protección específica debe equipararse a un “Plan B” para la tutela de ese tipo de derechos, pero adicionalmente en toda la actividad competitiva y económica de nuestro país, en caso de que el competidor desleal escape los alcances de la norma general.

Asimismo, existen materias que concurren en lo que corresponde a la incorporación del artículo 10 Bis del Convenio de París en México, como lo es la protección al consumidor en el tema de inducir a engaños o al error. A falta de un sistema de coordinación y sistematización de las leyes se entra en lagunas con respecto a la competencia de los institutos que se encargan de velar por los derechos por una parte del consumidor y por otra parte de los titulares de derechos de propiedad industrial.

Como se analizó en el presente Capítulo, existe un rango muy amplio de actos y conductas que pueden ser considerados desleales que no pueden ser englobados en la materia de propiedad industrial ni en las disposiciones legales de competencia desleal actuales. La competencia justa en los mercados no puede asegurarse solo mediante la protección de los derechos de propiedad industrial.

⁹⁹ Ídem. (p. 61).

Las normas civiles y mercantiles generales carecen de la adecuación necesaria para lograr una regulación completa y el funcionamiento de la represión de la competencia desleal, a pesar de la adición del artículo 6 Bis del Código de Comercio.

CONCLUSIONES

En el presente trabajo efectuamos un análisis de la legislación en materia de competencia desleal en México. Para cumplir con nuestro objetivo, en primer lugar, se llevó a cabo un análisis acerca del concepto de competencia desleal. Después, se llevó a cabo una exposición y análisis del marco jurídico de la competencia desleal a la luz tanto del Derecho Internacional y del Derecho Mexicano. Una vez expuesto lo anterior, se llevó a cabo un análisis de la legislación mexicana en contra de los principales actos de competencia desleal. Después, se analizaron las disposiciones legales complementarias en materia de competencia desleal, es decir, que complementan dicha materia sin embargo no forman parte de ella. Subsecuentemente, se expusieron las distintas formas de legislar la competencia desleal tomando como ejemplos distintos sistemas legales extranjeros. Una vez realizado lo anterior, se buscó determinar la mejor forma de legislar dicha materia en México. Finalmente, se llevó a cabo una crítica al sistema disperso de leyes en contra de la competencia desleal, exponiendo los casos donde existe desprotección y ambigüedad.

Se encontró que en México existen disposiciones legales dispersas en distintos ordenamientos jurídicos en materia de competencia desleal que “cumplen” con el Convenio de París, pero no otorgan realmente una protección en contra de los actos desleales de la competencia. Estas disposiciones principalmente se encuentran relacionadas con la materia de propiedad industrial y los mecanismos para su aplicación versan sobre derechos de propiedad industrial *per se*.

Como se mencionó, mayoría de la protección en contra de actos de competencia desleal versa en derechos de propiedad industrial y un poco en protección al consumidor. Para esto, ni el IMPI ni la PROFECO son autoridades que deban conocer de actos concurrenciales en sentido estricto. En actos concurrenciales específicamente, no existen mecanismos claros para combatir la competencia desleal.

Se evidenció que las disposiciones legales en materia de competencia desleal existentes carecen de coordinación entre ellas y generan una falta de claridad y de protección que impiden su aplicación. La falta de un sistema de represión de competencia desleal claro puede afectar el ambiente comercial del país al no existir reglas claras ni mecanismos para ejercer derechos

Otros países cuentan con ejemplos de cómo garantizar las practicas leales en el comercio, tales como un cuerpo normativo específico destinado a la represión en contra de la competencia desleal.

A partir de los aprendizajes mencionados, considero que la existencia de mecanismos claros para reprimir actos de competencia desleal beneficiaria tanto a los competidores como a los consumidores en general, creando un ambiente de competencia justa con reglas claras en el mercado.

BIBLIOGRAFÍA

A DOCTRINA.

Álvarez Soberanis, Jaime. **La Competencia Desleal en el Derecho de la Propiedad Industrial.** México, Jurídicas de la Universidad Nacional Autónoma de México.

Becerra Acevedo, Hugo E. “*Supuestos de Competencia Desleal en Propiedad Industrial*”. Disponible en línea: **Instituto de Investigaciones Jurídicas de la Universidad Nacional Autónoma de México.** <<http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/6/2634/12.pdf>> (Consulta: Abril 7, 2023).

Becerra Ramírez, Manuel. **La Propiedad Intelectual en Transformación.** México, Porrúa y la Universidad Nacional Autónoma de México, 2009.

Bercovitz, Alberto. “*Tendencias actuales en la propiedad actual*”. Septiembre-Diciembre, 1992. Disponible en línea: **Revista de Derecho Privado.** Universidad Nacional Autónoma Mexicana. Año 3. Núm. 9. <<http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/3/1151/7.pdf>>. (Consulta: Abril 10, 2023).

Cornish, W.R. “*The International Relations of Intellectual Property*”. Marzo, 1993. Disponible en línea: **Cambridge Law Journal.** Faculty of Law, University of Cambridge. Vol. 52, 1993. <<http://journals.cambridge.org/action/displayAbstract?fromPage=online&aid=2913484>> (Consulta: Abril 10, 2023).

Diario de los Debates de la Cámara de Senadores del Congreso de los Estados Unidos Mexicanos. Año III, Segundo Periodo Ordinario, LV Legislatura, Núm. 27. México. 12 de julio de 1994. (p. 28).

Frisch Philipp, Walter. **Competencia Desleal.** 2ª ed. México, Oxford, 1999.

Ginebra Serrabou, Xavier. **Análisis de la Ley Española de Competencia Desleal y Propuesta para una Regulación del Fenómeno en México.** Disponible en línea: Universidad Panamericana <<http://scripta.up.edu.mx/handle/20.500.12552/1522>>. (Consulta: Mayo 1, 2023).

Ginebra Serrabou, Xavier. **Necesidad de una Ley de Competencia Desleal en México.** Disponible en línea: <<http://www3.diputados.gob.mx/camara/content/download/271201/836177/file/XavierGinebraSerrabou.pdf>>. (Consulta: Mayo 1, 2023).

García Máynez, Eduardo. **Introducción al Estudio del Derecho.** 7ª ed. México, Porrúa, 1957/2004.

Góngora Pimentel, Genaro. **Introducción al Estudio del Juicio de Amparo.** México, Porrúa, 1990.

Hilty, Reto M., Henning-Bodewig, Frauke. **Law Against Unfair Competition: Towards a New Paradigm in Europe?** MPI Studies on Intellectual Property, Competition and Tax Law 1. Max Planck Institute for Intellectual Property Competition and Tax Law. Alemania, Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 2007.

Ilias, Shayerah, and Fergusson, Ian F. *Intellectual Property Rights and International Trade*. Feb, 2011. Congressional Research Service: CRS Report for Congress.

Jalife Daher, Mauricio. **Competencia Desleal: Régimen Jurídico Mexicano**. México, Porrúa, 2008.

Jalife Daher, Mauricio. “*Necesidad de una Ley de Competencia Desleal en México*”. Noviembre 30, 2011. Disponible en línea: **Cámara de Diputados**, presentación de la reunión de trabajo del 30 de noviembre de 2011. <http://www3.diputados.gob.mx/index.php/camara/001_diputados/010_comisioneslxi/002_especiales/017_competitividad/07_presentaciones/07_presentaciones_de_la_reunion_de_trabajo_del_30_de_noviembre_de_2011>. (Consulta: Abril 10, 2023).

Juárez Papas, Jorge F. “*La Competencia Desleal en el Marco de la Propiedad Industrial*”. Septiembre – Diciembre 1988. Disponible en línea: **Cuadernos del Instituto de Investigaciones Jurídicas. Tecnología y Propiedad Industrial**. UNAM. Año III, Número 9. <<https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/4/1750/17.pdf>> (Consulta: Abril 10, 2023).

LaFrance, Mary. “*Passing Off and Unfair Competition: Conflict and Convergence in Competition Law*”. 2011. **Scholarly Commons @ UNLV Boyd Law**. University of Nevada, Las Vegas. 2011. Disponible en línea: <<https://scholars.law.unlv.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1806&context=facpub>>. (Consulta: Abril 10, 2023).

Legal Information Institute, Cornell Law School. **Unfair Competition**. Disponible en línea: <https://www.law.cornell.edu/wex/unfair_competition>. (Consulta: Mayo 2, 2023).

Magaña Rufino, José Manuel. **Derecho de la Propiedad Industrial en México**. México, Porrúa y Universidad Panamericana, 2011.

Mantilla Molina, Roberto Luis. **Derecho Mercantil**. 11ª ed. México, Porrúa, 1970.

Menell, Peter S., Merges, Robert P., Lemley, Mark A. **Intellectual Property in the New Technological Age**. 6ª ed. Estados Unidos de América, Aspen Casebook Series, 2012.

Morales Elcoro, Rodrigo. *Competencia, Innovación y Propiedad Intelectual: Reflexiones sobre su interrelación*. **Propiedad Intelectual y Competencia Económica**. México, Porrúa y ANADE, 2010.

Myers, Gary. **Principles of Intellectual Property Law**. 2ª ed. Estados Unidos de América, Westlaw y Concise Hornbook Series, 2004/2008.

Núñez Ramírez, Alicia Yolanda. **Efectos Jurídicos del Uso de la Marca en el Derecho Mexicano**. México, Porrúa, 2002.

Ojeda, Lucía, Santos, Luis y Roldán, José. **Propiedad Intelectual y Competencia Económica**. México, Porrúa, Instituto Tecnológico Autónomo de México y ANADE, 2010.

Organization for Economic Cooperation and Development. **Glossary Industrial Organisation Economics and Competition Law**. Disponible en línea: <<https://www.oecd.org/competition/abuse/2376087.pdf>> (Consulta: Abril 2, 2023).

Otero Muñoz, Ignacio y Ortiz Bahena, Miguel Ángel. **Propiedad Intelectual: Simetrías y Asimetrías entre el Derecho de Autor y la Propiedad Industrial. El Caso de México**. México, Porrúa, 2011.

Pérez Miranda, Rafael. **Propiedad Industrial y Competencia en México: un enfoque de Derecho Económico**. 2ª ed. México, Porrúa, 1994/1999.

Polo, Eduardo. **La Protección del Consumidor en el Derecho Privado**. España, Civitas, 1980.
Ojeda, Lucía, Santos, Luis y Roldán, José. **Propiedad Intelectual y Competencia Económica**. México, Porrúa, Instituto Tecnológico Autónomo de México y ANADE, 2010.

Rangel Medina, David. **Derecho de la Propiedad Industrial e Intelectual**. México, Universidad Nacional Autónoma de México, 1991.

Rangel Medina, David. “*La Marca como Instrumento Regulador de Comercio*”. Disponible en línea: **Jurídicas de la Universidad Nacional Autónoma de México** <<http://www.juridicas.unam.mx/publica/librev/rev/facdermx/cont/139/cnt/cnt13.pdf>> (Consulta: Abril 10, 2023).

Rangel Medina, David. **Tratado de Derecho Marcario**. México, 1960.

Real Academia Española. **Diccionario de la Lengua Española**. Disponible en línea: <<http://www.rae.es>> (Consulta: Abril 7, 2023).

Rangel Ortiz, Horacio. “*La Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual: Jurisprudencia*”. Disponible en línea: **Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI)**. <http://www.wipo.int/export/sites/www/freepublications/es/intproperty/627/wipo_pub_627.pdf> (Consulta: Abril 10, 2023).

Remolina Angarita, Nelson. **Competencia Desleal en Colombia**. National Law Center for Inter-American Free Trade, 1996.

Serrano Migallón, Fernando. **México en el orden Internacional de la Propiedad Intelectual**. Tomo I. México, Porrúa y la Universidad Nacional Autónoma de México, 2000.

Sepúlveda, César. **El Sistema Mexicano de la Propiedad Industrial**. México, Impresiones Modernas, 1955.

Sims, Rod. **Unfair Competition**. Enero 1, 1990. Disponible en línea: <<https://www.concurrences.com/en/dictionary/unfair-competition>>. (Consulta Mayo 1, 2023).

Varios. **Estudios en Torno a la Ley Federal de Competencia Económica**. México, Estudio de Investigaciones Jurídicas de la Universidad Nacional Autónoma de México, 1994.

Witker, Jorge y Varela, Angélica. **Derecho de la Competencia Económica en México**. México, Universidad Autónoma de México, 2003.

Witker, Jorge. **Introducción al Derecho Económico**. 4ª ed. México, McGraw-Hill, 1999. Disponible en Línea: Jurídicas de la Universidad Nacional Autónoma de México <<http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/4/1937/13.pdf>> (Consulta: Abril 10, 2023).

World International Property Organization (WIPO). “*WIPO Intellectual Property Handbook: Policy, Law and Use*”. Disponible en línea: **WIPO** <http://www.wipo.int/export/sites/www/freepublications/en/intproperty/489/wipo_pub_489.pdf> (Consulta: Abril 7, 2023).

World International Property Organization (WIPO). Status Report on the Protection Against Unfair Competition in WIPO Member States. <<https://www.wipo.int/export/sites/www/sct/en/meetings/pdf/wipo-strad-inf-8-prov.pdf>> (Consulta: Abril 7, 2023).

World International Property Organization (WIPO). “*Protection against Unfair Competition: Analysis of the Present World Situation*”. Disponible en línea: **WIPO** <[ftp://ftp.wipo.int/pub/library/ebooks/wipopublications/wipo_pub_725\(e\).pdf](ftp://ftp.wipo.int/pub/library/ebooks/wipopublications/wipo_pub_725(e).pdf)> (Consulta: Abril 10, 2023).

B. LEGISLACIÓN.

Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio. (ADPIC). Organización Mundial del Comercio. (*México: Enero 1, 1995*). Disponible en línea: <http://www.wto.org/spanish/docs_s/legal_s/27-trips.pdf>. (Consulta: Abril 10, 2023).

Código Civil Federal. (D.O.F. Mayo 26, Julio 14 Agosto 3 y 31 de 1928/Enero 11, 2021).

Código de Comercio. (D.O.F. Octubre 7 a Diciembre 13, 1889/17 Abril, 2012).

Convenio que establece la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), Estocolmo a Julio 14, 1967. (*México: Junio 14, 1975*). Disponible en línea: <http://www.wipo.int/wipolex/es/wipo_treaties/text.jsp?file_id=280410>. (Consulta: Abril 10, 2023).

Convenio de París para la Protección de los Derechos de Propiedad Industrial. (Convenio de París). Francia, 20 de marzo de 1883. (*México: 26 de julio de 1976*). Disponible en: <http://www.wipo.int/treaties/es/text.jsp?file_id=288515>. (Consulta: Abril 10, 2023).

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. (D.O.F. Febrero 5, 1917/ Noviembre 18, 2022).

Directiva de Marcas (Primera Directiva 89/104/CEE del Consejo de 21 de diciembre de 1988 relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados Miembros en materia de marcas) Unión Europea

Directiva sobre Prácticas Comerciales Desleales 2005/29/EC Unión Europea

Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal (España). B.O.E. Enero 11, 1991. Disponible en línea: Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado <<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1991-628#:~:text=Esta%20ley%20tiene%20por%20objeto,la%20Ley%20General%20de%20Publicidad.>> (Consulta Mayo 2, 2023).

Ley de Comercio Exterior. (D.O.F. Julio 27, 1993/Diciembre 21, 2006).

Ley de la Propiedad Industrial. (D.O.F. Junio 27, 1991/Abril 9, 2012).

Ley Federal de Competencia Económica. (D.O.F. Mayo 23, 2014/Mayo 20, 2021).

Ley Federal de la Protección a la Propiedad Industrial. (D.O.F. Julio 1, 2020).

Ley Federal de Protección al Consumidor. (D.O.F. Diciembre 24, 1992/Abril 9, 2012).

Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito (D.O.F. Ago. 27, 1932/Jun. 22, 2018).

Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial. (Noviembre 23, 1994/Diciembre 16, 2016).

C. JURISPRUDENCIA.

Derechos de Propiedad Industrial y de Competencia Desleal. Su relación dinámica. Tesis Aislada. Amparo Directo. Tribunal Colegiado de Circuito. Clave I.8º.A.48 A. (*SJF: 10ª época, T III, Mayo de 2013, p. 1771*). Disponible en línea: SCJN <ius.scjn.gob.mx> Registro 2003547. (Consulta: Abril 3, 2023).

Marcas. Competencia desleal. Requisitos para que se actualice la infracción administrativa prevista en la Ley de Invenciones y Marcas. Tesis Aislada. Amparo en revisión. Tribunal Colegiado de Circuito. (*SJF: 8ª época, T VII, Junio de 1991, p. 320*). Disponible en línea: SCJN <ius.scjn.gob.mx> Registro 222570. (Consulta: Abril 5, 2023).

Marcas. Lineamientos para evaluar su semejanza en grado de confusión. Jurisprudencia. Amparo directo. Tribunal Colegiado de Circuito. Clave I.4º.A. J/92. (*SJF: 9ª época, T XXXIII, Mayo de 2011, p. 911*). Disponible en línea: SCJN <ius.scjn.gob.mx> Registro 162089. (Consulta: Abril 20, 2023).