

COMENTARIOS A LA REGULACIÓN “DE LA PROTECCIÓN CONTRA LAS PRÁCTICAS DESLEALES EN MATERIA DE PROPIEDAD INDUSTRIAL” EN CUBA. ¿VERDADERA PROTECCIÓN CONTRA LA COMPETENCIA DESLEAL?

DÁNICE VÁZQUEZ D` ALVARÉ*

RESUMEN

El artículo realiza un análisis de la nueva regulación sobre prácticas desleales en Cuba denominada “De la protección contra las prácticas desleales en materia de propiedad industrial” y su eficacia en la represión de los actos desleales, ya reconocidos y existentes en el mercado cubano, en las relaciones económicas de los diferentes actores que participan en la producción, los servicios y el tráfico económico. Para este estudio se realiza un acercamiento a la institución de la competencia desleal, un estudio doctrinal de la clasificación de los actos de competencia desleal y se presenta un estudio de casos que involucra el uso de signos distintivos en el territorio cubano por personas diferentes a sus titulares o imitaciones de algunas marcas registradas, en el nuevo contexto económico cubano.

Palabras clave: competencia desleal; prácticas desleales; propiedad industrial; represión de la competencia desleal; casos de estudio.

* Doctora en Ciencias Jurídicas, profesora titular de la Facultad de Derecho de la Universidad de La Habana. Árbitro de la Corte Cubana de Arbitraje Comercial Internacional. Agente Oficial de Propiedad Industrial del despacho LEX, S.A. La Habana (Cuba). Contacto: danice@lex.uh.cu Fecha de recepción: 12 de agosto de 2021. Fecha de aceptación: 23 de septiembre de 2021. Para citar el artículo: VÁZQUEZ D` ALVARÉ, DÁNICE, “Comentarios a la regulación “De la protección contra las prácticas desleales en materia de propiedad industrial” en Cuba. ¿Verdadera protección contra la Competencia Desleal?”, en *Revista de la propiedad inmaterial* n.º 32, Universidad externado de Colombia, julio-diciembre 2021, pp. 149-169. doi: <https://doi.org/10.18601/16571959.n32.05>

COMMENTS TO THE REGULATION “ON THE PROTECTION AGAINST UNFAIR PRACTICES IN THE FIELD OF INDUSTRIAL PROPERTY” IN CUBA. TRUE PROTECTION AGAINST UNFAIR COMPETITION?

ABSTRACT

The article analyzes the new regulation concerning unfair practices in Cuba called “On the protection against unfair practices in the field of industrial property”, and their effectiveness in the repression of unfair acts. Unfair acts are already recognized and currently present in the economic relations between different stakeholders that participate in production lines, services, and economic development of the Cuban market. This publication approaches the institution of unfair competition through a doctrinal study of the classification of acts of unfair competition. Moreover, the article includes case studies on the misuse of distinctive signs by unrelated stakeholders and imitations of trademarks within the Cuban new economic context.

Keywords: Unfair Competition; Unfair Practices; Industrial Property; Repression of Unfair Competition; Study Cases.

INTRODUCCIÓN

Cuba es, en América Latina, líder en la membresía de tratados, convenios y otras regulaciones internacionales en materia de propiedad industrial. Ello ha hecho que obligatoriamente la legislación doméstica¹ esté a tono con los requerimientos internacionales y que se haya intentado solventar en la práctica el envejecimiento que mantuvo dicha legislación nacional².

En el año 2013 se constituyó el Grupo Temporal de Trabajo (GTT) para la elaboración de la Política de Propiedad Intelectual que confeccionó la Política del Sistema de Propiedad Industrial, la cual fue aprobada en el 2014. Entre los años

1 Las modalidades de Marcas y Otros Signos Distintivos (OSD), Indicaciones geográficas y posteriormente Invenciones, Diseños Industriales y Modelos de Utilidad fueron reguladas intentando seguir la práctica internacional y los requerimientos del Acuerdo sobre los aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC) aunque el ejercicio de la materia indique en la actualidad la necesidad de un perfeccionamiento.

2 Por ejemplo, antes de la promulgación del Decreto Ley 203, fechado en 1999, en materia de Marcas y OSD, se encontraba vigente el Decreto Ley 68 del 14 de mayo de 1983 con cuya legislación los agentes de propiedad industrial presentábamos las solicitudes de marcas según la clasificación internacional establecida por el Arreglo de Niza, acuerdo al cual formalmente Cuba se adhirió en 1995. También se tomaron acciones legislativas previas al Decreto Ley 290 de Invenciones que instaura el Certificado de Patente como forma universal de protección para las invenciones, para paliar la exigencia del Certificado de Autor de Invención como forma de protección a las invenciones que establecía el ya mencionado Decreto Ley 68. Recordemos que en el Certificado de Autor de Invención los derechos eran a favor del Estado y no se pagaban anualidades.

2015 y 2016 se elaboraron y actualizaron las normativas de la materia, a partir del diagnóstico realizado.

En junio del 2018 se aprobó un paquete normativo³ que comprendió las siguientes regulaciones: Decreto Ley 336, De las disposiciones contractuales de Propiedad Industrial en los negocios jurídicos; Decreto Ley 337, De protección contra las prácticas desleales en materia de Propiedad Industrial; Decreto Ley 341, De la Oficina Cubana de la Propiedad Industrial; Decreto 342, Reglamento del Decreto Ley 290 de las Invenciones y Dibujos y Modelos Industriales; Decreto 343, Del Sistema de Propiedad Industrial; Resolución 375 del Minagri⁴, que designa al Inifat⁵ como centro examen de las Variedades Vegetales, en relación con el ya vigente Decreto Ley 291, De protección de las Variedades Vegetales; Resolución Conjunta No. 1 Minagri-Citma⁶ para el examen técnico de las Variedades Vegetales; Resolución 60 del Inifat que establece las tarifas a aplicar por examen técnico de las Variedades Vegetales; Resolución 151 del Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente (en adelante, Citma) que establece las Normas para la aplicación en Cuba del PCT⁷ y la Resolución 152 del Citma para la remuneración a inventores, autores y obtentores en Cuba.

Aunque este paquete legislativo contiene normas de gran importancia, incluso novedosas –como es el caso de la Resolución que establece la remuneración a los inventores, tan esperada–, nos referiremos particularmente al Decreto Ley 337, dictado bajo el fundamento de la necesidad de regular las prácticas desleales en materia de propiedad industrial debido a la inclusión en el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC) de disposiciones para asegurar la protección eficaz contra las prácticas desleales en la industria y el comercio en materia de propiedad industrial, así como proteger la información no divulgada legítimamente bajo el control de personas naturales y jurídicas, y determinados datos de prueba depositados en las autoridades reguladoras que aprueban la comercialización de productos farmacéuticos o químicos agrícolas que utilizan nuevas entidades químicas.

El Decreto Ley en comento también se fundamentó en que la protección contra las prácticas desleales debe estar en correspondencia con las características y necesidades del mercado nacional, con los objetivos económicos y sociales de desarrollo⁸, así como los intereses de política pública.

3 Publicado en la *Gaceta Oficial Extraordinaria* n.º 40 del 10 de agosto de 2018.

4 Ministerio de la Agricultura de Cuba. Organismo encargado de proponer e implantar la política sobre el uso, tenencia y explotación sostenible de la agricultura en Cuba. Para más información consúltese <https://www.minag.gob.cu>

5 Instituto de Investigaciones Fundamentales de la Agricultura Tropical “Alejandro Humboldt”. Puede encontrarse más información en <https://www.grupoagricoladecuba.gag.cu>

6 Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente. Para más información consúltese <https://www.citma.gob.cu>

7 Tratado de Cooperación en Materia de Patentes. Para más información sobre este Tratado consúltese <https://www.wipo.int>

8 Estos objetivos quedaron plasmados en la conceptualización del Modelo Económico y Social Cubano de Desarrollo Socialista. Pueden ser consultados en www.granma.cu

La Conceptualización del Modelo Económico y Social Cubano de Desarrollo Socialista contiene un reconocimiento y la diversificación de las formas de propiedad⁹ y de gestión, las cuales tienen su máxima regulación en la Constitución económica¹⁰, aprobada en el año 2019^[11].

A nuestro juicio, las características y necesidades del mercado cubano tienen, como elemento primero, el reconocimiento de la existencia de mercado en la Constitución cubana¹² y es característico ese trato paritario entre los agentes, al concurrir en similares condiciones al mercado.

Es indiscutible la necesidad de reprimir los actos desleales en el mercado cubano, más aún en el contexto actual en el que hay un régimen de competencia¹³ –tampoco regulado– entre los trabajadores por cuenta propia, entre estos y las empresas estatales y de estos con las cooperativas no agropecuarias; sin embargo, esta norma, a nuestro juicio, no resuelve el problema de la represión de los actos que, en materia de competencia desleal, tienen lugar en Cuba.

9 El artículo 22 de la Constitución cubana reconoce entre las formas de propiedad: la socialista de todo el pueblo; la cooperativa; la de organizaciones políticas, de masas y sociales; la privada y la mixta; la de instituciones y formas asociativas, y la personal, con un tratamiento paritario en relación con las formas de propiedad sobre los medios fundamentales de producción y la complementariedad entre todos los sujetos económicos que intervienen en la economía cubana.

10 En la doctrina se denomina Constitución económica a las normas que integran un segmento de la codificación constitucional dedicado específicamente a la materia económica-financiera, pudiendo también estas normas encontrarse de forma dispersa en el texto constitucional. Al respecto *cfr.* a BIDART CAMPOS, GERMÁN J. “La Constitución económica (un esbozo desde el derecho constitucional argentino)”. *Revista Mexicana de Derecho Constitucional*, n.º 6, 2002. Este autor define la Constitución económica como el conjunto de normas, principios y valores que, una vez incorporados a la Constitución formal, guardan relación con la economía y son aplicables a la actividad y a las relaciones económico-financieras; *cfr.* también LÓPEZ GARRIDO, DIEGO. “Apuntes para un estudio sobre la Constitución económica”. *Revista del Centro de Estudios Constitucionales*, n.º 15, mayo-agosto de 1993, p. 81. Tomado de VÁZQUEZ D` ALVARÉ, DÁNICE y MARTÍNEZ DÍAZ, CATHERIN. “La capacidad legal para presentar solicitudes de marcas en Cuba. Antinomias entre materias”. *La Propiedad Inmaterial*, Universidad Externado de Colombia, n.º 31, 2021, pp. 209-233.

11 Constitución de la República de Cuba. Publicada en la *Gaceta Oficial Extraordinaria* n.º 5 del 10 de abril del 2019.

12 El artículo 18 de la Constitución cubana establece: “En la República de Cuba rige un sistema de economía socialista basado en la propiedad de todo el pueblo sobre los medios fundamentales de producción como la forma de propiedad principal, y la dirección planificada de la economía, que tiene en cuenta, regula y controla el mercado en función de los intereses de la sociedad”.

13 La conceptualización del Modelo Económico y Social Cubano de Desarrollo Socialista, arriba mencionada, deja claro como función fundamental del Estado y el Gobierno la regulación de los mecanismos del mercado para enmarcarlos en los principios del socialismo. Entre las cuestiones que se mencionan está la de establecer políticas comerciales y de precios, así como normas jurídicas para regular la competencia. Por ejemplo, se prevé el establecimiento de las políticas generales de precios y la adopción de medidas como por ejemplo la fijación estatal de precios o sus límites. Así, existen precios centralizados para determinados artículos, pero el resto de los precios son descentralizados a nivel de las formas de gestión, a partir de la oferta y la demanda.

En la práctica, las regulaciones prevén similitud de condiciones en el acceso al mercado de los trabajadores por cuenta propia, las cooperativas no agropecuarias, las empresas estatales.

El problema fundamental de la investigación se centra en la inexistencia de una regulación especial en Cuba en materia de represión de los actos desleales en el comercio.

Para solucionar dicha problemática nos hemos planteado como objetivo fundamental caracterizar los diferentes actos desleales en Cuba a partir de un estudio de casos.

Con el fin de lograr tal objetivo, la secuencia metodológica del artículo aborda cuestiones de la institución de la competencia desleal y analiza el Decreto Ley 337, presentando por último un estudio de casos que evidencia la existencia de actos de competencia desleal cuya represión, siguiendo a la norma vigente, es insuficiente.

Esto es curioso, en tanto que hoy en el mercado nacional interactúan variados agentes económicos entre los que se encuentran empresas estatales, cooperativas no agropecuarias, trabajadores por cuenta propia, todos los cuales utilizan signos distintivos; claramente, este Decreto Ley no ha respondido a las necesidades del mercado nacional tal como en uno de sus “por cuanto” expresa.

I. ACERCAMIENTO A LA COMPETENCIA DESLEAL

La institución de la competencia siempre ha tenido como base la búsqueda de corrección en el actuar competitivo, o sea, el mantenimiento del principio de competencia y la lealtad en la actividad concurrencial. Es por ello que el *derecho de la competencia*, tal como afirma el profesor Baylos Corroza¹⁴, se fragmenta en: *derecho de las limitaciones de la competencia* o *ilícito antitrust* (también llamado “competencia prohibida”), a fin de determinar la licitud o no de las limitaciones impuestas por los competidores, prohibiendo así las prácticas restrictivas de la competencia, constituyendo entonces la competencia una obligación y no un derecho, y el *derecho de competencia desleal* o *ilícito concurrencial* (también llamado “competencia ilícita”), a fin de prohibir el uso de medios reprobables en la libertad de competencia.

A. SURGIMIENTO Y DEFINICIÓN DE COMPETENCIA DESLEAL

El surgimiento de la institución de la competencia desleal tiene su origen en el siglo XIX con la eliminación del sistema feudal de gremios y la aparición del liberalismo económico, influida posteriormente con la libertad de industria y comercio obtenida con la Revolución francesa, cuya libertad de competir se confirma con la interpretación del Código Civil francés sobre responsabilidad extracontractual (artículo 1.382), fruto de la labor jurisprudencial y que tiene su materialización como norma al promulgarse la primera Ley de Competencia Desleal alemana en

¹⁴ BAYLOS CORROZA, HERMENEGILDO. *Tratado de Derecho Industrial, Propiedad Industrial, Propiedad Intelectual, Derecho de la Competencia Económica, Disciplina de la Competencia Desleal*. Madrid: Editorial Civitas, 1978, p. 209.

1896, la cual no contó con una cláusula general hasta el 7 de junio de 1909. El uso de la fórmula de cláusula general, muy práctica a nuestro juicio, ha sido utilizada en legislaciones de América, Asia y Europa.

En una reordenación de la disciplina de la competencia desleal, al finalizar la Segunda Guerra Mundial surge el modelo social que trae consigo cambios evidentes en la concepción y configuración de los actos de competencia desleal¹⁵.

El concepto de la competencia desleal es un tema que se presenta con diferentes aristas en la doctrina¹⁶ española, italiana y francesa, lo que ha traído como consecuencia que no exista un concepto unitario para todas las legislaciones que regulan esta institución. A nuestro juicio, una definición de competencia desleal es *el acto en el ejercicio del comercio en un territorio dado contrario a la buena fe concurrencial*¹⁷, definición que a nuestro juicio no liga el concepto de competencia desleal con competencia ilícita y permite que cualquier acto de competencia desleal sea reprimido.

B. CLASIFICACIÓN DE LOS ACTOS DESLEALES

El tema de la clasificación de los actos desleales ha sido tratado en reiteradas ocasiones. Sin embargo no existe un criterio unitario, por lo cual a nuestro juicio el problema de la competencia desleal en el plano legislativo no está en la represión del acto en sí, sino en la definición de cuáles actuaciones se consideran desleales.

En la doctrina existen distintas clasificaciones de estos actos y la variedad de estas clasificaciones ha estado motivada por la necesidad de su sistematización, aún no lograda, pues más bien la consecuencia ha sido ordenadora.

15 En este modelo, la protección no es ya solamente a los competidores sino también a los consumidores y al Estado en cuanto a interés público de este último, lo cual evidencia un cambio en el objeto de protección, pues se habla de una “descorporativización” de la institución que protege a todos los participantes en el mercado. Este cambio en el objeto de protección y de la apreciación de la deslealtad se extiende al quebrantamiento de un principio, como lo puede ser por ejemplo la libre competencia y no solamente violentar una costumbre. Y es que los actos que al amparo de este modelo se configuran como desleales también sufren diferencia en la apreciación; algunos que no se consideraban desleales, como por ejemplo una venta a bajo coste o una venta agresiva, son ahora desleales y otros que lo eran, como la violación de un derecho de exclusividad por venta en zona exclusiva, deja de constituir un acto desleal por protegerse el interés colectivo de la competencia y el de los consumidores. En este modelo, los consumidores cuentan con protección directa. Es entonces el momento en el cual comienza a entrar en crisis la relación de competencia como presupuesto del ilícito concurrencial.

16 RIPPE, SIEGBERT. *La concurrencia desleal*. Montevideo: Editorial Amalio M. Fernández, 1970, p. 38. En su obra, el autor hace referencia a diferentes definiciones legales y doctrinales, entre los que cita a Pouillet, Moreau, Darras y Saint Gal.

17 VÁZQUEZ DE ALVARÉ, DÁNICE, *La competencia desleal en el mercado cubano*, ed. actualizada. La Habana: Ediciones ONBC, 2017.

Existe una antigua clasificación de Pisko¹⁸ similar a la de Mermillo¹⁹. Sin embargo, otros autores basan sus clasificaciones de acuerdo con la manifestación de los actos²⁰.

Según el profesor Baylos Corroza²¹, la competencia desleal se nutre de tres tipos de comportamientos antijurídicos: la apropiación indebida de valores ajenos en la lucha concurrencial, el ataque injusto al competidor y los que son contrarios a la verdad y a la realidad en la comparecencia en el mercado.

También, en la línea de las clasificaciones más claras hemos encontrado las que ofrecen Emmerich²² y Virgós Soriano²³, que se dirigen al agente involucrado con el actuar desleal. De esta forma, clasifican los actos de competencia desleal en: *deslealtad frente a los consumidores*, tipificándose actos de confusión, engaño, promoción en especie y comparación; *deslealtad frente a los competidores*, estando tipificados aquí los actos de imitación, explotación de la reputación ajena, denigración, inducción a la infracción contractual y violación de secretos, y, por último, *deslealtad de mercado*, en la que aparecen los actos de discriminación y abuso de poder de mercado, venta a pérdida y prácticas predatorias y, finalmente, violación de normas.

En su clasificación, Virgós Soriano incluye actos que restringen la competencia y que no analizamos por no ser objeto de nuestro trabajo. No obstante, es la clasificación de este autor a la que nos afiliamos, sugiriendo un nuevo orden de clasificación, tal como sigue:

18 PISKO, “Das Kaufmannische Unternehmen”, en EIRENBERG (ed). *Handbuch des gesamten Handelsrecht*. Leipzig, 1914, I, 1 p. 433, citado por MENÉNDEZ, AURELIO. *La competencia desleal*. Madrid: Editorial Civitas, 1988, p. 82. Presenta la clasificación en dos partes, primeramente en actos dirigidos contra un competidor determinado y luego en actos dirigidos contra la generalidad de los competidores. Consideramos que esta clasificación es una subdivisión de una misma especie, pues en ambos casos el acto se dirige a un competidor, quien se erige en centro de la clasificación como ámbito subjetivo.

19 MERMILLOD, LUIS. *Essai sur le notion de concurrence déloyale en France et aux Etats Unis*. París, 1954, p. 77. Al igual que Pisko, tienen en cuenta solamente al competidor, clasificando los actos que destruyen la posición del competidor y los actos que fortalecen esta posición.

20 Así, Kohler divide estos actos en actos de confusión y actos de hostilidad; Ascarelli distingue la confusión de los actos de denigración y de sustracción, mientras que G. Ghidini propone una clasificación sobre la base de las funciones de la actividad concurrencial de la siguiente forma: actos relativos a la función distintiva, a la función de promoción, a la función distributiva y a las funciones de investigación y de política de personal. Aunque este último autor intentó proponer una clasificación de valor normativo, no nos parece acertado no haber tomado de referencia las funciones de la disciplina de la Competencia Desleal y sí algunas del Derecho de Marcas.

21 BAYLOS CORROZA, HERMENEGILDO. *Tratado de Derecho Industrial, Propiedad Industrial, Propiedad Intelectual, Derecho de la Competencia Económica, Disciplina de la Competencia Desleal*. Madrid: Editorial Civitas, 1978, p. 321.

22 Tomado de VICENT CHULIÁ, FRANCISCO. *Compendio crítico de Derecho Mercantil*. Barcelona: Editorial José Ma. Bosch, 1991, p. 1064, citado en *Disciplina de la Competencia Desleal: Modelo Social; Funciones de la disciplina y clasificación de los casos*, p. 125, publicación IV, edición Magister Lvcentinvs, Alicante, España.

23 VIRGÓS SORIANO, MIGUEL. *El comercio internacional en el nuevo derecho español de la competencia desleal*. Madrid: Editorial Civitas, 1993, p. 59.

– Deslealtad frente a los competidores (actos de denigración, actos de imitación, aprovechamiento injusto del esfuerzo ajeno, violación de secretos, inducción a la infracción contractual).

– Deslealtad frente a los consumidores (actos de confusión, actos de engaño, actos de comparación, actos de promoción de ventas).

– Deslealtad frente al mercado (violación de normas, venta a pérdidas, actos de discriminación)²⁴.

Pero para reprimir ese actuar desleal, se requiere establecer la acción correspondiente.

C. LAS ACCIONES DE COMPETENCIA DESLEAL.

BREVE REFERENCIA A LOS REQUISITOS Y LEGITIMACIÓN

Los requisitos o presupuestos para el ejercicio de las acciones de competencia desleal han sido bien debatidos. El requisito de la relación de competencia, construido como protección legal de derechos subjetivos de los empresarios frente a sus competidores para actos abusivos en su actuación competitiva, entra en primera crisis cuando se incorpora el interés de los consumidores como objeto de protección de la competencia desleal y, más tarde, con la introducción del interés público (estatal) y la orientación hacia una protección de la competencia como institución²⁵.

En cuanto a la legitimación, en sus inicios esta se estableció para actuar en dos direcciones: clientes, si contra ellos se atentaba en sus intereses materiales, siempre y cuando sus intereses económicos estuvieran amenazados; asociaciones profesionales y económicas, cuando sus estatutos los autoricen a defender los intereses materiales de sus miembros, pudiendo ser estos competidores o clientes²⁶.

Aunque el profesor Baylos Corroza²⁷ plantea que no es desleal quien actuó sin intención, estimamos que siempre va a existir una intención, en este caso la atracción de la clientela, que llévase a cabo o no por medios reprobables, tiene su materialización en el daño al competidor. Por supuesto, si esa atracción de clientela, que ineludiblemente ocasiona un perjuicio al competidor, se lleva a cabo por medios lícitos como, entre otros, la publicidad leal y el reforzamiento de la calidad en los productos o servicios, no debe configurarse el acto porque es competencia leal. Sin embargo, es nuestra consideración que no existe competencia desleal sin intención, salvo notables excepciones. Tenemos firme creencia de que ningún acto de imitación fraudulenta, maquinaciones dañosas o utilización de medios engañosos en la competencia tiene lugar sin intención.

24 Se puede consultar VÁZQUEZ DE ALVARÉ, Dánice, *op. cit.*, pp. 73 y ss.

25 WIRTH, ANDREAS. “La relación de competencia en la Ley de competencia desleal”. *Revista General de Derecho*, año L, n.º 595, abril de 1994, p. 4017.

26 GUYET, JAUQUES. “Les actions en Justice”. En: *Travaux de la Journée d’ étude organisée par le Centre du droit de l’ enterprise le 10 mars 1988 a l’ Université de Lausanne*, 1988, p. 89.

27 BAYLOS CORROZA, HERMENEGILDO, *op. cit.*, p. 354.

Estamos de acuerdo con el precitado profesor en que no existirá competencia desleal si no existe dolo, o al menos culpa. La doctrina italiana (Greco, Auletta, Bonasi Benucci, Girón) piensa que pueden existir actos de competencia desleal sin culpa. Sin embargo, dentro de la misma doctrina, algunos autores (Ferrara, Pasteris) plantean que competencia desleal sin culpa es una contradicción, mientras que la doctrina francesa plantea que se requiere la existencia de mala fe para que exista deslealtad.

II. REFERENCIAS A LA REGULACIÓN CUBANA.

DECRETO LEY 337 “DE LA PROTECCIÓN CONTRA LAS PRÁCTICAS DESLEALES EN MATERIA DE PROPIEDAD INDUSTRIAL”

La joven regulación cubana “De la protección contra las prácticas desleales en materia de Propiedad Industrial”, fechada el 30 de junio de 2016, fue publicada en el paquete legislativo del 10 de agosto de 2018, como ya lo comentamos.

El título de esta norma sugiere lo que cualquier regulación en materia de competencia desleal: reprimir los actos desleales en el comercio. Pero, sucede que su título, a nuestro juicio, no se corresponde con su contenido.

La norma, compuesta por solo cuatro capítulos con un total de 12 artículos, una disposición transitoria y una disposición final, dedica el capítulo I con un artículo a las Disposiciones Generales acordando con lo establecido en la sección 7 del ADPIC; el capítulo II también, con un artículo, define a la práctica desleal y reproduce de forma idéntica lo establecido en el artículo 10 bis 3) del Convenio de la Unión de París para la Protección de la Propiedad Industrial. El capítulo III evidentemente contiene lo que el legislador consideraba como más importante para normar, la información no divulgada. Así, codifica en tres artículos a las prácticas desleales relacionadas con la información no divulgada y en otros cinco artículos a la información no divulgada depositada en autoridades reguladoras, reservando el capítulo IV con dos artículos para regular la actuación ante los tribunales.

Conociendo la necesidad de la existencia de una regulación para la correcta gestión de las relaciones económicas en el mercado, es pertinente apuntar que el Decreto Ley 337 que comentamos no cuenta con el formato habitual que, según conocemos, tienen las leyes de competencia desleal.

No posee la conocida cláusula general consagrada por el modelo profesional de finales del siglo XIX y principios del XX, cuyo antecedente aparece en el Convenio de París para la protección de la Propiedad Industrial en su revisión de Bruselas de 1900, según la propuesta de Francia²⁸.

No estableció como requisitos para el ejercicio de la acción contra la competencia desleal los ya conocidos como el carácter concurrencial del acto perseguible,

²⁸ BODENHAUSEN, G.H.C. *Convenio de París para la protección de la Propiedad Industrial*. Publicación BIRPI, 1969, p. 156.

requisitos objetivos como la ausencia de un derecho exclusivo (que en caso de que exista, significa que el ejercicio de la competencia desleal sería residual), la calificación del acto como desleal y la existencia de perjuicio para el interesado; elementos subjetivos del acto: dolo, mala fe, culpa y negligencia, todo lo cual, a nuestro juicio, pudiera tornar engorrosa la valoración por parte de los jueces.

Tampoco se regula la necesidad o no de la existencia de relación de competencia como presupuesto constitutivo de competencia desleal, cuestión tan debatida en Europa y que sentó incluso importante jurisprudencia²⁹.

La legitimación queda clara en el capítulo iv, dejando esta en primer lugar a las personas naturales y jurídicas que participen en el mercado, cuyos intereses económicos resulten directamente perjudicados o amenazados por una práctica desleal; en segundo lugar a las asociaciones legalmente reconocidas, cuando resulten afectados los intereses de alguno de sus miembros, y en último lugar al fiscal, cuando puedan ser afectados directa o indirectamente el orden, la moral, los intereses de los consumidores u otros intereses públicos.

La ley que estamos comentando, al tratarse de una norma sustantiva, requiere de una norma procesal para fijar las reglas de competencia y los tipos procesales, siendo a nuestro juicio un avance en lo establecido en el capítulo iv del Decreto Ley 337, pues, como ya analizamos³⁰, se trata de un error normativo el colocar en normas sustantivas aspectos de naturaleza procesal, fijando reglas de competencia y tipos procesales, que quedaban totalmente vacíos de contenido cuando se promovía una nueva norma procesal. Las normas sustantivas determinan los derechos subjetivos protegibles y les corresponde a las normas procesales fijar las reglas de competencia y los tipos procesales para evitar las antinomias que pueden provocarse cuando se modifica una norma procesal, como ocurría en este caso.

Queda atrás, entonces, el hecho de que al no existir una norma sustantiva para la represión de los actos desleales y la imposibilidad de que sea ese contenido asumido por una norma procesal, teóricamente quedarían desprotegidos el mercado, los competidores y consumidores; sin embargo, aunque se supera técnicamente este vacío con la norma actual, a nuestro juicio continúa siendo insuficiente para reprimir actos de competencia desleal.

Ahora bien, el hecho de que se establezca “ante el tribunal que corresponda, en los términos y procedimientos establecidos en la legislación vigente”, si bien

29 Sentencia del Juzgado de Primera Instancia No. 8 de Madrid, de 30 de diciembre de 1993, Caso “Veneno en la piel” donde desestima todas las acciones solicitadas contra ambas codemandadas, –una compañía publicitaria y una compañía de promoción y ventas de prendas de vestir–, por carecer la demandante –que se trata de una cesionaria en exclusiva de los derechos de explotación sobre un fonograma, del cual las codemandadas hicieron uso, en lo que respecta a la obra musical “Veneno en la piel” como eslogan para una campaña publicitaria–, de la *legitimatío ad causam* por “falta de relación de competencia”. Sobre esto, se puede consultar a FONT GALÁN, JUAN IGNACIO. “La crisis de la relación de competencia como presupuesto técnico de aplicación de la cláusula general de la competencia desleal”. *Revista de la Facultad de Derecho de la Universidad Complutense*, Madrid, 1987, p. 254.

30 Sobre esto se puede consultar VÁZQUEZ DE ALVARÉ, DÁNICE, *op. cit.*, p. 165.

puede ser viable para el momento en que sea modificada la legislación procesal en Cuba, requiere ahora mismo de algunas consideraciones:

¿Cuál sería el tribunal competente, la Sala de lo Civil o la Sala de lo Económico? Ya es conocida nuestra posición a favor de la posibilidad de que técnicamente estos procesos sean llevados a la Sala de lo Económico. El contenido económico no viene dado por la materia sino porque la reclamación es cuantificable; el contenido de la relación jurídica no es propiamente civil, por ejemplo, un derecho de consumo, sino que es una relación económica porque el orden económico no se limita a lo patrimonial sino que tiene lugar en la esfera productiva, de comercio, de servicios.

Si además analizamos que la naturaleza económica viene dada por los sujetos involucrados, queda claro que en competencia desleal los actores son sujetos económicos, pudiendo entonces interpretarse que el inciso a) del artículo 11 se refiere correctamente a “los intereses económicos” de las personas naturales y jurídicas que intervienen en el mercado, como aquellos legitimados para la interposición de demandas.

Creemos fuertemente que una protección eficaz en Cuba contra los actos desleales, a fin de proteger no solo a la industria nacional sino también a la inversión extranjera, lo sería con una ley especial sobre represión de la competencia desleal, para lo que se necesita voluntad legislativa por intervención estatal, reforzando con dicha ley la protección de los activos intangibles³¹.

Si, luego del estudio doctrinal, realizamos un análisis de las legislaciones en materia de competencia desleal, queda claro que la tipificación de estos actos en este tipo de legislaciones va más allá de la protección de la información no divulgada, razón por la que consideramos que la joven regulación promulgada en Cuba es insuficiente para proteger a los consumidores, competidores y al mercado con respecto a los actos de competencia desleal.

III. ESTUDIO DE CASOS EN CUBA

Con las nuevas formas de gestión que se desarrollan en Cuba³² han aparecido, a nuestro juicio, actos de competencia desleal que pudieran tipificarse como actos de aprovechamiento injusto del esfuerzo ajeno: imitación, confusión y engaño.

Un estudio de terreno realizado entre los años 2017 y 2020 ha arrojado el uso de los signos distintivos que abajo se mencionan y que, a nuestro juicio, pudieran considerarse como infracción de derechos para aquellos que están registrados en

31 VÁZQUEZ DE ALVARÉ, DÁNICE, *op. cit.*, pág. 170.

32 Nos referimos esencialmente al trabajo por cuenta propia y a las cooperativas no agropecuarias, que concurren junto con el sistema estatal en el mercado. En el caso del cuentapropismo, a nuestro juicio pasó a ser una nueva opción de empleo en el país a partir del año 1993, aunque desde mucho antes estaba autorizado el desempeño de ciertas actividades por cuenta propia, a pequeña escala, según lo estableció el Decreto ley 14 de 1978 publicado en la *Gaceta Oficial Ordinaria* del 7 de julio de 1978, p. 261.

Cuba, y considerarse como acto de competencia desleal en muchos casos por imitar y aprovechar la reputación o prestigio ajeno.

Aunque la imitación es un acto que se realiza contra el competidor, y en la investigación de terreno realizada la mayoría de las marcas registradas que son usadas por personas diferentes a sus titulares no se comercializan en Cuba por su legítimo titular, creemos que al tratarse el uso por terceros de esas marcas en Cuba de una reproducción servil (falsificación) o de una combinación de los elementos distintivos esenciales con rasgos diferentes, sí se tipifica el acto de imitación, ya que logra atraer al consumidor por la notoriedad de la marca reproducida.

En la investigación de terreno encontramos lo siguiente:

La denominación Betty Boom y diseño para servicios de cafetería³³, imitando la marca Betty Boop³⁴, animado muy conocido y exitoso.

La denominación Habana Station para servicios de cafetería, un establecimiento en el municipio de Playa con la denominación Habana Station y otro, en el municipio de Centro Habana, con la denominación Havanastation Café, imitando a la marca Habanastation³⁵, título del conocido filme cubano dirigido por Ian Padrón.

La denominación “Fresa y Chocolate” para servicios de cafetería³⁶, imitando *Fresa y Chocolate*³⁷, título del multipremiado filme cubano dirigido por Juan Carlos Tabío y Tomás Gutiérrez Alea.

El diseño de la marca Kitty para identificar establecimientos de venta de productos varios, imitando la marca Hello Kitty³⁸, marca notoria a nivel mundial.

33 En el sitio web TripAdvisor apareció el siguiente comentario: “¿Has estado en Cafetería Betty Boom? Comparte tu experiencia”. “Buena opción en Playa. El espacio es abierto, y cuenta con un servicio eficiente formado por chicas al estilo Betty Boop. Eso sí: para comer, la especialidad son las hamburguesas. Cuenta también con carne y pizzas”. 23 de febrero de 2017.

34 Betty Boop es un personaje de dibujos animados que apareció en la serie *Talkartoon*, producida por Max Fleischer (Fleischer Studios) y lanzada por la Paramount Pictures. Por su abierta sexualidad, Betty Boop tuvo mucho éxito en el cine. Fue el primer dibujo animado de una chica *flapper* e hizo su primera aparición el 8 de agosto de 1926. No está registrada como marca en Cuba.

35 El titular en Cuba de la marca Habanastation es Ian Padrón Durán, para amparar servicios en las clases 35, 41 y 43. Tomado de www.ocpi.cu. Este largometraje de ficción es protagonizado por niños y refleja la experiencia de dos niños, compañeros de aula, pero de distintas clases sociales. La cinta fue premiada en varios festivales.

36 Aunque existe el Centro Cultural Cinematográfico Fresa y Chocolate, gestionado por el Estado, también existen cafeterías con ese nombre que han sido replicadas en el sector no estatal utilizando la misma denominación.

37 Este largometraje de 1993 trata los prejuicios homofóbicos en determinada época en Cuba. La cinta fue premiada en varios festivales y obtuvo el premio Goya a la mejor película iberoamericana.

38 Hello Kitty es un personaje ficticio producido por la compañía japonesa Sanrio y que ha sido durante mucho tiempo la más popular de esta compañía. Fue diseñada por Yuko Shimizu y el primer producto un monedero de vinilo. Se lanzó en Japón en 1974 y en los Estados Unidos en 1976. Tras el primer diseño realizado por Shimizu, Yuko Yamaguchi se convirtió en la diseñadora oficial de Hello Kitty y lleva más de veinte años diseñando todo tipo de productos, accesorios y complementos de Hello Kitty.

El personaje es una gata con moño blanco con forma antropomorfa muy geométrica, con un distintivo lazo u otra decoración en su oreja izquierda. En 1976 obtuvo derechos de autor y actualmente es una marca conocida internacionalmente. La línea de Hello Kitty

El diseño de la marca Apple para distinguir establecimientos que prestan servicios de reparación de teléfonos celulares, diseño utilizado a lo largo del país, en todos los casos en establecimientos no estatales que se hacen distinguir imitando el diseño de la manzana de la marca Apple y su diseño³⁹. Entre las modalidades del uso –a nuestro juicio ilícito– de esta marca, también hemos encontrado la marca DaironCel y su diseño para amparar servicios de reparaciones de teléfonos celulares que reproduce el diseño de la manzana de Apple en la A de la denominación Dairon, en la ciudad de Santiago de Cuba.

La denominación de la marca Presidente para amparar servicios de restaurantes, en el municipio de Plaza, imitando la denominación Presidente de la marca registrada Hotel Presidente y su diseño⁴⁰ a nombre del Grupo Empresarial Hotelero Gran Caribe S. A.⁴¹.

La denominación Momo, con un diseño en la M que reproduce la M de la renombrada marca McDonald's⁴², para amparar servicios de cafetería en el municipio de Plaza y de la marca McCesar La Familia y su diseño, con idéntico diseño de la M de McDonald's, para servicio de restaurantes en el municipio de Cotorro, en La Habana, ambas imitando el diseño de la M de McDonald's.

genera unos 250 millones de euros anuales por la venta de licencias. No está registrada como marca en Cuba, pero existe un evidente aprovechamiento de la reputación de este signo.

39 Apple Computer Inc es el titular en Cuba de la marca Apple y diseño para productos de la clase 9 internacional a saber: computadoras, equipamiento periférico para computadora; medios de computadoras varios como discos y cintas magnéticos, aparatos de instrumentos de telecomunicación y *software* para computadoras que incluyen programas de computadoras grabados sobre chips, discos y cintas. También está registrada en Cuba para otras clases de servicios como la 36, 38 y 42. Tomado de www.ocpi.cu

La marca de Apple ha sido representada por la icónica manzana mordida. Se trata del logotipo diseñado por Ronald Wayne, quien dibujó a tinta a Isaac Newton leyendo sentado a la sombra de un manzano y debajo de una manzana a punto de caerle sobre la cabeza.

En el periodo relativo entre 1998 y 2018 Apple ha cambiado en varias ocasiones su logo. Pasó de una manzana azul a una manzana en color negro. Después la compañía introdujo ligeros cambios de diseño con líneas en diagonal atravesando la manzana y algunos destellos grisáceos.

40 Marca registrada en Cuba para amparar servicios de educación, formación, esparcimiento, actividades deportivas y culturales en la clase 41; servicios de alimentos y bebidas, hospedaje temporal, en la clase 43, y servicios médicos, servicios veterinarios, cuidado de higiene y de belleza para personas y animales, en la clase 44. Tomado de www.ocpi.cu

41 Esta entidad aparece también en la base de datos de la Oficina Cubana de la Propiedad Industrial (OCPI) como solicitante del Rótulo de Establecimiento HP Hotel Presidente para los servicios de hotel, restaurante, cafetería y bar; servicios de gerencia administrativa de hoteles; servicios de entretenimiento, entre otros. Tomado de www.ocpi.cu

42 McDonald's Corporation es el titular en Cuba de la marca McDonald's para amparar bebidas no alcohólicas, siropes y otras preparaciones para hacer bebidas, en la clase 32; servicios brindados o asociados con operar y franquiciar restaurantes y otros establecimientos o instalaciones relacionados con el suministro de alimentos y bebidas preparadas para el consumo y venta de alimentos para llevar, en la clase 35; diseño de restaurantes, establecimientos e instalaciones en la clase 42 y preparaciones de alimentos para llevar de la clase 43. Tomado de www.ocpi.cu

McDonald's, es una de las cadenas de restaurantes más grandes del mundo, con su marca registrada en otras clases y que atiende a más de 60 millones de clientes a diario. Tiene más de 35.000 restaurantes en más de 110 países.

La denominación Perla Negra y su diseño para distinguir el servicio de restaurantes en el municipio de Diez de Octubre, en La Habana, reproduciendo el diseño del conocido filme *Piratas del Caribe*⁴³.

Las letras UFC y su diseño para amparar servicios de restaurante, cafetería y salón de belleza en el municipio de Habana del Este, en La Habana, reproduciendo de forma idéntica las siglas UFC⁴⁴.

La denominación Popeye para distinguir servicios de gimnasio⁴⁵ en el municipio de Plaza, en La Habana, reproduciendo la denominación del conocido personaje de los dibujos animados Popeye⁴⁶. También fue encontrada, en la búsqueda en la base de datos de la Oficina Cubana de la Propiedad Industrial, una solicitud presentada por una persona natural cubana para registrar el rótulo de establecimiento Popeye para amparar servicios de cafetería, bar y restaurante⁴⁷.

43 *Piratas del Caribe* es el título de una cinta cinematográfica de Walt Disney Pictures. La saga Piratas del Caribe cuenta con varias partes en las que se hace referencia a El Perla Negra, uno de los mejores barcos, el barco más veloz de todos los mares. Las películas siguen las aventuras del ficticio pirata Jack Sparrow, el herrero Will Turner y la aristócrata Elizabeth Swann.

44 Zuffa LLC. es una empresa especializada en las artes marciales mixtas fundada en enero de 2001 en Las Vegas, entidad matriz de la Ultimate Fighting Championship (UFC), solicitante en Cuba de las marcas UFC y UFC Gym para amparar los productos y servicios en las clases 25, 28 y 41. Entre los productos de la clase 28 se encuentran: máquinas de ejercicios; equipo de ejercicio accionado manualmente; pesas de ejercicio; barras de ejercicios; bancos de ejercicio; equipos y accesorios para ejercicios y mantenimiento físico, a saber, alfombrillas personales para ejercicio y guantes para ejercicio; equipo para boxeo y artes marciales mixtas, a saber: guantes de bolsa, guantes de artes marciales mixtas, guantes de boxeo, guantes y manoplas de entrenamiento, manoplas para golpear, espinilleras, entre otros. Tomado de www.ocpi.cu

La Ultimate Fighting Championship (UFC) fue lanzada en 1993 y es el promotor más grande de artes profesionales mixtas: una combinación de karate, jiu-jitsu, boxing, kickboxing, agarres, lucha libre, sumo y otros deportes de combate. El logotipo y su arquitectura, y las firmas de marca del nuevo diseño, que incluyen un sistema de pestañas adaptables utilizadas en todas las propiedades de UFC, será especialmente importante en el marketing y material promocional que sirven para distinguir los eventos Pay-Per-View (PPV) de emisión y los exclusivos de UFCFIGHTPASS.COM

45 Se promociona de la siguiente forma: "La Spinaca d' Popeye es el lugar apropiado para elegir el tipo de ejercicio físico que usted desea incorporar a su rutina diaria por un precio módico. Aquí se ofrecen variados servicios, todos orientados por personal calificado y con experiencia en entrenamiento con aparatos de fuerza, spinning, TRX, crossfit, fitwall, atención personalizada, stretching, etc., en un local amplio y agradable situado en una céntrica avenida de fácil acceso".

46 Popeye el Marino es un personaje de tiras cómicas y de cortometrajes de dibujos animados. Fue creado por Elzie Crisler Segar y apareció por primera vez en la tira cómica *Timble Theatre* de King Features Syndicate, en la edición del *The New York Evening Journal* del 17 de enero de 1929. En la mayoría de sus apariciones, Popeye es caracterizado como un marinero independiente con una peculiar forma de hablar y reír, músculos de los antebrazos muy desarrollados, con tatuajes de ancla en ambos y una omnipresente pipa de caña de maíz en su boca.

47 A nuestro juicio, debido a la notoriedad del personaje de dibujos animados, esta solicitud debe ser denegada por el examinador cubano.

La denominación Mr. Toyo y su diseño⁴⁸ para amparar servicios de reparación de celulares en el municipio de Diez de Octubre, en La Habana, cuyo diseño imita al conocido Minions⁴⁹.

La denominación Aló Aló y su diseño para amparar el servicio de reparación de celulares en Playa, en La Habana, que reproduce la denominación y colores de Aló⁵⁰.

Bajo la denominación Doctores del Celular y su diseño para amparar los servicios de reparación de celulares en el municipio Plaza, en La Habana. En este caso se utiliza como diseño la imagen de la conocida marca Super Mario reproduciendo la cara de Super Mario⁵¹.

La denominación Cocinita del Medio y su diseño para amparar servicios de cafetería en el municipio de Plaza, en La Habana, imitando parte de la denominación La Bodeguita del Medio o como es también conocida, La B del M, marca cubana notoria en Cuba⁵² y también registrada en otros territorios.

La marca Michelin y su diseño, con dos diseños registrados en Cuba, que son utilizados para distinguir productos de goma en el municipio de Playa, en La

48 Se promocionan como: servicio especializado con fines electrónicos.

49 Los Minions son pequeños enanos amarillos a los que les encantan las frutas, pero sus favoritas son las bananas; tienen forma de píldora de color amarillo que han existido desde el principio del tiempo, como evolución de organismos unicelulares con un solo propósito: servir al villano más despreciable de la historia. Estas adorables criaturas son las protagonistas de la película animada a la cual dan nombre, producida por Illumination Entertainment como *spin off* de la saga de películas *Mi Villano Favorito*. Universal City Studios LLC. aparece como solicitante de la denominación “Minions the Rise of Gru”, para amparar productos en clases 9 y 28. Entre los productos solicitados se encuentran: juguetes, juegos, a saber: figuras de personajes de acción y sus accesorios, juguetes para el baño, cometas, juegos de mesa, bloques de construcción de juguete, juegos de destreza de acción, juegos de manipulación, juegos de tiro al blanco, sets de soplador y líquido para hacer pompas de jabón, juguetes de actividades múltiples para niños, máscaras de disfraz, juguetes mecánicos, entre otros. Tomado de: <https://www3.wipo.int/branddb>

50 Aló, operador móvil virtual que se lanzó bajo Telcel en México. Para más información consúltese www.xataka.com.mx

51 Mario es un personaje ficticio en una popular franquicia de videojuegos publicado y producido por Nintendo. La franquicia también incluye otras formas de medios de comunicación que incluyen una serie de televisión y una película. Bien conocida es la serie *Super Mario*, con las aventuras de Mario en el mundo ficticio del Reino Champiñón. Analistas sugieren que hacia 2012 la franquicia de Mario era valorada en más de 10 mil millones de dólares. La licencia se ha usado en más de 200 juegos de varios géneros, entre los que se encuentran: juegos de Super Mario, Mario Sports, Mario Kart y Mario Party, los que han vendido más de 856 millones de copias que lo hacen la franquicia de videojuegos de mayor éxito de ventas en todo el tiempo. Al no existir un registro de esta marca en Cuba, a nuestro juicio se evidencia un acto de competencia desleal, por tratarse de un signo notorio.

52 Esta marca fue registrada inicialmente por el Grupo Hotelero Gran Caribe S.A. para amparar productos en la clase 33 para bebidas y licores que excluyen cervezas y en la clase 43 para servicios de restaurantes, bar y cafetería, y según consulta a la base de datos de la Oficina Cubana de la Propiedad Industrial en www.ocpi.cu (consulta realizada por Leonel Ramos Ambou en abril del 2021), también se encuentra registrado en otras clases, actualmente a nombre de la Empresa Extrahotelera Palmares S. A. y es considerado como un restaurante sui generis, muy visitado por turistas, quienes de alguna forma dejan constancia de su paso por dicho restaurante.

Habana, que reproducen de forma idéntica la marca Michelin y sus dos diseños registrados en Cuba⁵³.

La marca Subway y su diseño, con un diseño que constituye la cara de un cerdo, para distinguir servicios de cafetería en la ciudad de Santiago de Cuba, que reproduce la denominación de la marca registrada Subway⁵⁴ en Cuba.

La denominación Waka Waka⁵⁵ y su diseño para amparar servicios de cafetería, pizzería, restaurante, en el municipio de Playa, en La Habana. En este caso se utiliza parte de la letra de la canción "This time for Africa", popularizada por la cantante Shakira⁵⁶.

La denominación Chanel Chanel para amparar servicios de peluquería en el municipio de Centro Habana, en La Habana, reproduciendo la marca Chanel⁵⁷ registrada en Cuba.

La denominación Pizza Gorda y su diseño⁵⁸ para amparar servicios de cafetería en el municipio de Plaza, en La Habana, que reproduce en el diseño el de la marca registrada en Cuba Pizza Hut⁵⁹.

53 Esta marca está registrada en Cuba por la compañía francesa Compagnie Generale des Etablissements Michelin y se registró inicialmente para los productos y servicios en clases 1, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 14, 16, 20, 21, 24, 25, 26, 28, 34, 35 y 38. Tomado de www.ocpi.cu Michelin es principalmente un fabricante de neumáticos. Fundada en 1889 por Francisco Michelin, con el desarrollo de neumáticos de bicicleta, es el más importante del mundo junto con Bridgestone. La empresa francesa tiene participación en diversas categorías de automovilismo, principalmente en el campeonato del mundo de motociclismo y el campeonato mundial de rally. La mascota de esta compañía es llamada Bibendum, un personaje de color blanco que está formado por muchos neumáticos.

54 Subway IP LLC. es el titular en Cuba de la marca Subway, registrada para servicios de restaurantes, incluidos en la clase 42. Tomado de www.ocpi.cu

Subway es una cadena de restaurantes de comida rápida especializada en la elaboración de sándwich submarino y bocadillos, ensaladas y pizza por ración. Cuenta con más de 44.852 establecimientos repartidos por 112 países desde el 11 de septiembre de 2016, lo que la convierte en la mayor franquicia del mundo en número de establecimientos y en el segundo grupo de restauración más grande, solo por detrás de Yum! Brands.

55 También título de la canción de la Copa Mundial de Fútbol Sudáfrica 2010.

56 Se menciona que los derechos sobre esa canción fueron vendidos a Hipgnosis Song Fund por la cantante Shakira. Para más información consúltese www.bbc.com

57 Chanel S. A. es el titular en Cuba de la marca del mismo nombre, registrada para los productos y servicios en numerosas clases, que suman más de 30 clases del clasificador internacional de Niza. Para más información, consúltese <https://www3.wipo.int/branddb>

La marca Chanel, fundada en París por Coco Chanel en 1910, es uno de los nombres más reconocidos dentro de la moda de alta costura, especializándose en diseñar y confeccionar artículos de lujo, como indumentaria de alta costura, bolsos, perfumes y cosméticos, entre otros. En la actualidad, Chanel tiene boutiques alrededor del mundo en exclusivos distritos comerciales y realiza sus desfiles en las más importantes capitales de la moda. Los artículos Chanel llevan el logotipo de la doble C.

58 El diseño de la marca Pizza Gorda es idéntico al de Pizza Hut, conocida cadena de restaurantes de comida rápida subsidiaria del grupo Yum! Brands. Es conocido por su menú italoamericano de cocina que incluye pizza y pasta, así como guarniciones y postres. La empresa cuenta con más de 14.100 lugares en 100 países.

59 Pizza Hut International LLC es el titular en Cuba de la marca Pizza Hut, registrada para los productos y servicios en las clases 29, 30, 39 y 43. Tomado de www.ocpi.cu.

La denominación Dino’s Pizza⁶⁰ y su diseño para amparar servicios de cafetería en el municipio de Plaza, en La Habana, que imita a Dino’s Italia Pizzería⁶¹.

La denominación m&m⁶² y su diseño para servicio de cafetería en el municipio de Centro Habana, en La Habana, que imita la notoria marca de confituras m&m⁶³.

La denominación La Q, Evita del Medio y su diseño⁶⁴ para servicio de cafetería y restaurante en la provincia de Camagüey.

La denominación Havana Blues con el eslogan “La escena a la mesa”⁶⁵ para amparar servicios de restaurante en el municipio de Plaza, en La Habana.

En las áreas destinadas a la venta de los trabajadores por cuenta propia en el municipio de Centro Habana, en La Habana, se encuentran artículos de ropa, calzado y carteras con las marcas Fila⁶⁶, Adidas⁶⁷, D&G⁶⁸,

60 La Empresa Extrahotelera Palmares S. A. es la titular en Cuba de la marca Dinos Pizza, registrada para servicios de cafetería, restaurantes y bares de la clase 42 de la Clasificación Internacional de Niza. Tomado de www.ocpi.cu

Dinos Pizza se especializa principalmente en la venta de comida italiana y cuenta con diversas locaciones en Cuba.

61 La denominación Dino’s imita a la Dino’s Italia Pizzería para servicio de pizzería. Esta marca también se comercializa en un establecimiento en Suiza.

62 Este diseño imita las conocidas confituras m&m.

63 Mars Incorporated es la titular en Cuba de la marca m&m’s, registrada para productos en la clase 30. La empresa Mars Incorporated es un fabricante mundial de alimentos: alimento para mascotas y otros productos alimenticios fundada en 1911 y está catalogada como la sexta mayor compañía de capital privado en Estados Unidos, según Forbes. La marca m&m’s está entre sus marcas más famosas –sabrosos pequeños pedazos de chocolate con leche revestidos de azúcar–, populares en muchos países alrededor del mundo.

64 En este caso, el diseño es sugerente y fonéticamente es idéntico a La Cueva, conocido establecimiento de venta popular en Cuba. La denominación está fusionada con La Bodeguita del Medio, conocida marca para servicio de restaurantes.

65 Con una creatividad inigualable, el establecimiento recrea la película *Habana Blues* y entre la ciudad, el azul, el mar y la música es posible degustar de una comida especial y sorprenderse cuando un actor o actriz, además de servirle, se desdobra en un monólogo, un poema, un fragmento de una obra de teatro o una canción. *Habana Blues* se convierte en el vehículo perfecto para llevar la escena a la mesa, un sitio donde artistas de primera línea, amigos de la casa, lo reciben para que viva una experiencia de cine. *Habana Blues* es una película hispano-cubana del año 2005, grabada en La Habana y dirigida por Benito Zambrano, director español. La cuestión del uso del título de una película para el servicio de restaurante no es en sí misma una infracción, pero sería interesante determinar si la recreación de la película en el restaurante pudiera constituir una infracción en el título de conjunto con la obra.

66 La marca Fila fundada en el año 1911 en Italia es conocida para ropa deportiva, calzado y accesorios deportivos. Desde enero de 2007, la marca global de Fila fue adquirida por Fila Korea, filial que siempre fue independiente, por un monto de 400 millones de dólares, lo que le hace la primera compañía de deportes de Korea. La marca Fila está registrada en Cuba para los productos en clases 3, 5, 14, 16, 18, 24, 25, 28 y 34. Tomado de www.ocpi.cu

67 La marca Adidas pertenece a una compañía multinacional alemana fabricante de calzado, ropa deportiva y otros productos relacionados con el deporte y la moda, además de patrocinadora de eventos y figuras deportivas a nivel mundial. Dicha empresa es la actual titular en Cuba de la marca del mismo nombre, para los productos en clases 3, 9, 14, 18, 25 y 28. Tomado de www.ocpi.cu

68 La marca Dolce & Gabbana es una firma de moda italiana, fundada por Domenico Dolce y Stefano Gabbana. Aunque inicialmente comenzaron diseñando ropa, actualmente la empresa ha diversificado su oferta al diseñar desde complementos y perfumes o incluso restaurantes. Dolce & Gabbana es muy popular por sus diseños entre los artistas de Hollywood; ha diseñado ropa para Madonna, Gisele Bündchen, Monica Bellucci, Ayumi

GG⁶⁹, las cuales imitan las marcas, ya consideradas notorias y, en todos los casos, registradas en Cuba.

También con anterioridad al año 2018 fueron solicitadas en Cuba –por persona diferente a su verdadero titular en el país de origen– y en el transcurso de siete meses, la cifra de 66 marcas notorias⁷⁰, para amparar en total 20 clases de productos y servicios. En algunos casos, los legítimos titulares formularon oposición al registro. Este es un evidente caso de aprovechamiento de la reputación ajena en marcas notorias que no estaban registradas en Cuba, y sobre las cuales el solicitante quería obtener los derechos de registro en el territorio cubano.

IV. CONCLUSIONES

El Decreto Ley 337 “De la protección contra las prácticas desleales en materia de propiedad industrial” no es efectivo para la represión de los actos desleales en el mercado cubano, en tanto que se limita a la protección de la información no divulgada. Se requiere en Cuba –ya reconocida la existencia del mercado en el texto constitucional, así como el trato paritario a los agentes económicos en su ejercicio– crear los mecanismos para la regulación de la competencia y la efectiva represión de los actos desleales.

La regulación cubana debió dejar establecidos los presupuestos constitutivos de la competencia desleal, a saber: la realización del acto en el ejercicio del comercio, la territorialidad de dicho acto y que el acto sea contrario a la buena fe concurrencial.

Una ley especial de competencia desleal en Cuba pondría fin a la inseguridad jurídica existente en la materia y contribuiría al buen desenvolvimiento del mercado, en el que al existir varios oferentes, hay posibilidad de seleccionar productos o servicios. Con el fin de atraer clientela, se evidencia la materialización de actos desleales.

Hamasaki, Isabella Rossellini, Lady Gaga, Britney Spears, Kylie Minogue, entre otras. Dicha marca está registrada en Cuba para los productos y servicios en clases 3, 9, 14, 18, 25, 35, 41 y 43. Tomado de www.ocpi.cu

69 La marca Gucci es una firma de lujo italiana dedicada al diseño y fabricación de artículos de moda, maletas, relojes, perfumes, etcétera. Fue fundada en 1921 por el artesano Guccio Gucci en un pequeño taller de Florencia, Italia. Son los actuales titulares de los derechos derivados del registro de la marca que distingue a esta empresa italiana, siendo registrada para productos y servicios en clases 1 a la 26, 28 a la 39, 41 y 42. Tomado de <https://www3.wipo.int/branddb>

70 Entre las marcas solicitadas se encuentran: Chase y diseño, Capital One y diseño, Quiznos y diseño, Pixar, Royal Caribbean y diseño, Carnival y diseño, JetBlue, diseño de Panama Jack, Badfa y diseño, Office Depot, Cuisinart, Medline y diseño, Medtronic y diseño, Z Zimmer y diseño; para amparar productos y servicios en clases como: clase 36: servicios bancarios, financiación, de agencias, de alquiler; clase 43: reserva de alojamiento, servicio de restaurantes autoservicios, café, cafeterías; clase 39: transporte, organización de cruceros; clase 18: bolsos de viaje, maletas, mochilas; clase 25: vestidos, calzados, sombrerería; clase 30: salsas para pastas alimenticias, condimentos, confitería; clase 35: publicidad, gestión comercial, *marketing*; clase 10: aparatos e instrumentos quirúrgicos, médicos, odontológicos y veterinarios, miembros, ojos y dientes artificiales, material de sutura, artículos ortopédicos. Tomado de www.ocpi.cu

REFERENCIAS

FUENTES DOCTRINALES

- Actas de Derecho Industrial y Derecho de Autor*, tomo XVI, 1994-1995. España: Editorial Marcial Pons.
- BACHARACH DE VALERA, SOL. *La acción de cesación para la represión de la Competencia Desleal*. Madrid: Editorial Civitas, 1992.
- BAYLOS CORROZA, HERMENEGILDO. *Tratado de Derecho Industrial, Propiedad Industrial, Propiedad Intelectual, Derecho de la Competencia Económica, Disciplina de la Competencia Desleal*. Madrid: Editorial Civitas, S. A., 1978.
- BENTATA, GABRIEL. *Essays on Industrial Property and Unfair Competition*. Caracas: Editorial Cotesa, 1984.
- BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, ALBERTO. *Apuntes de Derecho Mercantil*, tercera edición (revisada y puesta al día). Madrid: Editorial Arazandi, 2002.
- BODENHAUSEN, G.H.C. *Convenio de París para la protección de la Propiedad Industrial*. Ginebra: Publicación BIRPI, 1969.
- CABANELLAS, GUILLERMO. *El derecho argentino de la competencia desleal. Crítica y propuesta de reforma, derechos intelectuales*. Ciudad de Buenos Aires: Editorial Astrea de Alfredo y Ricardo de Depalma, Colección auspiciada por ASIPI, 2003.
- CASAJUANA ORTIZ, JOSÉ LUIS. “¿Qué es la competencia desleal?”. En: <https://jlcasajuanabogados.com>, 3 de marzo de 2020 [consultado: 04-04- 2021].
- DUTOIT, BERNARD. “Les nouveaux délits de concurrence ou le droit à la poursuite de son ombre”. En: *Travaux de la Journée d’ étude organisée par le Centre du droit de l’entreprise le 10 mars 1988 à l’ Université de Lausanne*, Suiza, s. e., 1988.
- EUROPEAN COMMISSION, Directorate-General Justice and Home Affairs. Conclusions of the meeting of 30 January 2003 on the fight against counterfeit and pirated products organised under the Forum on Organised Crime Prevention. En: *Directorate B: Fight against crime and terrorism; enlargement, external relations, Unit B: Fight against organised crime*, Brussels, s. e., JAI B2/DF D(2003) 1210, 7 de febrero de 2003.
- FONT GALÁN, JUAN IGNACIO. “La crisis de la relación de competencia como presupuesto técnico de aplicación de la cláusula general de la Competencia Desleal”. *Revista de la Facultad de Derecho de la Universidad Complutense*, Madrid, 1987, pp. 231-254.
- GUYET, JAQUES. “Les actions en Justice”. En: *Travaux de la Journée d’ étude organisée par le Centre du droit de l’entreprise le 10 mars 1988 a l’ Université de Lausanne*, 1988.
- MENÉNDEZ, AURELIO. *La competencia desleal*. Madrid: Editorial Civitas, S. A., 1988.
- MERMILLOD, LUIS. *Essai sur la notion de concurrence déloyale en France et aux Etats Unis*. París, 1954.

- McCARTHY, THOMAS J. *McCarthy's Desk Encyclopedia of Intellectual Property*, Second Edition. Washington, D. C.: The Bureau of National Affairs, Inc.
- OTAMENDI RODRÍGUEZ-BETHENCOURT, JUAN JOSÉ. *Comentarios a la Ley de Competencia Desleal*. Pamplona: Aranzadi, 1994.
- PISKO. Das Kaufmannische Unternehmen. En EIRENBERG (ed). *Handbuch des gesamten Handelsrecht*. Leipzig, 1914, I, 1.
- REDACCIÓN APD. “¿Qué es la Competencia Desleal y cuáles son los aspectos más importantes?”, 6 de abril de 2019. Disponible en: <https://www.apd.es> [consulta: 03-04-2021].
- RIPPE, SIEGBERT. *La concurrencia desleal*. Montevideo: Editorial Amalio M. Fernández, 1970.
- ROUBIER, PAUL. *Le droit de la propriété industrielle*. París: s. e., 1952.
- VÁZQUEZ DE ALVARÉ, DÁNICE. *La crisis de la relación de Competencia como presupuesto para la aplicación de la Ley de Competencia Desleal*. Magister Lvcentinvs, Universidad de Alicante, España, 1999.
- VÁZQUEZ DE ALVARÉ, DÁNICE. *La competencia desleal en el mercado cubano*, edición actualizada. La Habana: Ediciones ONBC, 2017.
- VICENT CHULIÁ, FRANCISCO. *Compendio crítico de derecho mercantil*. Barcelona: Editorial José Ma. Bosch, 1991.
- VIRGÓS SORIANO, MIGUEL. *El comercio internacional en el nuevo derecho español de la competencia desleal*. Madrid: Editorial Civitas, 1993.
- WIRTH, ANDREAS. “La relación de competencia en la Ley de Competencia Desleal”. *Revista General de Derecho*, año L, n.º 595, abril de 1994.

FUENTES LEGISLATIVAS

- Constitución de la República de Cuba. Publicada en la *Gaceta Oficial Extraordinaria* n.º 5 de 10 de abril del 2019.
- Código de Comercio de 1886.
- Ley 62 de 29 de diciembre de 1987, Código Penal, Publicado en *Gaceta Oficial Edición Especial* n.º 3 de 30 de diciembre de 1987.
- Ley 59 de 1988, Código Civil, Publicado en *Gaceta Oficial Extraordinaria* n.º 9 de 15 de octubre de 1987.
- Ley 116 de 2013, Código de Trabajo, Publicado en *Gaceta Oficial Extraordinaria* n.º 29 de 17 de junio de 2014.
- Decreto-Ley 203, De Marcas y Otros Signos Distintivos de 24 de diciembre de 1999, publicado en *Gaceta Oficial Extraordinaria* n.º 3 de 2 de mayo de 2000, año XCVIII.
- Decreto-Ley 291, De protección de las Variedades Vegetales de 20 de noviembre de 2011, publicado en *Gaceta Oficial Ordinaria* n.º 2 de 1 de febrero de 2012, año CX.

- Decreto-Ley 292, De los Esquemas de Trazado de Circuitos Integrados de 20 de noviembre de 2011, publicado en *Gaceta Oficial Ordinaria* n.º 2 de 1 de febrero de 2012, año cx.
- Decreto-Ley 290, De las Invenciones y Modelos y Dibujos Industriales de 20 de noviembre de 2011, publicado en *Gaceta Oficial Ordinaria* n.º 2 de 1 de febrero de 2012 y publicado nuevamente en *Gaceta Oficial Extraordinaria* n.º 24 de 16 de abril de 2012, año cx.
- Decreto-Ley. 310, modificativo del Código Penal y de la Ley de Procedimiento Penal Publicado en *Gaceta Oficial Extraordinaria* n.º 18 de 25 de junio de 2013.
- Decreto-Ley 356 del 2018, Sobre el Ejercicio del Trabajo por Cuenta Propia, publicado en *Gaceta Oficial Extraordinaria* n.º 35 de 10 de julio de 2018.
- Decreto-Ley 337 del 2016, De protección contra las prácticas desleales en materia de Propiedad Industrial, publicado en *Gaceta Oficial Extraordinaria* n.º 40 de 10 de agosto de 2018.
- Decreto-Ley 383, modificativo del Decreto-Ley 356, Sobre el Ejercicio del Trabajo por Cuenta Propia, publicado en *Gaceta Oficial Ordinaria* n.º 85 de 6 de noviembre de 2019.
- Instrucción No. 7/ 2011 del MEP de 18 de noviembre de 2011, Indicaciones a las entidades estatales para la contratación de los productos y servicios de los trabajadores por cuenta propia, publicada en *Gaceta Oficial Extraordinaria* n.º 40 de 21 de noviembre de 2011, año cx. Derogada por el Decreto-Ley 383 del 2019, publicado en la *Gaceta Oficial Ordinaria* n.º 85 de 2019.

