

Barahona del Val: "La competencia desleal es un delito cuya comisión es, a veces, difícil de identificar"

La competencia desleal es un delito que cometen muchas empresas y que en muchos casos es muy difícil de determinar. Para ello el asesoramiento jurídico de profesionales es esencial

La competencia desleal es todo aquel comportamiento que se opone a la buena fe con la finalidad de incitar a la compra obligatoria de un producto. Se trata de un delito que afecta de forma negativa al mercado y abusa de la libre competencia. El mercado, un entorno en el que tanto los comerciantes como los consumidores juegan un papel importante, está regulado por la Ley 29/2009 en la que se explica qué es lo que se considera competencia desleal. Barahona del Val Abogados, un bufete de abogados especializado en el derecho empresarial, viene a explicar lo que se dice sobre la competencia desleal en esta ley que la rige.

"Los actos de engaño y de confusión son el acto de competencia desleal más habitual que se dan en las prácticas mercantiles y es uno de los más difíciles de identificar. Generar confusión o transmitir información falsa acerca de servicios o productos con la finalidad de obtener beneficios económicos es totalmente desleal" explica Barahona del Val. Esto ocurre en una gran cantidad de empresas que engañan sobre la existencia de un bien, sobre las características de un producto o un servicio, sobre la existencia de una postventa, sobre el precio, etc.

Además, estos profesionales añaden que el exceso de agresividad también se considera un acto de deslealtad en la competencia y que también es un acto muy habitual y muy controvertido. Cualquier forma de coaccionar a los consumidores a adquirir un producto o servicio es una forma de agresividad. "Cuando una empresa utiliza su poder y su fuerza predominante para presionar de cualquier forma al consumidor se produce una conducta de deslealtad, totalmente punible" afirma Barahona Del Val.

Probablemente los que estén leyendo esto se acuerden a la perfección como en la publicidad algunas marcas decían que su producto generaba más espuma que el de la competencia, que limpiaba mejor, que su producto contiene menos azúcar o menos que la competencia, etc. Aunque a priori estos anuncios parezcan totalmente lícitos y sin nada que destacar, si la marca competente menoscaba el crédito de otro producto sin que esto sea totalmente cierto está cometiendo un acto de denigración a la competencia.

Otro caso muy habitual de competencia desleal es los engaños directos al consumidor y aquí se incluyen todos aquellos comerciantes cuyas mentiras sobre las marcas o productos influyan en la decisión de compra. Las ventas piramidales también se consideran un acto de competencia desleal, ya que se obliga al consumidor a invertir y a reclutar más inversionistas, sin tener siempre garantizado el retorno económico que promete el promotor.

Datos de contacto:

Barahona del Val Abogados
+34 916 541 163

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Derecho](#) [Sociedad](#) [Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>