

# Índice General

Prólogo.....	17
Introducción.....	23

**PARTE I:  
LA REGULACIÓN DEL DERECHO DEL CONSUMIDOR  
EN EL PERÚ**

*Capítulo I*  
**EL CONCEPTO DE CONSUMIDOR, EL ESTÁNDAR DE  
CONSUMIDOR OBJETO DE PROTECCIÓN Y SU DIFERENCIA  
CON EL PROVEEDOR**

1.1 ¿Todos somos consumidores?.....	29
1.2 ¿Cuál fue la evolución del concepto consumidor en el Perú?.....	33
1.3 ¿La situación de asimetría informativa del microempresario como condición para su estatus de consumidor se rige por la regla <i>per se</i> o la razón? .....	36
1.4. ¿Qué se entiende por consumos que no formen parte del giro propio del negocio?.....	37
1.5 ¿Cuál debería ser la definición correcta del consumidor y usuario en el Perú?.....	38
1.6 ¿Cómo distinguir al proveedor del consumidor en la relación de consumo?.....	40

*Capítulo II*

**LOS PRINCIPALES DERECHOS DEL CONSUMIDOR**

2.1	Derecho a la información relevante.....	47
2.2	Derecho a la idoneidad y calidad.....	50
2.3	Teoría de los bienes incompletos.....	52
2.4	Derecho a la seguridad e inocuidad.....	54
2.5	Derecho a la protección de intereses sociales y económicos.....	56
2.6	Derecho a la protección de cláusulas abusivas.....	59
2.7	Derecho a la protección frente a métodos comerciales abusivos.....	66

**PARTE II:  
LA PROPIEDAD INTELECTUAL Y LOS CONSUMIDORES**

*Capítulo III*

**EL ENFOQUE DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL PARA LOS TITULARES**

3.1	¿Qué es la propiedad intelectual?.....	73
3.2	¿Cómo se divide la propiedad intelectual?.....	74
3.3	La propiedad intelectual ¿para quién?.....	75

*Capítulo IV*

**EL ENFOQUE DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL PARA LOS CONSUMIDORES**

4.1	Teoría proconsumidor de la propiedad intelectual.....	86
4.1.1	Equilibrio entre los derechos del consumidor y los derechos exclusivos de los creadores.....	87
4.1.2	Subsidiar la externalidad positiva mediante derechos exclusivos temporales.....	87
4.1.3	Casos de conflictos de interés: primacía de los Derechos del Consumidor.....	88
4.1.4	Fundamento legal de la teoría proconsumidor: normas nacionales e internacionales.....	88

**PARTE III:  
EL DERECHO DE AUTOR Y LOS CONSUMIDORES**

*Capítulo V*

**LOS DERECHOS PATRIMONIALES Y MORALES DEL DERECHO DE AUTOR Y SU IMPACTO EN LOS CONSUMIDORES**

5.1	La protección automática de la obra.....	95
5.1.1	La protección de la obra independiente de su calidad o merito.....	96
5.1.2	Requisitos para ser protegido por derecho de autor.....	97
5.2	Los derechos morales del autor.....	98
5.2.1	El derecho de divulgación.....	100
5.2.2	El derecho de paternidad.....	102
5.2.3	El derecho de integridad.....	105
5.2.4	El derecho de modificación o variación.....	108
5.2.5	El derecho de retiro de la obra del comercio.....	109
5.2.6	El derecho de acceso al ejemplar único o raro de su obra.....	111
5.3	Los derechos patrimoniales del autor.....	117
5.3.1	El derecho de reproducción.....	119
5.3.2	El derecho de comunicación al público.....	121
5.3.3	El derecho de distribución al público de la obra.....	123
5.3.4	El derecho de traducción, adaptación, arreglo u otra transformación de la obra.....	126
5.3.5	El derecho de importación al territorio nacional de copias de la obra.....	130

*Capítulo VI*

**LAS EXCEPCIONES AL DERECHO DE AUTOR Y LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES**

6.1	Excepciones en el convenio de Berna.....	134
6.2	Excepciones en la decisión 351 de la Comunidad Andina (CAN).....	135
6.3	Excepciones en la Ley de Derecho de Autor de Perú.....	137
6.4	El <i>fair use</i> y su relación con las excepciones.....	141
6.5	La regla de los tres pasos.....	142

6.6	La parodia como excepción al derecho de autor en Perú.....	143
6.6.1	Jurisprudencia sobre casos de parodia.....	143
6.6.3	La Parodia en EE.UU., y el uso justo.....	144
6.6.4	La parodia en Europa y la doctrina de los tres pasos.....	144
6.6.5	Beneficios de las excepciones de parodia para los consumidores....	145

**PARTE IV:  
LOS SIGNOS DISTINTIVOS Y LOS CONSUMIDORES**

*Capítulo VII*  
**LA PROTECCIÓN DE LOS SIGNOS DISTINTIVOS Y LOS  
DERECHOS DE SU TITULAR**

7.1	La protección de la marca.....	150
7.1.1	La distintividad.....	150
7.1.2	La representación gráfica.....	153
7.1.3	La marca y otros signos distintivos.....	156
7.1.4	Denominación de origen.....	158
7.1.5	Derechos de los titulares de los signos distintivos.....	158

*Capítulo VIII*  
**SIGNOS DISTINTIVOS Y SU IMPACTO EN LOS DERECHOS DE  
CONSUMIDOR**

8.1	¿Quién es el consumidor medio en el análisis de confusión marcaria?.....	163
8.2	Riesgos marcarios y su afectación a los derechos de los consumidores.....	164
8.2.1	El riesgo de confusión marcaria.....	165
8.2.2	El riesgo de asociación marcaria.....	169
8.2.3	El riesgo de dilución marcaria.....	174
8.3	¿Qué no se considera marca?.....	179
8.4	¿Qué no puede ser registrado como marca?.....	188
8.5	La regla de los tres pasos en marcas.....	198
8.6	El <i>fair use</i> en marcas comerciales.....	198

**PARTE V:  
LAS PATENTES Y LOS CONSUMIDORES**

*Capítulo IX*

**LA PROTECCIÓN DE LAS PATENTES Y OTROS DERECHOS DE PROPIEDAD INDUSTRIAL**

9.1	Diferencia entre patentes de invención, modelos de utilidad, secretos y diseño industrial.....	204
9.1.1	Patente de Invención.....	204
9.1.2	Modelo de Utilidad.....	205
9.1.3	Secreto Industrial.....	205
9.1.4	Diseño Industrial.....	206
9.2	Tipos de patentes.....	207
9.2.1	Patente de producto.....	207
9.2.2	Patente de procedimiento.....	207
9.3	Requisitos de patentabilidad.....	208
9.3.1	No son invenciones.....	209
9.3.2	Inventiones no patentables.....	210
9.3.3	No se admite patentes de uso.....	212
9.4	Derechos del titular de una patente.....	213
9.4.1	Derecho moral del inventor.....	213
9.4.2	Derechos patrimoniales del inventor o titular.....	214
9.4.3	Derecho de explotación.....	215
9.4.4	Derecho de licenciamiento y transferencia.....	215
9.4.5	Derecho de restitución de la patente.....	217
9.4.6	Derecho a prohibir el uso no autorizado.....	217
9.4.7	Derecho a exigir compensación.....	218
9.4.8	Derecho a la acción reivindicatoria.....	218
9.4.9	Derecho a la renuncia a las reivindicaciones.....	219
9.4.10	Derecho de dividir y fusionar patentes.....	219
9.4.11	Importancia de los derechos exclusivos y su impacto.....	220

9.5	Diferencia entre Monopolio Económico y Monopolio Legal.....	220
9.5.1	Monopolio Económico.....	221
9.5.2	Monopolio Legal.....	221
9.5.3	Algunas comparaciones y ejemplos.....	222
9.6	La innovación.....	223
9.6.1	Innovación Incremental.....	223
9.6.2	Innovación Disruptiva.....	224
9.6.3	Diferencias entre Innovación Incremental y Disruptiva.....	224
9.7	El ciclo de innovación y su impacto en las patentes.....	225
9.7.1	Impacto en la Protección de Patentes.....	225

*Capítulo X*

**LAS PATENTES Y SU IMPACTO EN LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES**

10.1	La regla de los tres pasos en patentes.....	227
10.1.1	Aplicación de la Regla:.....	228
10.2	Excepciones y limitaciones del derecho de patentes.....	229
10.3	Agotamiento del derecho en patentes.....	235
10.4	Condiciones para otros usos justos no autorizados.....	237
10.5	La prohibición a la materia patentable vs. la neutralidad de la tecnología..	247
10.5.1	La obligación suficiencia y calidad en la divulgación de la invención.....	248
10.5.2	Las licencias compulsivas en el Derecho de Patentes.....	250
	Referencias bibliográficas.....	255