

**PROPIEDAD INTELECTUAL Y DERECHO DEL CONSUMO: REFLEXIONES DESDE EL
MODERNO DERECHO PRIVADO**
**INTELLECTUAL PROPERTY AND CONSUMER LAW: REFLECTIONS FROM MODERN
PRIVATE LAW**

Autores: ¹José Fernando Pico Arteaga.

¹ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0009-0578-1022>

¹E-mail de contacto: jpicoa@uees.edu.ec

Afiliación: ¹*Universidad Espíritu Santo, (Ecuador).

Artículo recibido: 19 de Julio del 2025

Artículo revisado: 21 de Julio del 2025

Artículo aprobado: 31 de Julio del 2025

¹Abogado de los Juzgados y Tribunales de la República por la Universidad Particular San Gregorio de Portoviejo, (Ecuador). Licenciado en Ciencias Políticas y Sociales de la República por la Universidad Particular San Gregorio de Portoviejo, (Ecuador). Magíster en Derecho Constitucional graduado en la Universidad Espíritu Santo, (Ecuador). Magíster en Derecho Procesal graduado en la Universidad Espíritu Santo, (Ecuador). Especialista en Derecho Procesal graduado en la Universidad Andina Simón Bolívar, (Ecuador).

Resumen

La investigación plantea la relación existente entre la propiedad intelectual y el derecho del consumo, e incluso con el derecho de la competencia comercial, dentro de las modernas tendencias del derecho privado. La incorporación y el desarrollo de las tecnologías de la información y comunicación en todos los quehaceres de la vida de las personas han modificado los escenarios en los cuales se llevan a cabo las relaciones comerciales, en especial las de consumo, y a su vez, se ha incrementado el objeto de aplicación de la normativa de propiedad intelectual. Asimismo, el derecho público, específicamente el derecho constitucional, ha impreso un carácter proteccionista de los derechos tanto intelectuales como de consumo, al ser considerados como derechos humanos, e incorporarse en las constituciones o cartas magnas de la mayoría de los países dentro del catálogo de los derechos fundamentales. Tras la revisión de la situación de la propiedad intelectual y del derecho de consumo, de forma independiente, se concluye atendiendo la íntima relación que existe entre ambas áreas de la disciplina jurídica comercial, y como se precisa mantener la investigación en esta materia cada vez más cambiante.

Palabras clave: **Propiedad intelectual, Derecho de consumo, Inteligencia artificial, Derecho privado.**

Abstract

This research examines the relationship between intellectual property and consumer law, and even with commercial competition law, within modern trends in private law. The incorporation and development of information and communication technologies in all aspects of people's lives has changed the environments in which commercial relations are carried out, especially consumer relations, and in turn, the scope of application of intellectual property regulations has increased. Furthermore, public law, specifically constitutional law, has imposed a protectionist nature on both intellectual and consumer rights, as they are considered human rights and incorporated into the constitutions or constitutions of most countries within the catalog of fundamental rights. After reviewing the status of intellectual property and consumer law independently, the paper concludes by addressing the close relationship between both areas of commercial law and the need to maintain research in this ever-changing field.

Keywords: **Intellectual property, Consumer law, Artificial intelligence, Private law.**

Sumário

Esta pesquisa examina a relação entre propriedade intelectual e direito do consumidor, e mesmo com o direito da concorrência comercial, dentro das tendências modernas do direito privado. A incorporação e o desenvolvimento das tecnologias da informação e comunicação em todos os

aspectos da vida das pessoas mudaram os ambientes em que as relações comerciais são realizadas, especialmente as relações de consumo, e, por sua vez, o escopo de aplicação das regulamentações de propriedade intelectual aumentou. Além disso, o direito público, especificamente o direito constitucional, impôs um caráter protecionista aos direitos intelectuais e ao consumidor, uma vez que são considerados direitos humanos e incorporados às constituições ou constituições da maioria dos países no catálogo de direitos fundamentais. Após revisar o status da propriedade intelectual e do direito do consumidor de forma independente, o artigo conclui destacando a estreita relação entre ambas as áreas do direito comercial e a necessidade de manter a pesquisa neste campo em constante evolução.

Palavras-chave: Propriedade intelectual, Direito do consumidor, Inteligência artificial, Direito privado.

Introducción

En el año 2013 en la disertación realizada por el profesor Héctor Alegría al recibir el título de Doctor Honoris Causa de la Universidad de la República, Montevideo, expone como las transformaciones sociales se han visto marcadas por esa revolución predominantemente digital, y que lejos de constituirse en un problema, le permite al jurista la reformulación de los sistemas tradicionales de derecho privado, la reorganización de su propia actividad, así como la promoción de los valores de la persona (Alegría, 2013). La incorporación de las tecnologías disruptivas en todos los aspectos de la sociedad no ha pasado de vista de las disciplinas jurídicas, desde el enfoque moderno la incidencia de estas en el derecho privado, se ve en áreas tan interesantes como la contratación electrónica y las novedosas formas del negocio jurídico, y una cantidad de instituciones jurídico-privadas que reflejan cambios y transformaciones en la forma de

abordarlos o interpretarlos frente a los entornos tecnológicos o virtuales (Rincón, 2004).

Las relaciones que resultan de interés para el derecho con contenidos comerciales y dentro de estas las de consumo, se han visto inmiscuidas en un tratamiento jurídico multidisciplinario, ya que en muchos casos la línea fronteriza que tradicionalmente separaba el derecho público del derecho privado se encuentra en franca desaparición o efectivamente ha desaparecido. El reconocimiento y la incorporación en sus tratamientos, por parte del derecho privado de conceptos propios del derecho constitucional que reconoce los derechos fundamentales del hombre en sociedad, incluidos los derechos económicos, como lo es la dignidad humana, permiten descubrir un moderno derecho privado armonioso con los objetivos y tendencias de las sociedades modernas, que ven en el empleo de las tecnologías una forma de mejorar las relaciones humanas, en el beneficio de todas las personas. Dentro de este escenario, no se puede dejar de reconocer que la propiedad intelectual y el derecho del consumo tienen una relación de larga data, sobre todo en los países que tienen una regulación de los derechos económicos de corte neoliberal,

Hacia finales de la década de 1970 comenzaron a manifestarse a escala mundial y de forma abrupta los efectos del agotamiento de la expansión previa del capitalismo. Atrás quedó el periodo de estabilidad económica con tipos de cambio y tasas de interés fijas que daban certidumbre a las finanzas internacionales y a la planeación económica y empresarial entre países. En estas circunstancias los mercados internos crecían en respuesta a las políticas tanto de inversión y gasto público de corte expansionista, derivadas del triunfo de las propuestas económicas de corte keynesiano, como de protección comercial y desarrollo

industrial que buscaban mejorar la posición de las empresas en el comercio internacional, a pesar de que la integración de los diferentes países al comercio estaba claramente diferenciada porque el control tecnológico y la utilización de formas de organización innovadoras permitían a las empresas de los países desarrollados ocuparse de los procesos productivos intensivos en capital, al mismo tiempo que mantenían un férreo control sobre las regiones productoras de materias primas en el mundo (Huerta, 2005). En ese contexto el binomio de propiedad intelectual y derecho de consumo se convierte en un trinomio, puesto que también converge el derecho de la competencia comercial y el evitar el abuso de la posición de dominio y las prácticas desleales en el mercado.

La propiedad intelectual (PI) ofrece a los consumidores la posibilidad de elegir entre emprendedores que compiten entre sí y entre los productos y servicios que venden. La PI. es, de por sí, favorable a la competencia, ya que garantiza la protección de unos activos comerciales intangibles. Sin la PI., los fabricantes y proveedores de servicios menos eficientes intentarían llevar a engaño a los clientes copiando los productos o servicios de otros competidores más eficientes, estos últimos no tendrían alicientes para mejorar u ofrecer nuevos productos y servicios y la sociedad saldría perdiendo. No obstante, la P.I. solamente desempeña este papel fundamental de garante de la competencia cuando protege unas diferencias auténticas (OMPI, s/f). En tal sentido, y a los efectos de delimitar el contenido de la presente investigación lo dicho por Fazio (2019) resulta ser mucho interés La idea es sencilla. Sin derechos de exclusión sobre la propiedad intelectual, se asumirían los costos de la producción, pero no necesariamente la totalidad de la ganancia y, por ende, no existiría

suficiente incentivo para el desarrollo de nuevos productos o el rápido lanzamiento de estos al mercado.

Como es de suponer, los consumidores se encuentran como la pieza final del conjunto de prácticas comerciales propias del derecho privado, aunque no exclusivamente, porque como se verá a continuación la protección tanto de los derechos intelectuales y, muy especialmente, de los derechos de los consumidores han sido reconocidos como derechos fundamentales en casi todas las constituciones o cartas magnas que encabezan el ordenamiento jurídico de la mayor parte de países en el mundo. El derecho de acceso a bienes y servicios de calidad, y a poder elegir de forma informada que tienen todas las personas, por mencionar dos de los principales derechos de los consumidores, son únicamente posibles de ser garantizados por parte de los Estados, cuando existe un mercado en el cual hay productos y servicios a los cuales exigir niveles de calidad y en tal cantidad que permite el ejercicio de la elección, y es aquí donde la propiedad intelectual cobra un rol estelar, puesto que tal como lo ha referido la OMPI.

El desarrollo de una mejora o de un nuevo producto le da a la empresa la posibilidad de entrar en el mercado sin competencia. El sistema de propiedad intelectual cumple una función importante al contribuir a que la empresa logre y conserve esta ventaja. La ventaja competitiva que puede conseguir una empresa con una innovación radicalmente nueva probablemente durará más que la que consiga con una simple mejora. En el caso de la mejora, no solamente habrá en el mercado competidores en el mismo tipo de producto, sino que se comprenderá y copiará con mucha mayor rapidez (OMPI, 2019). Por tanto, el tratamiento requerido en las investigaciones

académicas que tienen por objeto la propiedad intelectual como el derecho de consumo es transversal tanto en las distintas disciplinas jurídicas como de otras áreas de las ciencias sociales.

Materiales y Métodos

La presente investigación se enmarca en un enfoque cualitativo, adoptando un enfoque de revisión doctrinaria. El objetivo primordial es analizar la propiedad intelectual y el derecho del consumo como disciplinas con una naturaleza transversal jurídico-económica y su impacto en la sociedad. Para lograr este cometido, se ha seguido una metodología rigurosa que comprende las siguientes fases. Diseño de la investigación, se optó por un diseño bibliográfico-documental, lo que implica la recopilación, lectura, análisis e interpretación de diversas fuentes. Este tipo de diseño es idóneo para la revisión de literatura especializada, permitiendo una comprensión profunda de los constructos teóricos y conceptuales en torno a la propiedad intelectual y el derecho del consumo. En relación a la fase de recopilación de información, se llevó a cabo mediante una búsqueda sistemática y exhaustiva en bases de datos académicas, repositorios universitarios, portales de revistas jurídicas y económicas especializadas, y plataformas de organismos internacionales relevantes.

Las palabras clave utilizadas para la búsqueda incluyeron, pero no se limitaron a: "propiedad intelectual", "derecho del consumo", "transversalidad jurídica", "consumidor" y "derechos fundamentales". Se priorizaron fuentes primarias y secundarias de alta calidad, como artículos científicos, tesis doctorales, libros especializados, informes de distintos organismos (OMPI, INDECOPI, entre otros). Criterios de Selección y Exclusión; a los efectos

de garantizar la pertinencia y calidad de las fuentes, se aplicaron criterios estrictos de selección y exclusión:

- **Criterios de Inclusión:** Documentos que aborden explícitamente la propiedad intelectual y/o el derecho del consumo. Estudios que permiten exponer la relación entre la propiedad intelectual y el derecho del consumo. Fuentes publicadas en idiomas español, en publicaciones académicas revisadas por pares.
- **Criterios de Exclusión:** Documentos que no guarden relación directa con las disciplinas objeto de estudio. Fuentes con información desactualizada o de poca relevancia. Publicaciones de carácter divulgativo sin soporte académico riguroso.

Una vez recopiladas las fuentes, se procedió al análisis de contenido cualitativo, lo cual implicó la lectura crítica y la identificación de los principales conceptos que permitieron determinar la relación entre la propiedad intelectual y el derecho de consumo, con especial atención a los desarrollos tecnológicos. Se elaboró una narrativa coherente que articula dicha relación evidenciando su naturaleza transversal.

Resultados y Discusión

Contenido y alcance del derecho de la propiedad intelectual

Tradicionalmente la propiedad intelectual se refiere a dos grandes categorías, por una parte, la propiedad industrial, que incluye patentes invención, dibujos y modelos industriales, marcas e indicaciones geográficas; y por la otra parte, el derecho de autor y los derechos conexos, que se extiende a las obras literarias, artísticas y científicas, incluidos actuaciones y radiodifusión (OMPI, 2020). Este contenido de la propiedad intelectual no ha dejado de ser así,

no obstante, lo que a todas luces ha cambiado es la naturaleza de los bienes inmateriales y muy especialmente, de dónde provienen éstos, ya que la irrupción de las tecnologías de la información y comunicación, y todas sus aplicaciones, ha hecho surgir la necesidad de atender los derechos de los científicos y creadores, bien sean personas naturales o empresas, los desarrolladores tecnológicos. El uso de estas tecnologías en prácticamente todas las áreas de la vida de las personas a nivel mundial, ha extendido la atención de la propiedad intelectual a un espectro que no parece tener límites. Desde el reconocimiento de los derechos de los obtentores de variedades vegetales, así como de los demás productos de las aplicaciones de la biotecnología,

en la industria agrícola y pecuaria, vale citar el desarrollo de variedades mejoradas de cultivos más productivos, más económicos y más nutritivos; la mejora de resistencia a plagas y otras condiciones adversas; reducción de la necesidad de fertilizantes y otros productos químicos; desarrollo de vacunas para el control de enfermedades en animales (la manipulación genética de animales ofrece la posibilidad de nuevas vacunas para las regiones tropicales); en el procesamiento de nuevos productos; en el tratamiento de desechos y en la utilización de recursos renovables como combustible (García y Poggi, 1996). De igual forma, la actual regulación y ámbito de aplicación de la propiedad intelectual se le adiciona el reconocimiento de los conocimientos de los pueblos ancestrales y comunidades indígenas, que buscan evitar la biopiratería, entendida como “la acción de recoger materiales biológicos, sin que exista de por medio el consentimiento previo de las comunidades indígenas, irrespetando la legislación existente, así como también olvidándose de repartir los beneficios de manera justa y equitativa,”

(Cobos et al., 2020) el surgimiento de conceptos de novedosos objeto que requieren protección, como es el caso de la apropiación cultural. El concepto de “apropiación cultural” dista de ser claro. Puede describirse como el acto por el que un miembro de una cultura relativamente dominante hace uso de una expresión cultural tradicional y la reutiliza en un contexto diferente, sin contar con autorización, mencionar su origen ni proporcionar compensación por su utilización, lo cual causa un daño al poseedor o poseedores de la expresión cultural tradicional (Vézina, 2019).

Un especial lugar en la propiedad intelectual, ocupa las situaciones generadas por la inteligencia artificial (IA), concepto que nació precisamente de la idea de que la conciencia humana es reproducible, ya que consiste en sistemas lógicos que pueden ser entendidos y luego exportados (Prince, 2019). En cuanto a su contenido, la IA también se encuentra definido “como la simulación de procesos de inteligencia humana por medio de máquinas que se extiende a través de capacidades tales como el reconocimiento de voz, la toma de decisiones, la búsqueda semántica y las diversas técnicas de aprendizaje automático” (Cuervo, 2021). La IA ha generado múltiples de interrogantes para el derecho, y en materia de propiedad intelectual, son relevantes las situaciones en el área de derecho de autor, ya que se cuestiona si las obras literarias y artísticas creadas por la IA que pudieran ser susceptibles de protección por este derecho. López- (2019) expone estas interrogantes de una forma clara, al decir que; los avances en IA llegan hasta tal extremo que las máquinas son capaces de crear obras por sí solas. ¿Debe el ordenamiento proteger dichas obras? ¿A quién pertenece su titularidad: ¿a la máquina, a la persona detrás de la máquina o a nadie? La regulación de esta cuestión requiere de normas jurídicas flexibles capaces de

adaptarse a los vertiginosos avances tecnológicos a los que asistimos (López, 2019).

Acerca de estas cuestiones sostiene Amado, (2020), en las obras creadas por computadora, propias de la IA, se presupone que no existe una intervención del intelecto humano en el producto final. Por lo que, tanto la doctrina como la jurisprudencia han evaluado y continúan haciéndolo, si existe alguna posibilidad de intervención de la creatividad humana en el producto final, para determinar si es o no una obra, puesto que, las obras que no son creación del intelecto humano no son objeto de protección, por lo cual caerían en el dominio público. Asimismo, ciertos sectores empresariales e industriales que se pueden considerar clásicos, como lo es el mundo de la moda, también han formado parte de las áreas de atención por parte de la propiedad intelectual, puesto que “su régimen de protección, que se caracteriza por no ser uniforme a nivel internacional y respecto del cual solo pocas legislaciones han entrado a regular directamente esta rama de la industria” (Salas, 2013).

Aunque como se indica, en el surgimiento de nuevos creadores de moda, el desarrollo de los textiles ecoeficientes, “alternativa para alcanzar este valor de posicionamiento dentro de los mercados, tomando en consideración el cambio climático como hecho catalizador de acciones enfocadas a la sostenibilidad” (Pitre, 2020), por mencionar solo dos aspectos de una vasta industria, precisan de una protección legal particular y, por tanto, la propiedad intelectual juega un rol determinante a la hora de conceder o de otorgar un monopolio exclusivo de explotación y de protección. De hecho, uno de los problemas centrales que gira en torno a la industria de la moda es identificar la protección que reconoce la propiedad intelectual a cada

elemento o instrumento propio de dicha industria; así, por ejemplo, la línea de la colección será identificada bajo un signo distintivo, el impreso de la tela deberá ser registrado a través de un diseño industrial, o el proceso de transformación de un material textil será protegido por una patente (Pitre-Redondo, 2020). Por otra parte, tal como refiere la doctrina consultada, en los últimos años, ha repuntado el interés y se ha abierto el debate acerca de las formas de adquisición de la propiedad intelectual.

En principio, cabe mencionar que, en términos legislativos, se inició a nivel mundial un movimiento de propertización que extendió y amplió la esfera de aquello que puede ser objeto de apropiación privada: desde los organismos genéticamente modificados hasta la producción intelectual y artística, las formas privativas de propiedad han multiplicado sus esferas de incidencia. Esto, sumado a que los derechos de propiedad intelectual extendieron sus plazos mínimos -setenta años desde la muerte del autor para los derechos de autor y veinte años, extensibles por distintos mecanismos legales, para las patentes- y que los mecanismos de ejecución se mostraron cada vez más efectivos, inició lo que para muchos constituye un movimiento de "nuevos cercamientos" sobre la naturaleza y la cultura (Fazio, 2019). Se puede apreciar que el contenido y alcance de la propiedad intelectual en la actualidad ha extendido su ámbito de aplicación y todo apunta a que se seguirá extendiendo, sin embargo, existen ciertos aspectos constantes tanto en el objeto de la protección como en la protección en sí misma, que pueden ser resumidos en dos corolarios, el objeto de protección de la propiedad intelectual siempre se encuentra condicionado a la novedad e innovación; y, la protección que otorga el régimen de la propiedad intelectual siempre

permitirá excluir a los terceros que sin la correspondiente autorización o licencia quieran aprovecharse del conocimiento innovador ajeno, haciendo prácticas desleales o manipulaciones que vulneren los derechos de los creadores protegidos, sea una persona natural o jurídica. Si bien, la protección es solicitada por ante un organismo público y por medio de un procedimiento de tipo administrativo, el escenario natural en el cual viven los objetos de protección de la propiedad intelectual corresponde indiscutiblemente al derecho privado, en particular la modernización de las relaciones de contenido jurídico comercial producto de la transformación de los escenarios comerciales a nivel mundial. Estos temas han tenido que ser tratados por la propiedad intelectual, en pro de los derechos de las personas y de las empresas que invierten no solo con los recursos económicos sino con el tiempo y el esfuerzo intelectual, para innovar, para crear, de allí que sea necesaria la protección, tanto en el contexto nacional como en el internacional.

Contenido y alcance del derecho de consumo

Las sociedades modernas requieren de un repensar y más propiamente, de una transformación del orden jurídico. Como se ha anotado, el cada vez mayor uso de las tecnologías de la información y del conocimiento, y de las aplicaciones que permiten borrar, las ya cada vez menos visibles, barreras de tiempo y de espacio, hacen que el escenario comercial se haya transformado, y con estos cambios, las necesidades de atención por parte del derecho también hayan mutado. El surgimiento del novedoso derecho del consumo es una respuesta a la necesidad de proteger la natural vulnerabilidad de una de las partes intervinientes en el mercado, que bien podría colocar en riesgo a la misma economía de mercado; y al hacerse del consumidor un sujeto

seguro en sus relaciones de consumo, se establecerán vínculos de intercambio confiables y estables que corrijan las fallas económicas (Herrera, 2013). El derecho de consumo, y específicamente, la protección a los consumidores resulta ser una de esas disciplinas jurídicas cuyo contenido y alcance es transversal, es decir, no puede ser ubicado de forma inequívoca en una sola rama del derecho, ya que sería erróneo decir que corresponde exclusivamente al derecho privado o al derecho público.

La doctrina consultada sostiene que en materia de derecho de consumo la transversalidad no se refiere exclusivamente a las distintas ramas o áreas del derecho que se ven implicadas en su atención, sino que se trata de la necesidad de revisar como otras ciencias humanísticas que tienen por objeto y método las relaciones que se dan en la sociedad, entre los distintos agentes sociales. Así este derecho de consumo atraviesa y requiere de un abordaje que mediante conocimientos integrados sintetice un complejo cognoscitivo que permite manejar con eficiencia las variables múltiples que configuran la complejidad del objeto en tratamiento, toda vez que es evidente en el derecho del consumidor que la materia “no se limita a aspectos meramente jurídico-normativos, sino que comprende problemáticas sociales, culturales, económicas, políticas, etc. (Tambussi, 2015). Sin embargo, desde la perspectiva jurídica, afirmar que el derecho de consumo es parte exclusiva del derecho comercial o del derecho administrativo, dejaría por fuera el hecho cierto de que en la actualidad el derecho de consumo ha trascendido los límites de las clasificaciones ius privatistas o publicistas, alcanzando un lugar dentro de los derechos fundamentales, y se ubica en el catálogo de los derechos económicos

constitucionalmente reconocidos a los ciudadanos.

La constitucionalización del Derecho Privado, tal como se la entiende, empieza a formularse a partir de la ratificación de los tratados internacionales de derechos humanos, y su consideración en las constituciones como directamente aplicables en el Derecho interno, formando un bloque protectorio junto al orden jurídico doméstico que tiene que estar acorde tanto a la norma superior nacional como al Derecho Internacional de los Derechos Humanos, de fuente convencional estatal (Tambussi, 2016). En tal sentido, se plantea que reconocer que el desarrollo de los derechos humanos ha alcanzado a la protección del débil en la relación de consumo, asumiendo la significación primera del derecho de consumidores y usuarios como vehículo de satisfacción de las necesidades humanas que hacen a la condición de dignidad, valor fundante y presupuesto de los derechos humanos (Tambussi, 2016). El derecho de consumo es el título que lleva la amalgama jurídica, que va desde la protección del sujeto llamado consumidor y usuario, hasta la regulación de las relaciones comerciales en las cuales una de las partes es ese consumidor y usuario, y la otra, un comerciante o empresario, por tanto, serán relaciones de consumo. Al consumir (en cualquiera de sus niveles) procuramos satisfacer al menos, e insoslayablemente, nuestras necesidades elementales y alcanzar una adecuada calidad de vida. Ello nos lleva a procurar en el ámbito llamado mercado (como espacio de intercambio), los bienes y servicios que necesitamos. Somos, como consumidores, destinatarios finales de todos los bienes y del producto de la actividad comercial (Tambussi, 2014). En definitiva, las relaciones de consumo, así como el derecho que ha surgido para

atenderlas de forma precisa, tienen o deberían ubicarse en un sitio particular, ya que su contenido y la interpretación de las normas que lo sustentan desde el punto de vista del derecho positivo, en la actualidad buscan la atención y protección de un sujeto sensible, como lo es el consumidor.

La propiedad intelectual como una forma de protección de los derechos de los consumidores

La relación existente entre la propiedad intelectual y el derecho de consumo resulta evidente cuando se piensa en protección de los derechos de los consumidores y usuarios, que como se ha mencionado tiene un lugar dentro de los derechos fundamentales contenidos en la mayoría de las constituciones. La existencia de un conjunto de principios que han sido normados en cuanto al contenido y alcance de la propiedad intelectual, específicamente en materia de marca y signos distintivos de la empresa, permite un cierto margen de garantía de los derechos de las consumidores y usuarios, es decir, el correcto uso de las marcas, así como evitar cualquier tipo de comportamiento desleal por parte de los comerciantes, como por ejemplo la publicidad engañosa derivada de una marca que resulta utilizar la misma forma, para identificar productos similares, no solo crea una situación de competencia desleal o de práctica restrictiva de la libre competencia, sino que vulnera el derecho a la información veraz sobre el producto o servicio, y por tanto, quebranta los derechos de los consumidores y usuarios.

Asimismo, evitar las transgresiones de los derechos que otorga la propiedad intelectual, como es el caso del delito de piratería o la falsificación de prendas de vestir y demás productos de la moda, redundan en la protección de los consumidores y usuarios, ya que éstos no estarán expuestos a ser violados en su buena fe,

al creer que están comprando un ropa o zapatos de una marca determinada, y resulta que es una falsificación o se encuadra en un supuesto de confusión o de uso de marca engañosa. Estas situaciones que relacionan de una forma transversal la propiedad intelectual con los derechos de consumo, no es del todo novedosa, muy por el contrario, es archiconocida por la OMPI, como se evidencia del estudio del año 1983 titulado “El papel de la propiedad industrial en la protección de los consumidores”, en la cual se describe que el consumidor puede ser engañado en varios sentidos y hay diversas leyes que establecen una protección contra diferentes formas de engaño. Las leyes de propiedad industrial son instrumentos que sólo sirven contra algunas formas de engaño. Aun así, en la mayoría de los casos sólo son instrumentos indirectos. Son principalmente indirectos porque los objetivos primarios de esas clases de leyes de propiedad industrial consisten en proteger los bienes incorporeales que constituyen los derechos de los industriales y comerciantes respecto de sus marcas y nombres, así como de las indicaciones geográficas con las que tienen una relación de hecho, y proteger su situación, como industriales y comerciantes, contra las prácticas desleales de otras personas (OMPI, 1993).

En este sentido, si bien no es requisito imprescindible que en el ordenamiento jurídico de un país exista un cuerpo normativo condensado en el cual se regule tanto los derechos de consumo, la competencia comercial y las normas de propiedad intelectual, si se precisa que la normativa de protección a los consumidores y usuarios establezcan la prohibición a posibles prácticas o conductas comerciales desleales, por ser contrarias a la libertad económica y al derecho de la competencia, sino que vulneran los derechos de las personas a tener información adecuada y no

engañosa sobre los productos y servicios que se encuentran en el mercado. Aunque no será suficiente que el ordenamiento jurídico incorpore normas de este tipo, sino que exista un órgano o ente al cual el consumidor pueda acudir a solicitar el cumplimiento de estas disposiciones y en los casos en los cuales se han vulnerado los derechos, poder accionar, de forma gratuita y eficiente, a los fines de restituir e indemnizar el daño ocasionado. En tal sentido, se puede citar como ejemplo el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) de Perú, que tiene como función la protección de los derechos de los consumidores, así como fomentar en la economía peruana una cultura de leal y honesta competencia, resguardando todas las formas de propiedad intelectual, que va desde los signos distintivos y los derechos de autor hasta las patentes y biotecnología. Desde su creación hasta la presente fecha el INDECOPI ha sufrido varias reestructuraciones, sin embargo, se pueden anotar como sus funciones generales las siguientes:

- Vigilar la libre iniciativa privada y la libertad de empresa mediante el control posterior y eliminación de las barreras burocráticas ilegales e irracionales que afectan a los ciudadanos y empresas, así como velar por el cumplimiento de las normas y principios de simplificación administrativa;
- Defender la libre y leal competencia, sancionando las conductas anticompetitivas y desleales y procurando que en los mercados exista una competencia efectiva;
- Corregir las distorsiones en el mercado provocadas por el daño derivado de prácticas de dumping y subsidios;

- Proteger los derechos de los consumidores, vigilando que la información en los mercados sea correcta, asegurando la idoneidad de los bienes y servicios en función de la información brindada y evitando la discriminación en las relaciones de consumo;
- Vigilar el proceso de facilitación del comercio exterior mediante la eliminación de barreras comerciales no arancelarias conforme a la legislación de la materia;
- Proteger el crédito mediante la conducción de un sistema concursal que reduzca costos de transacción y promueva la asignación eficiente de los recursos;
- Establecer las políticas de normalización, acreditación y metrología;
- Administrar el sistema de otorgamiento y protección de los derechos de propiedad intelectual en todas sus manifestaciones, en sede administrativa, conforme a lo previsto en la presente Ley; y
- Garantizar otros derechos y principios rectores cuya vigilancia se le asigne, de conformidad con la legislación vigente (INDECOPI, s/f).

Este instituto resulta ser un ejemplo de cómo estas áreas del derecho comercial se encuentran intrínsecamente relacionadas. Dado que el ámbito de acción y los sujetos de aplicación de las normas trasciende de la protección a los consumidores y usuarios, ya que se reconoce la correspondencia existente entre la propiedad intelectual y la competencia comercial (incluido en este término, las prácticas restrictivas que pueden o no ser monopolios u oligopolios, la competencia desleal y el abuso de la posición de dominio), en pro de los derechos económicos. Por otra parte, como se ha mencionado a lo largo de la investigación, en la sociedad de la virtualización, en cada minuto se generan grandes cantidades de contenido digital, la

doctrina consultada considera otros elementos en la relación existente entre la propiedad intelectual y el derecho de consumo de dichos contenidos digitales, aquí el Derecho de consumo busca garantizar los derechos del consumidor también cuando adquiera la propiedad o el uso de obras o prestaciones amparadas por la propiedad intelectual, limitando así los derechos de los titulares de éstas y evitando su abuso tanto en la fase de contratación como en la de ejecución del contrato; mientras que la normativa de propiedad intelectual tiende a contemplar al usuario final como beneficiario de una serie de límites o excepciones a los derechos del titular de la propiedad intelectual (v. gr., la copia privada), más que como titular a su vez de plenos derechos subjetivos, en buena parte de los casos (Cámara, 2014). Por lo que el trabajo de los juristas, especialmente de los estudiosos del derecho privado, no parece estar acabado ni cerca de tener un final en estos derroteros, las transformaciones que se suscitan a cada momento, producto de los desarrollos y de las aplicaciones de la tecnología, sus usos e interpretaciones normativas, en las relaciones jurídico comerciales en las cuales se ven inmersos tanto los consumidores como sujetos, o en aquellas que tienen por objeto la propiedad intelectual, pronostican la necesidad de una continua labor de investigación.

Conclusiones

incorporación de las tecnologías de la información y la comunicación a las relaciones jurídico-comerciales ha traído consigo la necesidad de reestudiar las tradicionales instituciones del derecho privado. Asimismo, las transformaciones de los modelos constitucionales que han impregnado todo el ordenamiento jurídico, han requerido la atención de la forma de interpretar y de entender el propio derecho privado, que cada vez más se

ve inmerso en una relación con el derecho público, que podría ser calificada como la “publicitación” o la “constitucionalización” del derecho privado, por la incorporación dentro del catálogo de los derechos fundamentales, aquellos derechos económicos que deben ser entendidos bajo la mirada de la dignidad humana, hacia la garantía de estos derechos por parte de las instituciones de los Estado.

Puede que la mutación más importante del derecho privado en las materias de la propiedad intelectual y del derecho de consumo, se encuentre en la forma en que se implementa la visión del sistema jurídico económico, que persiga el reconocimiento de los valores de la sociedad actual, que se ha refugiado en la tecnología para seguir avanzando, sin dejar de reconocer que existen situaciones en las cuales es el derecho, en sentido tradicional, quien tiene la última palabra. La adopción de normas que busquen atender la propiedad intelectual, por medio de la incorporación de un sistema que contribuya a la protección de los innovadores, sean científicos o artistas, así como la importancia y el valor que tienen los conocimientos ancestrales y de los pueblos indígenas, redundará en la garantizar la defensa de los derechos de los consumidores, se trata de un esquema en el cual todas las partes intervinientes cuenten con una protección, en tal medida, se evitarán los abusos por parte de los sujetos de grandes dimensiones que hacen vida en el mercado, o de aquellos sin importar su tamaño que se quieren hacer del esfuerzo de otros para, vulnerando los derechos de los consumidores, obtener ganancias. Como se mencionó, es una labor de armonización de derechos, en la cual la investigación jurídica con altura académica es requerida siempre.

Referencias Bibliográficas

Alegría, H. (2023). *El Derecho Privado hoy y la*

innovación jurídica. Disertación al recibir su designación como Doctor Honoris Causa de la Universidad de la República. Montevideo.

<https://www.fder.edu.uy/node/161>

Amado, N. (2020). El Derecho de autor en la inteligencia artificial de machine learning. *Revista la Propiedad Inmaterial*, (30): 328. <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/propin/article/view/7022>

Cámara, S. (2014). La nueva protección del consumidor de contenidos digitales tras la Ley 3/2014, de 27 de marzo. *Revista CESCO de Derecho de Consumo*, (11): 79-167. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4842483.pdf>

Cobos, F., Hasang, E., Lombeida, E., y Medina, R. (2020). Importancia de los conocimientos tradicionales, recursos genéticos y derechos de propiedad intelectual. *Journal of Science and Research*, (5): 60-78. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4421948>

Cuervo, C. (2021). Efectos de la inteligencia artificial en las estrategias de marketing: Revisión de literatura. *Ad Research Revista Internacional de Investigación en Comunicación*, 24(24): 26-41. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7705935.pdf>

Fazio, A. (2019). Fundamentos conceptuales de la propiedad intelectual liberalismo y crítica. *Ideas y Valores*, 68(170): 121-145. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-00622019000200121&lang=es

García, L. y Poggi, Z. (1996). Protección legal de microorganismos y variedades vegetales en países en vías de desarrollo. *Revista Espacios*, 17(1). <https://www.revistaespacios.com/a96v17n01/40961701.html>

Herrera, B. (2013). La constitucionalización de los derechos del consumidor en Colombia:

- un análisis desde los derechos sociales fundamentales. *Revista Civilizar Ciencias Sociales y Humanas*, 13(25): 33-48. <http://www.scielo.org.co/pdf/ccso/v13n25/v13n25a04.pdf>
- Huerta, M. (2005). El neoliberalismo y la conformación del Estado subsidiario. *Política y cultura*, (24): 121-150. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-77422005000200006
- Instituto Nacional de Propiedad Intelectual de Chile. (2021). *Observancia piratería y falsificación*. <https://inapi.cl/protege-tu-idea/pirateria-y-falsificacion>
- Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual de Perú, <http://www.gob.pe/indecopi>
- López-, A. (2019). Inteligencia artificial y derechos de propiedad intelectual: ¿Pueden las máquinas ser consideradas autores? *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, (112): 124-129. https://dialnet.unirioja.es/servlet/ejemplar?codigo=539002&info=open_link_ejemplar
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (2020). *¿Qué es la propiedad intelectual?* https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/fr/wipo_pub_450_2020.pdf
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (2005). Propiedad intelectual, innovación y desarrollo de nuevos productos. *Revista de la OMPI*, (4). https://www.wipo.int/wipo_magazine/es/2005/04/article_0002.
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (1993). *El papel de la propiedad industrial en la protección de los consumidores*. https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_648.pdf
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (2020). *La P.I. y las políticas en materia de competencia*. <https://www.wipo.int/ip-competition/es/>
- Pitre, R., De la Ossa, S., y Hernández, H. (2020). Ecoeficiencia: clave de la responsabilidad ambiental empresarial en el sector textil. *Desarrollo Gerencial*, 12(2): 1-20. <http://revistas.unisimon.edu.co/index.php/desarrollogerencial/article/view/3870/4959>
- Prince, P. (2019). IA y Derecho: Hacia un Transhumanismo Jurídico. *Informática y Derecho Revista Iberoamericana de Derecho Informático, (Segunda Época)*, (7): 69-85. <http://fiadi.org/wp-content/uploads/2020/02/FIADI-07.pdf>
- Rincón, E. (2004). Últimos retos para el derecho privado: las nuevas tecnologías de la información. *Revista Estudios Socio-Jurídicos*, 6(2): 430-500. <https://revistas.urosario.edu.co/index.php/sociojuridicos/article/view/301/2>
- Salas, B. La industria de la moda a la luz de la propiedad intelectual. *Revista la Propiedad Inmaterial*, (17): 145-161. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4775079.pdf>
- Tambussi, C. (2016). Consumidores, usuarios y la constitucionalización del Derecho Privado en el Nuevo Código Civil y Comercial de la Argentina. *Lex: Revista de la Facultad de Derecho y Ciencia Política de la Universidad Alas Peruanas*, 14(17): 115-128. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5505762.pdf>
- Tambussi, C. (2015). El necesario abordaje interdisciplinario del fenómeno del consumo. *Sociología, política y ambiente. Lex: Revista de la Facultad de Derecho y Ciencia Política de la Universidad Alas Peruanas*, 13(15): 111-134.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5157765&orden=0&info=link>

Tambussi, C. (2014). Los derechos de usuarios y consumidores son derechos humanos. *Lex: Revista de la Facultad de Derecho y Ciencia Política de la Universidad Alas Peruanas*, 12(13): 89-112.

<http://revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/LEX/article/view/38>

Vézina, B. (2019). Frenar la apropiación cultural en la industria de la moda mediante la propiedad intelectual. *Revista de*

Organización de la Propiedad Intelectual, (04).

https://www.wipo.int/wipo_magazine/es/2019/04/article_0002.html



Esta obra está bajo una licencia de **Creative Commons Reconocimiento-No Comercial 4.0 Internacional**. Copyright © José Fernando Pico Arteaga.

