

ACUERDO DE NO INCOACIÓN Y ARCHIVO DE LAS ACTUACIONES

ESCUELAS DE FÚTBOL

SAMAD/02/23

CONSEJO. SALA DE COMPETENCIA

Presidenta

D^a. Cani Fernández Vicién

Consejeros

D^a. María Jesús Martín Martínez

D. Bernardo Lorenzo Almendros

D. Xabier Ormaetxea Garai

Secretario del Consejo

D. Miguel Bordiu García-Ovies

En Madrid, a 17 de abril de 2024

La Sala de Competencia del Consejo de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (**CNMC**) con la composición expresada, ha dictado la siguiente resolución en el expediente de referencia a raíz de las denuncias presentadas por la Real Federación de Fútbol de Madrid (**RFFM**) contra CENAFE ESCUELAS S.L. (**CENAFE**) por el envío de información falsa a los clubes de fútbol acerca de los cursos de entrenador impartidos por la RFFM.

- (50) En concreto en el artículo 6 LCD se conciben tanto el riesgo de confusión en sentido estricto, definido por el TS (Sala Civil), de 12 de junio de 2007, en el caso Walt Dinsey como *“la confusión que se produce en los consumidores al crear en los mismos la creencia errónea acerca de que los productos (el que se imita y el imitado) tienen el mismo origen empresarial”*, como el riesgo de asociación que, de acuerdo con la misma sentencia del TS, se concibe como el caso donde la *“clientela no confunde el origen empresarial pero piensa que existe algún tipo de vínculo empresarial o jurídico entre las empresas u operadores responsables de la actividad”*.
- (51) De lo anterior, se deduce que la práctica de emisión de un comunicado no tiene la capacidad de subsumirse en el tipo, pues no hay un acto de imitación por parte de CENAFE, sino que esta ofrece su propio curso sin que pretenda que este sea igual que el de un tercero.

5.3.1.4. Sobre el acto de denigración (Artículo 9 LCD)

- (52) Se reputa desleal la realización o difusión de manifestaciones sobre la actividad, las prestaciones, el establecimiento o las relaciones mercantiles de un tercero que sean aptas para menoscabar su crédito en el mercado, a no ser que sean exactas, verdaderas y pertinentes.
- (53) Conforme a la STS (Sala Civil) 283/2004, de 1 de abril de 2004, castiga *“la propagación a sabiendas de falsas aseveraciones contra un rival con objeto de perjudicarlo comercialmente, es decir, actividad tendente a producir el descrédito del competidor o su producto o la difusión de aseveraciones falsas en su perjuicio”*
- (54) Así, deben, en primer lugar, habrerse producido manifestaciones inexactas o impertinentes. En segundo lugar, deben referirse a las actividades, prestaciones o establecimiento de un tercero y, objetivamente, deben ser adecuadas para producir el menoscabo de aquel.
- (55) Asimismo, el auto TS (Sala Civil), de 10 de julio de 2019, es requisito (*“a sabiendas”*) que quien propague las falsas aseveraciones lo haga sin la creencia fundada de que esa información es veraz.
- (56) De la disputa existente entre CENAFE y la RFFM sobre la oficialidad de los cursos, de las distintas acciones judiciales y denuncias interpuestas, se deduce que CENAFE cree firmemente que la información que emite sobre la falta de oficialidad de los cursos es veraz. La propia sentencia del JM nº4 de Madrid, de 30 de enero de 2023, referida en el expte SAMAD/03/23 Escuelas de fútbol 3, señala que en algunos comunicados la RFFM habría hecho publicidad ilícita por

no ajustarse estrictamente a la oficialidad de los cursos que prevé el RD 1363/2007, de 24 de octubre. Las afirmaciones del comunicado no parecen, por tanto, ser aptas para constituir un acto de denigración.

5.3.1.5. Sobre las prácticas engañosas por confusión para los consumidores (Artículo 20 LCD)

- (57) En las relaciones con consumidores y usuarios, se reputan desleales aquellas prácticas comerciales, incluida la publicidad comparativa, que, en su contexto fáctico y teniendo en cuenta todas sus características y circunstancias, creen confusión, incluido el riesgo de asociación, con cualesquiera bienes o servicios, marcas registradas, nombres comerciales u otras marcas distintivas de un competidor, siempre que sean susceptibles de afectar al comportamiento económico de los consumidores y usuarios.
- (58) Del precepto legal se observa que el presupuesto es que haya una relación con los consumidores y usuarios. En este caso, no se ha acreditado que los consumidores finales de los cursos, los potenciales entrenadores, hayan recibido el comunicado, por lo que no se da el presupuesto fundamental del tipo.

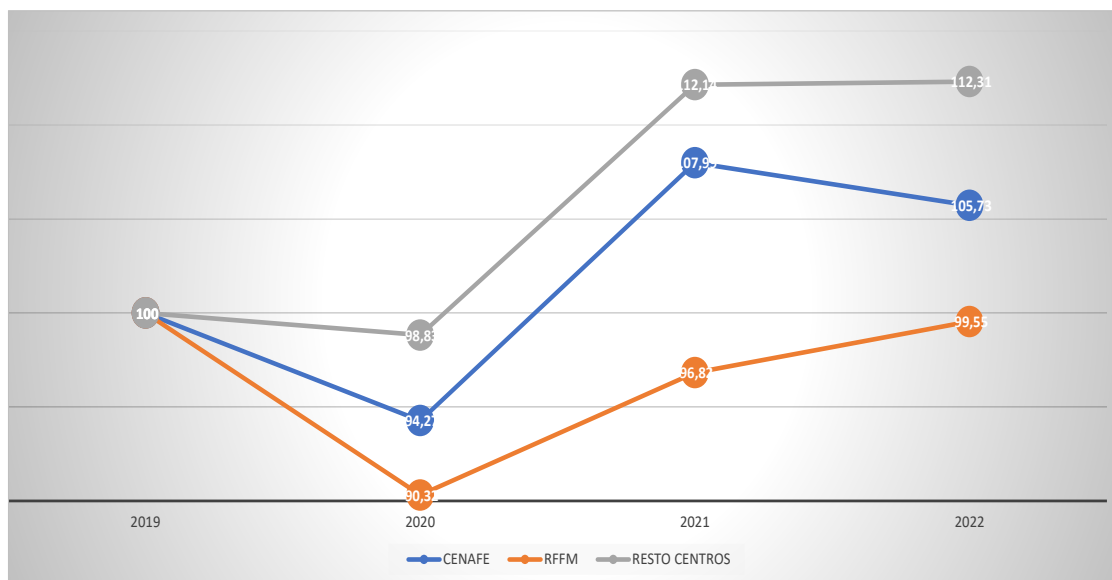
5.3.1.6. Sobre las prácticas engañosas por confusión (Artículo 25 LCD)

- (59) Se reputa desleal por engañoso promocionar un bien o servicio similar al comercializado por un determinado empresario o profesional para inducir de manera deliberada al consumidor o usuario a creer que el bien o servicio procede de este empresario o profesional, no siendo cierto.
- (60) Al igual que ocurría con los actos de confusión del artículo 6 LCD, este artículo está diseñado para condenar la imitación de productos o servicios. No parece que la emisión de un comunicado sirva para crear esa imitación del servicio.

5.3.1.7. Conclusión

- (61) Por todo lo anterior, esta Sala entiende que no hay indicios de la existencia de una conducta desleal en los comunicados remitidos por CENAFE a los clubes.

Gráfico 1: Evolución de entrenadores de fútbol formados, por centro de formación
Índice= 100, año 2019³



- (64) La afirmación de no existencia de distorsiones en el mercado analizado se ve reforzada por dos motivos de acuerdo con el órgano instructor. En primer lugar, la conducta denunciada no ha sido reproducida por otros operadores económicos, en este caso, por otras academias de formación de entrenadores de fútbol y, en segundo lugar, porque la conducta denunciada no se ha repetido por parte de CENAFE. Tampoco se observa ningún efecto negativo en el mercado de formación de entrenadores, ni en el resto de centros privados a CENAFE ni en de la RFFM, con los datos de evolución de mercado antes y después de la conducta de la denunciada.
- (65) A juicio de esta Sala no se ha producido por tanto una afectación al interés público por falseamiento de la competencia al no tener la conducta la capacidad de alterar el funcionamiento del mercado. Por ello, no existen indicios de la infracción de falseamiento de la libre competencia por actos desleales tipificada en el artículo 3 de la LDC. Ello no obsta, sin embargo, para que la denunciante pueda recurrir a las acciones derivadas de la competencia desleal previstas en el capítulo IV de la LCD ante los Juzgados de lo Mercantil de conformidad con el artículo 86 bis de la Ley Orgánica 6/1985, de 1 de julio, del Poder Judicial, si entienden que se ha vulnerado un tipo específico de la LCD.

³ Fuente: Elaboración propia a partir de los datos aportados por la RFFM

