

COMPETENCIA DESLEAL EN EL ENTORNO DIGITAL

Autor:

Jaime Mantilla Compte: Abogado de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador (2007) y participante del Curso Intensivo de Posgrado "Actualización en Derecho de Autor y Derechos Conexos." de la Universidad de Buenos Aires, Argentina (2008). Abogado Asociado Senior de Falconi Puig Abogados.

Resumen:

Las prácticas de competencia desleal en el entorno digital afectan directamente los derechos de propiedad intelectual, debido a su vulnerabilidad respecto a la copia, divulgación, y falsificación a través de medios digitales. La posibilidad de prácticas desleales aumenta a través de la red ya que la apertura que trae Internet para la transferencia de información, las facilidades comerciales que brinda y la incertidumbre de los usuarios respecto de si lo que adquieren o visualizan mediante sus computadores son productos originales indudablemente causará perjuicios económicos a los titulares de marcas, nombres comerciales y derechos de autor en virtud de la confusión, dilución o cualquier otro beneficio ilícito por parte de quien actúa deslealmente.

COMPETENCIA DESLEAL EN EL ENTORNO DIGITAL

El filósofo francés, Pierre-Joseph Proudhon, sostenía que la competencia es "el sabor del intercambio, la sal del trabajo. Suprimir la competencia es suprimir la misma libertad"¹.

¹ <http://www.econlink.com.ar/biografia/proudhon.shtml>

Con este antecedente, y previo a abordar el tema de la Competencia Desleal en el Entorno Digital, es necesario partir primero de lo que es la competencia como tal. El diccionario de la Lengua Española define a la competencia como “Disputa o contienda entre dos o más sujetos sobre una misma cosa. // Oposición o rivalidad entre dos o más que aspiran a obtener la misma cosa.”²

De esta definición genérica de la competencia, se desprenden acepciones de distinta índole, así por ejemplo tenemos que desde el punto de vista económico la competencia es la rivalidad entre empresas de un mismo sector que desea obtener mayor beneficio.³

Asimismo, el conocido jurista Ricardo Enrique Antequera, en su conferencia “Algunas Infracciones de Competencia en el Entorno Digital” presentada en el IV Congreso Iberoamericano de Estudiantes de Derecho celebrado en San Cristóbal, Venezuela, del 16 al 20 de marzo de 2005, nos da un concepto un poco más amplio del que podemos obtener una visión más próxima a la materia que nos compete, el Derecho, y señala:

“Competencia:

Es aquella situación en que se encuentran las empresas que concurren en el mercado, en virtud de la cual cada transacción comercial que efectúa cualquiera de ellas puede ser representada por los demás como una oportunidad comercial perdida.

Derecho de la Competencia

Es el conjunto de normas que regulan la actividad concurrencial, para que se produzca en el mercado el principio de competencia y la lucha de los competidores se desenvuelva con lealtad y corrección.”

² Diccionario de la Lengua Española. Vigésima Primera edición. Real Academia Española. Madrid, 1992.

³ <http://www.econlink.com.ar/economia/creditoconsumo/competencia.shtml>

En virtud de lo anterior, concluimos que la competencia es la concurrencia de dos o más interesados a un mercado con las mismas posibilidades, para lo cual según el tratadista Guillermo Cabanellas de las Cuevas existen tres factores esenciales: Independencia de las partes que actúen en un mercado, oportunidad de acceso al mercado y libertad de elección entre distintos oferentes y demandantes.⁴

Así, corresponde ahora determinar lo que es la competencia desleal, a fin de ligarla con su ingerencia en el entorno digital, para lo que es necesario partir de la definición que la Decisión 486 de la Comunidad Andina, normativa vigente y de mayor jerarquía en Propiedad Industrial en el Ecuador, establece:

“Art. 258.- Se considera desleal todo acto vinculado a la propiedad industrial realizado en el ámbito empresarial que sea contrario a los usos y prácticas honestos.”

Adicionalmente, nuestra Ley de Propiedad Intelectual, da un concepto más amplio y general al establecer:

“Art. 284.- Se considera competencia desleal a todo hecho, acto o práctica contrario a los usos o costumbres honestos en el desarrollo de actividades económicas.”

La expresión actividades económicas, se entenderá en sentido amplio, que abarque incluso actividades de profesionales tales como abogados, médicos, ingenieros y otros campos en el ejercicio de cualquier profesión, arte u oficio.

Para la definición de usos honestos se estará a los criterios del comercio nacional; no obstante cuando se trate de actos o prácticas realizados en el contexto de operaciones internacionales, o que tengan puntos de conexión con más de un

⁴ Cabanellas de las Cuevas, Guillermo. “Derecho Antimonopólico y de Defensa de la Competencia” Editorial Heliasta. Argentina, 1983. Pág. 261.

país, se atenderá a los criterios que sobre usos honestos prevalezcan en el comercio internacional.”

Al respecto, la jurisprudencia ecuatoriana⁵ se ha pronunciado determinando que la “competencia es ilícita cuando se utilizan medios repudiados por la ética profesional por considerarlos desleales.” y considera que “ha de advertirse que en materia de la competencia desleal, la antijuricidad (antijuridicidad) deriva únicamente de la desarmonía del acto con los principios de la corrección profesional en la materia industrial o comercial.”

En este sentido, podemos observar que la normativa aplicable en el Ecuador, así como la Corte Suprema de Justicia, han previsto que la competencia desleal es toda práctica contraria al libre y equitativo ejercicio del derecho a participar en un mercado en igualdad de condiciones, refiriéndose esto a posibilidades, costos, precios, etc.

Ricardo Enrique Antequera, en la conferencia antes citada concibe a la competencia desleal como actividad concurrencial encaminada a la captación de clientes, que se desarrolla mediante maniobra 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.⁶

Así las cosas, tenemos que en virtud de los avances e implicaciones que el entorno digital trae consigo, la aparición de la competencia desleal para quienes son titulares de derechos de propiedad intelectual, se ha vuelto usual y repetitiva, lo dicho, en virtud de la agilidad para la transferencia de datos e información a través del Internet.

⁵ Fallo de Casación No. 7-IX-96 (Registro Oficial No. 78, 3-VI-97)

⁶ Antequera, Ricardo Enrique. Conferencia “Algunas Infracciones de Competencia en el Entorno Digital IV Congreso Iberoamericano de Estudiantes de Derecho. San Cristóbal, Venezuela, del 16 al 20 de marzo de 2005.

Así se han pronunciado algunos autores como Charles E. McLure Jr., quien es su libro “La Tributación sobre el Comercio Electrónico: objetivos económicos, restricciones tecnológicas y legislación tributaria” señala:

“La revolución digital promete incidir en algunos aspectos de la competencia, no tocados por las revoluciones en el campo del almacenamiento y de las transmisión de las informaciones.”⁷

De igual manera, cabe observar lo señalado por Andrea Viviana Sarra quien en su libro “Comercio Electrónico y Derecho” dice:

“En Internet puede verse, repetidamente la oferta de bienes que han sido copiados ilegítimamente de sitios oficiales, pueden encontrarse sitios en los que se ofrecen a la venta copias ilegítimas de productos (cuya comercialización no ha sido autorizada por el titular de la propiedad intelectual) o sitios en los que ilícitamente se pone a disposición del público material protegido por el derecho de autor.”⁸

Lo anterior, demuestra que las prácticas de competencia desleal en el entorno digital afectan directamente los derechos de propiedad intelectual, debido a su vulnerabilidad respecto a la copia, divulgación, falsificación, etc., a través de medios digitales, lo cual indudablemente causará perjuicios económicos a los titulares de marcas, nombres comerciales, derechos de autor, etc., en virtud de la confusión, dilución o cualquier otro beneficio ilícito por parte de quien actúa deslealmente.

En concordancia con lo anterior, cabe observar nuevamente lo que dice Andrea Viviana Sarra, en su obra antes citada:

⁷ McLure Jr., Charles “La Tributación sobre el Comercio Electrónico: objetivos económicos, restricciones tecnológicas y legislación tributaria”. Ediciones Depalma. Buenos Aires, Argentina 2000. Pág. 17.

⁸ Sarra, Andrea Viviana. “Comercio Electrónico y Derecho”. Editorial Astrea. Buenos Aires, Argentina 2000. Pág. 240.

“Los principales problemas relacionados con ello [Internet], son por un lado, el importante perjuicio económico que sufren los titulares de la propiedad intelectual y el sector de la producción de que se trate y, por otro lado, el efecto negativo sobre la utilización de las nuevas tecnologías para comercialización y distribución de bienes y servicios.”⁹”

Para clarificar qué actos constituyen competencia desleal, es correspondiente remitirnos nuevamente a la Decisión 486 de la Comunidad Andina así como a la Ley de Propiedad Intelectual, las cuales en sus artículos pertinentes, establecen:

Decisión 486:

“**Art. 259.-** Constituyen actos de competencia desleal vinculados a la propiedad industrial, entre otros, los siguientes:

- a) 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;
- b) las aseveraciones falsas, en el ejercicio del comercio, capaces de desacreditar el establecimiento, los productos o la actividad industrial o comercial de un competidor; o,
- c) las indicaciones o aseveraciones cuyo empleo, en el ejercicio del comercio, pudieren inducir al público a error sobre la naturaleza, el modo de fabricación, las características, la aptitud en el empleo o la cantidad de los productos.”

Ley de Propiedad Intelectual:

“**Art. 285.-** Se consideran actos de competencia desleal, entre otros, aquellos capaces de crear confusión, independiente

⁹ Ob. Cit. Págs. 240 y 241.

del medio utilizado, respecto del establecimiento, de los productos, los servicios o la actividad comercial o industrial de un competidor, las aseveraciones falsas en el ejercicio del comercio capaces de desacreditar el establecimiento, los productos o los servicios, o la actividad comercial o industrial de un competidor, así como cualquier otro acto susceptible de dañar o diluir el activo intangible o la reputación de la empresa; las indicaciones o aseveraciones cuyo empleo en el ejercicio del comercio pudieran inducir al público a error sobre la naturaleza, el modo de fabricación, las características, la aptitud en el empleo o la calidad de los productos o la prestación de los servicios; o la divulgación, adquisición o uso de información secreta son el consentimiento de quien las controle.

Estos actos pueden referirse, entre otros, a marcas, sean o no registradas; nombres comerciales; identificadores comerciales; apariencias de productos o establecimientos; presentaciones de productos o servicios; celebridades o personajes ficticios notoriamente conocidos, procesos de fabricación de productos; conveniencias de productos o servicios para fines de específicas calidades, cantidades u otras características de productos o servicios; origen geográfico de productos o servicios, condiciones en que se ofrezcan o se suministren productos o servicios; publicidad que imite, irrespete o denigre al competidor o sus productos o servicios y la publicidad comparativa no comprobable; y, boicot.

Se entenderá por dilución del activo intangible el desvanecimiento del carácter distintivo o del valor publicitario de una marca, de un nombre u otro identificador comercial, de la apariencia de un producto o de la presentación de productos o servicios, o de una celebridad o un personaje ficticio notoriamente conocido.

Art. 286.- Se considera también acto de competencia desleal, independientemente de las acciones que procedan por

violación de información no divulgada, todo acto a lugar en el ejercicio de actividades económicas que consista o tenga por resultado:

- a) El uso comercial desleal de datos de pruebas no divulgadas u otros datos secretos cuya elaboración suponga un esfuerzo considerable y que hayan sido presentados a la autoridad competente a los efectos de obtener la aprobación de la comercialización de productos farmacéuticos o de productos químicos, agrícolas o industriales;
- b) La divulgación de dichos datos, excepto cuando sea necesario para proteger al público y se adopten medidas para garantizar la protección de los datos contra todo uso comercial desleal; y,
- c) La extracción no autorizada de datos cuya elaboración suponga un esfuerzo considerable para su uso comercial en forma desleal.”

En virtud de lo anterior, podemos ver que las prácticas de competencia desleal respecto a derechos de propiedad intelectual son comunes, no solo en relación al entorno digital. Sin embargo, dada la apertura que trae Internet para la transferencia de información, las facilidades comerciales que brinda y la incertidumbre de los usuarios respecto de si lo que adquieren o visualizan mediante sus computadores son productos originales, la posibilidad de prácticas desleales aumenta a través de la red.

Así, existen varias prácticas dadas a través de Internet que constituyen competencia desleal como la violación del secreto empresarial, daños a la reputación e imagen de signos notorios y los más comunes de todos, los conflictos entre los signos distintivos y los nombres de dominio.

El tratadista español Ángel García Vidal en su libro “Derecho de Marcas e Internet” ha clasificado en cuatro categorías a los conflictos

entre los signos distintivos y los nombres de dominio: Nombre de dominio coincidente con una marca propia, nombre de dominio coincidente con una marca ajena, nombre de dominio coincidente con una marca ajena renombrada y nombre de dominio confundible con una marca ajena.

“Los conflictos del primer tipo, esto es, los referentes a un nombre de dominio coincidente con una marca propia, se producen porque mientras el derecho sobre una marca tienen un alcance territorial determinado (principio de territorialidad) y se concede para una determinada clase de productos y servicios (principio de especialidad); el registro de un nombre de dominio da lugar a una presencia mundial y no se distinguen los nombres de dominio de segundo nivel según sectores distinguidos. Por ello no es posible la coexistencia de dos dominios iguales con un mismo TLD.

Los tres restantes tipos de conflicto (nombre de dominio coincidente o confundible con una marca ajena, renombrada o no) obedecen a los criterios de adjudicación de los nombres de dominio. En efecto, los nombres de dominio de segundo nivel se empezaron a adjudicar según el principio de prioridad temporal (first come, first served) sin examinar si el solicitante poseía algún tipo de derecho a emplear el término deseado. Esto facilita que alguien inscriba un dominio igual a una marca que no le pertenece.”¹⁰

Sin embargo, el catedrático Fernando Carbajo Cascón, en su obra “Conflictos entre Signos Distintivos y Nombres de Dominio en Internet” es más amplio en su clasificación de conflictos generados por el uso de nombres de dominio en Internet y nos habla de piratería o secuestro de signos distintivos notorios, conflictos entre signos distintivos de empresa y nombres de dominio idénticos o similares usados por sujetos que

¹⁰ García Vidal, Ángel “Derecho de Marcas e Internet” Editorial Tirant Lo Blanch. Valencia, España, 2002. Pág. 146.

operan en el mismo o semejante sector de actividad, conflictos entre signos distintivos de empresa y nombres de dominio idénticos o similares usados por sujetos que operan en sectores diferentes de actividad, conflictos entre nombres de dominio y signos distintivos de la personalidad y conflictos entre nombres de dominio y títulos de obras del intelecto.

En realidad, no es necesario entrar en discusión de qué clasificación sería la más correcta, basta con observar distintos casos que se han dado en que el registro de nombres de dominio ha afectado a los titulares de derechos de propiedad intelectual constituyéndose en claros ejemplos de competencia desleal en el entorno digital.

Así, Ricardo Enrique Antequera, en la conferencia citada en líneas anteriores nos menciona algunos casos como el de AVON PRODUCTS vs. LADY MARLENE sobre el nombre de dominio “avon.cl”, donde AVON PRODUCTS argumentaba que el registro de dicho nombre dominio por parte de COMERCIAL LADY MARLENE S.A. era un acto que constituía una restricción ilegítima a su actividad empresarial por parte de un competidor. La resolución de dicho caso estableció que COMERCIAL LADY MARLENE S.A. había incurrido en una conducta de competencia desleal, al registrar como nombres de dominio marcas comerciales que gozan de fama y notoriedad, pertenecientes y que identifican a empresas competidoras, lo que constituye un aprovechamiento indebido de valores y esfuerzos ajenos.

Un caso similar pero con resultados diferentes es mencionado por Sasha Mandakovic Falconi en su tesina “Naturaleza jurídica de los nombres de dominio y su relación con los signos distintivos”¹¹, en el cual la compañía de servicios de computación CLUE COMPUTING, INC. registró el nombre de dominio www.clue.com, coincidente con su denominación social, para identificar sus servicios. Ante esto, la

¹¹ Mandakovic Falconi, Sasha “Naturaleza jurídica de los nombres de dominio y su relación con los signos distintivos” Tesina para Licenciatura en Ciencias Jurídicas. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Quito, 2002.

compañía HASBRO INC., fabricante del conocido juego de mesa identificado con la marca CLUE, solicitó al registrador del nombre de dominio NSI INC., de acuerdo al procedimiento vigente a la época del conflicto, la suspensión del uso del mismo. Este caso llegó a hasta las cortes y fue ganado por CLUE COMPUTING, INC. quien alegó la coincidencia del nombre de dominio con su denominación social, los ámbitos distintos de las actividades empresariales de cada compañía y su buena fe al adoptar el nombre de dominio.

Además, también existen casos que Ricardo Enrique Antequera, ha denominado como Actos denigratorios vs. Libertad de expresión¹² tales como el de www.walmartsucks.org en el cual un ex empleado de la empresa WALMART, descontento por su despido, decidió registrar dicho nombre de dominio y dedicar su contenido a quejas y revelar “inside information” de la tienda, sin embargo, en la resolución del caso se consideró que el acto de registro y uso del dominio constituía un ejercicio del derecho de libertad de expresión. En la misma categoría ubica al caso de www.elmercuriomiente.cl, en el cual un grupo de estudiantes registró dicho nombre dominio en cuyo contenido se observa información propia de una comunidad estudiantil de la Universidad de Chile. Caso en el que el árbitro ante quien se sustanció la causa consideró que había un uso no autorizado de marca, y anuló el registro del dominio.

El mismo jurista también menciona casos de Nombres de Personalidades vs. Nombres de Dominios como el de Barry Zito vs. Stan Andruszkiewicz en el cual se ordenó la transferencia del nombre de dominio a favor del demandante, en su condición de celebridad deportiva, incluso en ausencia de un registro marcario, por cuanto habiendo sido ampliamente demostrada su fama y reconocimiento, y visto que la política ICANN solamente exige la existencia de una marca de producto o servicio sobre la cual el demandante tenga derechos,

¹² Antequera, Ricardo Enrique. Conferencia “Algunas Infracciones de Competencia en el Entorno Digital IV Congreso Iberoamericano de Estudiantes de Derecho. San Cristóbal, Venezuela, del 16 al 20 de marzo de 2005.

abriendo la puerta al reconocimiento de derechos sobre marcas no registradas, pero que hayan adquirido tal condición fruto de su uso y conocimiento.

Otro caso que se menciona es el de Quicksilver vs. Veronica Kay, en el cual la demanda fue declarada sin lugar en junio de 2003. Para declarar sin lugar la petición de transferencia, el árbitro consideró que las pruebas aportadas por la demandante eran insuficientes para demostrar los méritos y reconocimientos de la deportista en su especialidad, de manera tal que no fue demostrado el secondary meaning que pudiese tener el nombre personal de la surfista, ni su valor como marca o nombre comercial.

Un caso interesante que también fue expuesto por Ricardo Enrique Antequera en San Cristóbal es el de Playboy vs. Terri Welles en cual se pudo observar la aplicación del límite a los derechos de los titulares de registros marcarios ya que al negar la petición de orden de cese del uso de las marcas de la demandante, el tribunal estimó que tal utilización no constituía una limitación al derecho de exclusiva del titular de las marcas en cuanto a considerarla un uso de buena fe, ya que, al haber sido galardonada con el premio "Playmate of the year" en el año 1981, la demandada tenía el derecho a informar de tal "mérito" al público, toda vez que reconocimientos de este tipo agregan valor al nombre de una persona, formando parte de su identidad en el comercio.

En conclusión, como se ha demostrado, existen un sinnúmero de casos de competencia desleal que son producto de la creación de Internet y el avance tecnológico en general, incluso existen varios casos denominados como secuestro de marcas, los cuales se verifican cuando terceros registran nombres de dominio iguales a marcas conocidas con el fin de luego revenderlos al legítimo titular del derecho de propiedad intelectual a precios superiores a los costos de registro, con el fin de lucrar de ello.

Así, para concluir sobre el tema es importante observar la acertada conclusión que Sasha Mandakovic Falconi hace en su tesina citada en líneas anteriores, donde señala:

“En estos casos, donde el uso del nombre de dominio viola los derechos de Propiedad Industrial de su legítimo titular, son aplicables las acciones que prevé la ley ordinaria que trata la materia de Propiedad Industrial, ya que en definitiva se estará produciendo un caso de riesgo de confusión o asociación al consumidor, al igual que competencia desleal. Adicionalmente, cuando se trate de un signo distintivo notorio o renombrado, podrá existir inclusive un aprovechamiento ilícito de la reputación ajena y/o una dilución del signo distintivo, donde serán por supuesto aplicables las normas que protegen los signos notorios y también aquellas relativas a la competencia desleal.”¹³

Finalmente, resulta esencial hablar a grandes rasgos del juicio iniciado por el Departamento de Justicia de los Estados Unidos en contra de Microsoft, donde los múltiples cargos contra la empresa de software se resumen en uno: prácticas monopolistas contra la libre competencia con el fin de controlar el mercado del software y el de Internet, en otras palabras competencia desleal.

Este juicio marcó un hito en la Historia de los Estados Unidos, un país que cuida mucho las interferencias en el mercado. Entre los precedentes está la demanda antimonopolio contra la Standard Oil de Rockefeller y la compañía telefónica AT&T. Ambas fueron obligadas por un tribunal a dividirse en dos para romper su excesivo dominio en el mercado. Sin embargo, el desenlace en el caso Microsoft resulta más incierto. Primero, porque es difícil poner control a la innovación tecnológica, que el Departamento de Justicia considera un bien común, y segundo porque uno de los escenarios de las supuestas prácticas monopolistas es Internet, uno de los terrenos menos regulados en estos momentos.

¹³ Mandakovic Falconi, Sasha “Naturaleza jurídica de los nombres de dominio y su relación con los signos distintivos” Tesina para Licenciatura en Ciencias Jurídicas. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Quito, 2002. Pág.51.

Fueron cuatro cargos, principalmente, los que se plantearon en contra de Microsoft:

1. **Ilegítima conexión de navegadores:** Se dijo que tras darse cuenta de que se quedaba rezagada en Internet, Microsoft emprendió una estrategia expansiva. Trataba de que su navegador Explorer vendiese más que el de su rival Netscape. Por ello integró el navegador en su sistema operativo Windows, utilizado por el 90% de los ordenadores personales. Al estar preinstalado, a los usuarios no les quedaba más remedio que usar el Explorer.
2. **Conspiración por dividir el mercado:** Se alegó que a través de una serie de reuniones y con mensajes de correo electrónico, Microsoft propuso a Netscape que se repartieran el mercado de Internet. La prueba fundamental fue un encuentro producido entre el presidente de Netscape, James Barksdale, y ejecutivos de Microsoft.
3. **Acuerdos exclusivos:** Microsoft presionó a los fabricantes de ordenadores para que integrasen el sistema operativo Windows con el Explorer, preinstalado en sus nuevos productos. También forzó a las empresas de Internet, como el servicio America On Line, para que favorecieran al Explorer como navegador favorito. También hay pruebas de soborno al presidente de Intuit, que debía recibir un millón de dólares a cambio de incluir en su programa de cuentas Quicken el navegador Explorer.
4. **Ataques contra Sun Microsystems:** Constituye otro de los cargos centrales, Microsoft logró la licencia de Sun Microsystems para adaptar su Java (el lenguaje para construir páginas en Internet) a su sistema operativo Windows. Después, Microsoft creó nuevos productos para su Java-Windows que eran incompatibles con el Java original, lo cual se consideró como una amenaza para el mercado de Sun.

Todos estos cargos imputados a Microsoft son claros casos de competencia desleal en el entorno digital, sin embargo, este proceso

concluyó finalmente con un acuerdo entre las partes en virtud del cual Microsoft se encuentra actualmente haciendo pagos en dinero a manera de indemnizaciones a varias compañías competidoras en el mercado de computación y tecnología.

Como los casos mencionados anteriormente, existen varios casos más de competencia desleal en el entorno digital en la actualidad, producto de la falta de protección de los derechos de propiedad intelectual en Internet, debido no solo a la facilidad de piratería que la tecnología brinda, sino a la desactualización de las normas jurídicas de los países que no han previsto un avance tecnológico como el que se vive hoy por hoy, dejando a los derechos de propiedad intelectual vulnerables.

Además, es importante señalar que la incidencia de la competencia desleal en el entorno digital no se verifica únicamente respecto a derechos de propiedad intelectual, sino a prácticas desleales y monopólicas entre las compañías involucradas en dicho mercado.

Es por esto, que países más avanzados como España, con su Ley de Competencia Desleal, ya han creado normas especiales dedicadas al tratamiento de la libre competencia, posición que ha adoptado la propia Comunidad Andina con la Decisión 608 relativa a Normas para la Protección y Promoción de la Libre Competencia en la Comunidad Andina publicada en la Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena el 4 de abril de 2005, cuya aplicación formal se encuentra en suspenso en el Ecuador hasta que se apruebe la ley nacional de competencia.

Lo dicho, toda vez que el Decreto No. 1614 emitido por el Presidente Rafael Correa el 14 de marzo de 2009 (Registro Oficial No. 558 del 27 de marzo de 2009), si bien establece normas para la aplicación de la mencionada Decisión, ha instrumentado únicamente ciertas normas sustantivas que requieren el respaldo de un cuerpo normativo completo como una Ley de Competencia que se encuentra aun pendiente de aprobación por parte de la Asamblea Nacional.

BIBLIOGRAFÍA

- Antequera, Ricardo Enrique. Conferencia “Algunas Infracciones de Competencia en el Entorno Digital” presentada en el IV Congreso Iberoamericano de Estudiantes de Derecho celebrado en San Cristóbal, Venezuela, del 16 al 20 de marzo de 2005.
- Cabanellas de las Cuevas, Guillermo. “Derecho Antimonopólico y de Defensa de la Competencia” Editorial Heliasta. Argentina, 1983.
- Carbajo Cascón, Fernando “Conflictos entre Signos Distintivos y Nombres de Dominio en Internet” Editorial Arazandi. España, 1999.
- Diccionario de la Lengua Española. Vigésima Primera edición. Real Academia Española. Madrid, 1992.
- Fallo de Casación No. 7-IX-96 (Registro Oficial No. 78, 3-VI-97)
- García Vidal, Ángel “Derecho de Marcas e Internet” Editorial Tirant Lo Blanch. Valencia, España, 2002.
- <http://www.econlink.com.ar/economia/creditoconsumo/competencia.shtml>
- <http://www.econlink.com.ar/biografia/proudhon.shtml>
- Ley de Propiedad Intelectual, R.O. 320, 19 de mayo de 1998.
- Mandakovic Falconi, Sasha “Naturaleza jurídica de los nombres de dominio y su relación con los signos distintivos” Tesina para Licenciatura en Ciencias Jurídicas. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Quito, 2002.
- Régimen Común sobre Propiedad Industrial de la Comisión de la Comunidad Andina, Decisión 486, Registro Oficial No. 258, 2 de Febrero de 2001.
- Sarra, Andrea Viviana. “Comercio Electrónico y Derecho”. Editorial Astrea. Buenos Aires, Argentina 2000.