

# ***"La comunicación en los tiempos del Covid-19: una mirada sobre el sector turístico y del entretenimiento"***

***Madrid 4 de febrero de 2021 -10:30***

***Ignacio Temiño Ceniceros***

***Doctor en Derecho***

***Socio de Abril Abogados***



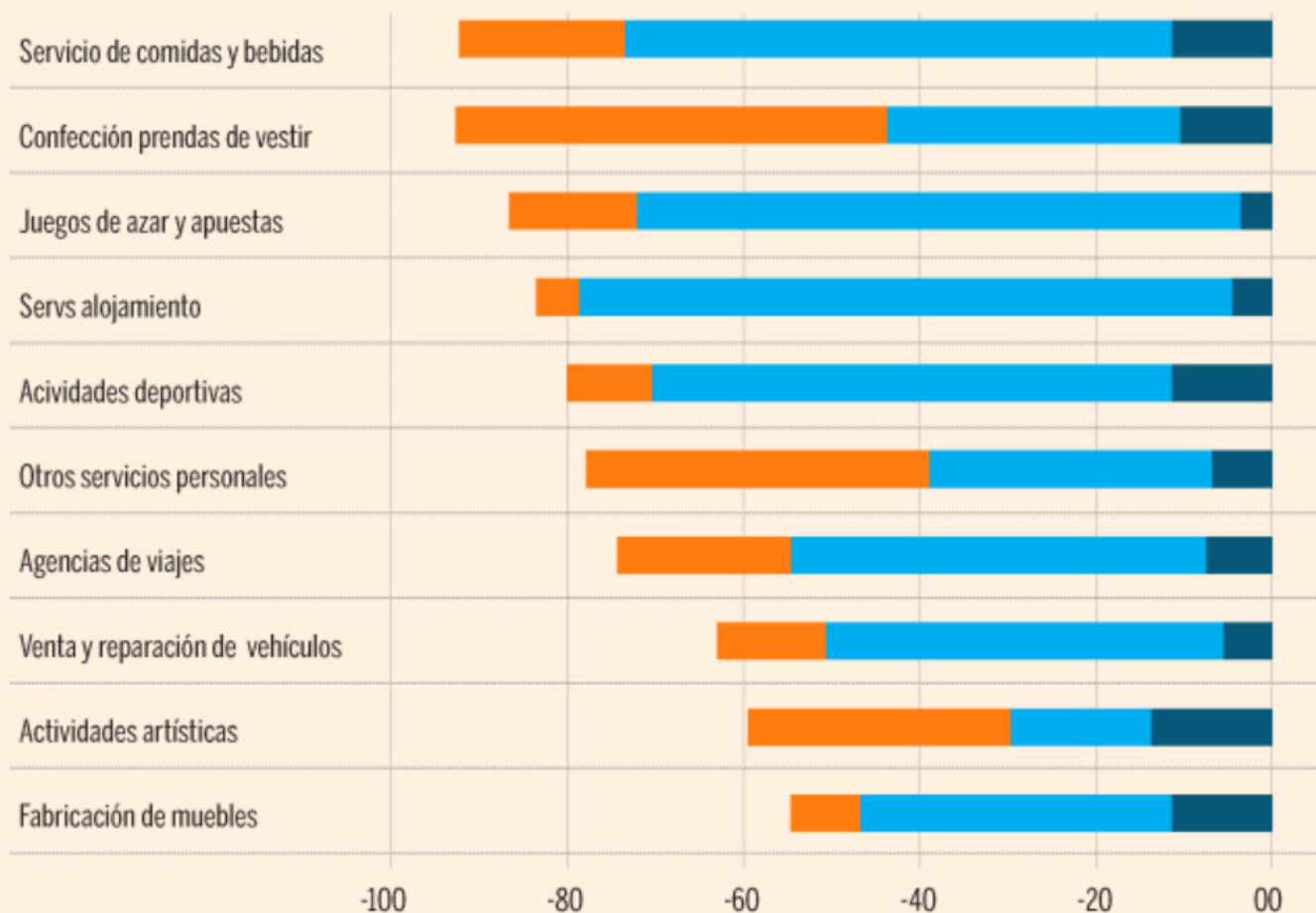
[LA CRISIS DEL CORONAVIRUS >](#)

# El turismo cierra su peor año en medio siglo por la pandemia

La llegada de viajeros internacionales no alcanzará los 20 millones, unos guarismos desconocidos desde finales de los sesenta, con un desplome en ingresos superior al 75%

■ Variación del número de afiliados ■ Trabajadores en un ERTE ■ Autónomos acogidos a la prestación extraordinaria

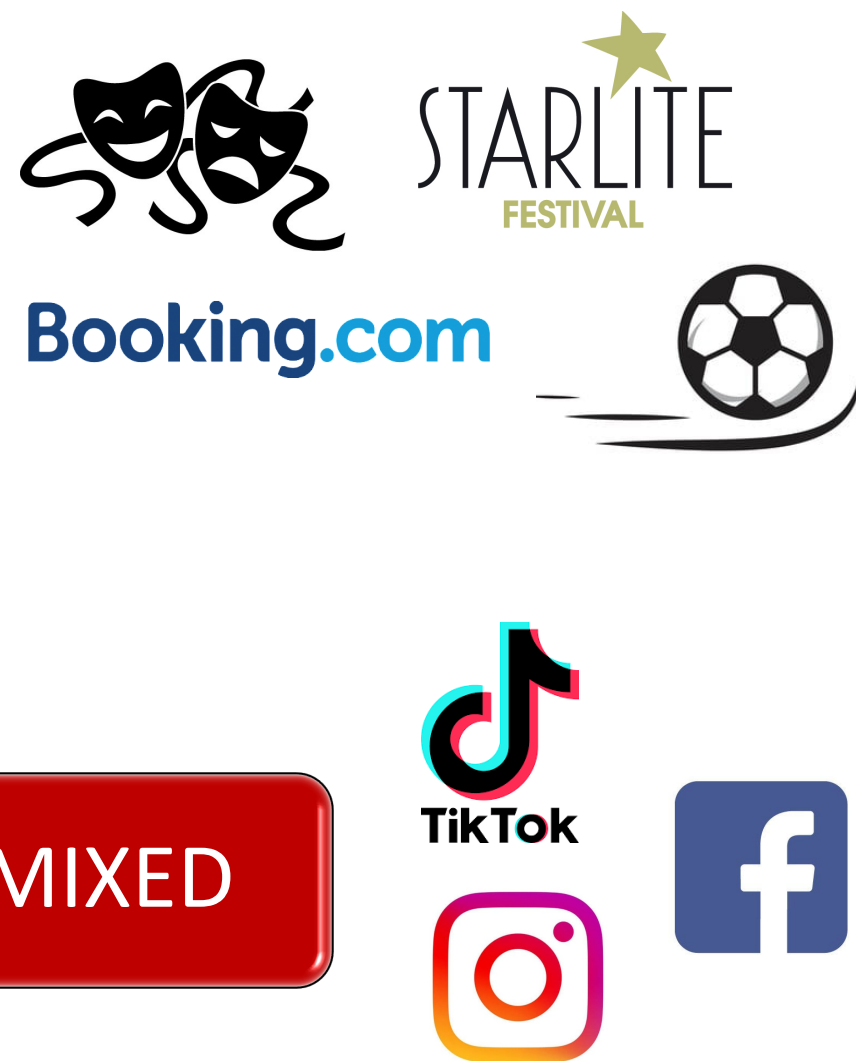
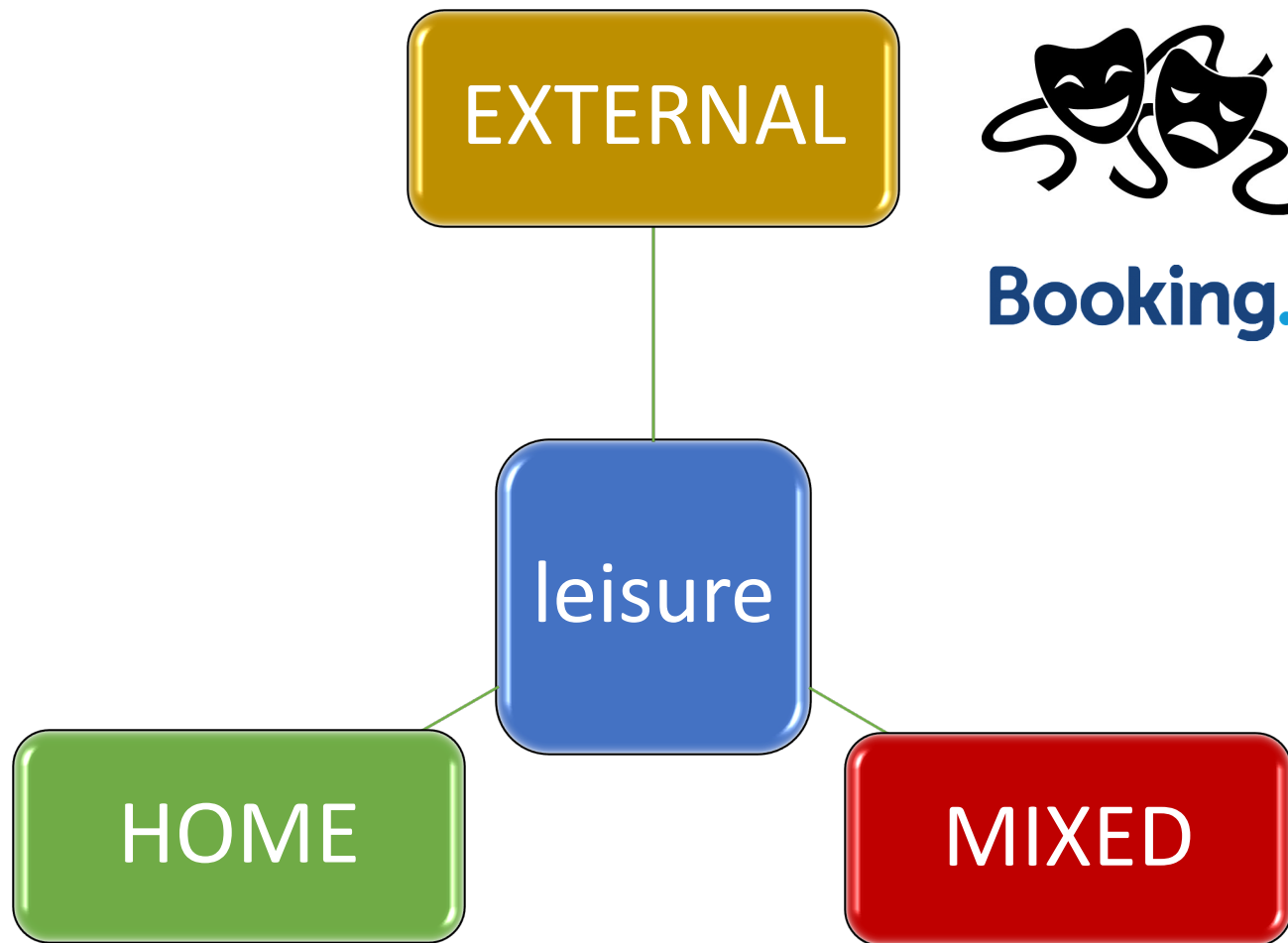
## Los sectores más afectados...



## Un mazazo generalizado

Trabajadores afectados, en % del sector.

Hostelería	-92
Act. artísticas y recreativas	-76
Otros servicios	-58
Comercio	-40
Act. inmobiliarias	-35
Construcción	-32
Act. admin. y serv. auxiliares	-27
Educación	-26
Transporte y almacenamien	-26
Industria	-26







**Hollywood retrasa otra vez grandes estrenos por la covid-19**

**LA MAYOR INDUSTRIA CULTURAL**

## El negocio del videojuego se expande con el virus

- Ante el efecto de la Covid, esta industria marcará un nuevo récord de ingresos en plena transición digital
- [World of Warcraft: Shadowlands](#), el rey del rol online busca nuevos jugadores



**LA CRISIS DEL CORONAVIRUS >**

## Los jugadores de apuestas 'online' crecieron un 58% en las primeras semanas del confinamiento

Consumo defiende que el número de nuevos jugadores se redujo tras la restricción de urgencia de la publicidad y apunta a que la nueva regulación se aprobará en octubre

**“En los últimos meses se han solicitado, a nivel mundial, cientos de marcas con el término COVID”**



La terrible enfermedad que nos está azotando a nivel mundial tiene también otra cara a nivel de oportunidades de negocio. En el terreno de la propiedad industrial e intelectual, lo primero que nos viene a la cabeza son los múltiples desarrollos en el campo de la investigación médico-científica para la lucha, a contrarreloj, contra la pandemia: vacunas, medicamentos, tejidos inteligentes u otros elementos de protección personal. Pero hay otro terreno, a veces oscuro, a veces prosaico, que también gira en torno a la enfermedad.

En los últimos meses se han solicitado, a nivel mundial, cientos de marcas con el término **COVID** como elemento central; decenas más específicas con **COVID19**; y algunas menos, pero igual de relevantes, con términos y frases asociadas al momento que vivimos.

Algunas de denominaciones solicitadas podrían ser tachadas como de mal gusto o inapropiadas. Una pregunta interesante que se debe hacer aquí es:

## ***¿se les puede otorgar protección de marca?***

Cada oficina de PI tomará su propia decisión después de revisar las solicitudes basándose en la regulación aplicable y la práctica local; sin embargo, es posible analizar las marcas solicitadas en base a principios generales que se reflejan en la mayoría de las leyes de marcas en todo el mundo, especialmente las prohibiciones relativas a:

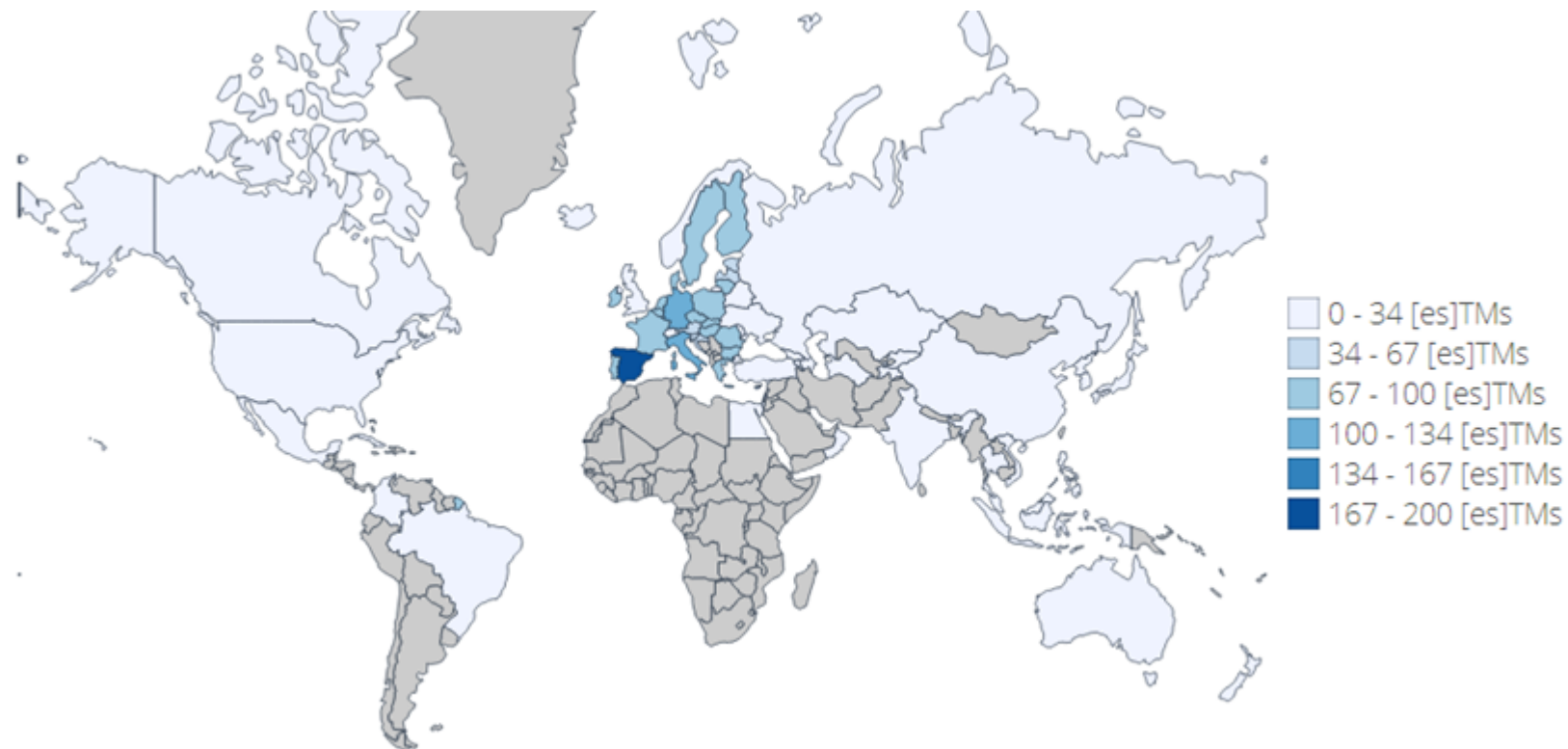
- ***Falta de carácter distintivo;***
- ***Contrarias a la moral y al orden público; y***
- ***Engañosas.***

<https://www.editorandpublisher.com/stories/the-worldwide-surge-in-covid-19related-trademark-applications,178663>



# En el último año se han solicitado aproximadamente 400 marcas “COVID” en los países UE con España claramente a la cabeza

Oficinas	
<input type="checkbox"/> Bulgaria-BPO	2
<input type="checkbox"/> Benelux-BOIP	5
<input type="checkbox"/> República Checa-IPOCZ	17
<input type="checkbox"/> Alemania-DPMA	62
<input type="checkbox"/> Dinamarca-DKPTO	1
<input type="checkbox"/> EUIPO-EUIPO	56
<input checked="" type="checkbox"/> España-OEPM	132
<input type="checkbox"/> Finlandia-PRH	1
<input type="checkbox"/> Francia-INPI	2
<input type="checkbox"/> Grecia-GGE	4
<input type="checkbox"/> Hungría-HIPO	5
<input type="checkbox"/> Irlanda-IPOI	3
<input type="checkbox"/> Italia-UIBM	45
<input type="checkbox"/> Lituania-VPB	2
<input type="checkbox"/> Malta-CD-IPRD	1
<input type="checkbox"/> Polonia-PPO	9
<input type="checkbox"/> Portugal-INPIPT	17
<input type="checkbox"/> Rumanía-OSIM	3
<input type="checkbox"/> Suecia-PRV	1
<input type="checkbox"/> Eslovaquia-SKIPO	4
<input type="checkbox"/> OMPI-WIPO	13







COVID-19



La Ley de Marcas Española permite, de oficio, apreciar si un signo distintivo incurre en algunas de las prohibiciones absolutas que impedirían su registro. Entre ellas, podrían encajar en determinados supuestos las letras f) y g) del art. 5:



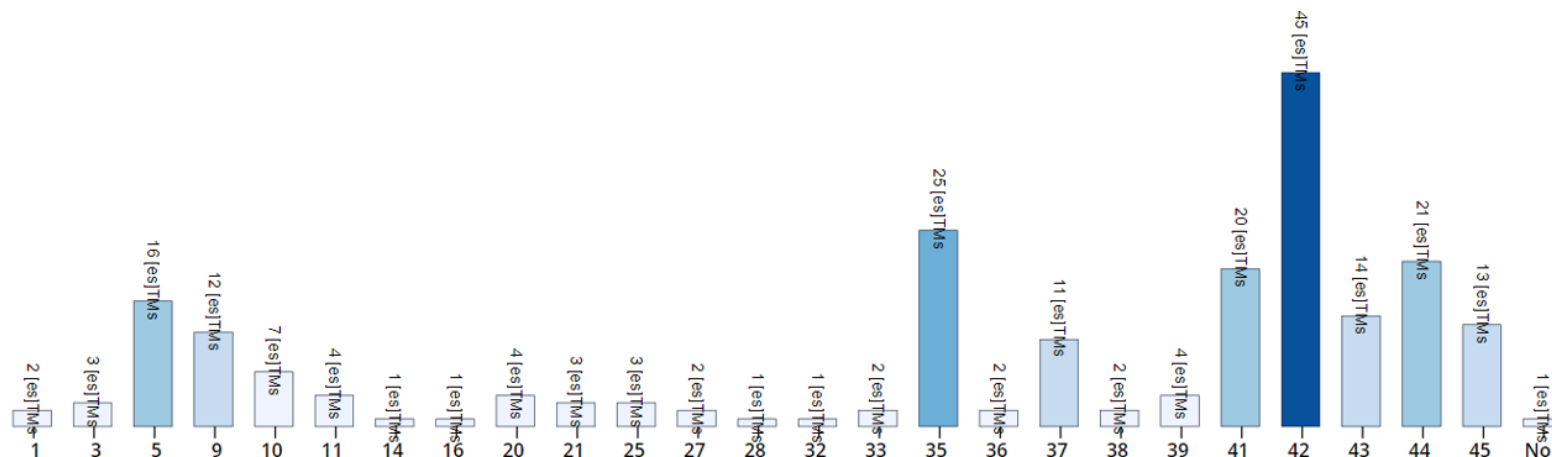
AUTOMÓVIL FREE COVID-19

*f) Los que sean contrarios a la Ley, al orden público o a las buenas costumbres.*



*g) Los que puedan inducir al público a error, por ejemplo, sobre la naturaleza, la calidad o el origen geográfico del producto o servicio.*

## Clases solicitadas:



## Tipos de marcas





## Solicitantes





## Productos y servicios

Lengua: Español (Original) ▾

37 SUMINISTRO DE INFORMACION SOBRE SERVICIOS DE DESINFECCION; SUMINISTRO DE INFORMACION SOBRE LA DESINFECCION DE EDIFICIOS, LOCALES Y ESTABLECIMIENTOS; SUMINISTRO DE INFORMACION SOBRE SERVICIOS DE DESINFECCION DE ARTICULOS, APARATOS E INSTRUMENTOS OPTICOS Y OPTOMETRICOS; SERVICIOS DE DESINFECCION; SERVICIOS DE DESINFECCION DE EDIFICIOS, LOCALES Y ESTABLECIMIENTOS; SERVICIOS DE DESINFECCION DE ARTICULOS, APARATOS E INSTRUMENTOS OPTICOS Y OPTOMETRICOS.

Situación de la marca  
**Solicitud denegada**

Fecha del estado actual de la marca  
03/02/2021

210/260 Número de solicitud  
M4065283

550 Tipo de marca  
Figurativa

551 Clase de marca  
Marca individual

270 Lengua de solicitud  
es

511 Clasificación de Niza  
37

591 Color(es) reclamado(s)  
GRANATE Y NEGRO.

03/02/2021

PUBLIC. DENEGACION DE F.RESOL: 27/01/2021

CAUSAS DEL SUSPENSO DE FONDO: 346

210 **M 4065283 ( 1 )**

731 **CONSEJO GENERAL DE COLEGIOS DE OPTICOS-OPTOMETRISTAS**

740 **González Peces Gustavo Adolfo**

511 **37**

Fecha de suspenso: 30-11-2020

**Defectos o motivos:**

01) La marca solicitada se halla incurso en la prohibición del art. 5.1.g) de la Ley de Marcas (Ley17/2001, de 7 de diciembre) al poder inducir al público a error, ya que el signo solicitado parece una marca de garantía y sin embargo ha sido solicitado como marca individual.]



Imagination Cannot Be Confined  
No se puede confinar la imaginación

Situación de la marca

**Registrada**

Fecha del estado actual de la marca  
14/01/2021

210/260 Número de solicitud  
M4061672

111 Número de registro  
M4061672

550 Tipo de marca  
Figurativa

551 Clase de marca  
Marca individual

270 Lengua de solicitud  
es

511 Clasificación de Niza  
41

591 Color(es) reclamado(s)  
AZUL, VERDE, NARANJA, ROJO, BLANCO Y  
TURQUESA



**COVID-19**

Situación de la marca

**Registrada**

Fecha del estado actual de la marca  
14/10/2020

210/260 Número de solicitud  
M4057498

111 Número de registro  
M4057498

550 Tipo de marca  
Figurativa

551 Clase de marca  
Marca individual

270 Lengua de solicitud  
es

511 Clasificación de Niza  
5, 10



Situación de la marca

**Registrada**

Fecha del estado actual de la marca  
30/11/2020

210/260 Número de solicitud  
N0414121

111 Número de registro  
N0414121

550 Tipo de marca  
Figurativa

551 Clase de marca  
Marca individual

270 Lengua de solicitud  
es

511 Clasificación de Niza  
36



Situación de la marca

**Registrada**

Fecha del estado actual de la marca  
16/11/2020

210/260 Número de solicitud  
M4061290

111 Número de registro  
M4061290

550 Tipo de marca  
Figurativa

551 Clase de marca  
Marca individual

270 Lengua de solicitud  
es

511 Clasificación de Niza  
9, 41

591 Color(es) reclamado(s)  
ROJO, BLANCO, AZUL Y VERDE

## Denegaciones EUIPO

<input type="checkbox"/>	Representación gráfica	Nombre de la marca	Fecha de solicitud	Productos y servicios	Situación de la marca	Oficina de marcas	Número de solicitud
✓ <input type="checkbox"/>	-	CoViDiag	19/05/2020	5, 10	Ended	EUIPO-EU...	018240888
✓ <input type="checkbox"/>		MASK COVID	06/04/2020	9, 10, 35, 42, 44	Ended	EUIPO-EU...	018221656
✓ <input type="checkbox"/>	-	Covid Manager	26/04/2020	9, 10, 38, 39, 42	Ended	EUIPO-EU...	018229595
✓ <input type="checkbox"/>	-	Covid19 Patrol	22/03/2020	25	Ended	EUIPO-EU...	018213555
✓ <input type="checkbox"/>		STOP_COVID - 19 INSTITUTO PARA LA CALIDAD TURISTICA ESPAÑOLA	16/04/2020	35, 36, 39, 41, 42, 43, 44	Ended	EUIPO-EU...	018227015



## Información de la marca

Nombre	CoViDiag
Nº de presentación	018240888
Fundamento de la marca	MUE
Fecha de recepción	19/05/2020
Tipo	Denominativa
Naturaleza	Individual
Clase(s) de Niza	5, 10 ( <a href="#">Clasificación de Niza</a> )
Clasificación de Viena	

Solicitud desestimada



**“Dado que tiene un significado descriptivo evidente, la marca también carece de carácter distintivo y no podrá cumplir su función.”**

Le signe n’a pas été jugé susceptible de recourir dans la mesure où il décrit certaines caractéristiques des produits pour lesquels la protection est demandée. En effet, le consommateur pertinent de langue française et/ou anglaise percevra le signe ‘CoViDiag’ comme indiquant que les produits offerts ont pour but de diagnostiquer la maladie du Covid-19 chez les humains et les animaux. Dès lors, le signe décrit des caractéristiques des produits fournis à savoir leur espèce (produit de diagnostic) et leur destination (le diagnostic du Covid-19).

Dès lors qu’elle a une signification descriptive évidente, la marque est également dépourvue de tout caractère distinctif et ne sera pas apte à remplir sa fonction essentielle qui est de distinguer les produits d’une entreprise de ceux d’une entreprise concurrente.

## Información de la marca

Nombre	MASK COVID
Nº de presentación	018221656
Fundamento de la marca	MUE
Fecha de recepción	06/04/2020
Tipo	Figurativa
Naturaleza	Individual
Clase(s) de Niza	9, 10, 35, 42, 44 ( <a href="#">Clasificación de Niza</a> )
Clasificación de Viena	02.09.25 ( <a href="#">Clasificación de Viena</a> )



Solicitud desestimada



**“El signo no se ha considerado elegible para el registro, ya que el público de la Unión Europea lo percibirá como contrario a los principios morales aceptados, ya que el signo busca obtener un beneficio financiero de la pandemia COVID-19.”**

Le signe n'a pas été jugé admissible à l'enregistrement dans la mesure il sera perçu par le public de l'union européenne comme étant contraire aux principes de moralité acceptés, car le signe cherche à tirer un profit financier de la pandémie de COVID-19, ce qui est universellement reconnu comme un événement tragique, lorsqu'il est utilisé en relation avec des biens et des services qui ne sont pas liés à la lutte contre la maladie COVID-19.

En outre, ce signe décrit certaines caractéristiques des produits qui permettent de lutter contre la COVID-19 ou qui en protègent.

## Información de la marca

Nombre	Covid19 Patrol
Nº de presentación	018213555
Fundamento de la marca	MUE
Fecha de recepción	22/03/2020
Tipo	Denominativa
Naturaleza	Individual
Clase(s) de Niza	25 ( Clasificación de Niza )
Clasificación de Viena	

**Solicitud desestimada**



**“Cualquier intento de obtener un monopolio y explotar comercialmente la expresión "Covid19 Patrol" como distintivo de origen para los bienes de uso diario ofenderá grave y ciertamente la sensibilidad del consumidor europeo medio y sería considerado inaceptable.”**

The Office maintains that the sign Covid19 Patrol would be perceived by the relevant public as being contrary to accepted principles of morality as the sign seeks to gain financial gain from what is universally accepted to be a tragic event. The current pandemic should not be trivialized through the use of terms such as COVID-19 in relation to goods which are unrelated to the fight against the COVID-19 disease.

Any attempt to obtain a monopoly and commercially exploit the expression “Covid19 Patrol” as a badge of origin for everyday goods will certainly and gravely offend the average European consumer’s sensitivity and would be seen as unacceptable.

# El restaurante Casa Sista de Torremolinos se convierte en el primero de Europa en lograr un certificado 'Covid Free'

12-05-2020 Visto por 1414 personas [Opina](#)

 Me gusta 5

 Compartir

## Certificado Protocolo Covid Auditado

### Nuestro Compromiso con la seguridad de sus clientes.

INTEDYA, empresa líder internacional en la gestión de riesgos, pone a disposición de todas las organizaciones el CERTIFICADO "PROTOCOLO COVID 19", como máxima garantía frente al mercado y autoridades del cumplimiento de los estándares y recomendaciones nacionales e internacionales en la lucha contra la pandemia.





## AND-CORONAVIRUS PANDEMIA (AMPLIACIÓN)

# La Junta anuncia un certificado propio y gratuito de seguridad en hostelería



## Sanitat rechaza la creación de un sello "covid free" para comercios por "engañoso"

Consumidores y organizaciones empresariales respaldan la decisión y abogan por otras medidas para garantizar la seguridad sanitaria

## La etiqueta “Covid Free” de restaurantes y hoteles

**“Pueden crear una falsa y peligrosa percepción de seguridad que conduzca a una relajación”**

**- OCU**

### El sello "covid free" y otros timos de la estampita

Desconfía de quien asegura que su bar, hotel o restaurante está libre de coronavirus. Nadie puede garantizar un espacio seguro 100%. Todos quieren tener este reclamo merketiniano, pero es imposible, sencillamente, porque el virus no se ve







## FACUA Andalucía critica que la Junta plantee un sello "Covid free" para el sector turístico

La federación advierte de que este certificado, pedido por el sector, no puede garantizar la seguridad al 100% o que el usuario de un establecimiento esté libre de contagio por Covid-19.

## El peligro de los sellos 'Covid Free'

Irene Pintos

Publicado el 19/06/2020

A la hora de planear las vacaciones de este año, la denominación resulta tranquilizadora, pero que nadie se engañe: no se puede garantizar que un espacio esté libre de coronavirus, al igual que no podría asegurarse que lo esté de gripe o de cualquier otro agente infeccioso. Al menos, no por mucho tiempo.



**Marián García**  
@boticariagarcia



Traducción: se trata del primer restaurante de Europa en demostrar su gran conocimiento de marketing -y escaso de la ciencia- con el vergonzoso sello "Covid Free".



**Antena 3 Noticias** @A3Noticias

Un restaurante de Torremolinos realizará controles de seguridad, analizará las mesas con luz ultravioleta e incluso permitirá que los clientes desinfecten sus teléfonos móviles atres.red/hghwa1

12:51 p. m. · 16 may. 2020



616



Consulta la información más reciente sobre la COVID-19 ...

LA OCU PIDE PROHIBIRLOS

## Sellos 'Covid free': ¿se puede garantizar que un lugar está libre de coronavirus?

Múltiples locales ya lucen un sello que indica que están 'libres de coronavirus', pero, ¿puede realmente garantizarse la seguridad dentro de estos establecimientos? La OCU advierte: generan falsa sensación de seguridad.



Las Comunidades Autónomas podrían imponer multas de 600 a 6.000 euros por cobrar la ilegal «tasa COVID-19»



## Pedimos que se prohíban estos sellos

[OCU ha pedido al Ministerio de Sanidad](#) que prohíba a las empresas de limpieza comercializar y publicitar este tipo de sellos, que dan una peligrosa sensación de seguridad y, al pensar que allí no se va a contagiar, el usuario puede relajar sus medidas de protección. Desde OCU,

## COVID-19 Y CONSUMIDORES



¿Te ha llegado información de productos que curan o previenen la infección o sobre cómo fabricar productos desinfectantes?

Conoces cuáles son tus derechos

### La OMIC te informa:

- ➔ Ten cuidado con las prácticas fraudulentas y actúa con prudencia ante campañas de marketing que dan a entender que un producto puede prevenir o curar la infección.
- ➔ No compres material de protección si no es en una página web de confianza.
- ➔ Denuncia en su plataforma las informaciones falsas o engañosas y rompe las cadenas de reenvío a través de redes sociales. Actúa así en beneficio de todos.
- ➔ Te recomendamos que leas la información complementaria relativa al informe de la Comisión Europea a este respecto.



[www.madrid.es/consumo](http://www.madrid.es/consumo)





## COMMON POSITION OF CPC AUTHORITIES

Stopping scams and tackling unfair business practices on online platforms in the context of the Coronavirus outbreak in the EU



“Following the recent outbreak of the new Coronavirus across the EU, **there has been a proliferation of deceptive marketing techniques on online platforms to exploit consumers’ fears in order to sell products, such as protective masks, detergents or other substances, by falsely claiming that they can prevent or cure an infection with COVID-19.** Consumer Protection (CPC) authorities are currently in state of high alert and will closely cooperate with each other across the EU and with the Commission, as well as other relevant authorities (e.g. health authorities) at the national level, to ensure a prompt response to these deceptive practices and scams.”

[https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/live\\_work\\_travel\\_in\\_the\\_eu\\_consumers/documents/cpc\\_common\\_position\\_covid19.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/live_work_travel_in_the_eu_consumers/documents/cpc_common_position_covid19.pdf)

Consumer Protection Cooperation (CPC) Regulation (EU) 2017/23941 <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:32017R2394&from=EN>  
e-commerce Directive <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:32000L0031&from=EN>

## Lucha contra la desinformación

### Actuación de la UE para hacer frente a la desinformación sobre la COVID-19

La UE está determinada a **proteger a las sociedades, los ciudadanos y las libertades contra las amenazas híbridas**, en particular contra la desinformación y la información falsa, tal como se subraya en la Agenda Estratégica para 2019-2024. El objetivo es **mejorar la cooperación** para detectar, prevenir y combatir los ataques, **reforzando al mismo tiempo la resiliencia** frente a estas amenazas.

- El Consejo insta a reforzar la resiliencia y a luchar contra las amenazas híbridas, en particular contra la desinformación en el contexto de la pandemia de COVID-19
- Una nueva Agenda Estratégica para 2019-2024 (comunicado de prensa, 20.6.2019)

En el contexto de la creciente difusión de información falsa en relación con el brote de COVID-19, las instituciones de la UE han trabajado para **concienciar sobre los peligros de la desinformación** y promovido el recurso a **fuentes autorizadas**.



Consejo Europeo  
Consejo de la Unión Europea

Además, la UE ha **alentado a las plataformas en línea** a contribuir a la lucha contra las noticias falsas y otros intentos de desinformación eliminando los contenidos ilegales o falsos. Entre otras cosas, esto se ha traducido en la **investigación**, desde el principio de la pandemia, **de más de 3,4 millones de cuentas de Twitter sospechosas** que participaban únicamente en conversaciones sobre el coronavirus.

- Combatir la desinformación sobre el coronavirus (Comisión Europea) [🔗](#)



ES español

Buscar

Inicio > Vivir, trabajar y viajar en la UE > Respuesta al coronavirus > Lucha contra la desinformación

## Lucha contra la desinformación

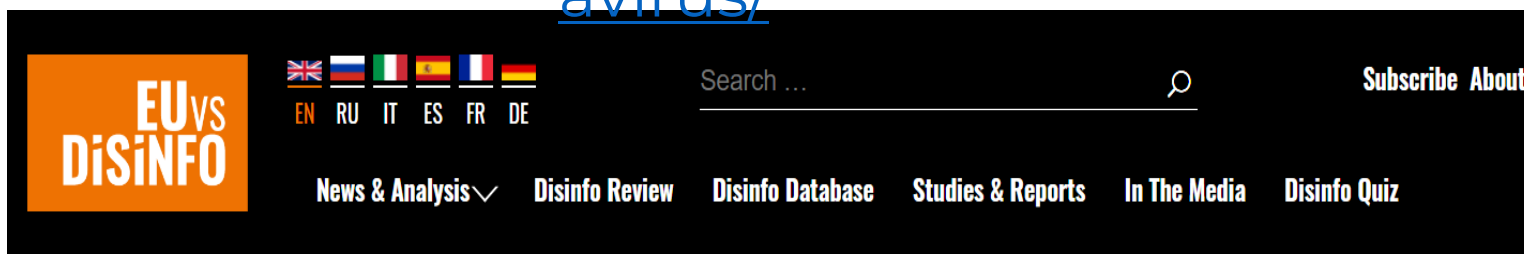


Prolifera la desinformación sobre el coronavirus. Es importante informarse solamente a partir de fuentes autorizadas.

Le sugerimos que siga las recomendaciones de las [autoridades sanitarias de su país](#) y los sitios web de la UE y de las organizaciones internacionales pertinentes: la [ECDC](#) y la [OMS](#). También puede aportar su contribución evitando compartir información no verificada que proceda de fuentes dudosas.

La lucha contra la desinformación es un esfuerzo conjunto en el que participan todas las instituciones europeas. La UE [coopera estrechamente con las plataformas online](#) para animarlas a promocionar las fuentes autorizadas, a degradar los contenidos que hayan sido verificados y resulten ser falsos o engañosos, y a suprimir los contenidos ilícitos que puedan ser perjudiciales para la salud.

<https://euvdisinfo.eu/category/blog/coronavirus/>



# CORONAVIRUS



**THE BATTLE FOR SHOULDERS – WHICH VACCINE SHOULD BE INJECTED?**

FEBRUARY 04, 2021



**TELLING HALF-TRUTHS IS ALSO LYING**

JANUARY 22, 2021



**IT IS ALL IN THE HEADLINE: THE SUBTLE ART OF INFORMATION MANIPULATION**

DECEMBER 21, 2020



The European Commission and the Consumer Protection Cooperation (CPC) Network are now **seeking a firm engagement by on-line platform operators, including online marketplaces, who are active in the EU to take concrete and effective measures to remove illegal marketing campaigns from their websites.** It is also in the interest of platform operators to keep the online environment safe and their users free from the risks posed by illegal commercial practices which may harm EU consumers in a moment where they are most vulnerable due to current events.



## Coronavirus: EU Consumer Protection authorities and the Commission complete checks to protect consumers from scams online

Today, the European Commission and the [Consumer Protection Cooperation Network](#) (CPC Network) published the results of the second high-level screenings on coronavirus scams, carried out in June, following the Commission's [call](#) to fight coronavirus-related misleading products and adverts. This follows on from the high-level [screening of platforms](#) carried out in [May](#). Among 73 checks of major platforms, one-third (23 checks) found a significant number of dubious offers and advertisements.

## Coronavirus: Commission urges online platforms to collaborate and continue fighting consumer scams

Commissioner **Reynders** is today meeting the 11 online platforms participating in the [structured dialogue on tackling online consumer scams](#) related to the coronavirus pandemic, together with consumer protection authorities.

The purpose is to encourage platform operators to reinforce their preparedness to address new scams that could appear during the second wave of the pandemic and to prevent the resurgence of similar scams experienced already. Didier **Reynders**, Commissioner for Justice, said: *"We know from our earlier experience that fraudsters see this pandemic as an opportunity to trick European consumers. We also know that working with the major online platforms is vital to protect consumers from their illegal practices. Today I encouraged the platforms to join forces and engage in a peer-to-peer exchange to further strengthen their response. We need to be even more agile during the second wave currently hitting Europe."* Following the adoption of a [common position](#) by Member States' consumer protection authorities in March 2020, the Commission and the [Consumer Protection Cooperation Network](#) have been in regular contact with the 11 major online platforms: [Allegro](#), [Amazon](#), [Alibaba/AlibabaExpress](#), [CDiscound](#), [Ebay](#), [Facebook](#), [Google](#), [Microsoft/Bing](#), [Rakuten](#), [Verizon Media/Yahoo and Wish](#) to discuss new trends and business practices linked to the pandemic. As a result, the online platforms have reported the removal of hundreds of millions of illegal offers and advertisements and confirmed a steady decline in new coronavirus-related listings. (For more information: [Christian Wigand](#) - Tel.: +32 229 62253; [Katarzyna Kolanko](#) +32 229 63444)



## Desinformación: cómo reconocer y evitar que se extiendan los bulos sobre el COVID-19

Sociedad - 30-03-2020 - 10:56



Noticias  
Parlamento Europeo

De la sopa de murciélago a las peleas por conseguir equipos médicos, en torno al coronavirus han surgido noticias falsas que dificultan la contención de la pandemia. ¿Qué se puede hacer?

Duerme tranquilo  
**Duerme seguro**

 TRATAMIENTO  
ANTI-COVID19  
CORONAVIRUS

 **T99**



**Star**  
sistemas de descanso

**La ultramoderna butaca 'anticovid' para volver al cine tranquilos**



## Covid-19 y Derecho de la competencia: ¿Qué conductas se consideran ilegales?



**“Con la crisis sanitaria del Covid-19, las autoridades de competencia han anunciado su intención de seguir vigilantes ante el número récord de denuncias**

**surgidas de las “oportunidades comerciales”** provocadas por la escasez y la alta demanda

La normativa prohíbe tres tipos de infracciones: **los acuerdos y prácticas colusorias** (Artículo 1 de la [Ley de Defensa de la Competencia](#)), los abusos de “dominio” ([Artículo 2](#)) o comportamientos desleales que falseen la libre competencia y afecten al interés público ([Artículo 3](#)).

**En lo que nos concierne los actos de competencia desleal que, por falsear la libre competencia, afecten al interés público. Se trata de una prohibición amplia, comprendiendo todos los tipos prohibidos por la normativa de competencia desleal y todo comportamiento “objetivamente contrario a las exigencias de la buena fe”. Con ello, cualquier política comercial no considerada “de buena fe” puede, en determinadas circunstancias, ser castigada con cuantiosas sanciones .**

# CÓDIGO DE CONDUCTA PUBLICIDAD

---

## 4. BUENA FE

Las comunicaciones comerciales no deberán constituir nunca un medio para abusar de la buena fe del consumidor.

## 5. EXPLOTACIÓN DEL MIEDO

Las comunicaciones comerciales no ofrecerán argumentos que se aprovechen del miedo, temor, desgracia, sufrimiento o supersticiones de los destinatarios, sin una razón justificable. Entre otros supuestos, los anunciantes podrán recurrir al miedo, siempre proporcionado al riesgo o adversidad, para alentar un comportamiento prudente o desalentar acciones peligrosas, imprudentes o ilegales.





## Economía

[Tu economía](#) [Pensiones](#) [Bolsas y Mercados](#) [Empresas](#) [Trabajo](#) [Vivienda](#) [Fiscalidad](#)

# Barajas, acreditado como «aeropuerto seguro» ante el coronavirus

Según las recomendaciones de las autoridades aeronáuticas internacionales y las guías de la Organización Mundial de la Salud

