

LA LEGISLACIÓN VIGENTE SOBRE COMPETENCIA DESLEAL NO PROTEGE ADECUADAMENTE LOS INTERESES DE LOS PARTICIPANTES EN EL COMERCIO PUERTORRIQUEÑO

ARTÍCULO

*Fernando Juan EcheGARAY Daleccio**

I. Introducción.....	379
II. Fuentes de derecho que regulan la competencia desleal en el Estado Libre Asociado.....	380
III. Discusión sobre el marco legislativo.....	382
IV. Discusión sobre la doctrina de competencia desleal en el Derecho Marcario.....	401
V. Derecho comparado español.....	409
VI. Conclusión.....	415
VII. Apéndice.....	423

I. Introducción

Todos los días entran bienes y suministros de todos los estados de la nación americana y de otros países a competir con nuestra producción local. De igual forma, existen empresas locales que manufacturan productos similares compitiendo entre sí. Esto ha creado una actividad comercial sumamente desarrollada y competida en nuestro mercado puertorriqueño. Esta competencia comercial intensa, atrae consigo actos mercantiles lícitos e ilícitos. Dentro de estos últimos actos, se encuentra una amplia gama de prácticas de competencias desleales tales como: actos engañosos, confusión, omisiones engañosas, denigración, comparación, imitación, explotación de reputación ajena, prácticas de señuelo o promoción

* El autor es Abogado e Ingeniero. Posee un grado de maestría en derecho (LL.M.) de la Universidad Complutense de Madrid, España. En donde está completando su grado de Doctor en Derecho Civil. Ha fungido por más de 25 años como empresario en las áreas de construcción y desarrollo de negocios agrícolas, comerciales y de urbanizaciones.

engañoso, prácticas agresivas en relación con los menores, venta a pérdida,¹ entre otras prácticas ilegales. Estas prácticas indiscutiblemente crean un menoscabo en el razonamiento de los consumidores, a la hora de decidir qué producto adquirir, lo cual se traduce típicamente en pérdidas económicas para estos. También dichos actos ilegales causan pérdidas de empleos y movimiento económico, a causa del cierre de empresas locales o multinacionales que elaboran y fabrican productos en nuestra Isla. Ejemplos de esto son: el sector de producción de hormigón premezclado de la industria de la construcción y el de procesamiento de pollos parrilleros en la industria avícola puertorriqueña, entre otras.

Al presente, no existe una Ley especial en Puerto Rico que regule de una manera más explícita la competencia desleal. Que contenga incorporado actos o prácticas modernas que se ejercen en nuestro comercio y se consideran desleales en otras jurisdicciones. Las consecuencias por la violación a estas disposiciones que regulan estas prácticas. De igual forma, le conceda derechos a los consumidores y las empresas a presentar acciones privadas en los Tribunales del Estado Libre Asociado de Puerto Rico (E.L.A.) contra las personas naturales y/o jurídicas que realizan estos actos desleales, para el recobro de las pérdidas causadas por estas acciones u omisiones.

Esta falta de regulación mercantil deteriora nuestro comercio y economía. En adición, perjudica los intereses generales de todos los consumidores puertorriqueños. Por lo cual, es deber de la Asamblea Legislativa de Puerto Rico promulgar este tipo de estatutos. Para así garantizar la libertad de competencia y asegurar que la misma sea leal, legal y justa para los participantes del comercio y todos los puertorriqueños.

II. Fuentes de derecho que regulan la competencia desleal en el Estado Libre Asociado

La regulación de la competencia desleal en Puerto Rico está circunscrita principalmente a los siguientes estatutos², reglamentos y jurisprudencia:

1. La Ley núm. 77 de 25 de junio de 1964, según enmendada, conocida como *Ley para prohibir las prácticas monopolísticas y proteger la justa y libre competencia en los negocios y el comercio*.³ Mediante esta Ley se crea el reglamento sobre competencia justa de la oficina de asuntos monopolísticos adscrita al departamento de justicia del E.L.A.:
- a) Reglamento núm. 2648 de 29 de mayo de 1980 conocido como *Reglamento Sobre Competencia Justa Núm. VII*. Prescribiendo prácticas y métodos injustos de competencia y enumerando actos que constituyen métodos injustos de competencia.

¹ Venta por debajo del costo de producción o adquisición.

² Deseamos hacer la salvedad de que esta no es una lista taxativa de todos los estatutos que regulan la materia de competencia desleal en Puerto Rico.

³ *Ley para prohibir las prácticas monopolísticas y proteger la justa y libre competencia en los negocios y el comercio*, Ley núm. 77 de 25 de junio de 1964, 10 L.P.R.A. § 257.

2. La Ley Núm. 5 de 23 de abril de 1973, según enmendada, conocida como *Ley Orgánica del Departamento de Asuntos del Consumidor*.⁴ Esta Ley crea el Departamento de Asuntos del Consumidor (D.A.Co.). Mediante esta Ley se promulgo el siguiente reglamento:
 - a) Reglamento Número 7932 conocido como *Reglamento contra las Prácticas y Anuncios Engañosos*.
3. La Ley Núm. 148 de 27 de junio de 1968 conocida como *Ley creadora de la Administración de Servicios al Consumidor*.⁵ Esta Ley transfirió sus funciones, poderes y deberes a D.A.Co., por virtud del art. 5 de la Ley Orgánica del Departamento de Asuntos del Consumidor (Ley Orgánica o Ley de D.A.Co.).
 - a) El art. 14 de la Ley Núm. 148 de 27 de junio de 1968, supra., según enmendada, dispone sobre *Actos, practicas, anuncios o publicidad prohibidos*.⁶
4. Ley Núm. 169 de 16 de diciembre de 2009, según enmendada, conocida como *Ley de Marcas del Gobierno de Puerto Rico*.⁷ Nuevo estatuto que regula el derecho marcario en el Estado Libre Asociado de Puerto Rico.
5. Ley Núm. 179 de 30 de diciembre de 2013, conocida como *Ley para prohibir la rotulación y mercadeo ilegal de la carne de pollo y sus productos derivados*.⁸ El propósito de esta Ley es prohibir ciertos actos relacionados con la rotulación y promoción de la carne de pollo y sus productos derivados; clasificar dichos actos como prácticas injustas y engañosas; tipificar como delito grave la violación a las disposiciones de esta ley; fijar las penas y multas correspondientes; y otros fines relacionados.
6. Ley Núm. 132 del 17 de septiembre de 2001, mejor conocida como la *Ley sobre la Calidad del Cemento para Uso en Puerto Rico*.⁹
7. Ley Núm. 62 de 5 de agosto de 1993, mejor conocida como *Ley para Reglamentar la Publicidad y Promoción de Todo Producto Elaborado con Tabaco*.¹⁰

⁴ *Ley Orgánica del Departamento de Asuntos del Consumidor*, Ley Núm. 5 de 23 de abril de 1973, 3 L.P.R.A. § 341.

⁵ *Ley creadora de la Administración de Servicios al Consumidor*, Ley Núm. 148 de 27 de junio de 1968, 23 L.P.R.A. §1001.

⁶ *Id.* § 1014.

⁷ *Ley de Marcas del Gobierno de Puerto Rico*, Ley Núm. 169 de 16 de diciembre de 2009, 10 L.P.R.A. § 223.

⁸ *Ley para prohibir la rotulación y mercadeo ilegal de la carne de pollo y sus productos derivados*, Ley Núm. 179 de 30 de diciembre de 2013, 2013 L.P.R. §179.

⁹ *Ley sobre la Calidad del Cemento para Uso en Puerto Rico*, Ley Núm. 132 del 17 de septiembre de 2001, 10 L.P.R.A. § 167.

¹⁰ *Ley para Reglamentar la Publicidad y Promoción de Todo Producto Elaborado con Tabaco*, Ley Núm. 62 de 5 de agosto de 1993, 23 L.P.R.A. § 1040.

8. Ley Núm. 134 de 14 de junio de 1980, mejor conocida como *Ley de Rotulación de Productos Textiles de Puerto Rico*.¹¹
9. Ley Núm. 73 de 23 de junio de 1978, conocida como *Ley para regular la Industria de la Gasolina*.¹²
10. Ley Núm. 93 de 24 de junio de 1971, conocida como *Ley para prohibir la venta en Puerto Rico de cualesquiera artículos de uso y enseres domésticos que contengan certificados de garantía en los cuales no se incluya a Puerto Rico en la cubierta de dicha garantía*.¹³

Jurisprudencia sobre competencia desleal.

a) En el derecho de marcas:

11. *Posadas de P. R. v. Sands Hotel*, 131 D.P.R. 21 (1992).
12. *Colgate-Palmolive v. Mistolín*, 117 D.P.R. 313 (1986).
13. *Reynal v. Tribunal Superior*, 102 D.P.R. 260 (1974).
14. *Cooperativa Cafeteros v. Colón*, 91 D.P.R. 372 (1964).
15. *Eneglotaria Medicine Co. v. Sola López*, 38 D.P.R. 604 (1928).

b) En acciones privadas:

16. *Aguadilla Paint Center v. Esso*, 183 D.P.R. 901(2011).
17. *Díaz-Ramos v. Hyundai Motor Co. & Hyundai American Technical Center, Inc.*, 501 F.3d 12 (2007) U.S. App. LEXIS 20748 (1st Cir. P.R. 2007).

III. Discusión sobre el marco legislativo

A. Legislación nacional

En Puerto Rico existen dos agencias gubernamentales que tienen jurisdicción sobre los actos de competencia desleal, las cuales mencionaremos a continuación.

1. Oficina de Asuntos Monopolísticos adscrita al Departamento de Justicia del E.L.A.

La Oficina de Asuntos Monopolísticos (O.A.M.), adscrita al Departamento de Justicia del E.L.A., fue creada mediante la Ley Núm. 77 del 25 de junio de 1964 según enmendada, conocida como *Ley para prohibir las prácticas monopolísticas y proteger la justa y libre competencia en los negocios y el comercio* (Ley Antimonopolios).¹⁴ La

¹¹ *Ley de Rotulación de Productos Textiles de Puerto Rico*, Ley Núm. 134 de 14 de junio de 1980, 10 L.P.R.A. § 2151.

¹² *Ley para regular la Industria de la Gasolina*, Ley Núm. 73 de 23 de junio de 1978, 23 L.P.R.A. §1131.

¹³ *Ley para prohibir la venta en Puerto Rico de cualesquiera artículos de uso y enseres domésticos que contengan certificados de garantía en los cuales no se incluya a Puerto Rico en la cubierta de dicha garantía*, Ley Núm. 93 de 24 de junio de 1971, 10 L.P.R.A. § 112.

¹⁴ 10 L.P.R.A. § 257.

O.A.M. regula la competencia desleal a través del art. 3 (a) de dicha ley. Este dispone que “los métodos injustos de competencia, así como las prácticas o actos injustos o engañosos en los negocios o el comercio, por la presente se declaran ilegales.”¹⁵ Esto es todo lo que dispone esta Ley sobre la regulación de las prácticas de competencias injustas o desleales en Puerto Rico. Como se puede observar, no detalla cuáles son los actos o prácticas que se consideran injustas o engañosas o que están prohibidas, su redacción se desarrolló en unos términos muy amplios y generales.

Ningún perjudicado por estos actos desleales o engañosos, regulados en el art. 3 (a) de la Ley Antimonopolio, puede presentar una acción privada (demanda) en los Tribunales del E.L.A. Para recobrar las pérdidas causadas por estas prácticas injustas. Tiene que presentar su reclamación mediante una querrela a través de la O.A.M. Esto debido a la prohibición establecida en el art. 12 (a) de esta Ley, que dispone lo siguiente y citamos:

Cualquier persona que sea perjudicada en sus negocios o propiedades por otra persona, por razón de actos, o intentos de actos, prohibidos o declarados ilegales por las disposiciones de este capítulo, *salvo las de las secs. 259 y 261 de este título*¹⁶, puede demandar a causa de dichos actos ante el Tribunal de Primera Instancia y tendrá derecho a recobrar tres (3) veces el importe de los daños y perjuicios que haya sufrido, más las costas del procedimiento y una suma razonable para honorarios de abogado.¹⁷ (Énfasis nuestro)

Sin embargo, la O.A.M. no tiene facultad en ley para adjudicar estas querellas. La Asamblea Legislativa delego en D.A.Co. el poder adjudicativo, para resolver estos casos, a través del art. 3 (c) de la Ley Antimonopolios¹⁸ que dispone:

Sin menoscabo de la facultad de recurrir a los remedios autorizados por la sec. 269 de este título, la Oficina de Asuntos Monopolísticos podrá radicar y tramitar querellas administrativas en el Departamento de Asuntos del Consumidor para prevenir, evitar y detener las violaciones al inciso (a) de esta sección o los reglamentos aprobados de conformidad al inciso (b) de la misma. Cuando la parte contra quien se establezca la querrela haya sido debidamente notificada de la querrela incoada en su contra, el Departamento de Asuntos del Consumidor procederá, tan pronto sea posible, a celebrar la vista y resolver el caso otorgando el remedio más adecuado conforme a las particularidades de la querrela.¹⁹ (Énfasis nuestro)

¹⁵ *Id.* §259 (a).

¹⁶ Nótese que el art. 12 (a) prohíbe que cualquier persona presente una demanda ante el Tribunal de Primera Instancia por los artículos tres y cinco de la Ley Antimonopolios.

¹⁷ 10 L.P.R.A. § 268 (a).

¹⁸ 10 L.P.R.A. § 259 (c).

¹⁹ *Id.*

En *Aguadilla Paint Center v. Esso*, 183 D.P.R. 901 (2011), el Tribunal Supremo expresó que:

El art. 3 de la Ley de Monopolios, 10 L.P.R.A. sec. 259, no confiere poderes adjudicativos a la Oficina de Asuntos Monopolísticos (O.A.M.). Esto es, no corresponde a la O.A.M. adjudicar una controversia, sino investigar y presentar la causa de acción. El inciso (c) del art. 3 de la Ley de Monopolios, 10 L.P.R.A. sec. 259 (c), dispone no solo que es ante el Departamento de Asuntos del Consumidor que la O.A.M. podrá presentar y tramitar querellas para prevenir, evitar y detener las violaciones al inciso (a) del propio artículo, sino que en el resto del artículo se establece todo un esquema procesal y apelativo que deberá seguirse ante esa agencia.²⁰

Por otra parte, la facultad de D.A.Co. para adjudicar las querellas presentadas por la O.A.M., en relación a la sección 259 de la Ley Antimonopolios, emana de la propia Ley de D.A.Co. a través del art. 6 (x) de la Ley Núm. 5 de 23 de abril de 1973, según enmendada, que dispone:

En adición a los poderes y facultades transferidos por este capítulo, el Secretario de Asuntos del Consumidor tendrá los siguientes poderes y facultades:

(x) Adjudicar las querellas que la Oficina de Asuntos Monopolísticos del Departamento de Justicia, radique y procese en virtud de lo dispuesto en la sec. 259 del Título 10.²¹

El art. 3 (b) de la Ley Antimonopolio²² faculta a la O.A.M. a promulgar reglas y reglamentos para proscribir prácticas o métodos injustos de competencia de conformidad con el art. 3 (a) de la Ley Antimonopolio. Cónsono con esta disposición, la Junta Especial sobre Prácticas Injustas de Comercio (Junta Especial), creo el Reglamento Núm. 2648 de 29 de mayo de 1980 (Reglamento 2648), conocido como *Reglamento Sobre Competencia Justa Núm. VII*.²³

Este Reglamento 2648 prohíbe mediante una lista no exhaustiva, actos o métodos de competencia injusta en nuestra jurisdicción. Consta de ocho (8) artículos, los cuales detallamos a continuación:

Artículo I:	Autoridad
Artículo II:	Definiciones
Artículo III:	Métodos Injustos de Competencia

²⁰ *Aguadilla Paint Center*, 183 D.P.R. pág. 901.

²¹ 3 L.P.R.A. § 341e. (x).

²² 10 L.P.R.A. § 259 (b).

²³ Junta Especial sobre Prácticas Injustas de Comercio, *Reglamento Sobre Competencia Justa Núm. VII*, Núm. 2648.

- Artículo IV: Actos o Prácticas Proscritas
- Artículo V: Penalidad
- Artículo VI: Separabilidad
- Artículo VII: Promulgación y Vigencia
- Artículo VIII: Compatibilidad con otras disposiciones legales vigentes

El artículo III trata sobre los métodos injustos de competencia y consta de siete prácticas o conductas prohibidas. El artículo IV se refiere a actos proscritos disponiendo mediante una lista no taxativa de treinta y cinco actos de competencia desleal prohibidos en nuestra jurisdicción. Sin embargo, no incluye regulación relacionada a prácticas desleales tales como, pero sin limitarse a las siguientes: actos de denigración, explotación de reputación ajena, prácticas agresivas en relación con los menores y otros. El artículo V de este reglamento dispone lo siguiente sobre las penalidades que “[t]oda violación a cualquiera de las disposiciones de este Reglamento estará sujeta a las sanciones y acciones conforme al artículo 3 de la Ley Núm. 77 de 25 de junio de 1964, según enmendada.”

Del propio Reglamento 2648 surge que todas las querellas presentadas ante la O.A.M. por violaciones a las disposiciones de este reglamento, se atenderán conforme al art. 3 de la Ley Antimonopolio. Por lo cual, la O.A.M. tiene el deber de presentar las querellas administrativas que procedan por violaciones a este reglamento, ante D.A.Co. para resolver estas controversias. La O.A.M. no tiene facultad en Ley para adjudicar estas controversias ni tampoco puede recurrir al Tribunal de Primera Instancia solicitando un remedio en estos casos administrativos.

También expresó el Tribunal Supremo en *Aguadilla Paint Center v. Esso* que:

*Excepto los remedios autorizados por el art. 13 de la Ley de Monopolios (injunctions), 10 L.P.R.A. sec. 269, el art. 3 de la Ley de Monopolios, 10 L.P.R.A. sec. 259, confiere jurisdicción primaria exclusiva al Departamento de Asuntos del Consumidor en la dilucidación de cualquier violación al inciso (a) del propio artículo, esto es, la utilización de métodos injustos de competencia y prácticas o actos injustos o engañosos en los negocios o el comercio.*²⁴ (Énfasis nuestro).

El Tribunal de Distrito Federal para Puerto Rico, en *Díaz-Ramos v. Hyundai Motor Co. & Hyundai American Technical Center, Inc.*, caso civil núm. 3:05-cv-001193-JAG, desestimó una reclamación bajo la Ley Antimonopolios y la *Ley de Acción de Clase por Consumidores de Bienes y Servicios*²⁵, fundamentado en que la Ley Antimonopolios²⁶ prohíbe el derecho de presentar acciones privadas, bajo el art.

²⁴ *Aguadilla Paint Center*, 183 D.P.R. pág. 907.

²⁵ *Ley de Acción de Clase por Consumidores de Bienes y Servicios*, Ley Núm. 118 de 25 de junio de 1971, 32 L.P.R.A. § 3342.

²⁶ 10 L.P.R.A. § 259 (a).

3 (a) de esta ley. Posteriormente, Díaz-Ramos apeló esta decisión ante el Tribunal del Primer Circuito Federal de Boston, resolviendo este Tribunal lo siguiente:

We conclude that the district court correctly dismissed Diaz's claims under the Antitrust Act and the CCAA.²⁷ *The Antitrust Act expressly prohibits a private right of action for suits brought under section 259 (a)*, and nothing in the CCAA – a procedural class action statute – provides any indication that the Puerto Rico legislature intended to create a substantive right of action for class action suits pursuant to section 259 (a). Thus, the district court was correct in granting HMC's motion to dismiss. *Affirmed*²⁸(Énfasis nuestro)

Indudablemente, en nuestra jurisdicción están prohibidas las acciones privadas por violaciones al art. 3(a) de la Ley Antimonopolio, o al Reglamento 2648, por actos de competencia injusta. Ahora bien, el remedio que podría tener disponible una parte perjudicada, por prácticas de competencia desleales e injustas, para reclamar los daños y perjuicios causados por estos actos, sería solamente a través del art. 1802 del Código Civil de Puerto Rico.²⁹ Sobre este particular el Tribunal Supremo ha expresado que:

En cuanto a las acciones de los particulares por triple daño, estas no se autorizan con respecto a los actos prohibidos por el Art. 3 de la Ley de Monopolios, 10 L.P.R.A. sec. 259, sin que por ello se intente afectar el derecho a entablar una acción ordinaria de daños y perjuicios, si procediese, conforme con el Código Civil u otros principios de ley.³⁰

Las posibilidades que tiene una parte perjudicada para poder prevalecer en una reclamación bajo el art. 1802 del Código Civil, por actos de competencia desleal son mínimas. Toda vez que no existe una legislación clara e inequívoca en nuestro ordenamiento jurídico sobre qué factores debe tomar el Tribunal en consideración para determinar si una práctica es desleal. Sus consecuencias y las sanciones civiles a imponer por estas violaciones.

Observemos ahora parte de la opinión disidente del Juez Presidente, Hernández Denton, a la cual se unió la Juez Asociada, Rodríguez Rodríguez en el caso *Aguadilla Paint Center v. Esso, supra*. Sobre la prohibición de acciones privadas bajo el artículo 12 (a) de la Ley Antimonopolio,³¹ veamos.

²⁷ *Ley de Acción de Clase por Consumidores de Bienes y Servicios*, Ley Núm. 118 de 25 de junio de 1971, 32 L.P.R.A. § 3342.

²⁸ *Díaz-Ramos v. Hyundai Motor Co.*, 501 F.3d, 12, 17 (1st Cir. 2007).

²⁹ 31 L.P.R.A. § 5141 (1930).

³⁰ *Aguadilla Paint Center*, 183 D.P.R. pág. 907.

³¹ 10 L.P.R.A. § 268 (a).

Cuando acudimos a las secs. 257 y siguientes del Título 10, es decir, la Ley de Monopolios, encontramos que el Art. 12 reconoce una causa de acción a: “cualquier persona que sea perjudicada en sus negocios o propiedades por otra persona, por razón de actos, o intentos de actos, prohibidos o declarados ilegales por las disposiciones de este capítulo, salvo las de las secs. 259 y 261...” 10 L.P.R.A. sec. 268.

Cónsono con los propósitos legislativos de nuestros estatutos y de los estatutos federales en que se basa la legislación local, *esa causa de acción, es totalmente independiente del poder legislativo de reglamentar que se le confirió a las agencias administrativas mediante el Art. 3 de la Ley de Monopolios, 10 L.P.R.A. sec. 259.*

Esto es importante porque, según la Opinión del Tribunal, las prácticas violatorias del Art. 8 de la Ley de Gasolina, *supra*, sólo estarían sujetas a la acción bajo el Art. 3 de la Ley de Monopolios, que dispone que “los métodos injustos de competencia, así como las prácticas o actos injustos o engañosos en los negocios o el comercio, por la presente se declaran ilegales”. 10 L.P.R.A. sec. 259. Es decir, que porque el Art. 8 de la Ley de Gasolina declara “actos injustos y engañosos” lo prohibido en dicha ley y que, como el Art. 3 de la Ley de Monopolios es el que prohíbe los “actos injustos y engañosos” y, éste, a su vez, está excluido del Art. 12 de la Ley de Monopolios que reconoce la acción de triple daño, entonces los demandantes no tienen disponible esa causa de acción por violaciones a la Ley de Gasolina, *supra*.

Esa interpretación textualista que propone el peticionario y que adopta completamente este Tribunal- es totalmente contraria a los propósitos de ambas leyes. Además, los artículos bajo los cuales reclaman los demandantes no deben interpretarse como los únicos artículos de esas leyes que permiten una acción en daños. Si bien esa interpretación que hace la Opinión de este Tribunal permite que los demandantes continúen con su causa de acción en daños de acuerdo con el Art. 1802 del Código Civil de Puerto Rico, *supra*, cabe preguntarnos: *¿qué alegaciones podrán presentar los demandantes para demostrar que fue la realización de prácticas prohibidas por parte del demandado la que le causaron los daños que buscan indemnizar, si se le han desestimado las causas de acción bajo la Ley de Monopolios y la Ley de Gasolina? (Énfasis nuestro)*

Somos del criterio que se pudo llegar a una interpretación distinta. Máxime ante el hecho de que la propia Opinión del Tribunal reconoce el origen directo de nuestros estatutos antimonopolísticos de sus análogos federales. En los Estados Unidos, los “private actions” juegan un rol crítico en el régimen antimonopolístico. J. Von Kalinowski, *Antitrust Law and Trade Regulation*, Sec. 160.01, 2d. ed., Vol. 8 pág. 160-2 (supl. 2011). *“In enacting the antitrust laws, the U.S. Congress was convinced*

that private antitrust litigation is one of the surest weapons for effective antitrust enforcement and that private suits are an important element of the Nation's antitrust enforcement scheme... The Supreme Court has labeled the private action as a vital means of enforcing the antitrust policy of the United States and as an important weapon of antitrust enforcement." Íd. (Citas omitidas). (Énfasis suplido). Por ello, nuestra interpretación es que la alegada acción ilícita de los demandados podría estar prohibida por la Ley de Monopolios, supra, y los demandantes así podrían demostrarlo conforme a nuestra Opinión en *Pressure Vessels*, supra, que, en esencia, le permite a un participante del mercado reclamar daños por una actuación prohibida bajo el estatuto antimonopolístico.

De hecho, en la legislación federal, el remedio de triple daño está disponible bajo la Sec. 4 del Clayton Act. El texto de esa sección es sumamente sencillo y simplemente reconoce una causa de acción a cualquier persona afectada por razón de cualquier acto prohibido bajo una ley antimonopolística. *15 USC sec. 15*. Para obtener ese remedio, el demandante sólo tiene que probar que el daño fue causado por razón de una actuación antimonopolística. J. Von Kalinowski, op. cit. sec. 161.02, pág. 161-9. ("Thus, in antitrust cases, it is not sufficient simply to demonstrate an injury, even injury directly caused by the defendant. The injury will not be considered antitrust injury unless it was caused by reason of a violation of the antitrust laws.") (Citas omitidas.) Esto demuestra que el Congreso quiso permitirles a los participantes del mercado presentar una acción de daños por el mero hecho de otro haber realizado una práctica antimonopolística. Por lo tanto, habríamos concluido que la demanda presentada por los recurridos podía continuar. *Con su decisión, este Tribunal deja en suspenso un importante elemento de la lucha antimonopolística, en particular sobre el negocio de distribución de combustibles en Puerto Rico. Basta mirar a décadas pasadas para recordar las prácticas indeseables que sufrimos en el País durante la crisis petrolera de los años 1970's. Hoy, de espaldas a la política pública de los Estados Unidos, a base de la cual formulamos nuestros estatutos sobre esta materia, este Tribunal ata las manos y cierra las puertas de la justicia a quienes alegan haber sufrido un daño que ahora será más difícil de demostrar.* (Énfasis nuestro)

De la normativa federal antes descrita es evidente que, desde principios del siglo pasado, el ordenamiento dispuso que los competidores jugarían un rol central en la lucha contra el control ilícito de los mercados, mediante la presentación de acciones para recuperar el daño causado por acciones monopolísticas. No vemos por qué los participantes del mercado de gasolina puertorriqueño no puedan hacer lo mismo, cuando nuestra legislación también tiene el propósito de apoderar a los afectados con legitimación para reclamar remedios por prácticas injustas.

A modo de epílogo, la decisión de este Tribunal se emite en los momentos en que está entredicho la capacidad de la Oficina de Asuntos Monopolísticos para adelantar los propósitos legislativos. De la propia información publicada por el Departamento de Justicia sobre su presupuesto para el año fiscal en curso surge que, desde el año 2009, dicha Oficina ha perdido casi de un cuarenta por ciento de su personal, apenas cuenta con cuatro abogados en la actualidad, y, durante el mismo periodo, se le ha recortado sobre un quince por ciento de su presupuesto. Véase: Departamento de Justicia, Presupuesto Aprobado para el año 2012, disponible en: http://www.pr.gov/presupuesto/aprobado_2012/justicia.htm. En suma, habríamos permitido que el litigio continuara en sus méritos en vez de resolverlo sumariamente, sin permitirle al demandante establecer su caso. *La desestimación de acciones privadas contra el control ilícito de los mercados en nuestra jurisdicción es contraria tanto a la intención como al espíritu de la Ley de Monopolios y la Ley de Gasolina y priva a los detallistas de gasolina un instrumento muy importante para vindicar sus derechos ante prácticas injustas de los mayoristas.*³² (Énfasis nuestro)

Se denota en esta opinión disidente claramente la falta de una regulación que proteja adecuadamente los intereses de los participantes en el comercio puertorriqueño. Estas normas que limitan las acciones privadas contra las prácticas desleales han sido erradicadas en otras jurisdicciones, lo cual discutiremos más adelante.

2. Departamento de asuntos del consumidor

D.A.Co. fue creado, como mencionamos anteriormente, mediante la Ley Núm. 5 de 23 de abril de 1973, según enmendada.³³ D.A.Co. tiene su propia jurisdicción para resolver controversias relacionadas a ciertas áreas dentro del ámbito de la competencia desleal, concedida a través de su Ley Orgánica. Para reglamentar y fiscalizar los anuncios y las prácticas engañosas, lo cual está establecido a través de los Arts. 6 (j)³⁴ y 19³⁵ de la Ley de D.A.Co. El Art. 6 (j) dispone:

En adición a los poderes y facultades transferidos por este capítulo, el Secretario de Asuntos del Consumidor tendrá los siguientes poderes y facultades:

(j) Reglamentar y fiscalizar los anuncios y las prácticas engañosas en el comercio, incluyendo la facultad de fiscalizar los reclamos sobre la calidad y demás cualidades de los productos y servicios, realizados a través de los

³² *Aguadilla Paint Center*, 183 D.P.R. págs. 944-947.

³³ 3 L.P.R.A. § 341.

³⁴ *Id.* § 341 (j).

³⁵ *Id.* § 341 (r).

distintos medios de comunicación, así como requerir de los anunciantes evidencia de la veracidad de los reclamos realizados.³⁶

Conforme a esto, D.A.Co. promulgó el *Reglamento contra las Prácticas y Anuncios Engañosos* (Reglamento 7932).³⁷ Posteriormente, D.A.Co presentó ante el Departamento de Estado del E.L.A., la traducción al idioma Inglés de este Reglamento 7932, bajo el nombre de “*Regulation Against Deceptive Practices and Advertisements*”, el cual fue aprobado el 11 de julio de 2011. Este Reglamento 7932 prohíbe las prácticas y anuncios engañosos. Consta de treinta y cinco Reglas, las cuales detallamos a continuación:

- Regla 1: Autoridad
- Regla 2: Propósitos Generales
- Regla 3: Alcance y Aplicación
- Regla 4: Interpretación
- Regla 5: Definiciones
- Regla 6: Principios Básicos
- Regla 7: Prácticas y Anuncios Engañosos
- Regla 8: Forma de los Anuncios
- Regla 9: Divulgación de Datos Relevantes
- Regla 10: Representaciones Visuales
- Regla 11: Anuncio del Precio
- Regla 12: Comparaciones de Precio
- Regla 13: Disponibilidad del Bien Anunciado
- Regla 14: Artículos Sustitutos y Vales (“Rain Checks”)
- Regla 15: Divulgación de Información sobre Venta Especial en Anuncios
- Regla 16: Regalos y Premios
- Regla 17: Reembolso (“Rebate”)
- Regla 18: Obtención de Información Personal del Consumidor
- Regla 19: Recibo
- Regla 20: Financiamiento
- Regla 21: Cumplimiento con el “Truth-In-Lending Act”
- Regla 22: Garantías
- Regla 23: Correcciones
- Regla 24: Publicidad de Error
- Regla 25: Endosos o Caracterizaciones en los Anuncios
- Regla 26: Responsabilidad de los Medios de Comunicación
- Regla 27: Expedientes
- Regla 28: Políticas de Devolución de Bienes
- Regla 29: Propinas
- Regla 30: Copia del Reglamento

³⁶ *Id.* § 341 (j).

³⁷ Departamento de Asuntos del Consumidor, *Reglamento contra las prácticas y anuncios engañosos*, Número 7932.

- Regla 31: Penalidades
- Regla 32: Sanciones Penales
- Regla 33: Salvedad
- Regla 34: Cláusula Derogatoria
- Regla 35: Vigencia

Al presente, este reglamento contra prácticas y anuncios engañosos ha sido sustituido en seis ocasiones desde su creación y se encuentra en la actualidad en el proceso de ser sustituido nuevamente. En los párrafos tres, cuatro y cinco de la exposición de motivos de la Resolución 1595 de la Cámara de Representantes de Puerto Rico del 4 de febrero de 2011, se expresa el sentir de la Asamblea Legislativa con respecto a este reglamento, veamos:

En aras de cumplir con su responsabilidad de reglamentar y fiscalizar los anuncios y las prácticas engañosas en el comercio, el D.A.C.O. cuenta con el Reglamento 7932 de 15 de octubre de 2010, mejor conocido como “Reglamento Contra Prácticas y Anuncios Engañosos”. Este Reglamento tiene el propósito de proteger a los consumidores de las prácticas y anuncios que creen o tiendan a crear una apariencia falsa o engañosa sobre bienes o servicios ofrecidos en el comercio. Además, prohíbe las prácticas y anuncios engañosos, con el objetivo de establecer un clima de confianza y respeto entre comerciantes y consumidores. No obstante lo anterior, el actual Reglamento del D.A.Co. está repleto de disposiciones ambiguas que de ninguna manera abonan a un ambiente de confianza y respeto entre los consumidores y comerciantes. En particular, las Reglas relacionadas a la disponibilidad de bienes anunciados en especial, artículos sustitutos y vales (“rain checks”), políticas de devolución y garantías son en algunos extremos difíciles de comprender y, en otros, totalmente imprácticos e inútiles para el consumidor. Es menester destacar que desde el 1990, año en que el D.A.Co. adoptó por primera ocasión su Reglamento Contra Prácticas y Anuncios Engañosos, la agencia ha sustituido el mismo en seis (6) ocasiones, a saber: Reglamento 6381 de 9 de enero de 2002; Reglamento 6772 de 19 de febrero de 2004; Reglamento 7231 de 13 de octubre de 2006; Reglamento 7581 de 9 de octubre de 2008, Reglamento 7751 de 24 de septiembre de 2009 y Reglamento 7932 de 15 de octubre de 2010. Los constantes cambios al Reglamento han abonado a un ambiente de desconocimiento y confusión por parte de consumidores, así como comerciantes. *El Reglamento 7932 regula las prácticas y anuncios engañosos, los cuales caen dentro del ámbito mercantil de la competencia desleal, pero este reglamento no abarca la totalidad de las prácticas desleales, solamente un pequeño sector dentro de este campo.*³⁸(Énfasis nuestro)

³⁸ Resolución de la Cámara de Representante 1595, 5ta Sesión Ordinaria (4 de febrero de 2011).

Este reglamento no es extensivo a gran parte de la totalidad de las prácticas de competencia desleales que ocurren en nuestro comercio y se reconocen como actos ilícitos en otras jurisdicciones. Solamente se circunscribe a los actos engañosos, omisiones engañosas y prácticas ilegales relacionadas.

B. Legislación supranacional

En Estados Unidos de América (EE.UU.) existen dos agencias gubernamentales que tienen jurisdicción sobre los actos de competencia desleal.

1. División de antimonopolio del departamento de justicia federal

El Departamento de Justicia de los Estados Unidos cuenta con una división de antimonopolio conocida en el idioma inglés, como *Antitrust Division*, su misión es promover la competencia en la economía de los Estados Unidos y sus Territorios educando, mejorando y aplicando las leyes de monopolio más relevantes que son: *Sherman Antitrust Act* 15 U.S.C. §§ 1-7; *Clayton Act*, 15 U.S.C. §§ 12-17 y el *Federal Trade Commission Act*, 15 U.S.C. §§ 41-58.³⁹

La misión de la División de Antimonopolio es promover la competencia a través de la aplicación de las leyes y proporcionar orientación sobre estas leyes y los principios de defensa de la competencia.⁴⁰ Muchos consumidores nunca han oído hablar de las leyes antimonopolio, pero la aplicación de estas leyes le ahorra a los consumidores millones e incluso miles de millones de dólares al año. El Gobierno Federal hace cumplir tres importantes leyes federales antimonopolio, y la mayoría de los estados también tienen sus propias leyes. En esencia, estas leyes prohíben las prácticas comerciales que injustificadamente priven a los consumidores de los beneficios de la competencia, lo que resulta en precios más altos para los productos y servicios.⁴¹

A continuación resumimos el propósito de cada uno de los tres estatutos federales de antimonopolios que mencionáramos anteriormente:

a. La ley antimonopolio Sherman

Esta ley prohíbe todos los contratos, combinaciones y conspiraciones que limiten de manera injustificable el comercio interestatal y extranjero. Esto incluye acuerdos entre competidores para fijar precios, manipular licitaciones, y asignarse los clientes, los cuales son punibles, como delitos penales.⁴² La ley Sherman también hace que sea un crimen monopolizar cualquier parte del comercio interestatal. Existe un

³⁹ La *Ley Wilson Tariff Act* (15 U.S.C. §§ 8-11) es también de aplicación contra estos actos y/o prácticas de competencia injustas.

⁴⁰ *División de Antimonopolio del Departamento de Justicia Federal de EE.UU.*, <http://www.justice.gov/atr/about/index.html> (accedido 16 de marzo de 2015).

⁴¹ *Id.* Véase <http://www.justice.gov/atr/about/mission.html> (accedido 16 de marzo de 2015).

⁴² *Id.* Véase <http://www.justice.gov/atr/about/antitrust-laws.html> (accedido 16 de marzo de 2015).

monopolio ilegal cuando una empresa controla el mercado de un producto o servicio, y ha conseguido el poder de controlar el mercado, no porque su producto o servicio es superior a los demás, sino por la supresión de la competencia con una conducta anticompetitiva.⁴³ La ley, sin embargo, no se viola simplemente cuando la competencia de una empresa y los precios más bajos toman las ventas de sus competidores menos eficientes; en este caso, la competencia está funcionando correctamente.⁴⁴

b. La ley Clayton

Esta ley es una ley civil (no conlleva sanciones penales) que prohíbe las fusiones o adquisiciones que puedan reducir la competencia. En virtud de esta ley, el Gobierno desafía las concentraciones que puedan aumentar los precios a los consumidores. Todas las personas que están considerando una fusión o adquisición por encima de un determinado tamaño deben notificar a la División de Defensa de la Competencia y a la Comisión Federal de Comercio. La ley también prohíbe otras prácticas comerciales que puedan perjudicar la competencia en determinadas circunstancias.⁴⁵

c. La ley de la comisión federal de comercio

Esta ley prohíbe métodos de competencia desleal en el comercio interestatal, pero no conlleva sanciones penales. También crea la Comisión Federal de Comercio para fiscalizar violaciones de política de esta Ley.⁴⁶

El Departamento de Justicia también utiliza a menudo otras leyes para combatir las actividades ilegales. Incluyendo las leyes que prohíben las declaraciones falsas a las agencias federales, perjurio, obstrucción a la justicia, conspiración para defraudar a los Estados Unidos y el correo y el fraude electrónico. Cada uno de estos crímenes conlleva su propio término, multa y prisión que puede añadirse a las multas y penas de cárcel, por violaciones de esta Ley Antimonopolio.⁴⁷

Existen otras legislaciones concordantes en la jurisdicción Federal, que aplican en materia de competencia desleal. Entre estas:

- i. *Copyright Act*⁴⁸
- ii. *Trademark Act*⁴⁹
 - a) *Section 1125 Lanham*⁵⁰

⁴³ *Id.*

⁴⁴ *Id.*

⁴⁵ *Id.*

⁴⁶ *Id.*

⁴⁷ *Id.*

⁴⁸ *Copyright Act*, Public Law No. 94-553 of Oct. 19, 1976, 17 U.S.C. § 101.

⁴⁹ *Trademark Act*, Public Law No. 79-489 of July 5, 1946 15 U.S.C. § 1051.

⁵⁰ *Id.* § 1125.

- iii. *United State Patent and Trademark Office Act*⁵¹
- iv. *Uniform Deceptive Trade Practices Act*⁵²

Todos los estados de la nación americana y el Distrito de Columbia, tienen sus propias leyes antimonopolio y de protección a sus consumidores. De estos, veintinueve estados y el Distrito de Columbia, en el año 2008, tenía leyes que prohibían la competencia desleal que no estaban construidas acorde con la sección 5 de la *Federal Trade Commission Act*⁵³ (F.T.C.), estos son: Arkansas, California, Distrito de Columbia, Colorado, Delaware, Indiana, Iowa, Kansas, Kentucky, Michigan, Minnesota, Missouri, Nebraska, Nevada, New Jersey, North Dakota, Oklahoma, Oregon, South Carolina, Virginia, Wisconsin, Wyoming. Los restantes veintinueve estados han incorporado en sus estatutos componentes de la sección 5 de la ley F.T.C.⁵⁴ Estas leyes se conocen como *State Little FTC Act*, estos son: Alabama, Alaska, Arizona, Connecticut, Florida, Georgia, Hawaii, Idaho, Illinois, Louisiana, Maine, Maryland, Massachusetts, Mississippi, Montana, New Hampshire, New Mexico, New York, North Carolina, Ohio, Pennsylvania, Rhode Island, South Carolina, Tennessee, Texas, Utah, Vermont, Washington y West Virginia.⁵⁵ Favor referirse al Apéndice I, en donde se ilustran las características de estos estatutos, según dispuesto por las distintas Asambleas Legislativas de estos estados.

En estos últimos estados que mencionamos se permite que consumidores y en algunos casos empresas presenten acciones privadas en los Tribunales. Para resarcir los daños y perjuicios causados por actos y/o prácticas desleales de competencia, según regulada en cada uno de los estatutos de estos estados, veamos:

“Little FTC Acts” and analogous consumer protection statutes typically prohibit a broad range of unfair and deceptive acts and practices, and “unconscionable” conduct in trade or business.⁵⁶ In addition, these statutes often contain a laundry list of acts and practices deemed to be unfair or deceptive, such as “bait and switch” tactics, deceptive pricing, false and misleading statements regarding the origin, sponsorship, quality, characteristics and uses of goods and service, and disparagement.⁵⁷ While

⁵¹ *United State Patent and Trademark Office Act*, Public Law No. 114-9-2000, 35 U.S.C. § 1.

⁵² Como las prácticas de competencia desleal afectan a los consumidores y empresas en todos los estados de los EE.UU., un número de estados han adoptado una legislación uniforme conocida como *Uniform Deceptive Trade Practices Act*, la cual tiende a proporcionar, en términos generales, todas las cuestiones de actos injustos y engañosos y prohibiciones legales, relacionadas a esta área.

⁵³ *Federal Trade Commission Act*, Public Law No.114-9-2006, 15 U.S.C.A. § 45 (a) (1).

⁵⁴ *Id.*

⁵⁵ Justin J. Hakala, *Follow-On State Actions Based on the FTC's Enforcement of Section 5*, 7-9 https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/public_comments/section-5-workshop-537633-00002/537633-00002.pdf (accedido el 13 de marzo de 2015).

⁵⁶ *Serbin v. Ziebart Int'l Corp.*, 11 F.3d 1163, 1178-79 (3d Cir. 1993) (discussing the similar policies of the two statutes); *Sandoz Pharm. Corp. v. Richardson-Vicks, Inc.*, 902 F.2d 222, 226-39 (3d Cir. 1990) (comparing burdens of proof for Lanham Act plaintiffs and the FTC).

⁵⁷ *Id.*

some states have construed their consumer protection acts to be coextensive with common law fraud⁵⁸, many have held that a finding of fraud or intent to deceive is not necessary to establish a violation.⁵⁹ In general, the purpose of these statutes is to protect the ordinary consumer, as evidenced by both the language of the statutes and the construction placed upon them by the courts. Many contain language limiting their applicability to goods, property or services sold primarily for personal, family or household use.⁶⁰ In such cases, recovery has been denied where the plaintiff was not an in-state “consumer,”⁶¹ or where the transaction at issue was not a “consumer transaction.”⁶² However, other statutes have been construed as extending a right of action to business consumers⁶³, and *in some instances to competitors*⁶⁴ as well. As noted above, these “little FTC Acts” frequently are interpreted by reference to precedent under the FTC Act, in some cases by express provision in the statute.”⁶⁵ (Énfasis Nuestro)

En nuestro ordenamiento jurídico, existe una prohibición estatutaria contra la presentación de acciones privadas por parte de los consumidores o las empresas, por competencia injusta o engañosa. Lo cual es contrario a la tendencia de regulación

⁵⁸ *Leshner v. Baltimore Football Club*, 496 N.E.2d 785, 790 (Ind. App. 1986), vacated in part on other grounds, 512 N.E.2d 156 (Ind. 1987); *Zine v. Chrysler Corp.*, 600 N.W.2d 384, 398 (Mich. App. 1999) (citing with approval *Mayhall v. A.H. Pond Co.*, 341 N.W.2d 268, 270 (Mich. App. 1983)).

⁵⁹ *State ex rel. Babbit v. Goodyear Tire & Rubber Co.*, 626 P.2d 1115 (Ariz. App. 1981); *Urling v. Helms Exterminators, Inc.*, 468 So. 2d 451 (Fla. App. 1985); *Duran v. Leslie Oldsmobile*, 594 N.E.2d 1355 (Ill. App. 1995); *Duhl v. Nash Realty*, 429 N.E.2d 1267 (Ill. App. 1981); *Church of the Nativity v. WatPro, Inc.*, 474 N.W.2d 605 (Minn. App. 1991), *aff'd*, 491 N.W.2d 1 (Minn 1992); *Pierce v. Am. Defender Life Ins. Co.*, 343 S.E.2d 174 (N.C. 1986); *Bowers v. Transamerica Title Ins. Co.*, 675 P.2d 193 (Wash. 1983); *Robinson v. McReynolds*, 762 P.2d 1166 (Wash. App. 1988).

⁶⁰ 815 ILCS 505/1 (e); Mich. Comp. L. Ann. § 445.902 (1)(g).

⁶¹ *LJS Co. v. Marks*, 480 F.Supp. 241 (S.D. Fla. 1980) (corporation that hired law firm not a consumer); *Feldstein v. Guinan*, 499 N.E.2d 535 (Ill. App. 1986) (physician who contracted with county for medical residency not a consumer); *Rodríguez v. Ed Hicks Imports*, 767 S.W.2d 187 (Tex. App. 1989) (automobile passenger not a consumer). But see *Warren v. Monahan Beaches Jewelry Ctr.*, 548 So. 2d 870 (Fla.App. 1989) (financée of ring purchaser was a consumer).

⁶² *Golden Needles Knitting & Glove Co. v. Dynamic Mktg. Enters.*, 766 F. Supp. 421 (W.D.N.C. 1991) (commercial transactions); *Kingswharf, Ltd. v. Kranz*, 545 So. 2d 276 (Fla. App. 1989) (sale of real estate); *State v. DeAnza Corp.*, 416 So. 2d 1173 (Fla. App. 1982) (lot in mobile home park); *In re Estate of Szorek*, 551 N.E.2d 697 (Ill. App. 1990) (banking practices).

⁶³ *Cunningham v. Healthco, Inc.*, 824 F.2d 1448, 1462 (5th Cir. 1987) (Texas); *Continental Grain Co. v. Pullman Standard, Inc.* 690 F. Supp. 628, 632-34 (N.D. Ill 1988) (Illinois); *Beacon Property Mgmt. v. PNR, Inc.*, 890 So. 2d 274, 277-79 (Fla. App. 2004) (Florida).

⁶⁴ *Galerie Furstenberg v. Coffaro*, 697 F.Supp. 1282, 1292 (S.D.N.Y. 1988) (granting limited rights to competitors); *Duran v. Clover Club Foods Co.*, 616 F. Supp. 790 (D. Colo. 1985).

⁶⁵ *Russell v. Dean Witten Reynolds*, 510 A.2d 972 (Conn. 1986); *Eastern Star, Inc. v. Union Bldg. Materials Corp.*, 712 P.2d 1148 (Haw. App. 1985); *Ken-Mar Fin. v. Harvey*, 368 S.E.2d 646 (N.C. App. 1988); see, e.g. Ariz. Rev. Stat. §44-1522(C) (state courts may be guided by “the interpretations given by the [FTC] and federal court” concerning the FTC Act).

actual de los estados de la nación americana, en este ámbito. En donde, ya en casi todos se permiten acciones privadas de consumidores y en alguno de estos de empresas.

2. Comisión federal de comercio

La otra agencia que tiene jurisdicción sobre las prácticas desleales en los EE.UU. es la Comisión Federal de Comercio (F.T.C. o Comisión). Esta agencia Federal fue creada bajo el Título 15 U.S.C. § 41. Fiscaliza las relaciones de competencia entre consumidores y empresas (C2B) y empresas (B2B). El Profesor Barton Beebe,⁶⁶ y sus colegas, en la publicación de su libro titulado *Trademarks, Unfair Competition, and Business Torts*, nos expresa cuál fue la intención del Congreso de los EE.UU. al crear la ley de la F.T.C.,⁶⁷ veamos:

In 1914, Congress enacted both the Clayton Antitrust Act and the Federal Trade Commission (FTC) Act, in part to remedy perceived flaws in antitrust enforcement under the Sherman Act. In 1912, for example, the Supreme Court had held that tying arrangements did not constitute “contracts, combinations, or conspiracies” in violation of the Sherman Act. See *Henry v. A.B. Dich & Co.*, 224 U.S. 1 (1912). In response, Congress included a provision in the Clayton Act specifically rendering some tying arrangements illegal. See Clayton Act, ch. 323, §3, 38 Stat. 731 (1914) (codified as amended at 15 U.S.C. §14). In enacting the FTC Act, Congress created a new federal agency, the Federal Trade Commission, whose responsibilities would include the investigation and prosecution of anti-competitive trade practices affecting interstate commerce. Initially, some advocates of creating such an agency hoped that Congress would spell out in detail the sorts of practices that the agency would challenge. The alternative position was that it would be preferable to define those practices in very general terms and leave the agency with broad discretion to interpret their specific meaning. See Marc Winerman, *The Origins of the FTC: Concentration, Cooperation, Control, and Competition*, 71 *ANTITRUST L.J.* 1, 67-68 (2003). The latter view ultimately prevailed, and as a result §5 of the FTC Act as originally enacted stated merely that “[u]nfair methods of competition in or affecting commerce are hereby declared unlawful.” From the beginning, the FTC interpreted this grant of authority as investing it with authority to challenge anti-competitive practices, including (but not necessarily limited to) practices that violated the Sherman and Clayton Acts. The FTC also interpreted its authority as extending to at least some cases involving false advertising, but (as noted in a preceding section) the Supreme Court in 1931 held that the FTC’s

⁶⁶ Profesor de la *New York University School of Law*.

⁶⁷ 15 U.S.C. § 41.

authority to challenge false advertising applied only to cases in which the false advertising at issue harmed competition. See *FTC v. Raladam Co.*, 283 U.S. 643, 649 (1931).⁶⁸

En su origen el propósito de la ley de la F.T.C. no contemplaba proteger a los consumidores, veamos:

“The original purpose of the Commission was not to protect consumers, however, but primarily to supplement the antitrust laws.”⁶⁹

Posteriormente, luego de la opinión del Tribunal Supremo de los EE.UU. en el caso *Federal Trade Commission v. Raladam Co.*, 283 U.S. 643, 51 S. Ct. 587, 75 L. Ed. 1324, 79 ALR 1191 (1931) que resolvió que la F.T.C. tenía que afirmativamente demostrar que al menos algunos competidores sufrieron perjuicios por las prácticas de comercio ilegales que se reclamaban para que se sostuviera un cargo por competencia desleal.⁷⁰ Lo cual causó muchas críticas públicas en aquel momento.⁷¹ Ya que una alegación general de que toda publicidad engañosa necesariamente perjudicaba competidores era insuficiente para sostener un caso.⁷² El Congreso de los EE.UU. enmendó la ley de la F.T.C. en el año 1938 y revocó con esta enmienda la opinión del Tribunal Supremo en *Federal Trade Commission v. Raladam Co.*, supra.⁷³ En esta enmienda, se añadió a la sección 5 de la Ley de la F.T.C. una disposición que prohíbe actos o prácticas injustas o engañosas en el comercio (*unfair or deceptive acts or practices in or affecting commerce*). Lo cual le extendió la autoridad a la F.T.C. para atender asuntos relacionados a los consumidores contra actividades injustas o engañosas en el comercio.⁷⁴

La F.T.C. ejecuta y vela por el cumplimiento de las leyes que promueven la sana competencia entre los negocios y que protegen a los consumidores contra el fraude.⁷⁵ La sana competencia entre los negocios ayuda a garantizar precios más bajos, una mejor calidad de los bienes e innovación creativa.⁷⁶ Para prevenir la conducta anti-competitiva, la agencia examina las fusiones y adquisiciones, y cuestiona aquellas que pudieran perjudicar a los consumidores.⁷⁷ La agencia también busca y cuestiona

⁶⁸ Barton Beebe, Thomas Cotter, Mark A. Lemley, Peter S. Menell, Robert P. Merges, *Trademarks, Unfair Competition, and Business Torts*, pag. 369 (Aspen 2011)

⁶⁹ Ira M. Millstein, *The Federal Trade Commission and False Advertising*, 64 Colum. L. Rev. 439, 450 (1964).

⁷⁰ *Federal Trade Commission v. Raladam Co.*, 283 U.S. 643 (1931).

⁷¹ Dee Pridgen, Richard M. Alderman, *Consumer Protection and the Law*, 9, (West 2012-2013 edition).

⁷² *Id.* págs. 8-9.

⁷³ *Id.* pág. 9.

⁷⁴ *Id.*

⁷⁵ Comisión Federal de Comercio, *Cumplimiento*, <https://www.ftc.gov/es/cumplimiento> (accedido el 16 de marzo de 2015).

⁷⁶ *Id.*

⁷⁷ *Id.*

otras prácticas anticompetitivas, como los monopolios y los acuerdos entre competidores.⁷⁸ Para proteger a los consumidores, la agencia investiga sus quejas y demanda a las compañías que no cumplen las reglas.⁷⁹ Las acciones de cumplimiento de la F.T.C. ayudan a detener el fraude y las prácticas comerciales sospechosas, rigen en temas de publicidad engañosa, protegen la privacidad de los consumidores y demandan a las compañías que infringen órdenes judiciales previas.⁸⁰ La Comisión tiene la aplicación o responsabilidades administrativas bajo más de setenta leyes. Se agrupan aquí en tres categorías: Estatutos relativos tanto a las misiones de competencia y protección del consumidor; los estatutos relativos principalmente a la misión de la competencia; y los estatutos relativos principalmente a la misión de protección de los consumidores.⁸¹ La Ley de la Comisión Federal de Comercio es el estatuto fundamental de la Comisión. En virtud de esta ley, la Comisión está facultada, entre otras cosas, a: evitar los métodos desleales de competencia y los actos desleales o engañosos o prácticas en el comercio; obtener una reparación monetaria y otras compensaciones por conducta perjudicial para los consumidores; establecer la normativa que regula el comercio que definen con especificidad los actos o prácticas que sean injustas o engañosas, y el establecimiento de normas establecidas para prevenir tales actos o prácticas; llevar a cabo investigaciones relacionadas con la organización, los negocios, las prácticas y la gestión de las entidades que participan en el comercio; y realizar informes y recomendaciones legislativas al Congreso.⁸²

La sección 5 de la ley de F.T.C.⁸³ regula los métodos injustos de competencia y las prácticas engañosas que afectan el comercio y los declara ilegales. Esta dispone: “Unfair methods of competition in or affecting commerce, and unfair or deceptive acts or practices in or affecting commerce, are hereby declared unlawful.” Esta sección fue enmendada por la *U.S. Safe Web Act of 2006*⁸⁴, para incluir el comercio extranjero. Las secciones 5(b)⁸⁵, 5(b)(1)⁸⁶ y 5(b)(2)⁸⁷ de ley de F.T.C. establecen

⁷⁸ *Id.*

⁷⁹ *Id.*

⁸⁰ *Id.*

⁸¹ Comisión Federal de Comercio, *Estatutos forzados o administrados por la comisión*, <http://translate.google.com.pr/translate?hl=es-419&sl=en&u=http://www.ftc.gov/enforcement/statutes&prev=search> (accedido el 16 de marzo de 2015).

⁸² *Id.*

⁸³ 15 U.S.C. § 45 (a) (1).

⁸⁴ *U.S. Safe Web Act of 2006*, Public Law No. 109-455-2006, 15 U.S.C. §58. Section 5(a) of the Federal Trade Commission Act is amended by adding at the end the following:

(4) (A) For purposes of subsection (a), the term ‘unfair or deceptive acts or practices’ includes such acts or practices involving foreign commerce that-- (i) cause or are likely to cause reasonably foreseeable injury within the United States; or (ii) involve material conduct occurring within the United States. (B) All remedies available to the Commission with respect to unfair and deceptive acts or practices shall be available for acts and practices described in this paragraph, including restitution to domestic or foreign victims.’

⁸⁵ 15 U.S.C. § 45 (b).

⁸⁶ *Id.* § 45 (b) (1).

⁸⁷ *Id.* § 45 (b) (2).

el procedimiento que ejecuta la Comisión para presentar querellas y emitir órdenes de cese y desista contra las personas y/o entidades jurídicas que comentan actos de competencia desleal en violación a esta ley. Esta sección dispone:

Whenever the Commission shall have reason to believe that any such person, partnership, or corporation has been or is using any unfair method of competition or unfair or deceptive act or practice in or affecting commerce, and if it shall appear to the Commission that a proceeding by it in respect thereof would be to the interest of the public, it shall issue and serve upon such person, partnership, or corporation a *complaint* stating its charges in that respect and containing a notice of a hearing upon a day and at a place therein fixed at least thirty days after the service of said complaint. The person, partnership, or corporation so complained of shall have the right to appear at the place and time so fixed and show cause why an order should not be entered by the Commission requiring such person, partnership, or corporation to cease and desist from the violation of the law so charged in said complaint. Any person, partnership, or corporation may make application, and upon good cause shown may be allowed by the Commission to intervene and appear in said proceeding by counsel or in person. The testimony in any such proceeding shall be reduced to writing and filed in the office of the Commission. If upon such hearing the Commission shall be of the opinion that the method of competition or the act or practice in question is prohibited by this subchapter, it shall make a report in writing in which it shall state its findings as to the facts and shall issue and cause to be served on such person, partnership, or corporation an order requiring such person, partnership, or corporation to *cease and desist* from using such method of competition or such act or practice. Until the expiration of the time allowed for filing a petition for review, if no such petition has been duly filed within such time, or, if a petition for review has been filed within such time then until the record in the proceeding has been filed in a court of appeals of the United States, as hereinafter provided, the Commission may at any time, upon such notice and in such manner as it shall deem proper, modify or set aside, in whole or in part, any report or any order made or issued by it under this section. After the expiration of the time allowed for filing a petition for review, if no such petition has been duly filed within such time, the Commission may at any time, after notice and opportunity for hearing, reopen and alter, modify, or set aside, in whole or in part any report or order made or issued by it under this section, whenever in the opinion of the Commission conditions of fact or of law have so changed as to require such action or if the public interest shall so require, except that (1) the said person, partnership, or corporation may, within sixty days after service upon him or it of said report or order entered after such a reopening, obtain a review thereof

in the appropriate court of appeals of the United States, in the manner provided in subsection (c) of this section; and (2) in the case of an order, the Commission shall reopen any such order to consider whether such order (including any affirmative relief provision contained in such order) should be altered, modified, or set aside, in whole or in part, if the person, partnership, or corporation involved files a request with the Commission which makes a satisfactory showing that changed conditions of law or fact require such order to be altered, modified, or set aside, in whole or in part. The Commission shall determine whether to alter, modify, or set aside any order of the Commission in response to a request made by a person, partnership, or corporation under paragraph (2) not later than 120 days after the date of the filing of such request. (Énfasis nuestro)

La sección 5 de la ley de la F.T.C.⁸⁸ no provee el derecho a los consumidores o empresas de presentar acciones privadas en el Tribunal Federal, por violaciones a esta sección, veamos.

Proponents of expansive Section 5 powers note that the FTC is an expert agency that Congress intended to have a central role in policing business conduct. They further note that, unlike the Sherman Act, *there is no private right of action under Section 5*—which, in theory, limits exposure to damages for conduct that does not, standing alone, violate other antitrust laws. *However, while there may be no express private right of action at the federal level, numerous states have enacted their own versions of Section 5 that permit private actions and, in some cases, trebled or punitive damages.*⁸⁹ (Énfasis nuestro)

Sin embargo, existían en el año 2008, alrededor de veinte estados de los EE.UU., que tenían incorporado en sus estatutos componentes de la sección 5 de la Ley F.T.C.⁹⁰ Los cuales permiten acciones privadas. En algunos de estos estatutos se permite como remedio el resarcimiento de los daños y perjuicios causados, daños punitivos y el derecho a recobrar tres (3) veces el importe de los daños y perjuicios que se hayan sufrido, veamos:

“As previously discussed, courts have held that there is no private right of action under the FTC Act.⁹¹ Importantly, though, almost all of the states’

⁸⁸ 15 U.S.C. § 45 (a) (1).

⁸⁹ Robert E. Entwisle and Daniel K. Storino, *The Uncertain Reach of Section 5 of the Federal Trade Commission Act*, <http://www.mondaq.com/unitedstates/x/305416/Trade+Regulation+Practices/The+Uncertain+Reach+Of+Section+5+Of+The+Federal+Trade+Commission+Act> (accedido el 13 de marzo de 2015).

⁹⁰ 15 U.S.C. § 45 (a) (1).

⁹¹ *Holloway v. Bristol-Meyers Corp.*, 485 F.2d 986, 997 (D.C. Cir. 1973).

consumer protection laws provide a private right of action that commonly authorizes not only injunctive relief and recovery of attorney's fees, but also *recovery of actual damages*, including through class actions⁹². *Many of these statutes also allow for enhanced (trebled) or punitive damages.*"⁹³

Al presente, casi todos los estados permiten acciones privadas de consumidores, en sus estatutos de protección sobre competencia injusta y engañosas. "A private right of action to sue for alleged violations of state consumer protection act currently exist in every state."⁹⁴ Sin embargo, como mencionamos anteriormente, en nuestra jurisdicción, están prohibidas las acciones privadas de consumidores y empresas contra actos injustos y engañosos que los afecten.

IV. Discusión sobre la doctrina de competencia desleal en el derecho marcario

A. Desarrollo de la doctrina de competencia desleal

El desarrollo de la doctrina de competencia desleal en Puerto Rico, ha sido desde su comienzo hasta el presente, enfatizado en el Derecho Marcario. En la actualidad, no existe una doctrina de prácticas desleales más amplia que regule otras conductas o patrones dentro de este ámbito mercantil en nuestro ordenamiento jurídico. De hecho, la base de la doctrina actual carece de una discusión jurídica sobre su génesis, de donde surge su obligatoriedad o el mandato legislativo o constitucional que hace esta doctrina vinculante al derecho puertorriqueño. A continuación discutiremos básicamente toda la jurisprudencia de donde emana esta doctrina.

1. *Eneglotaria medicine Co. v. Sola López*, 38 D.P.R. 604 (1928)

Este es el primer caso en la jurisdicción del E.L.A. que el Tribunal Supremo plantea el concepto de competencia ilegal.

Este caso ocurre en el año 1923, cuando la parte demandante comenzó a manufacturar en los Estados Unidos continentales y a vender en Puerto Rico un alcoholado o *bay rum* preparado conforme a una receta de la demandante, y con el fin de identificar el artículo en el mercado, adoptó un rótulo para ser adherido a los frascos en los que se envasaba el producto, en que aparecía la frase "Alcoholado Porto Rico", constituyendo la palabra "Porto Rico" el principal nombre y medio de identificación; que desde aquella fecha la demandante ha venido vendiendo en Puerto Rico dicho producto, abriendo y fomentando este mercado en el que era entonces desconocido, hasta que sus ventas alcanzaron la considerable suma de 3,000 gruesas de frascos, que representa una venta anual de \$144,000; que el demandado desde 1924, sin el consentimiento de la demandante y con el único propósito de aprovecharse

⁹² ABA Section of Antitrust, *Consumer Protection Law Developments*, pág. 383, 2009.

⁹³ *Id.* pág. 384.

⁹⁴ Pridgen & Alderman, *supra* n.71. págs 426-427.

del crédito y fama adquiridos por el producto de la demandante, comenzó a vender en Puerto Rico y está aún vendiendo en esta Isla otro alcoholado o “bay rum” con un color que no puede distinguirse del producto de la apelante, y envasado en frascos, a los que se adhiere un rótulo en el que se designa tal producto con el nombre “Gloria de Puerto Rico” con la palabra “Alcoholado” inmediatamente debajo de dicho nombre, induciendo así al público a comprar ese producto en la errónea creencia de que está adquiriendo el mismo de la demandante; que el propósito del demandado al poner en tal condición su producto en el mercado era hacer la competencia al producto de la demandante, logrando de este modo realizar ventas por la cantidad de 300 gruesas al año que representa un valor de \$14,000; que el demandado ha realizado estos actos sabiendo que la demandante fue la primera en emplear la palabra “Porto Rico” para identificar su producto; que intenta y se propone continuar haciendo tales ventas y que en ejecución de su propósito en diciembre 29 de 1925 dicho demandado trató de registrar en la Secretaría Ejecutiva de Puerto Rico, como marca de fábrica suya, y rótulo o diseño conteniendo la frase “Gloria de Puerto Rico”, “Alcoholado”, la que fue denegada por dicho funcionario, por tener la demandante en su rótulo estampada la palabra “Porto Rico” registrada en la Oficina de Patentes de Washington y por ser la demandante la primera en adoptar tal palabra.⁹⁵

La Corte de Distrito de San Juan rehusó expedir un *injunction* preliminar para restringir al demandado de continuar utilizando el diseño en los frascos que envasaba su producto, lo cual apelo la parte demandante.

El Tribunal Supremo resolvió que el demandado era culpable de competencia ilegal en el comercio y que el demandante tenía derecho a un *injunction* preliminar. El Tribunal basa su decisión en que una vez una persona usa un término geográfico, ya usado por otros, en un producto análogo y dicho término geográfico ya ha adquirido un significado secundario; el segundo en usarlo es culpable de competencia ilegal si no ha establecido con claridad que su producto se distingue del otro y, así impedir que se confunda con el del fabricante que primero usó este término.

De las expresiones del Juez Wolf, en la discusión del caso, se puede inferir claramente que el término de competencia ilegal surge por primera vez, en una opinión del Tribunal Supremo, en este caso. Tenemos que resaltar que en esta opinión el Tribunal Supremo no argumenta la procedencia del término competencia ilegal. Sí comenta sobre casos federales relacionados, pero no menciona los vínculos legislativos o constitucionales de este concepto a nuestro ordenamiento jurídico.

2. *Cooperativa cafeteros v. Colón*, 91 D.P.R. 372 (1964)

Otro caso relacionado con esta doctrina es *Cooperativa Cafeteros v. Colón*, 91 D.P.R. 372 (1964), el cual trata sobre la Ley de Marcas de Fábrica. En esta opinión se discute someramente la doctrina de competencia desleal. Este caso trata sobre la práctica desleal de un competidor al utilizar una rotulación similar a la marca

⁹⁵ *Eneglotaria Medicine Co.*, 38 D.P.R. 604 (1928).

registrada *Café Rico* en sus bolsas de café. El Tribunal Supremo expresó en este caso que:

La prueba, según es apreciada por este Tribunal y conforme se reseña en la opinión, es suficiente para concluir que en este caso el demandado se propuso continuar sus negocios a base de imitar lo más posible la marca y la rotulación de la bolsa de café usada por la demandante, con el fin de aumentar sus ventas mediante el indebido aprovechamiento de la plusvalía de la demandante, creándose una confusión en el público consumidor que da base para establecer un caso de competencia desleal.⁹⁶

Al igual que en el caso *Eneglotaria Medicine Co.*, el Tribunal Supremo tampoco discute en esta opinión la obligatoriedad de la doctrina de competencia desleal en nuestra jurisdicción. Se limita a mencionar que existe una competencia desleal de un competidor al imitar la marca y rotulación en una bolsa de café para crear confusión, entre otras cosas.

3. *Reynal v. Tribunal Superior*, 102 D.P.R. 260 (1974)

El caso de *Reynal v. Tribunal Superior*, 102 D.P.R. 260 (1974) trata sobre el derecho de propiedad intelectual en Puerto Rico.

La señora Carmen Ramos de Meléndez escribió y publicó en Puerto Rico en 1965 y 1970 un libro titulado *El Gobierno de Puerto Rico*. En 1972, según las alegaciones de la demanda que pronto radicaría, los señores Vicente Reynal y Roberto Lugo publicaron otro libro bajo el título de *Manual del Gobierno Civil de Puerto Rico* que, a juicio de la señora Ramos, utiliza sus ideas originales, el plan de presentación del material, las tablas confeccionadas por ella y sus frases y conceptos, resultando en “un mero resumen del libro *“El Gobierno de Puerto Rico”*. En consecuencia, el mismo año la señora Ramos y su esposo demandaron en daños y perjuicios por invasión de propiedad intelectual a los señores Reynal y Lugo.⁹⁷

El Tribunal Supremo menciona, en relación a la doctrina de competencia desleal, en este caso, lo siguiente: “[p]ara referirnos tan solo a una de las causas de acción que podrían, por tanto, de justificarlo los hechos, sostener la demanda en este caso bajo la legislación puertorriqueña, baste con mencionar, a la luz de lo anterior, la de competencia desleal.”⁹⁸ Nótese que el Tribunal Supremo menciona, como una causa de acción bajo la legislación puertorriqueña, la competencia desleal. Sin embargo, ni

⁹⁶ *Cooperativa Cafeteros*, 91 D.P.R. pág. 373.

⁹⁷ *Reynal v. Tribunal Superior*, 102 D.P.R. 261 (1974).

⁹⁸ *Id.* págs. 263-264.

en este caso ni en *Eneglotaria Medicine Co.* ni en el caso de *Cooperativa Cafeteros*, se ha establecido cuál es el vínculo o mandato legislativo o constitucional de esta doctrina en nuestro ordenamiento jurídico.

4. *Colgate-Palmolive v. Mistolín*, 117 D.P.R. 313 (1986)

Este litigio trata sobre la Ley de Marcas de Fábrica de Puerto Rico. En este caso se considera sucintamente la doctrina de competencia desleal. Se indica que su procedencia surge de la jurisdicción anglosajona, entre otras cosas.

Sus antecedentes fácticos se remontan al 1976. Mistolín de Venezuela, ideó la frase *Mistolín hace feliz a su nariz* para la promoción de sus productos. Posteriormente Colgate-Palmolive la copió y usó en mercados donde no habían penetrado los artículos de Mistolín. Así Colgate-Palmolive adquirió su uso exclusivo con marca de fábrica en Colombia y Uruguay, y Mistolín en Venezuela, Panamá y República Dominicana. En 1980 Mistolín de P.R., Inc., comenzó a distribuir sus productos en la Isla. Desde ese año hasta el 23 de septiembre de 1983 no utilizó en su publicidad y productos la frase. Desconocemos los motivos. El 7 de agosto de 1983, Colgate-Palmolive inició una costosa y agresiva campaña publicitaria. Como distintivo anunciaba el producto Fabuloso con el eslogan *Hace feliz a su nariz*. El 23 de septiembre, Mistolín empezó a adherir físicamente la frase a su producto limpiador desodorante. Este es muy similar al producto Fabuloso. Ambos son limpiadores desodorantes con el concepto de olor y color floral y se dirigen al mismo público. El 11 de octubre Mistolín solicitó al Departamento de Estado la inscripción como marca de fábrica de la frase conforme la Ley de Marcas de Fábrica de 1923. Colgate-Palmolive advino en conocimiento de esa solicitud a través de edictos. El 23 de febrero de 1984 se opuso. Simultáneamente requirió que se registrara a su favor por haber comenzado a unirla a Fabuloso ese mismo día. Luego de evaluar la prueba documental de ambas, el Departamento de Estado resolvió que Mistolín fue la primera en utilizarla, y que dicho uso y no el publicitario, era el criterio determinante sobre la existencia de una marca de fábrica. Admitió la registración para beneficio de Mistolín. Colgate-Palmolive acudió al Tribunal Superior, Sala de San Juan, para impugnar ese dictamen. Dicho foro confirmó, e invocó la doctrina de deferencia hacia el organismo administrativo. A solicitud de Colgate-Palmolive, revisamos.⁹⁹

El Tribunal Supremo menciona en este caso, en relación a la doctrina de competencia desleal, lo siguiente: “En el caso de autos, la sentencia recurrida limitó la controversia a cómo se adquiere una marca, y confirmó el dictamen bajo la doctrina

⁹⁹ *Colgate-Palmolive v. Mistolín*, 117 D.P.R. 317- 319 (1986).

de deferencia y especialidad del foro administrativo. La sentencia no cubrió ni se extendió a los aspectos de confusión real en la mente del público, competencia desleal y adquisición válida de la marca. La explicación radica en que la fragmentación de la controversia por la recurrente Colgate-Palmolive lo impidió. Por esta razón, en rigor para una buena metodología, nos hemos limitado al aspecto registral. Sin embargo, evidentemente la controversia es más amplia. Ambas partes deben tener la oportunidad, en su día, de pasar prueba adicional sobre los extremos aquí elaborados que no fueron considerados por la sentencia recurrida.”¹⁰⁰ El Tribunal Supremo en esta opinión cita casos federales sobre competencia desleal, pero no discute la teoría legal que vincule este concepto al Derecho Puertorriqueño.

5. *Posadas de P. R. v. Sands Hotel*, 131 D.P.R. 21 (1992)

Este se podría reconocer como el caso de mayor relevancia, hasta el presente, de la doctrina de competencia desleal en Puerto Rico. Este caso trata sobre una marca de servicio que el Hotel Condado Plaza creó conocida como Plaza Club, en junio de 1980. Estos servicios eran orientados o dirigidos exclusivamente a ejecutivos, profesionales, turistas y jugadores del casino que acudían al hotel. Veamos los hechos de este caso.

En esencia, se trata de “un hotel dentro de un hotel”, donde el huésped, a cambio de una tarifa más alta, recibe una serie de servicios adicionales a los que se ofrecen en el resto del hotel. Estos servicios los proveen un grupo de personas entrenadas y dedicadas exclusivamente a llenar las necesidades de dicho huésped proporcionándole a éste servicios y comodidades de lujo. La presente controversia se origina a mediados del año de 1987, cuando la co-demandada Sands Hotel & Casino comienza sus operaciones como hotel e incluye un área de *concierge level* con el nombre de *Sand's Plaza Club*. El Sr. Hugh Andrews, presidente de la corporación que opera el Condado Plaza, al enterarse que el Sands Hotel utilizaría el nombre *Sands Plaza Club* para su *concierge level*, requirió del Sands –por carta fechada el 19 de agosto de 1987– que desistieran de usar dicho nombre, advirtiéndole que este era “propiedad” del Hotel Condado Plaza. El Sands, por su parte, rechazó que el nombre “Plaza Club” perteneciera al Hotel demandante. No conforme con dicha contestación, la demandante Posadas de Puerto Rico Assoc. Inc., instó ante el Tribunal Superior de Puerto Rico, Sala de Carolina, demanda sobre injunction preliminar y permanente.¹⁰¹

El Tribunal de Primera Instancia dictó una sentencia parcial en donde autorizó el injunction permanente solicitado a favor de la parte demandante. Ordenándole a la

¹⁰⁰ *Id.* pág. 333.

¹⁰¹ *Id.* pág. 31.

parte demandada abstenerse de utilizar el nombre “Sand’s Plaza Club”, entre otras cosas.

El Tribunal Supremo expresó en este caso que:

La ley de Marcas de Fábrica de Puerto Rico de 1923, no contempla las marcas de servicios y no le brinda a éstos protección registral en el Departamento de Estado. (2) Nada impide, sin embargo, que una “marca de servicio” reciba protección en nuestra jurisdicción al amparo de la doctrina sobre competencia desleal o ilícita. *Como es sabido, la doctrina sobre competencia desleal o ilícita ha sido aceptada y aplicada por este Tribunal.*¹⁰² (Énfasis nuestro)

Continúa el Tribunal Supremo expresando que:

La referida doctrina sobre *competencia desleal* tiene como fin que los tribunales otorguen un remedio a un comerciante afectado por actos deshonestos, injustos o injustificables de otro, el cual trata de ofrecer al público los bienes o servicios del primer comerciante como los suyos. A esos efectos la jurisprudencia federal ha resuelto que “...”the rule is well settled that nothing less than conduct tending to pass off one man’s merchandise or business as that of another will constitute unfair competition”. *Socony-Vacuum Co. v. Rosen*, 108 F2d 632, 635 (6th Cir 1940); *Callman*, sec. 2.02, p. 6; *Elgin Hat. Watch Co. v. Illinois Watch Case Co.*, 179 US 665, 674 (1950); *Coats v. Marrick Thread Co.*, 149 US 562, 566 (1893). De esta manera se protege al comerciante honesto y al público de ser engañado a la vez que se promueve la competencia justa. Las acciones por infracción a “marcas de fábrica” son una rama derivada de la amplia gama de acciones basadas en competencia desleal. *New West Corp. v. NYM Corp. of California, Inc.*, 595 F2d 1194 (CA Cal 1979); *Bowman Instrument Co. v. Continental Microsystems, Inc.*, 497 F.Supp. 947 (DCNY 1980); *American Optical Corp. v. North American Optical*, 489 F.Supp. 443 (1979). En una acción por infracción a “marca de fábrica” están presentes, de ordinario, los actos necesarios constitutivos de competencia desleal. *Armstrong v. New Enamel*, supra, pág. 325; *Neely v. Boland MFG, Co.*, 274 F2d 195, 203 (8th Cir 1980).¹⁰³ (Énfasis nuestro)

Por otra parte, la opinión concurrente emitida por el Juez Asociado Señor Fuster Berlingeri de este caso, claramente nos ilustra lo frágil que son los cimientos de esta doctrina de competencia desleal. Aunque concurre con el resultado manifiesta no estar conforme con los pronunciamientos doctrinales expuestos en la opinión mayoritaria. Expresa el juez Fuster Berlingeri lo siguiente y citamos:

¹⁰² *Id.* pág. 34.

¹⁰³ *Id.* págs. 34-35.

En el caso ante nos, la mayoría primero determina que la cuestión que ha de adjudicarse debe resolverse “al amparo de la doctrina sobre competencia desleal o ilícita...”. Opinión mayoritaria, pág. 35. Luego procede a reconocer que una persona o corporación puede tener derecho propietario sobre marcas de servicio, entrando a señalar cómo se obtiene tal derecho, cuáles son sus atributos y limitaciones, y cómo se extingue dicho derecho. Pasa, entonces, la mayoría a dilucidar cuáles son los distintos tipos de marcas de servicio sobre las cuales puede o no recaer el derecho de propiedad antes reconocido, y cómo tal derecho también se ve afectado por el tipo de mercado a que va dirigido el servicio. Concluye la exposición normativa de la mayoría con unos pronunciamientos sobre la violación del derecho propietario de marca de servicio, dependiendo ésta de si hay probabilidad versus posibilidad de confusión al consumidor con respecto a la marca protegida; fijando además normas sobre cómo se determina la probabilidad de confusión entre dos (2) servicios. Resulta evidente, pues, que la mayoría no sólo resuelve el caso concreto ante sí, como nos corresponde, sino que además deja sentada la “doctrina” que obligatoriamente regirá en casos como el de autos de ahora en adelante. Como he señalado ya, me parece que esta actuación de la mayoría rebasa innecesariamente el ámbito usual de nuestras facultades como Tribunal Supremo. Se hacen determinaciones normativas sobre varios aspectos del asunto que no sólo van más allá de lo necesario para resolver el caso ante nos, sino que implican juicios valorativos sobre cuestiones económicas que propiamente le compete hacer al legislador. Las determinaciones normativas aludidas no constituyen criterios estrictamente jurídicos. Aparejan preferencias de política económica, estén o no conscientes de ello los jueces de la mayoría.

Me preocupa también que los pronunciamientos normativos en cuestión no son todos inexpugnables, aún desde la perspectiva estricta de lo jurídico. Tomemos por ejemplo la determinación de la mayoría de que este caso debe resolverse al amparo de la doctrina sobre competencia desleal o ilícita. En Puerto Rico, como jurisdicción civilista que en gran parte somos, rige el principio de que en las materias que se rijan por leyes especiales, la deficiencia de éstas se suplirá por las disposiciones del Código Civil. Art. 12 del Código Civil de Puerto Rico, 31 L.P.R.A. sec. 12. El Código Civil constituye legislación supletoria para las leyes especiales tales como las mercantiles. *Sucn. Evans v. Srio. de Hacienda*, 108 D.P.R. 713 (1979); *Agulló v. ASERCO*, 104 D.P.R. 244 (1975); *Robles v. Tribunal*, 85 D.P.R. 665 (1962). El problema decisorio de este caso surge del hecho de que una ley especial de naturaleza mercantil, la Ley de Marcas de Fábrica de Puerto Rico, según estaba vigente al surgir este caso, no considera las llamadas “marcas de servicio”. Se trata, pues, de una situación claramente cubierta por el mandato de que el Código

Civil es la base para resolver. Sin embargo, la mayoría del Tribunal invoca una “doctrina” de competencia desleal, sin explicar claramente por qué es tal doctrina y no el Código Civil la fuente para resolver. Ciertamente no se intenta dilucidar si tal doctrina es de arraigo civilista. Tampoco se discute si la llamada doctrina de competencia desleal guarda alguna relación con la disposición legislativa de Puerto Rico que prohíbe la competencia injusta en general -que es el Art. 3 de nuestra Ley sobre Monopolios y Restricción del Comercio, 10 L.P.R.A. sec. 259- o si guarda alguna relación con la prohibición de anuncios engañosos o erróneos que forma parte de nuestra legislación que protege al consumidor (23 L.P.R.A. sec. 1014). Acudir a la “doctrina” de competencia desleal presenta otro problema fundamental. No está claro por qué rige tal “doctrina” en Puerto Rico. ¿De dónde surge la obligatoriedad de tal “doctrina”? ¿Qué mandato legislativo o constitucional la hace vinculante? La opinión mayoritaria dice que tal “doctrina” ha sido aceptada y aplicada por el Tribunal anteriormente y cita cuatro (4) decisiones previas nuestras. Pero resulta que si se examinan esas cuatro (4) decisiones cuidadosamente se encontrará que ninguna de ellas discute dicha “doctrina”. Ninguna de las cuatro (4) decisiones aludidas va más allá de meramente mencionar la frase “competencia desleal” o “competencia ilícita”. No se expone de modo alguno el contenido de la llamada “doctrina” ni se explica satisfactoriamente de dónde procede o por qué debe adoptarse en Puerto Rico. No hay en ninguna de ellas un ápice de justificación de por qué es vinculante en nuestra jurisdicción. La más reciente de las cuatro (4) decisiones, *Colgate-Palmolive v. Mistolín*, 117 D.P.R. 313 (1986), menciona las frases aludidas *in passim*, citando Fuentes de Derecho norteamericano. La próxima decisión, *Reynal v. Tribunal Superior*, 102 D.P.R. 260 (1974), menciona la frase una vez y cita como fuente las otras dos (2) decisiones anteriores. La más próxima de estas dos (2), *Cooperativa Cafeteros v. Colón Colón*, 91 D.P.R. 372 (1964), acude al concepto de “competencia desleal” citando casos de Estados Unidos y citando también la primera decisión de este Tribunal que había usado la frase, *Eneglotaria Medicine Co. v. Sosa López*, 38 D.P.R. 604 (1928). Y en esa primera decisión, escrita por el Juez Asociado Adolph Wolf, se usa la frase “competencia ilegal” citando casos federales, sin explicación alguna de por qué en Puerto Rico los tribunales nuestros deben considerar una causa de acción por competencia ilegal de origen anglosajón. Ésa, sucintamente, es la historia jurídica de la “doctrina” en cuestión: se importa una frase de la jurisprudencia federal sin ton ni son, y se perpetúa mediante la aplicación mecánica del precedente cual mágico talismán, dándole en una de las cuatro (4) escasas y escuetas decisiones el nombre de “causa de acción”, en otra el de “teoría” y finalmente ahora, por la mayoría, el de “doctrina”. Debe señalarse que la mayoría, aunque se ampara en la aludida “doctrina” de competencia desleal, no explica

cómo y por qué de dicha “doctrina” surgen o se deducen los extensos señalamientos normativos que luego se pronuncian. La mayoría invoca la llamada “doctrina” al principio de la opinión pero luego no vuelve a mencionarla en ningún otro lugar de exposición normativa ni indica de modo alguno cuál es la relación de dicha “doctrina” con los detallados pronunciamientos formulados por la mayoría, que se fundamentan esencialmente en jurisprudencia norteamericana.”¹⁰⁴

En nuestra opinión, la falta de una adecuada legislación sobre la regulación del derecho de marcas en aquella época. Que proscribieran actos o prácticas que se ejecutaban en nuestro comercio. Los cuales se consideraban desleales. Provocó que el Tribunal Supremo dispusiera unos detallados pronunciamientos normativos creando con esto una nueva doctrina sobre competencia desleal. Lo cual equivalió a formular una política pública detallada sobre este particular. De frágil cimentación en este campo. Función que es a nuestro juicio legislativa. Al presente, la Asamblea Legislativa ha atendido este asunto, deroga la *Ley de Marcas de Fábricas de Puerto Rico*¹⁰⁵. Actualmente, está vigente la *Ley de Marcas del Gobierno de Puerto Rico*¹⁰⁶, que atiende asuntos relacionados a la marcas de fábricas, marcas de servicios, entre otras.

V. Derecho comparado español

A. Desarrollo del marco legislativo en España¹⁰⁷

1. Leyes nacionales en materia de competencia

a. La Ley 15/2007, de 3 de julio, de defensa de la competencia

Aunque este trabajo versa sobre el derecho de la competencia desleal, nos vemos obligados a incluir un breve resumen sobre la Ley de Defensa de la Competencia de España. En el derecho de competencia convive en una misma superficie, el derecho a la libre competencia, que es regulado por los principios del derecho antitrust y el derecho de la competencia desleal.

La Asamblea Legislativa de España expresa claramente en la Sección I del preámbulo de la Ley 15/2007, el propósito de este estatuto, veamos.

¹⁰⁴ *Id.* págs. 52-57.

¹⁰⁵ *Ley de Marcas de Fábrica de Puerto Rico*, Ley Núm. 66 de 28 de julio de 1923, 10 L.P.R.A. § 191 (Derogada).

¹⁰⁶ 10 L.P.R.A. § 223.

¹⁰⁷ Los estatutos que mencionaremos a continuación no constituye la totalidad de los preceptos legales existentes en el ordenamiento jurídico español, en relación al Derecho de Competencia. Hacemos énfasis solamente en las leyes nacionales más relevantes, en esta materia, según nuestro juicio. Deseamos hacer la salvedad que existen otras leyes concordantes que regulan este campo en los estatutos de las Comunidades Autónomas de España.

El artículo 38 de la Constitución reconoce la libertad de empresa en el marco de una economía de mercado y la garantía y protección de la misma por los poderes públicos, de acuerdo con las exigencias de la economía en general y, en su caso, de la planificación. La existencia de una competencia efectiva entre las empresas constituye uno de los elementos definitorios de la economía de mercado, disciplina la actuación de las empresas y reasigna los recursos productivos en favor de los operadores o las técnicas más eficientes. Esta eficiencia productiva se traslada al consumidor en la forma de menores precios o de un aumento de la cantidad ofrecida de los productos, de su variedad y calidad, con el consiguiente incremento del bienestar del conjunto de la sociedad. En este contexto, existe un acuerdo generalizado con respecto a la creciente importancia de la defensa de la competencia, que se ha consolidado como uno de los elementos principales de la política económica en la actualidad. Dentro de las políticas de oferta, la defensa de la competencia complementa a otras actuaciones de regulación de la actividad económica y es un instrumento de primer orden para promover la productividad de los factores y la competitividad general de la economía. Por ello, resulta preciso disponer de un sistema que, sin intervenir de forma innecesaria en la libre toma de decisiones empresariales, permita contar con los instrumentos adecuados para garantizar el buen funcionamiento de los procesos del mercado.

Con este objeto se promulgó la Ley 16/1989, de Defensa de la Competencia, de 17 de julio, sobre cuya base se ha articulado un sistema basado en la existencia de dos órganos administrativos especializados de ámbito nacional para la lucha contra las prácticas restrictivas de la competencia y el control de concentraciones económicas, el Servicio y el Tribunal de Defensa de la Competencia.

Desde su entrada en vigor, se han producido modificaciones, algunas de gran calado, y se han promulgado diversas normas de desarrollo. Además, se ha aprobado la Ley 1/2002, de 21 de febrero, de coordinación de las competencias del Estado y las Comunidades Autónomas en materia de defensa de la competencia. Finalmente, en los últimos años se ha producido una importante reforma del marco comunitario de defensa de la competencia, que ha fructificado en el nuevo Reglamento (CE) n.º 139/2004 del Consejo, de 20 de enero de 2004, sobre el control de las concentraciones entre empresas y, sobre todo, en la modernización de la lucha contra las conductas restrictivas de la competencia centrada en el Reglamento (CE) n.º 1/2003 del Consejo, de 16 de diciembre de 2002, relativo a la aplicación de las normas sobre competencia previstas en los artículos 81 y 82 del Tratado de la Comunidad Europea.

En este marco, la presente Ley tiene por objeto la reforma del sistema español de defensa de la competencia para reforzar los mecanismos ya existentes y dotarlo de los instrumentos y la estructura institucional

óptima para proteger la competencia efectiva en los mercados, teniendo en cuenta el nuevo sistema normativo comunitario y las competencias de las Comunidades Autónomas para la aplicación de las disposiciones relativas a prácticas restrictivas de la competencia según lo dispuesto en la Ley 1/2002 de 21 de febrero, de coordinación de las competencias del Estado y las Comunidades Autónomas en materia de defensa de la competencia.

Para ello, la ley parte de la experiencia adquirida en los últimos quince años mediante la aplicación de las normas nacionales y comunitarias de competencia y está guiada por cinco principios claros: garantía de la seguridad jurídica de los operadores económicos, independencia de la toma de decisiones, transparencia y responsabilidad frente a la sociedad de los órganos administrativos encargados de la aplicación de la ley, eficacia en la lucha contra las conductas restrictivas de la competencia y búsqueda de la coherencia de todo el sistema y, en particular, de una adecuada imbricación de los distintos planos institucionales que interactúan en este terreno.¹⁰⁸

La finalidad de este estatuto es evitar las prácticas restrictivas de la competencia, el control de concentraciones económicas, la colusión entre competidores para obtener control del comercio, la fijación de precios y un número significativo de otros actos ilegales relacionados. Para así eludir y evitar o minimizar posibles perjuicios económicos y sociales que pudiesen sufrir los consumidores o usuarios que participan en el comercio interno español.

La Ley 15/2007, de 3 de julio, de *Defensa de Competencia*, extinguió el Organismo Autónomo de Tribunal de Defensa de la Competencia (T.D.C.) y el Servicio de Defensa de la Competencia (S.D.C.) creado mediante la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia.¹⁰⁹ Traspasó los medios materiales, los funcionarios y el personal del T.D.C. y S.D.C. a la Comisión Nacional de la Competencia, quien se subroga en los derechos y obligaciones que fuesen titular el T.D.C. y la S.D.C. por medio de este estatuto.¹¹⁰ La Ley 15/2007, era administrada y supervisada por la Comisión Nacional de la Competencia, la cual fue sustituida como organismo público por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (Comisión Nacional) mediante la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la *Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia*.¹¹¹ La Comisión Nacional tiene por objeto garantizar, preservar y promover el funcionamiento correcto, la transparencia y la existencia de una competencia efectiva en todos los mercados y sectores productivos, en beneficio

¹⁰⁸ Sección I del preámbulo de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de defensa de la competencia.

¹⁰⁹ Disposición adicional sexta. Extinción del Tribunal de Defensa de la Competencia y del Servicio de Defensa de la Competencia de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de defensa de la competencia.

¹¹⁰ *Id.*

¹¹¹ *Ley para la creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia*, Ley 3/2013, de 4 de junio, Artículo 1.

de los consumidores y usuarios.¹¹² Este nuevo estatuto reglamenta la estructura, funcionamiento y ejecución de la Comisión Nacional. En la actualidad esta Comisión Nacional desempeña en España funciones similares a las que ejecuta la División Antimonopolística del Departamento de Justicia Federal y la F.T.C. en los EE.UU.

b. Ley 3/1991, de 10 de enero, de competencia desleal

Aunque existían regulaciones sobre competencia ilícita en el ordenamiento jurídico español antes del año 1991, el ingreso de España a la Comunidad Económica Europea en el año 1986¹¹³ le dio acceso a un mercado común en el que participaban otros once Estados miembros en ese momento.¹¹⁴ Esto le abrió la puerta a España a participar en un mercado verdaderamente competitivo. Por consiguiente, surge indudablemente una necesidad adicional de atemperar sus disposiciones legales a las nuevas condiciones de mercado. Debido a que también en su propio mercado participarían otros Estados miembros.

La Ley de 10 de enero de 1991 constituyó un cambio radical en la regulación de la competencia desleal en el Derecho Español.¹¹⁵ El cambio tiene una absoluta relevancia, no solo por el contenido totalmente novedoso para España de regulación legal, sino además y muy especialmente porque esa ley ha tenido y sigue teniendo una intensa aplicación en la práctica.¹¹⁶ En la etapa anterior a la Ley de 1991 no solo se planteaba el problema de las faltas de disposiciones legales adecuadas para regular la materia, sino que la regulación legal sobre competencia desleal no tenía ninguna eficacia práctica, como lo revela de manera evidente la falta de jurisprudencia en esa materia.¹¹⁷

Antes de la promulgación de la Ley de 1991 faltaba una regulación legal que tuviera verdadera vigencia en la práctica.¹¹⁸ Se caracteriza esa etapa por los grandes esfuerzos doctrinales para establecer la vigencia de normas legales que sirvieran para reprimir la competencia desleal.¹¹⁹ El carácter estéril de esos esfuerzos doctrinales se manifiesta precisamente por la falta total de aplicaciones en la práctica de normas para la represión de la competencia desleal.¹²⁰

¹¹² *Id.*

¹¹³ Unión Europea, *Funcionamiento de la UE: Historia*, http://europa.eu/about-eu/eu-history/1980-1989/1986/index_es.htm (accedido el 5 de junio de 2015).

¹¹⁴ Los once estados miembros que eran parte de la comunidad europea en el año 1986 eran: Alemania (1958), Bélgica (1958), Dinamarca (1973), Francia (1958), Grecia (1981), Irlanda (1958), Italia (1958), Luxemburgo (1958), Países Bajos (1958), Portugal (1986) y el Reino Unido (1973).

¹¹⁵ Alberto Bercovitz Rodríguez-Cano, *Comentarios a la Ley de Competencia Desleal*, pág. 47 (Aranzadi 2011).

¹¹⁶ *Id.*

¹¹⁷ *Id.*

¹¹⁸ *Id.*

¹¹⁹ *Id.*

¹²⁰ *Id.*

En la Sección II del preámbulo de la Ley 3/1991, el legislador español explícitamente formula los fundamentos y propósitos que se tomaron en consideración para crear este nuevo estatuto, veamos.

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 proteccionistas 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.¹²¹

Esta Ley fue posteriormente modificada para atemperarla a la Directiva 2005/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de mayo de 2005, relativa a las prácticas comerciales desleales y a la Directiva 2006/114/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 12 de diciembre de 2006 sobre publicidad engañosa y publicidad comparativa.¹²²

c. Breve discusión sobre la estructura de la Ley 3/1991

La Ley 3/1991, es una norma que regula los actos de competencia desleal entre consumidores y empresas y empresas entre sí. Faculta a las personas y empresas perjudicadas por estos actos a presentar las correspondientes acciones privadas ante los Tribunales de Justicia de España. Consta de cinco capítulos y treinta y nueve artículos, los cuales detallamos a continuación.

El capítulo I trata sobre las disposiciones generales e incluye tres (3) artículos sobre la finalidad, ámbito objetivo y subjetivo de este estatuto. El capítulo II dispone los preceptos que regulan los actos de competencia desleal que incluyen, la cláusula general, actos de confusión, engaño, omisiones engañosas, prácticas agresivas, actos de denigración, comparación, imitación, explotación de la reputación ajena, violación de secretos, inducción a la infracción contractual, violación de normas, discriminación y dependencia económica, venta a pérdida y publicidad ilícita. El capítulo III atiende los asuntos relacionados a la prácticas comerciales con los consumidores que incluyen las prácticas comerciales desleales con los consumidores, prácticas engañosas por confusión para los consumidores, prácticas engañosas sobre códigos de conducta u otros distintivos de calidad, prácticas señuelo y prácticas promocionales engañosas, prácticas engañosas sobre la naturaleza y propiedades de los bienes o servicios, su disponibilidad y los servicios posventa, prácticas de venta piramidal, prácticas engañosas por confusión, prácticas comerciales encubiertas, otras prácticas engañosas, prácticas agresivas por coacción, prácticas agresivas por acoso, prácticas agresivas en relación con los menores, otras prácticas agresivas. El capítulo IV trata sobre las acciones derivativas por la competencia desleal e incluye

¹²¹ *Competencia Desleal*, Ley núm 3-1991, Sección II del preámbulo.

¹²² Ley 29/2009, de 30 de diciembre, por la que se modifica el régimen legal de la competencia desleal y de la publicidad para la mejora de la protección de los consumidores y usuarios.

acciones, legitimación activa y pasiva, prescripción y diligencias preliminares. Finalmente el último capítulo se refiere a los códigos de conducta que incluye disposiciones sobre el fomento de los códigos de conducta, acciones frente a códigos de conducta y acciones previas frente a empresarios y profesionales adheridos a códigos de conducta.

VI. Conclusión

Las leyes y reglamentos que regulan la competencia desleal en Puerto Rico carecen de disposiciones legales adecuadas a las necesidades de regulación de nuestros tiempos. Esto acarrea un problema de libertad de competencia entre los participantes del comercio. Toda vez que la competencia trae consigo prácticas ilegales, desleales e injustas que desestabilizan la economía y afecta el libre flujo mercantil de los bienes, servicios y suministros en nuestro mercado.

La disposición estatutaria establecida en art. 3(a) de la Ley Antimonopolio dispone: “[I]os métodos injustos de competencia, así como las prácticas o actos injustos o engañosos en los negocios o el comercio, por la presente se declaran ilegales.”¹²³ Este es un precepto oscuro de su faz.¹²⁴ Nótese que esta disposición no define que es un método injusto de competencia o que son prácticas o actos injustos o engañosos en los negocios o el comercio. Este artículo provino de la sección 5 de la ley de F.T.C.¹²⁵ Según se desprende del segundo párrafo de la exposición de motivos del Reglamento 2648, veamos:

Respondiendo a la preocupación del gobierno por estas grandes concentraciones de poder económico en nuestro comercio, que las prácticas restrictivas a la competencia han ayudado a establecer, *se incluyó el Artículo 3 en la Ley Núm. 77, aprobada el 25 de junio de 1964. La parte (a) de dicho artículo resulta ser una adopción del Artículo 5 del Federal Trade Commission Act*, el cual declara ilegal los métodos injustos de competencia o actos o prácticas injustas y engañosas en los negocios y el comercio. Como podemos ver, se trata de un artículo sumamente amplio y abarcador. Con el objetivo de asegurar a los comerciantes y a los consumidores los beneficios de la libre competencia, sus disposiciones pueden ubicarse en la más diversa gama de actividades anticompetitivas. Su objetivo fue establecer una base amplia que pudiera ser de aplicación a las distintas situaciones que fueran surgiendo con el transcurso del tiempo. Sin embargo, dicho artículo no explica qué factores se tomarán en consideración para decidir si, en efecto, estamos o no en presencia de un método injusto de

¹²³ 10 L.P.R.A. § 259 (a).

¹²⁴ Como dato relevante deseamos enfatizar que Artículo 3 (a) de la Ley Antimonopolios, es todo lo que dispone esta ley sobre la regulación de las prácticas de competencias injustas o desleales en Puerto Rico.

¹²⁵ 15 U.S.C. § 45.

competencia. Tampoco a manera de guía se enumeran ciertos actos que en la práctica se ha decidido constituyen este tipo de delito.¹²⁶

El art. 3 (a) de la Ley Antimonopolio,¹²⁷ fue un duplicado de la sección 5 de la ley de F.T.C. que expresa lo siguiente y citamos: “[u]nfair methods of competition in or affecting commerce, and unfair or deceptive acts or practices in or affecting commerce, are hereby declared unlawful.”¹²⁸ Como podrán observar son claramente afines estas dos disposiciones. Son artículos que se redactaron en términos muy amplios y generales. La intención del Congreso de los EE.UU. al crear la ley de la F.T.C., fue uno de sus propósito, el establecer una agencia que fuera especialista en el campo del derecho de la competencia y administrara su propia ley.¹²⁹ Por lo cual, se legisló una definición amplia y abarcadora de esta sección. Para que esta agencia a su entera discreción determinara que actos de competencia se consideran ilegales en la jurisdicción Federal, veamos.

Section 5 of the Federal Trade Commission (“FTC”) Act provides that “unfair methods of competition in or affecting commerce . . . are hereby declared unlawful.” *Congress framed the statute in general terms rather than providing a list of unfair methods of competition because any such list necessarily would have been incomplete and likely would have become outdated or left loopholes susceptible to easy evasion.*¹³⁰ (Énfasis nuestro)

En nuestra opinión, la Asamblea Legislativa cuando adopto la sección 5 de la Ley de la F.T.C. Creo un artículo 3 (a) de la Ley Antimonopolio muy amplio, para que la O.A.M. pudiese tener una considerable discreción en su interpretación de cuales actos o prácticas se considerarían ilegales. Para la presentación de la correspondiente querrela. Sin embargo, al concederle el poder adjudicativo de estas querrelas a D.A.Co. se alejó de la construcción jurídica que tuvo el Congreso de los EE.UU. al crear la sección 5 de la Ley de la F.T.C.¹³¹

D.A.Co. es una agencia especializada en asuntos relacionados a la protección de consumidores contra prácticas ilegales comerciales. Su propósito es vindicar los derechos del consumidor, entre otros.¹³² De su ley orgánica no surge que tenga un

¹²⁶ *Reglamento Sobre Competencia Justa Núm. VII*, Núm. 2648. pag.1-2.

¹²⁷ 10 L.P.R.A. § 259 (a).

¹²⁸ 15 U.S.C. § 45 (a) (1).

¹²⁹ La F.T.C. administra en la actualidad más de setenta leyes.

¹³⁰ Joshua D. Wright, *Proposed Policy Statement Regarding Unfair Methods of Competition Under Section 5 of the Federal Trade Commission Act*, https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/public_statements/statement-commissioner-joshua-d.wright/130619umcpolicystatement.pdf (accedido 5 de junio de 2015).

¹³¹ 15 U.S.C. § 45 (a)(1).

¹³² 3 L.P.R.A. § 341 b.

mandato legislativo para regular la competencia comercial entre empresas.¹³³ No administra el artículo 3 (a) de la Ley de Antimonopolio. Ni realiza las investigaciones, ni presenta las querellas relacionadas a este artículo. Lo cual contrasta con la función de la F.T.C. Toda vez que esta es una agencia especializada en el campo del derecho de la competencia y protección del consumidor. Administra su propia ley, investiga, presenta las correspondientes querellas y adjudica las controversias. Por lo cual, no se puede pretender esperar unos resultados equivalentes de D.A.Co. En la adjudicación de querellas presentadas por personas o empresas que compiten entre sí o hacen negocios. Para determinar si tal práctica comercial es ilegal. Similares a las interpretaciones que hace la F.T.C. sobre cuales prácticas comerciales entre empresas se consideran ilegales. Tampoco en lo relacionado al establecimiento de políticas públicas. D.A.Co. no es una agencia especializada en el campo del derecho de competencia entre empresas. Sin embargo, es la agencia que pasa juicio y adjudica estas querellas. Este hecho acredita nuestra posición, sobre la necesidad imperante, de incorporar una legislación local eficaz, que proteja adecuadamente los intereses propietarios de las empresas que participan en el comercio puertorriqueño.

Por otra parte, la Junta Especial¹³⁴ reconoce que este art. 3 (a) de la Ley Antimonopolio no define lo que se considera una práctica desleal, según se desprende de las últimas dos (2) oraciones del segundo párrafo de la Exposición de Motivos, antes citada, que expresan lo siguiente: “[s]in embargo, dicho artículo no explica qué factores se tomarán en consideración para decidir si, en efecto, estamos o no en presencia de un método injusto de competencia. Tampoco a manera de guía se enumeran ciertos actos que en la práctica se ha decidido constituyen este tipo de delito.” Indudablemente, estamos ante una legislación limitada de su faz, en cuanto a disponer que actos de competencia son ilegales. Por esta y otras razones se promulgó el Reglamento 2648 para enumerar que actos de competencia se considerarían ilegales, entre otras cosas.

No obstante, este reglamento no toma en consideración un sinnúmero de prácticas de competencia desleales que faltan por regular sobre esta materia en nuestro ordenamiento jurídico. Sí proscribire ciertos actos de competencia como ilegales pero esta regulación claramente no se encuentra a la vanguardia de las necesidades de nuestros tiempos. No podemos perder de perspectiva que este reglamento fue aprobado el 29 de mayo de 1980, o sea, hace casi treinta y cinco (35) años.

Si comparamos este reglamento con la legislación de España en materia de competencia desleal, podemos observar a simple vista que nuestra regulación no toma en consideración ciertas prácticas desleales tales como la denigración, dependencia económica, explotación de reputación ajena, prácticas agresivas, practicas agresivas en relación con los menores y otras, que se incluyen en la Ley 3/1991 de España.

¹³³ Si surge un mandato legislativo a través del artículo 6 (x) de la Ley Orgánica a D.A.Co. para adjudicar las querellas que presente la O.A.M., en virtud de lo dispuesto en la sección 259 del Título 10 de la Ley Antimonopolio.

¹³⁴ Esta Junta Especial sobre prácticas injustas de comercio fue creada mediante el artículo 3 (b) de la Ley Antimonopolios.

Por otro lado, las otras dos fuentes de derecho antes mencionadas que regulan este ámbito mercantil en el E.L.A. Normalizan solamente una parte de este campo del derecho. Primeramente, el artículo 6 (j) de la ley de D.A.Co.¹³⁵, regula los anuncios y prácticas engañosas. Este estatuto autoriza a D.A.Co. a reglamentar y fiscalizar estas prácticas ilegales en nuestro comercio.¹³⁶ El artículo 19 de esta ley de D.A.Co.¹³⁷, prohíbe todo tipo de clase de acto, práctica, anuncio o publicidad que constituya o tienda constituir fraude o engaño o falsa representación, sobre la marca, precio, cantidad, tamaño, calidad, garantía o salubridad de un producto, artículo o servicios. Por lo cual, estas dos disposiciones están demarcadas solamente dentro del área de los actos engañosos y publicidad ilícita en el derecho de competencia desleal puertorriqueño. La otra fuente de derecho es la doctrina de competencia desleal, establecida mediante jurisprudencia. Esta se delimita únicamente al derecho de marcas. Lo cual surgió, en gran parte, a consecuencia de las lagunas jurídicas que existían en la *Ley de Marcas de Fábrica de Puerto Rico*¹³⁸ de esa época (este estatuto fue posteriormente derogado). En la actualidad, este sector del derecho de la competencia desleal ha sido atendido por la Asamblea Legislativa mediante un nuevo precepto. Otras leyes relacionadas, son las legislaciones concordantes o leyes especiales que regulan ciertas conductas o actos dentro del espacio de esta figura jurídica. Entre estas se encuentra la *ley para prohibir la rotulación y mercadeo ilegal de la carne de pollo y sus productos derivados*.¹³⁹ Esta ley prohíbe ciertos actos relacionados con la rotulación y promoción de la carne de pollo y sus productos derivados, clasifica dichos actos como prácticas injustas y engañosas y las tipifica como delito grave, entre otras cosas.

Evidentemente, estamos carentes de una legislación que proscriba en términos generales la amplia gama de estos actos de competencia ilegales que ocurren en nuestro comercio. Qué especifique o enumere qué prácticas son las prohibidas. Qué remedio podría obtener una parte perjudicada para el resarcimiento de los daños y perjuicios causados por estos actos o prácticas ilícitas. Qué disponga que sanciones civiles o penales pudiesen enfrentar los violadores. Ahora bien, la diferencia más notable que existe entre la legislación local, la de ciertos estados de EE.UU. y España, es con relación a las acciones privadas entre consumidores y empresas y empresas entre sí. En Puerto Rico, estas acciones privadas están prohibidas. Los consumidores tienen que recurrir a D.A.Co. para presentar las correspondiente querellas por competencia comercial ilegal. De igual forma, las empresas tienen que presentar sus querellas ante la O.A.M., las cuales terminan siendo adjudicadas por D.A.Co. Esta agencia tiene un mandato legislativo para vindicar los derechos de los consumidores, pero no así, los derechos de las empresas que hacen negocio en Puerto

¹³⁵ 3 L.P.R.A. § 341.

¹³⁶ De aquí surge el Reglamento 7932.

¹³⁷ 3 L.P.R.A. § 341.

¹³⁸ 10 L.P.R.A. § 191 (Derogada).

¹³⁹ 2013 L.P.R. § 179.

Rico. Esto a nuestro juicio es lo más que perjudica los intereses de las empresas participantes en el comercio puertorriqueño.

Las empresas siempre pueden recurrir a una acción bajo art. 1802 del Código Civil, mediante el cual pudiesen presentar un recurso adecuado ante un Tribunal. Para reclamar un remedio y la reparación de los daños sufridos por estos actos inescrupulosos. Lo cual a nuestro juicio, sus probabilidades de poder prevalecer serían mínimas. Por la falta de una adecuada legislación en este campo.

Esta legislación adecuada es factible en nuestra jurisdicción. Toda vez que nuestra Ley Antimonopolio tiene una construcción similar a la de los *State Little FTC Acts*. Se compone de varias leyes federales antimonopolio tales como la *Sherman Antitrust Act*,¹⁴⁰ *Clayton Act*,¹⁴¹ *Robinson-Pacman Act*¹⁴² y la sección 5 de la ley F.T.C.¹⁴³ entre otros. Por lo cual, si en casi todos los estados de los EE.UU. se han promulgado estatutos que permiten estas acciones privadas. No vemos limitación de campo ocupado (*preemption*) que no permita estas acciones privadas en Puerto Rico.

Por otra parte, en el Derecho Español se permite las acciones privadas entre consumidores y empresas y empresas entre sí, a través del Art. 32 de la Ley 3/1991. Los artículos 32.1ª al 6ª disponen:

Contra los actos de competencia desleal, incluida la publicidad ilícita, podrán ejercitarse las siguientes acciones:

- 1.ª Acción declarativa de deslealtad.
- 2.ª Acción de cesación de la conducta desleal o de prohibición de su reiteración futura. Asimismo, podrá ejercerse la acción de prohibición, si la conducta todavía no se ha puesto en práctica.
- 3.ª Acción de remoción de los efectos producidos por la conducta desleal.
- 4.ª Acción de rectificación de las informaciones engañosas, incorrectas o falsas.
- 5.ª *Acción de resarcimiento de los daños y perjuicios ocasionados por la conducta desleal, si ha intervenido dolo o culpa del agente.*
- 6.ª Acción de enriquecimiento injusto, que sólo procederá cuando la conducta desleal lesione una posición jurídica amparada por un derecho de exclusiva u otra de análogo contenido económico. (Énfasis nuestro)

El artículo 32.5.ª de la Ley 3/1991, establece el derecho que tienen los perjudicados de presentar la correspondiente acción derivativa, por estos actos ilegales y obtener una compensación adecuada por los daños y perjuicios causados por los violadores de este precepto legal. Deseamos resaltar que este recobro de los daños y perjuicios

¹⁴⁰ *Sherman Antitrust Act*, Public Law No. 93-528-2004, 15 U.S.C. § 1.

¹⁴¹ *Clayton Act*, Public Law No. 94-435-2002, 15 U.S.C.A. § 12.

¹⁴² *Robinson-Pacman Act* Public Law No. 74-692 of June 19, 1936, 15 U.S.C. § 13.

¹⁴³ 15 U.S.C. § 45(a) (1).

sufridos está condicionado a que intervenga dolo o la culpa por la parte actora. Los artículos 33 y 34 establecen quiénes tienen la legitimación activa o pasiva para presentar estas acciones ante los Tribunales de Justicia. El Art. 33.1 expresa lo siguiente:

Cualquier persona física o jurídica que participe en el mercado, cuyos intereses económicos resulten directamente perjudicados o amenazados por la conducta desleal, está legitimada para el ejercicio de las acciones previstas en el artículo 32.1, 1.^a a 5.^a

Frente a la publicidad ilícita está legitimada para el ejercicio de las acciones previstas en el artículo 32.1, 1.^a a 5.^a, cualquier persona física o jurídica que resulte afectada y, en general, quienes tengan un derecho subjetivo o un interés legítimo.

La acción de resarcimiento de los daños y perjuicios ocasionados por la conducta desleal podrá ejercitarse, igualmente, por los legitimados conforme a lo previsto en el artículo 11.2 de la Ley 1/2000, de 7 de enero, de Enjuiciamiento Civil.

La acción de enriquecimiento injusto sólo podrá ser ejercitada por el titular de la posición jurídica violada.”¹⁴⁴

Nótese que la condición dispuesta en este artículo para conceder la legitimación activa a un perjudicado, para presentar la oportuna acción privada ante el foro judicial, se circunscribe a tres requisitos básicos, a saber: que sea una persona natural y/o jurídica, que participe dentro del comercio interno español y que sus intereses económicos resulten directamente perjudicados o amenazados por una conducta desleal. Por otro lado, el artículo 34.1 de la Ley 3/1991, trata sobre legitimación pasiva y dispone lo siguiente:

Las acciones previstas en el artículo 32 podrán ejercitarse contra cualquier persona que haya realizado u ordenado la conducta desleal o haya cooperado a su realización. No obstante, la acción de enriquecimiento injusto sólo podrá dirigirse contra el beneficiario del enriquecimiento.¹⁴⁵

Este artículo le reconoce el derecho de legitimación pasiva a las personas o las entidades jurídicas perjudicadas por un agente externo, indirecto o pasivo, a estos hechos, que realiza, coopera u ordena una conducta desleal que da lugar a estas prácticas ilegales. Esta Ley 3/1991 de España, es en nuestra opinión un vehículo razonablemente elaborado para combatir estas prácticas de comercio ilegales. No podemos perder de perspectiva que esta Ley fue modificada para atemperarla a la Directiva 2005/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de mayo de 2005, relativa

¹⁴⁴ Art. 33.1 de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal.

¹⁴⁵ Art. 34.1 de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal.

a las prácticas comerciales desleales y a la Directiva 2006/114/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 12 de diciembre de 2006 sobre publicidad engañosa y publicidad comparativa de la Comunidad Europea. Por consiguiente, este estatuto se ha nutrido de una amplia gama de jurisprudencia y legislaciones de los otros países miembros de la Unión Europea¹⁴⁶. Indiscutiblemente, esta norma podría servir de guía para la redacción de un nuevo precepto legal sobre esta materia en Puerto Rico.

En nuestra opinión, cuando ocurren estos actos o prácticas de competencia desleales, la prohibición que establece el artículo 12 (a) de la Ley Antimonopolio.¹⁴⁷ Le crea un claro menoscabo a las personas naturales y/o jurídicas afectadas, en su derecho de interés propietario. En adición, a minimizarle las posibilidades de obtener una reparación adecuada por los daños y perjuicios causados. Al prohibir que una parte perjudicada puede presentar una reclamación *bonafide* contra una persona o empresa, que mediante actos de competencia ilegales, le cause pérdidas económicas o el cierre de su negocio. Quedando como único remedio, si es que procediera, una acción bajo el Art. 1802 Código Civil. Por lo cual, esta disposición, claramente no protege adecuadamente los intereses de las empresas participantes en el comercio puertorriqueño.

Ante este cuadro fatídico de insuficiencia legislativa en este ámbito mercantil, resalta la necesidad imperante que existe en nuestra jurisdicción, de legislar un estatuto que se atempere a las necesidades y retos que diariamente enfrentan los participantes del mercado puertorriqueño. Que permita las acciones privadas entre consumidores y empresas y empresas entre sí, lo cual propiciaría una autorregulación del comercio. Que disponga claramente cuáles son los actos proscritos, las sanciones civiles y penales que se enfrentarían los violadores, entre otras cosas.

No podemos perder de perspectiva que las disposiciones que surgen de la Ley Antimonopolio,¹⁴⁸ tiene aproximadamente cincuenta años de existencia. Por lo cual, no se puede pretender que este precepto atienda adecuadamente, en la actualidad, las necesidades de regulación mercantil existente en Puerto Rico. Máxime cuando surge que la O.A.M. ha perdido gran parte de su presupuesto y cuenta con un grupo reducido de profesionales en el campo del derecho para investigar y presentar a las correspondientes querellas ante D.A.Co. por violaciones a esta norma, como se menciona en el caso *Aguadilla Paint Center v. Esso, supra*.¹⁴⁹

Nuestra Asamblea Legislativa debe crear un estatuto que permita las acciones privadas entre consumidores y empresas y empresas entre sí. Toda vez que esto

¹⁴⁶ La Unión Europea consta de veintiocho países miembros: Alemania (1958), Austria (1995), Bélgica (1958), Bulgaria (2007), Chipre (2004), Croacia (2013), Dinamarca (1973), Eslovaquia (2004), Eslovenia (2004), España (1986), Estonia (2004), Finlandia (1995), Francia (1958), Grecia (1981), Hungría (2004), Irlanda (1973), Italia (1958), Letonia (2004), Lituania (2004), Luxemburgo (1958), Malta (2004), Países Bajos (1958), Polonia (2004), Portugal (1986), Reino Unido (1973), República Checa (2004), Rumania (2007) y Suecia (1995).

¹⁴⁷ 10 L.P.R.A. § 259 (a).

¹⁴⁸ 10 L.P.R.A. § 257.

¹⁴⁹ *Aguadilla Paint Center*, 183 D.P.R. pág. 947.

ayuda a combatir efectivamente los actos de competencia desleal en el comercio local. Lo cual visiblemente reduciría la carga de trabajo a la O.A.M. y la de D.A.Co. Esto obligaría a los participantes del mercado a tratar de acarrear una competencia equitativa e imparcial en aras de evitar litigios contenciosos. Indiscutiblemente, esto aumentaría en principio los trabajos en los Tribunales pero este camino ya ha sido recorrido en otras jurisdicciones y ha sido sobrellevado, por lo cual, no se debe esperar más. Nuestros legisladores tienen el deber de actuar diligentemente y legislar un estatuto que garantice la libertad de competencia. Que propicie que esta competencia se lleve a cabo de forma leal, legal y justa en el comercio local. Para bienestar de todos los participantes en el comercio y todos los puertorriqueños.

VII. Apéndice

Appendix A: State Little FTC Acts and Their Characteristics¹⁵⁰

State:	Operative Statute:	^a	Deference to FTC:	Private Action:	Multiple Damages:	[†]
Alabama	ALA. CODE § 8-19-5 (Westlaw through Acts 2008-270 & 2008-280)	No	ALA. CODE § 8-19-6 ("[I]n construing Section 8-19-5, due consideration and great weight shall be given where applicable to interpretations of the [FTC] and the federal courts relating to [§5], as from time to time amended.")	ALA. CODE § 8-19-10	ALA. CODE § 8-19-10(a)(2) (allowing treble damages at the court's discretion).	A
Alaska	ALASKA STAT. § 45.50.471 (Westlaw through 2d Reg. Sess. of 2008)	Yes	ALASKA STAT. § 45.50.545 ("[D]ue consideration and great weight should be given the interpretations of [§5] . . .")	ALASKA STAT. § 45.50.531	ALASKA STAT. § 45.50.531 (providing for mandatory trebling).	D
Arizona	ARK. CODE ANN. § 44-1522 (West, Westlaw through Jul. 7, 2008)	Yes	ARK. CODE ANN. § 44-1522(c) ("[T]he courts may use as a guide interpretations given by the [FTC] and the federal courts to 15 United States Code §§ 45, 52 and 55(a)(1).")	No	No	A
Connecticut	CONN. GEN. STAT. ANN. § 42-110b (West, Westlaw through the 2008 Feb. regular Sess.)	Yes	CONN. GEN. STAT. ANN. § 42-110b ("[T]he commissioner and the courts of this state shall be guided by interpretations given by the [FTC] and the federal courts to [§5], as from time to time amended.")	CONN. GEN. STAT. ANN. § 42-110g	CONN. GEN. STAT. ANN. § 42-110g (allowing discretionary punitive damages)	C
Florida	FLA. STAT. ANN. § 501.204(a) (West, Westlaw through 2008 2d Sess.)	Yes	FLA. STAT. ANN. § 501.204(b) ("[D]ue consideration and great weight shall be given to the interpretations of the [FTC] and the federal courts relating to [§5] as of July 1, 2006.")	FLA. STAT. ANN. § 501.211	No	B
Georgia	GA. CODE ANN. § 10-1-393 (West, Westlaw through 2007 regular Sess.)	No	GA. CODE ANN. § 10-1-391(b) ("It is the intent of the General Assembly that this part be interpreted and construed consistently with the interpretations given by the FTC in the federal courts pursuant to [§5] . . .")	GA. CODE ANN. § 10-1-399	GA. CODE ANN. § 10-1-399 (providing exemplary damages for intentional violations)	A
Hawaii	HAW. REV. STAT. § 480-2 (Westlaw through 2007 3d special Sess.)	Yes	HAW. REV. STAT. § 480-2(b) "[T]he courts and the office of consumer protection shall give due consideration to the rules, regulations, and decisions of the [FTC] and the federal courts interpreting [§5], as from time to time amended.")	HAW. REV. STAT. § 480-13	HAW. REV. STAT. § 480-13 (providing for mandatory trebling)	D
Idaho	IDAHO CODE ANN. § 48-603A (Westlaw through 2007 2d regular Sess.)	Yes	IDAHO CODE ANN. § 48-604 ("[D]ue consideration and great weight shall be given to the interpretation of the [FTC] and the federal courts relating to [§5], as from time to time amended . . .")	No	No	A
Illinois	815 ILL. COMP. STAT. ANN. 505/2 (West, Westlaw through P.A. 95-747 of 2008 Sess.)	Yes	815 ILL. COMP. STAT. ANN. 505/2 ("In construing this section consideration shall be given to the interpretations of the [FTC] and the federal courts relating to [§5].")	815 ILL. COMP. STAT. ANN. 505/10a	815 ILL. COMP. STAT. ANN. 505/10a (allowing punitive damages at the court's discretion)	C
Louisiana	LA. REV. STAT. ANN. 51:1405 (Westlaw through 2008 2d extraordinary Sess.)	Yes	Gour v. Daray Motor Co., 373 So.2d 571 (1979) (holding federal decisions & FTC interpretations are appropriate sources of precedent)	LA. REV. STAT. ANN. § 51:1409	LA. REV. STAT. ANN. § 51:1409 (providing for treble damages for knowing violations)	C
Maine	ME. REV. ST 5 § 205-A et. seq. (Westlaw through Ch. 700 2008 2d Sess. & 2008 1st special Sess.)	Yes	ME. REV. STAT. ANN. tit. 5 § 207(1) ("[T]he courts will be guided by the interpretations given by the Federal Trade Commission and the Federal Courts to [§5].")	ME. REV. STAT. ANN. tit. 5 § 213	No	B
Maryland	MD. CODE ANN., COM. LAW § 13-301 (West, Westlaw through July 1, 2008)	Yes	MD. CODE ANN., COM. LAW § 13-105 ("[I]n construing the term 'unfair or deceptive trade practices', due consideration and weight be given to the interpretations of [§5] by the [FTC] and the federal courts.")	MD. CODE ANN., COM. LAW § 13-408	No	B

¹⁵⁰ Hakala, Justin J., "Follow-On State Actions Based on the FTC's Enforcement of Section 5", 7-9 (Wayne State Univ. Law Sch., Working Paper Grp., Oct. 9, 2008), recuperado de: <http://www.ftc.gov/os/comments/section5workshop/537633-00002.pdf> (accedido el : 13 de marzo de 2015).

Massachusetts	MASS. GEN LAWS ANN. ch. 93A § 2 (West, Westlaw through 2d Sess., 2008)	Y e s	MASS. GEN. LAWS ANN. ch. 93A § 2 ("[T]he courts will be guided by the interpretations given by the [FTC] and the Federal Courts to [§5].")	MASS. GEN. LAWS ANN. ch. 93A § 9	MASS. GEN. LAWS ANN. ch. 93A § 9 (providing for double or treble damages for knowing and willful violations or failures to settle in good faith)	C
Mississippi	MISS. CODE ANN. § 75-24-5 (West, Westlaw through 2007)	Y e s	MISS. CODE ANN. § 75-24-3 ("[T]he courts will be guided by the interpretations given by the Federal Trade Commission and the federal courts to [§5].")	MISS. CODE ANN. § 75-24-15	No	B
Montana	MONT. CODE ANN. § 30-14-103 (Westlaw through May 2007 Sess.)	Y e s	MONT. CODE ANN. § 30-14-104 ("[D]ue consideration and weight shall be given to the interpretations of the [FTC] and the federal courts relating to section [§5], as amended.")	MONT. CODE ANN. § 30-14-133	MONT. CODE ANN. § 30-14-133 (allowing multiple damages at the court's discretion)	C
New Hampshire	N.H. REV. STAT. § 358-A:2 (Westlaw through ch. 211 of 2008 Sess.)	Y e s	N.H. REV. STAT. ANN. § 358-A:13 ("[C]ourts may be guided by the interpretation and construction given [§5], by the [FTC] and the federal courts.")	N.H. REV. STAT. ANN. § 358-A:10	N.H. REV. STAT. ANN. § 358-A:10 (providing treble damages for knowing and willful violations)	C
New Mexico	N.H. REV. STAT. ANN. 1978. § 57-12-3 (Westlaw through July 1, 2008)	Y e s	N.M. STAT. ANN. § 57-12-4 ("[T]he courts to the extent possible will be guided by the interpretations given by the [FTC] and the federal courts.")	N.M. STAT. ANN. § 57-12-10	N.M. STAT. ANN. § 57-12-10 (providing treble damages for willful violations)	C
New York	N.Y. GEN. BUS. LAWS § 349 (McKinney, Westlaw through 2007 legislation)	N o	State by Lefkowitz v. Colorado State Christian College of Church of Inner Power, Inc., 346 N.Y.S.2d 482 (N.Y. Sup. Ct. 1973).	N.Y. GEN. BUS. LAWS § 350-e	N.Y. GEN. BUS. LAWS § 350-e (providing treble damages for willful and knowing actions, subject to a cap)	A
North Carolina	N.C. GEN. STAT. ANN. § 75-1.1 (West, Westlaw through S.L. 2008-5 of 2008 Sess.)	Y e s	Marshall v. Miller, 276 S.E.2d 397 (1981) (holding that federal precedent interpreting §5 may be used to interpret the North Carolina Little FTC Act)	N.C. GEN. STAT. ANN. § 75-16	N.C. GEN. STAT. ANN. § 75-16 (requiring trebling of damages)	D
Ohio	OHIO REV. CODE ANN. § 1345.02 (West, Westlaw through July 24, 2008)	N o	OHIO REV. CODE ANN. § 1345.02(c) ("[T]he court shall give due consideration and great weight to [FTC] orders, trade regulation rules and guides, and the federal courts' interpretations of [§5], as amended.	OHIO REV. CODE ANN. § 1345.09	No	A
Pennsylvania	73 PA CONS. STAT. ANN. § 201-3 (Westlaw through Act 2008-18)	Y e s	Commonwealth v. Hush-Tone Indus., Inc., 4 Pa. Commw. 1, 21 (1972) (holding federal decisions & FTC interpretations are appropriate sources of precedent)	73 PA CONS. STAT. ANN. § 201-9.2	73 PA CONS. STAT. ANN. § 201-9.2 (providing for treble damages at the court's discretion)	C
Rhode Island	R.I. GEN. LAWS § 6-13.1-2 (Westlaw through 2007 legislation)	Y e s	R.I. GEN. LAWS § 6-13.1-3 ("[D]ue consideration and great weight shall be given to the interpretations of the [FTC] and the federal courts relating to [§5], as from time to time amended.")	R.I. GEN. LAWS § 6-13.1-5.2	R.I. GEN. LAWS § 6-13.1-5.2 (allowing punitive damages at the court's discretion)	C
South Carolina	S.C. CODE ANN. § 39-5-20(a) (Westlaw through 2007 regular Sess.)	Y e s	S.C. CODE ANN. § 39-5-20(b) ("[I]n construing paragraph (a) of this section the courts will be guided by the interpretations given by the [FTC] and the Federal Courts to [§5], as from time to time amended.")	S.C. CODE ANN. § 39-5-140	S.C. CODE ANN. § 39-5-140 (providing for mandatory trebling for willful and knowing violations)	C
Tennessee	TENN. CODE ANN. § 47-18-104 (West, Westlaw through May 15, 2008)	N o	TENN. CODE ANN. § 47-18-115 ("[T]his part shall be interpreted and construed consistently with the interpretations given by the [FTC] and the federal courts pursuant to [§5].")	TENN. CODE ANN. § 47-18-109(a)(1)	TENN. CODE ANN. § 47-18-109(a)(3) (providing for treble damages for willful and knowing violations)	A
Texas	TEX. BUS. & COM. CODE ANN. § 17.46(a) (Westlaw through 2007 regular Sess.)	N o	TEX. BUS. & COM. CODE ANN. § 17.46(c) ("[C]ourts to the extent possible will be guided by Subsection (b) of this section and the interpretations given by the [FTC] and federal courts to [§5].")	TEX. BUS. & COM. CODE ANN. § 17.50	TEX. BUS. & COM. CODE ANN. § 17.50 (providing for treble damages for knowing violations)	A

Utah	UTAH CODE ANN. 1953 § 13-11-4 (West, Westlaw through 2008 general Sess.)	No	UTAH CODE ANN. 1953 § 13-11-2 ("To make state regulation of consumer sales practices not inconsistent with the policies of [§5] relating to consumer protection.") (footnote omitted)	UTAH CODE ANN. 1953 § 13-11-19	No	A
Vermont	VT. STAT. ANN. tit. 9 § 2453(a) (Westlaw through 2007-08 Sess., n. 83)	Yes	VT. STAT. ANN. tit. 9 § 2453(b) ("[I]n construing subsection (a) of this section, the courts of this state will be guided by the construction of similar terms contained in [§5].")	VT. STAT. ANN. tit. 9 § 2465(a)	VT. STAT. ANN. tit. 9 § 2465(a) (allowing exemplary damages up to three times actual damages)	C
Washington	WASH. REV. CODE ANN. § 19.86.020 (West, Westlaw through July 31, 2008)	Yes	WASH. REV. CODE ANN. § 19.86.920 ("The courts be guided by final decisions of the federal courts and final orders of the [FTC] interpreting the various federal statutes dealing with the same or similar matters")	WASH. REV. CODE ANN. § 19.86.090	WASH. REV. CODE ANN. § 19.86.090 (allowing treble damages in the court's discretion, subject to a cap)	C
West Virginia	W. VA. CODE, § 46A-6-104 (West, Westlaw through 2008 2d extraordinary Sess.)	Yes	W. VA. CODE ANN. § 46A-6-101(1) ("It is the intent of the legislature that, in construing this article, the courts be guided by the interpretation given by the federal courts to the various federal statutes dealing with the same or similar matters.")	W. Va. Code Ann. § 46A-6-106	No	B

* This column indicates whether the state's Little FTC Act has an antitrust component, typically denoted in the statute by the language: "unfair methods of competition."

† This column places states in categories according to the nature of their Little FTC Act. States that do not incorporate federal and FTC law are not included. Category A includes states that have Little FTC Acts that incorporate FTC and federal law, but either do not have a private right of action, or do not have an antitrust component. Category B includes states that have an antitrust component, incorporate FTC and federal law, but provide for actual damages only. Category C includes states that have an antitrust component, incorporate FTC and federal law, provide a private right of action, and where multiple damages are discretionary or for willful and knowing conduct. Category D includes states that have an antitrust component, incorporate FTC and federal law, provide a private right of action, and make treble damages mandatory.

