



BOLETIN OFICIAL DE LAS CORTES GENERALES

SENADO

III LEGISLATURA

Serie II:
TEXTOS LEGISLATIVOS

10 de junio de 1989

Núm. 322 (a)
(Cong. Diputados, Serie A, núm. 106)

PROYECTO DE LEY

De competencia desleal.

TEXTO REMITIDO POR EL CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

PRESIDENCIA DEL SENADO

Con fecha 10 de junio de 1989, ha tenido entrada en esta Cámara el texto aprobado por la Comisión de Justicia e Interior del Congreso de los Diputados, con competencia legislativa plena, en relación con el proyecto de Ley de competencia desleal.

Al amparo del artículo 104 del Reglamento del Senado, se ordena la remisión de este proyecto de Ley a la **Comisión de Justicia**.

En virtud de lo establecido en el artículo 107.1, del Reglamento del Senado, **el plazo para la presentación de enmiendas terminará el próximo día 22 de junio, jueves.**

De otra parte, y en cumplimiento del artículo 191 del Reglamento del Senado, se ordena la publicación del texto del mencionado proyecto de Ley encontrándose la restante documentación a disposición de los señores Senadores en la Secretaría General de la Cámara.

Palacio del Senado, 10 de junio de 1989.—El Presidente del Senado, **José Federico de Carvajal Pérez**.—La Secretaria primera del Senado, **María Lucía Urcelay López de las Heras**.

Exposición de motivos

I. La competencia desleal, aún constituyendo una pieza legislativa de importancia capital dentro del sistema del Derecho mercantil, ha sido un sector del que tradicio-

nalmente ha estado ausente el legislador. Esta circunstancia, parcialmente remediada por la reciente aprobación de las Leyes 32/1988, de 10 de noviembre, de Marcas, y 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, había propiciado la formación de una disciplina discontinua y fragmentaria que muy pronto habría de revelarse obsoleta y de quedar, en la realidad de los hechos, desprovista de fuerza. En efecto, las normas que tradicionalmente han nutrido dicha disciplina se encontraban dispersas en leyes de distinta edad y procedencia; contemplaban únicamente aspectos parciales (y a menudo meramente marginales) de esa vasta realidad que es la competencia desleal; respondían a modelos de regulación desfasados, que en la actualidad —según ha mostrado nuestra más reciente y atenta doctrina— carecen de parangón en el derecho comparado e incluso de anclaje en la evolución general del propio; y, en fin, eran normas que ni siquiera dentro de sus limitaciones podían considerarse eficaces, debido a la escasa calidad y flexibilidad de su aparato sancionador. El régimen de la competencia desleal se había convertido así en un escenario normativo languideciente, al amparo del cual pudieron proliferar prácticas concurrenciales incorrectas, que en no pocas ocasiones han ocasionado un grave deterioro de nuestro tráfico mercantil.

II. La presente Ley, completando y, en ocasiones, refundiendo los esfuerzos de la racionalización sectoriales iniciados por las ya recordadas leyes de Marcas y Publicidad, aspira a poner término a la tradicional situación de incertidumbre y desamparo que ha vivido el sector creando un marco jurídico cierto y efectivo, que sea capaz de dar cauce a la cada vez más enérgica y sofisticada

lucha concurrencial. Varias circunstancias hacían inexcusable esta iniciativa.

La primera viene dada por la creciente demanda social que al respecto se ha dejado sentir en los últimos tiempos. La apertura de nuevos mercados, la emancipación de nuestra vida mercantil de vínculos corporativos y protectionistas y una mayor sensibilidad de nuestros hombres de empresa hacia la innovación de las estrategias comerciales han abierto nuevas perspectivas a nuestra economía, pero al propio tiempo han puesto de manifiesto el peligro de que la libre iniciativa empresarial sea objeto de abusos, que con frecuencia se revelan gravemente nocivos para el conjunto de los intereses que confluyen en el sector: el interés privado de los empresarios, el interés colectivo de los consumidores y el propio interés público del Estado al mantenimiento de un orden concurrencial debidamente saneado. La Ley responde, en segundo lugar, a la necesidad de homologar, en el plano internacional, nuestro ordenamiento concurrencial. España ha omitido esta equiparación en ocasiones anteriores. Pero en el momento presente, esa situación ya no podía prolongarse por más tiempo sin grave inconveniente. El ingreso en la Comunidad Económica Europea exigía, en efecto, la introducción en el entramado de nuestro Derecho mercantil y económico de una disciplina de la competencia desleal que estableciese condiciones concurrenciales similares a las que reinan o imperan en el conjunto de los demás Estados miembros. Desde esta perspectiva, la presente Ley se propone dar un paso más en la dirección iniciada por la reciente Ley de Marcas, por medio de la cual se ha tratado de materializar el compromiso contraído en los artículos 10 bis y 10 ter del Convenio de La Unión de París.

Obedece la Ley, finalmente, a la necesidad de adecuar el ordenamiento concurrencial a los valores que han cuajado en nuestra constitución económica. La Constitución Española de 1978 hace gravitar nuestro sistema económico sobre el principio de libertad de empresa y, consiguientemente, en el plano institucional, sobre el principio de libertad de competencia. De ello se deriva, para el legislador ordinario, la obligación de establecer los mecanismos precisos para impedir que tal principio pueda verse falseado por prácticas desleales, susceptibles, eventualmente, de perturbar el funcionamiento concurrencial del mercado. Esta exigencia constitucional se complementa y refuerza por la derivada del principio de protección del consumidor, en su calidad de parte débil de las relaciones típicas de mercado, acogido por el artículo 51 del texto constitucional. Esta nueva vertiente del problema, en general desconocida por nuestro Derecho tradicional de la competencia desleal, ha constituido un estímulo adicional de la máxima importancia para la emanación de la nueva legislación.

III. Las circunstancias antes señaladas, al tiempo que ponen de manifiesto la oportunidad de la Ley, dan razón de los criterios y objetivos que han presidido su elaboración; a saber: generalidad, modernidad e institucionalidad. El propósito que ha guiado al legislador ha sido, en

efecto, el de elaborar una Ley general, capaz de satisfacer la heterogénea demanda social que registra el sector desde la perspectiva unitaria del fenómeno concurrencial; una Ley moderna, inspirada en los modelos de regulación más avanzados y susceptible de situar a nuestro ordenamiento de la competencia en la órbita del Derecho europeo del momento; una Ley, en fin, de corte institucional, apta para garantizar o asegurar una ordenación del juego competitivo acorde con la escala de valores e intereses que ha cristalizado en nuestra constitución económica.

El resultado no podía ser otro que una profunda renovación de nuestro viejo Derecho de la competencia desleal. Dicha renovación se advierte, cuando menos, en el triple plano de la orientación, de la configuración y de la realización de la disciplina.

1. Por lo que se refiere al primero de los planos mencionados, la Ley introduce un cambio radical en la concepción tradicional del Derecho de la competencia desleal. Este deja de concebirse como un ordenamiento primariamente dirigido a resolver los conflictos entre los competidores para convertirse en un instrumento de ordenación y control de las conductas en el mercado. La institución de la competencia pasa a ser así el objeto directo de protección. Significativos a este respecto son, entre otros muchos, los artículos 1 y 5 y muy especialmente el artículo 6 en el que, implícitamente al menos, se consagra la noción de abuso de la competencia. Esta nueva orientación de la disciplina trae consigo una apertura de la misma hacia la tutela de intereses que tradicionalmente habían escapado a la atención del legislador mercantil. La nueva Ley, en efecto, se hace portadora no sólo de los intereses privados de los empresarios en conflicto, sino también de los intereses colectivos del consumo e incluso del interés público del Estado al mantenimiento de un orden concurrencial no falseado. Esta ampliación y reordenación de los intereses protegidos está presente a lo largo de todos los preceptos de la Ley, desde el propio artículo primero que expresamente proclama que la finalidad de la Ley consiste en proteger y asegurar la competencia «en interés de la economía en general y de todos los que participan en el mercado». Particularmente ilustrativos resultan también los artículos 6 y 20. El primero, porque conecta directamente la deslealtad de un comportamiento económico a la puesta en peligro de la libertad de decisión del consumidor o del funcionamiento concurrencial del mercado; y el segundo, porque atribuye legitimación activa para el ejercicio de las acciones derivadas de la competencia desleal tanto a los consumidores (individual y colectivamente considerados) como al propio Estado.

2. En lo que atañe a la configuración sustantiva de la disciplina, las novedades no son menos importantes. A este respecto resultan especialmente destacables los dos primeros capítulos de la Ley, en los que, respectivamente, se incardinan la parte general y la parte especial de la disciplina.

En el Capítulo I, y específicamente en los artículos 2 y 3, se establecen los elementos generales del ilícito con-

currencial (aplicables a todos los supuestos concretos tipificados en el Capítulo II, excepción hecha del previsto en el artículo 14, relativo a la violación de secretos industriales). A la hora de perfilar tales elementos o presupuestos de aplicación de la disciplina se han seguido, por imperativo de la orientación institucional y social de la Ley, un criterio marcadamente restrictivo. Para que exista acto de competencia desleal basta, en efecto, con que se cumplan las dos condiciones previstas en el párrafo primero del artículo 2: que el acto se «realice en el mercado» (es decir; que se trate de un acto dotado de trascendencia externa) y que se lleve a cabo con «fines concurrenciales» (es decir: que el acto —según se desprende del párrafo segundo del citado artículo— tenga por finalidad «promover o asegurar la difusión en el mercado de las prestaciones propias o de un tercero»). Si dichas circunstancias concurren, el acto podrá ser perseguido en el marco de la nueva Ley. No es necesaria ninguna otra condición ulterior; y concretamente —según se encarga de precisar el artículo 3— no es necesario que los sujetos —agente y paciente— del acto sean empresarios (la Ley también resulta aplicable a otros sectores del mercado: artesanía, agricultura, profesiones liberales, etc.), ni se exige tampoco que entre ellos medie una relación de competencia. En este punto, y por exigencia de sus propios puntos de partida, la Ley ha incorporado las orientaciones más avanzadas del Derecho comparado, desvinculando la persecución del acto del tradicional requisito de la relación de competencia, que sólo tiene acomodo en el seno de una concepción profesional y corporativa de la disciplina.

Las disposiciones generales del Capítulo I se cierran con una norma unilateral de Derecho internacional privado que establece un criterio de conexión —el mercado afectado por el acto de competencia desleal— en plena armonía con la inspiración institucional de la Ley.

El núcleo dispositivo de la Ley se halla ubicado en el Capítulo II, donde se tipifican las conductas desleales. El Capítulo se abre con una generosa cláusula general de la que en buena medida va a depender —como muestra la experiencia del Derecho comparado— el éxito de la Ley y la efectiva represión de la siempre cambiante fenomenología de la competencia desleal. El aspecto tal vez más significativo de la cláusula general radica en los criterios seleccionados para evaluar la deslealtad del acto. A este respecto han de destacarse dos circunstancias no exentas de interés. La primera es que se ha optado por establecer un criterio de obrar, como es la «buena fe», de alcance general, con lo cual implícitamente, se han rechazado los más tradicionales («corrección profesional», «usos honestos en materia comercial e industrial», etc.), todos ellos sectoriales y de inequívoco sabor corporativo. La segunda circunstancia a subrayar consiste en la introducción, junto a estándares de enjuiciamiento centrados en el desvalor de la conducta, de un tipo general de peligro para la libertad de decisión del consumidor y el funcionamiento concurrencial del mercado, centrado en el desvalor del resultado. Las nuevas funciones que se asignan a la disciplina así lo demandaban.

Pero la amplitud de la cláusula general no ha sido óbice para una igualmente generosa tipificación de los actos concretos de competencia desleal, con la cual se aspira a dotar de mayor certeza a la disciplina. El catálogo incluye, junto a las más tradicionales prácticas de confusión (artículo 7), denigración (artículo 10) y explotación de la reputación ajena (artículo 13), los supuestos de engaño (artículo 8), de violación de secretos (artículo 14), de inducción a la ruptura contractual (artículo 15) y otros que sólo han cobrado un perfil nítido y riguroso en la evolución europea de las últimas décadas, tales como la venta con primas y obsequios (artículo 9), la violación de normas (artículo 16), la discriminación (artículo 17) y la venta a pérdida (artículo 18). De acuerdo con la finalidad de la Ley, que en definitiva se cifra en el mantenimiento de mercados altamente transparentes y competitivos, la redacción de los preceptos anteriormente citados ha estado presidida por la permanente preocupación de evitar que prácticas concurrenciales incómodas para los competidores puedan ser calificadas, simplemente por ello, de desleales. En este sentido, se ha tratado de hacer tipificaciones muy restrictivas, que en algunas ocasiones, más que dirigirse a incriminar una determinada práctica, tienden a liberalizarla o por lo menos a zanjar posibles dudas acerca de su deslealtad. Significativos a este respecto son los artículos 11 y 12, relativos a la publicidad comparativa y a los actos de imitación e incluso los ya citados artículos 17 y 18 en materia de discriminación y venta a pérdida.

3. La Ley se esfuerza, finalmente, por establecer mecanismos sustantivos y procesales suficientemente eficaces para una adecuada realización de la disciplina. Al respecto resultan relevantes los Capítulos III y IV. En el primero de ellos se regulan con detalle las acciones derivadas del acto de competencia desleal. Los extremos más significativos se hallan contemplados por los artículos 19 y 20. El artículo 19 realiza un censo completo de tales acciones (declarativa, de cesación, de remoción, de rectificación, de resarcimiento de daños y perjuicios y de enriquecimiento injusto), poniendo a disposición de los interesados un amplio abanico de posibilidades para una eficaz persecución del ilícito concurrencial. El artículo 20 disciplina en términos muy avanzados la legitimación activa para el ejercicio de las acciones anteriormente mencionadas. La novedad reside en la previsión, junto a la tradicional legitimación privada (que se amplía al consumidor perjudicado), de una legitimación colectiva (atribuida a las asociaciones profesionales y de consumidores) y una legitimación pública (confiada a las Administraciones del Estado y de las distintas Comunidades Autónomas). De este modo se pretende armonizar este sector de la normativa con la orientación general de la Ley y al mismo tiempo multiplicar la probabilidad de que las conductas incorrectas no queden sin sanción.

El Capítulo IV alberga algunas especialidades procesales que se ha creído oportuno introducir al objeto de conseguir, sin merma de las debidas garantías, un mayor rigor, y una mayor eficacia y celeridad en las causas de

competencia desleal. Desde esta perspectiva resultan particularmente elocuentes los artículos 25 y 26. El primero de ellos prevé un generoso catálogo de diligencias preliminares, encaminado a facilitar al posible demandante la obtención de la información necesaria para preparar el juicio. La experiencia demuestra que sin instrumentos de este tipo, a través de los cuales se asegure el acceso al ámbito interno de la empresa que presumiblemente ha cometido una práctica desleal, las acciones de competencia desleal se hallan, con frecuencia, condenadas al fracaso. El segundo de los preceptos mencionados, el artículo 26, regula las medidas cautelares, otra de las piezas clave para una eficaz defensa del interesado contra los actos de competencia desleal.

El capítulo —y con él la Ley— se cierra con una disposición inspirada por la Directiva CEE en materia de publicidad engañosa. Se trata del artículo 27, que contempla la posibilidad de que el juez invierta, en beneficio del demandante, la carga de la prueba relativa a la falsedad e inexactitud de las indicaciones o manifestaciones enjuiciadas en una causa de competencia desleal. Ciertamente, la norma se halla ya recogida en la Ley General de Publicidad. No está de más, sin embargo, que se reitere en el ámbito de la legislación general, debido a su más amplia proyección.

IV. Finalmente ha de hacerse una referencia a la oportunidad de la presente Ley desde el punto de vista de la distribución territorial de competencias. La premisa de la que se ha partido es que la «competencia desleal» constituye una materia reservada a la competencia del Estado. Esta es, en efecto, la conclusión a la que se arriba en aplicación del artículo 149 número 1 de la Constitución, tanto en su apartado 6 que atribuye al Estado la competencia exclusiva sobre la «legislación mercantil» como, en cierto modo, en su apartado 13, que reserva al Estado la coordinación general de la actividad económica. Este punto de vista se refuerza apelando a la doctrina del Tribunal Constitucional, a tenor de la cual el límite implícito de la competencia autonómica ha de situarse en la necesidad de garantizar la «unidad de mercado» en el territorio nacional.

El legislador es consciente, ciertamente, de que la materia de la «competencia desleal» se halla muy próxima a las materias de «comercio interior» y de «tutela del consumidor» respecto de las cuales las Comunidades Autónomas tienen asumidas competencias. Precisamente por ello ha tratado de ser especialmente escrupuloso a la hora de delimitar el objeto y el campo de su regulación. La cuestión es clara con relación al título competencial de «comercio interior», cuyas materias quedan perfectamente excluidas de la presente Ley. Más dudas puede suscitar, a primera vista, el título relativo a la «protección del consumidor». Un examen atento de la normativa aprobada enseguida muestra, sin embargo, que tampoco por este lado se han mezclado o confundido órdenes materiales y competenciales distintas. La Ley, en efecto, disciplina directa e inmediatamente la actividad concurrencial. El he-

cho de que a la hora de establecer el cauce jurídico de esa actividad haya tenido en cuenta, muy especialmente por cierto, los intereses de los consumidores no significa que haya invadido terrenos que no son propios de su regulación; significa simplemente que, en el trance de reglamentar los comportamientos de los operadores del mercado, se ha guiado —de acuerdo con los criterios consolidados en la evolución actual del Derecho comparado y por imperativo de la propia Carta Constitucional— por la necesidad de reforzar la posición del consumidor como parte débil de las relaciones típicas del mercado.

PROYECTO DE LEY DE COMPETENCIA DESLEAL

CAPITULO I

Disposiciones generales

Artículo 1. Finalidad

La presente Ley tiene por objeto la protección de la competencia en interés de la economía general y de todos los que participan en el mercado, y a tal fin establece la prohibición de los actos de competencia desleal.

Artículo 2. Ambito objetivo

1. Los comportamientos previstos en esta Ley tienen la consideración de actos de competencia desleal siempre que se realicen en el mercado y con fines concurrenciales.
2. La finalidad concurrencial del acto se presume cuando éste, por las circunstancias en que se realiza, se revela objetivamente idóneo para promover o asegurar la difusión en el mercado de las prestaciones propias o las de un tercero.

Artículo 3. Ambito subjetivo

1. La Ley es de aplicación a los empresarios y a cualesquiera otras personas físicas o jurídicas que participen en el mercado.
2. La aplicación de la Ley no puede supeditarse a la existencia de una relación de competencia entre el sujeto activo y el sujeto pasivo del acto de competencia desleal.

Artículo 4. Ambito territorial

La presente Ley es de aplicación a los actos de competencia desleal cuyos efectos sustanciales tengan lugar o estén llamados a tenerlo en el mercado español.

Artículo 5. Interpretación

Los preceptos de esta Ley habrán de ser interpretados de acuerdo con el principio de competencia de prestaciones y demás principios de ordenación del sistema de libre competencia.

CAPITULO II

Actos de competencia desleal

Artículo 6. Cláusula general

Se reputa desleal todo comportamiento que ponga en peligro, de manera significativa, la libertad de decisión del consumidor o el funcionamiento concurrencial del mercado, o que, de cualquier otra manera, resulte objetivamente contrario a las exigencias de la buena fe.

Artículo 7. Actos de confusión

Se considera desleal todo comportamiento que resulte idóneo para crear confusión con la actividad, las prestaciones o el establecimiento ajenos.

El riesgo de confusión acerca de la procedencia de la prestación es suficiente para fundamentar la deslealtad de una práctica.

Artículo 8. Actos de engaño

Se considera desleal la utilización o difusión de indicaciones incorrectas o falsas, la omisión de las verdaderas, cuando sean sustanciales, y cualquier otro tipo de práctica que, por las circunstancias en que tenga lugar, sea susceptible de inducir a error a las personas a las que dirige o alcanza.

Artículo 9. Obsequios, primas y supuestos análogos

1. La entrega de obsequios con fines publicitarios y prácticas comerciales análogas se reputan desleales cuando, por las circunstancias en que se realizan, pongan al consumidor en el compromiso de contratar la prestación principal.

2. La oferta de cualquier clase de ventaja o prima para el caso de que se contrate la prestación principal se reputa desleal cuando induce o puede inducir al consumidor a error acerca del nivel de precios de otros productos o servicios del mismo establecimiento, o cuando le dificulta gravemente la apreciación del valor efectivo de la oferta o su comparación con ofertas alternativas. Estas últimas circunstancias se presumen verificadas cuando el coste efectivo de aprovisionamiento de la ventaja excede de la décima parte del precio de la prestación principal.

3. La subordinación de la conclusión de un contrato a la aceptación de prestaciones suplementarias que no guarden relación con el objeto de tal contrato se reputa desleal cuando concorra alguna de las circunstancias previstas en el apartado anterior.

Artículo 10. Actos de denigración

Se considera desleal la realización o difusión de manifestaciones sobre la actividad, las prestaciones, el establecimiento o las relaciones mercantiles de un tercero que

sean aptas para menoscabar su crédito en el mercado, a no ser que sean exactas, verdaderas y pertinentes.

En particular, no se estiman pertinentes las manifestaciones que tengan por objeto la nacionalidad, las creencias o ideología, la vida privada o cualesquiera otras circunstancias estrictamente personales del afectado.

Artículo 11. Actos de comparación

1. Se considera desleal la comparación pública de la actividad, las prestaciones o el establecimiento propios o ajenos con los de un tercero cuando aquélla se refiera a extremos que no sean análogos, relevantes ni comprobables.

2. Se reputa también desleal la comparación que contravenga lo establecido en los artículos 8 y 10 en materia de prácticas engañosas y denigrantes.

Artículo 12. Actos de imitación

1. La imitación de prestaciones e iniciativas empresariales ajenas es libre, salvo que estén amparadas por un derecho de exclusiva reconocido por la Ley.

2. No obstante, la imitación servil de prestaciones de un tercero se reputa desleal cuando es idónea para regenerar confusión acerca de la procedencia empresarial de la prestación o supone un aprovechamiento indebido de la reputación ajena.

La inevitabilidad de los indicados riesgos de confusión o de aprovechamiento de la reputación ajena excluye la deslealtad de la práctica.

3. Asimismo tiene la consideración de desleal la imitación sistemática de las prestaciones e iniciativas empresariales de un competidor cuando dicha estrategia se halla encaminada a impedir u obstaculizar su afirmación en el mercado y excede de lo que, según las circunstancias, puede reputarse una respuesta natural del mercado.

Artículo 13. Explotación de la reputación ajena

Se considera desleal el aprovechamiento, en beneficio propio o ajeno, de las ventajas de la reputación industrial, comercial o profesional adquirida por otro en el mercado.

En particular, se reputa desleal el empleo de signos distintivos ajenos o de denominaciones de origen falsas acompañados de la indicación acerca de la verdadera procedencia del producto o de expresiones tales como «modelo», «sistema», «tipo», «clase» y similares.

Artículo 14. Violación de secretos

1. Se considera desleal la divulgación o explotación, sin autorización de su titular, de secretos industriales o de cualquier otra especie de secretos empresariales a los que se haya tenido acceso legítimamente, pero con deber de reserva, o ilegítimamente, a consecuencia de alguna de las conductas previstas en el apartado siguiente o en el artículo 15.

2. Tiene asimismo la consideración de desleal la adquisición de secretos por medio de espionaje o procedimiento análogo.

3. La persecución de las violaciones de secretos contempladas en los apartados anteriores no precisa de la concurrencia de los requisitos establecidos en el artículo 2.

Artículo 15. Inducción a la ruptura contractual

1. Se considera desleal la inducción a trabajadores, proveedores, clientes y demás obligados, a infringir los deberes contractuales básicos que han contraído con los competidores.

2. La inducción a la terminación regular de un contrato o el aprovechamiento en beneficio propio o de un tercero de una infracción contractual ajena sólo se reputa desleal cuando, siendo conocida, tiene por objeto la difusión o explotación de un secreto industrial o empresarial o va acompañada de circunstancias tales como el engaño, la intención de eliminar a un competidor del mercado u otras análogas.

Artículo 16. Violación de normas

1. Se considera desleal prevalerse en el mercado de una ventaja significativa adquirida frente a los competidores mediante la infracción de las leyes.

2. Tiene también la consideración de desleal la simple infracción de normas jurídicas que tengan por objeto la regulación de la actividad concurrencial.

Artículo 17. Discriminación

1. El tratamiento discriminatorio del consumidor en materia de precios y demás condiciones de venta se reputa desleal, a no ser que medie causa justificada.

2. Se reputa desleal la explotación de la dependencia económica respecto de una o varias empresas, en la que puedan encontrarse sus empresas clientes o proveedoras que no dispongan de alternativa equivalente para el ejercicio de su actividad.

3. En los demás casos, las prácticas discriminatorias, incluida la negativa a contratar, sólo tienen la consideración de desleales cuando, por las circunstancias en que se realizan, son contrarias a la cláusula general del artículo 6.

Artículo 18. Venta a pérdida

1. Salvo disposición contraria de las leyes o de los reglamentos, la fijación de precios es libre.

2. No obstante, la venta realizada sistemáticamente bajo coste, o bajo precio de adquisición, se reputa desleal en los siguientes casos:

a) Cuando sea susceptible de inducir a error a los consumidores acerca del nivel de precios de otros productos o servicios del mismo establecimiento.

b) Cuando tenga por efecto desacreditar la imagen de un producto o de un establecimiento ajenos.

c) Cuando forme parte de una estrategia encaminada a eliminar a un competidor o grupo de competidores del mercado.

d) Cuando suponga una grave puesta en peligro de la existencia de la competencia en un determinado mercado.

CAPITULO III

Acciones derivadas de la competencia desleal

Artículo 19. Acciones

Contra el acto de competencia desleal pueden interponerse las siguientes acciones:

1.ª Acción declarativa de la deslealtad del acto, si la perturbación creada por el mismo subsiste.

2.ª Acción de cesación del acto, o de prohibición del mismo, si todavía no se ha puesto en práctica.

3.ª Acción de remoción de los efectos producidos por el acto.

4.ª Acción de rectificación de las informaciones engañosas, incorrectas o falsas.

5.ª Acción de resarcimiento de los daños y perjuicios ocasionados por el acto, si ha intervenido dolo o culpa del agente. El resarcimiento puede incluir la publicación de la sentencia.

6.ª Acción de enriquecimiento injusto, que sólo procede cuando el acto lesiona una posición jurídica amparada por un derecho de exclusiva u otra de análogo contenido económico.

Artículo 20. Legitimación activa

1. Cualquier persona que participe en el mercado, cuyos intereses económicos resulten perjudicados o amenazados por el acto de competencia desleal, está legitimada para el ejercicio de las acciones previstas en los cinco primeros números del artículo anterior.

La acción de enriquecimiento injusto sólo puede ser interpuesta por el titular de la posición jurídica violada.

2. Las acciones contempladas en los números 1.ª a 4.ª del artículo anterior pueden ejercitarse además por las siguientes entidades:

a) Las asociaciones, corporaciones profesionales o representativas de intereses económicos cuando resulten afectados los intereses de sus miembros.

b) Las asociaciones que, según sus estatutos, tengan por finalidad la protección del consumidor y reúnan las condiciones que se establezcan de acuerdo con el artículo

20.3 de la Ley General para la Defensa de los Consumidores. La legitimación quedará supeditada en este supuesto a que el acto de competencia desleal perseguido afecte directamente a los intereses de los consumidores.

c) La Administración del Estado y, en su caso, la de las Comunidades Autónomas, respecto de aquellos actos que afecten al interés público en el mantenimiento de un orden concurrencial no falseado. La legitimación se presume cuando el acto de competencia desleal afecte a un sector económico en su totalidad o a una parte sustancial del mismo.

Artículo 21. Legitimación pasiva

1. Las acciones previstas por el artículo 19 pueden ejercitarse contra cualquier persona física o jurídica cuya conducta haya contribuido a la realización del acto de competencia desleal. No obstante, la acción de enriquecimiento injusto sólo puede dirigirse contra el beneficiario del enriquecimiento.

2. Si el acto de competencia desleal es realizado por trabajadores u otros colaboradores en el ejercicio de sus funciones y deberes contractuales, las acciones previstas en los números 1.º y 4.º del artículo 19 deben dirigirse contra el principal. Respecto a las acciones de resarcimiento de daños y de enriquecimiento injusto se estará a lo dispuesto por el Derecho común.

Artículo 22. Prescripción

Las acciones de competencia desleal prescriben por el transcurso de un año desde el momento en que pudieron ejercitarse y el legitimado tuvo conocimiento de la persona que realizó el acto de competencia desleal; y, en cualquier caso, por el transcurso de tres años desde el momento de la realización del acto.

CAPITULO IV

Disposiciones procesales

Artículo 23. Tramitación del proceso

Los procesos en materia de competencia desleal se tramitarán en todo caso con arreglo a lo dispuesto por la Ley de Enjuiciamiento Civil para el juicio de menor cuantía.

Artículo 24. Competencia territorial

En los juicios en materia de competencia desleal será competente el Juez del lugar donde el demandado

tenga su establecimiento y, a falta de éste, su domicilio. En el supuesto de que el demandado carezca de establecimiento y domicilio en el territorio nacional, será competente el Juez del lugar donde se haya realizado el acto de competencia desleal; y, si éste ha sido realizado en el extranjero, el del lugar donde produzca sus efectos dentro del territorio nacional.

Artículo 25. Diligencias preliminares

1. Quien pretenda ejercitar una acción de competencia desleal podrá solicitar del Juez la práctica de diligencias para la comprobación de aquellos hechos cuyo conocimiento resulte objetivamente indispensable para preparar el juicio.

2. Tales diligencias se sustanciarán de acuerdo con lo previsto en los artículos 129 a 132 de la Ley 11/1986, de 20 de marzo, de Patentes, y podrán extenderse a todo el ámbito interno de la empresa.

Artículo 26. Medidas cautelares

1. Cuando existieren indicios racionales de la realización de un acto de competencia desleal, o la inminencia del mismo, el Juez, a instancia de persona legitimada y bajo la responsabilidad de ésta, podrá ordenar la cesación provisional de dicho acto y decretar las demás medidas cautelares que resulten pertinentes.

2. Las medidas previstas en el apartado anterior serán de tramitación preferente. En caso de peligro grave e inminente podrán adoptarse sin oír a la parte contraria y deberán ser dictadas dentro de las veinticuatro horas siguientes a la presentación de la solicitud.

3. Si las medidas se solicitan antes de ser interpuesta la demanda, también será competente para adoptarlas el Juez del lugar donde el acto de competencia desleal produzca ó pueda producir sus efectos.

No obstante, una vez presentada la demanda principal, el Juez que conozca de ella será el único competente en todo lo relativo a las medidas adoptadas.

4. Las medidas cautelares, en lo no previsto por este artículo, se regirán por lo establecido en el artículo 1.428 de la Ley de Enjuiciamiento Civil.

Artículo 27. Especialidad en materia probatoria

En las controversias originadas por la infracción de los artículos 8, 10 y 11, el Juez, en el momento de decidir el recibimiento a prueba, podrá requerir de oficio al demandado para que aporte las pruebas relativas a la exactitud y veracidad de las indicaciones o manifestaciones realizadas.

Cuando dicha prueba no sea aportada, el Juez podrá estimar que las indicaciones o manifestaciones enjuiciadas son inexactas o falsas.

DISPOSICION FINAL

La presente Ley entrará en vigor a los seis meses de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».

DISPOSICION DEROGATORIA

A la entrada en vigor de esta Ley, quedarán derogados los artículos 87, 88 y 89 de la Ley 32/1988, de 10 de noviembre, de Marcas.

Asimismo, quedarán derogadas cuantas disposiciones de igual o inferior rango se opongan a lo dispuesto en la presente Ley.

Imprime RIVADENEYRA, S. A. - MADRID

Cuesta de San Vicente, 28 y 36

Teléfono 247-23-00.-28008-Madrid

Depósito legal: M. 12.580 - 1961