

UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS E INFORMÁTICA

FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS

CARRERA PROFESIONAL DE DERECHO



TESIS:

**“ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LA LEY DE PROTECCIÓN DE DATOS
PERSONALES DEL CONSUMIDOR PERUANO EN EMPRESAS
COMERCIALES”**

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE ABOGADO

AUTOR:

BACH: AUCCATOMA GOZME, EFRAIN

ASESOR:

DR.: ARMAS ZÁRATE, FERNANDO

ID ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4390-438X>

DNI N° 07973958

LIMA- PERÚ

2023

DEDICATORIA

Dedico con todo mi corazón mi tesis a mi madre pues sin ella no había logrado. Tu bendición a diario a lo largo de mi vida me protege y me lleva por el camino del bien. Por eso te doy mi trabajo en ofrenda por tu paciencia y amor madre mía, te amo.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme otorgado una familia maravillosa, quienes han creído en mí siempre, dándome ejemplo de superación, humildad y sacrificio, enseñándome a valorar todo lo que tengo. A todos ellos dedicó el presente trabajo, porque han fomentado en mí, el deseo de superación y de triunfo en la vida. Lo que ha contribuido a la consecución de este logro. Espero contar siempre con su valioso e incondicional apoyo.

PRESENTACIÓN

La presente investigación trata sobre la protección de los datos personales los cuales son los que permiten identificarnos o muestran identificables, como son el nombre, la dirección domiciliaria, la imagen, entre otros, los cuales guardan una estrecha relación con las diversas actividades que se desarrollan en la vida cotidiana. Por esta razón la protección de estos datos es indispensable y en el Perú la ley que regula este tema es la Ley N°29733 la cual fue promulgada en el año 2011 y fue creada con la finalidad de brindar garantías a un derecho fundamental el cual es la protección de los datos personales, lo cual se encuentra regulado en la Constitución Política del Perú.

La indagación busca analizar el impacto de la Ley de Protección de Datos Personales del consumidor peruano en empresas comerciales y para ello fue desarrollado el trabajo en diversos capítulos, los cuales se mencionan a continuación:

En el primer capítulo denominado introducción, se ha desarrollado la realidad problemática del tema presentado, así como el planteamiento del problema, los objetivos de la investigación, la respectiva justificación y todo lo relacionado a las bases teóricas de ambas variables del estudio.

En el segundo capítulo se procedió a desarrollar lo relacionado a la metodología del estudio en relación al tipo, al diseño, al escenario de estudio, así como a las técnicas e instrumentos empleados, el procesamiento y análisis de los resultados y finalmente los aspectos éticos.

En el tercer capítulo se desarrollaron los resultados de la investigación en donde se realizó un análisis de dichos resultados y en el cuarto capítulo se discutieron los resultados obtenidos a través de las técnicas empleadas.

Finalmente, en el capítulo cinco y seis se realizaron las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

ÍNDICE

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
PRESENTACIÓN	iv
ÍNDICE.....	v
INDICE DE TABLAS	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	9
1.1. Realidad problemática	10
1.2. Planteamiento del problema	11
1.3. Objetivos de la investigación.....	11
1.4. Variables, dimensiones e indicadores	12
1.5. Justificación del estudio	12
1.6. Trabajos previos	13
1.7. Teorías relacionadas al tema.....	17
1.8. Definición de términos básicos	26
II. MÉTODO	28
2.1. Tipo de investigación	28
2.2. Diseño de investigación.....	29
2.3. Escenario de estudio.....	29
2.4. Técnicas para la recolección de datos	30
2.5. Validez del instrumento cualitativo	31
2.6. Procesamiento y análisis de la información	31
2.7. Aspectos éticos.....	32
III. RESULTADOS	33
3.1. Análisis de resultados.....	33
IV. DISCUSIÓN.....	50
V. CONCLUSIONES	51
VI. RECOMENDACIONES.....	52
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	53
ANEXOS	57

Anexo 1. Matriz de consistencia	57
Anexo 2. Instrumentos de recolección de análisis de información.....	58
Anexo 3. Evidencia de similitud digital.....	60
Anexo 4. Autorización de publicación en repositorio	67

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz de operacionalización	12
Tabla 2. Niveles jerárquicos en una empresa	23
Tabla 3. Base legal y contenido.....	34
Tabla 4. Ley N°29733 de Protección de Datos Personales.....	34
Tabla 5. Decreto Supremo N°003-2013-JUS Reglamento de la Ley de Protección de Datos Personales.....	35
Tabla 6. Ley N°29571 Código de protección y defensa del consumidor	37
Tabla 7. Expediente N°031-2015-JUS/DGPDP-PS Resolución N°025-2016-JUS/DGPDP- DS	38
Tabla 8. Evolución del marco legal.....	40
Tabla 9. Derecho comparado	46

RESUMEN

La presente investigación titulada: Análisis del Impacto de la Ley de Protección de Datos Personales del Consumidor Peruano en Empresas Comerciales, tiene como objetivo general: Analizar el impacto de la Ley de Protección de Datos Personales del consumidor peruano en empresas comerciales. En este estudio se empleó la metodología correspondiente al enfoque cualitativo, de tipo fenomenológico, con un nivel correlacional – causal, con un diseño no experimental. El escenario de estudio por tratarse de un análisis documental, fue la Legislación Peruana, en el cual se analizaron leyes, decretos, jurisprudencia y casos relacionados al tema a los cuales se les aplicó la observación documental mediante la ficha de análisis de estudio. Los resultados más importantes de la presente investigación es que a raíz de la entrada en vigencia de la Ley N°29733 Ley de Protección de Datos Personales del Consumidor, muchas empresas fueron fiscalizadas siendo algunas sancionadas con su respectiva multa, asimismo, lo que se ve en muchos de los casos es que las entidades no inscriben el banco de datos personales de sus clientes en el Registro Nacional de Protección de Datos Personales y eso ocurre en la mayoría de los procesos por infringir esta norma. Por otro lado, de acuerdo a la legislación comparada se tiene que en varios países si se regula la ley sobre la protección que se les debe dar a los datos personales a excepción de Ecuador que es uno de los pocos países de Latinoamérica que no regula dicho tema.

Palabras clave: Ley N°29733, consumidores, empresas comerciales.

ABSTRACT

The present investigation entitled: Analysis of the Impact of the Personal Data Protection Law of the Peruvian Consumer in Commercial Companies, has as general objective: Analyze the impact of the Personal Data Protection Law of the Peruvian consumer in commercial companies. In this study, the methodology corresponding to the qualitative approach, of the phenomenological type, with a correlational-causal level, with a non-experimental design, was used. The study scenario, since it was a documentary analysis, was the Peruvian Legislation, in which laws, decrees, jurisprudence and cases related to the subject were analyzed, to which the documentary observation was applied through the study analysis sheet. The most relevant results of the present investigation is that as a result of the entry into force of Law No. 29733 Law on the Protection of Personal Data of the Consumer, many companies were inspected, some of them sanctioned with their respective fine, also, what is seen In many cases, entities do not register their clients' personal data banks in the National Personal Data Protection Registry, and this occurs in most of the processes for infringing this rule. On the other hand, according to comparative legislation, in several countries the law on the protection that should be given to personal data is regulated, with the exception of Ecuador, which is one of the few countries in Latin America that does not regulate said topic.

Keywords: Law No. 29733, consumers, commercial companies.

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente se está frente a un mundo totalmente globalizado gracias a cómo va evolucionando los avances tecnológicos y a sus muchas posibilidades que brindan a la sociedad de romper obstáculos y hacer accesible cualquier clase de información, que antiguamente demoraba mucho más que hoy en día, lo que ha ocasionado consecuencias sobre los negocios, sobre lo laboral y más que todo en la vida diaria. De acuerdo a como avanzan los años, la información de los ciudadanos se ha visto como un activo, que toda empresa desea obtener para sus propósitos comerciales, a través del internet a nivel mundial, de forma ilimitada y sin restricciones. (Polo, 2020)

Es de esa forma que los modernos avances tecnológicos y su constante transformación, han determinado que exista la obligación de proteger los datos y que los agentes económicos tengan un límite, es por ese motivo que el derecho adquiere más relevancia conforme pasa el tiempo, ya que lo que se busca es que se protejan la información personal y datos sensible de la sociedad, a través de los diversos dispositivos de seguridad que protegen los derechos.

Cabe mencionar que desde el instante que una empresa empieza a procesar la información personal de cada una de las personas, se le exige que cumpla con la Ley de Protección de Datos Personales, sin embargo, muchas de estas empresas infringen esta ley vulnerando los derechos de las personas generando malestar e incomodidad al llamar de forma constante, promocionando algún servicio o producto.

Es necesario recalcar que la información de cada ser humano es aquella información que puede hacer a la persona identificable, ya sea por el nombre, por su imagen, por la dirección de su domicilio, por su teléfono, entre otros aspectos, lo cual tiene una íntima y directa conexión con las diferentes actividades que desarrollan en su vida cotidiana y la seguridad de esto es algo indispensable.

La Constitución Política estipula que todos los seres humanos poseen derechos y uno de ellos es el derecho a la autodeterminación informativa como

una facultad que poseen las personas con la finalidad de proteger sus datos ante un registro, uso y revelación de información que crean sensibles.

1.1. Realidad problemática

La Autoridad Nacional que protege la información personal del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos del Perú afirma que la Ley N°29733 que se promulgó un 3 de julio del 2011 y luego en su versión final en marzo del 2013, fue promovida por Indecopi y lo que busca es la solución de poca efectividad del Registro gracias, pero no siga insistiendo, el cual fue considerado como un medio eficiente para de alguna manera eludir los acosos a las personas por las prácticas comerciales. (Ley N°29733, 2013)

Para esta autoridad antes mencionada, hace muchos años el consentimiento era una forma la cual debía ser acreditada por las empresas las cuales eran fiscalizadas con la finalidad de verificar si cumplían o no con la Ley. (Luna, 2018)

El objetivo de esta ley fue la mejoría de las condiciones de protección de los datos personales de las personas y asimismo, incrementar el estándar de protección a nivel mundial, este impacto de la ley a principios generó en las empresas un proceso de adaptación a buenas prácticas las cuales incluían desde la base de datos registrada ante la ANPD (Autoridad Nacional de Protección de Datos Personales) con la correcta protección con la finalidad de evitar el acceso de extraños hasta el diseño de formularios en donde estipula el consentimiento de uso de datos personales en sus páginas web.

Sin embargo, más después las empresas ya no cumplían lo regulado en la ley por lo que la fiscalización iba en aumento, siendo que en los años de 2013 y 2014 solamente realizaron aproximadamente 80 visitas por año a instituciones tanto públicas como privadas, ya en el año 2016 se hacían visitas de 201 por año y asimismo, se iniciaron 90 procesos sancionadores; en el año 2020 solo se hicieron 210 visitas y se iniciaron 100 procesos de sanción y con respecto a las multas las cuales fueron aplicadas como una sanción sólo durante el año 2020 se impusieron multas las cuales dieron una suma de S/3,5 millones (829 UIT).

Entre las instituciones sancionadas en el año 2020 por un inadecuado tratamiento del uso de los datos personales destacan los supermercados, los bancos, los colegios, las clínicas, redes sociales y universidades.

Toche (2021) quien es gerente legal de IALaw (Estudio jurídico especializado en derechos de nuevas tecnologías y propiedad intelectual), mencionó que, respecto a las estadísticas, aquellas empresas que ofrecen sus productos o prestan servicios de consumo masivo son las mismas que siempre reinciden en los incumplimientos, muy aparte de que también son las más fiscalizadas.

A nivel internacional, Google es quien ha tenido la sanción más alta hasta el momento por no borrar información personal difamatoria de las búsquedas (“derecho al olvido”) a finales del año 2015. La empresa en cuestión recibió dos multas debido a dos sanciones la primera fue por 30 UIT y la segunda por 35 UIT que sumándose fueron un total de S/260 millones de soles.

Y a nivel nacional se tuvo al caso en donde su público datos personales en un sitio web sin consentimiento alguno del interesado, esta página fue Datos Perú Org quien recibió como sanción una multa de 15 UIT siendo esto más de 60 mil soles, este suceso fue en el año 2014, debiendo la página web retirar los datos no consentidos. (Toche, 2021)

1.2. Planteamiento del problema

Los consumidores son las personas que más preocupaciones enfrentan ante el incumplimiento de la Ley N°29733 por parte de las empresas comerciales. Es por tal razón que se formulado como pregunta de la presente investigación la siguiente:

¿Cuál es el impacto que ha generado la Ley de Protección de Datos Personales del Consumidor peruano en Empresas Comerciales?

1.3. Objetivos de la investigación

Objetivo General:

Analizar el impacto de la Ley de Protección de Datos Personales del consumidor peruano en empresas comerciales

Objetivos Específicos:

Analizar la evolución del marco legal nacional en materia de Protección al consumidor.

Precisar la problemática referente a la deficiencia de la legislación peruana sobre protección al consumidor respecto a sus datos personales.

Analizar la legislación comparada referente a la protección de los datos personales del consumidor frente a las empresas comerciales.

1.4. Variables, dimensiones e indicadores

Tabla 1. Matriz de operacionalización

Categorías	Dimensiones	Indicadores
Categoría 1 Ley de Protección de datos personales del consumidor peruano.	Objeto de la ley	<ul style="list-style-type: none"> • Garantía • Protección • Tratamiento
	Principios	<ul style="list-style-type: none"> • Legalidad • Proporcionalidad • Seguridad
	Indecopi	<ul style="list-style-type: none"> • Defensa • Quejas o reclamos • Fiscaliza
Categoría 2 Empresas comerciales	Sociedad mercantil	<ul style="list-style-type: none"> • Compra • Venta • Bienes
	Tipos	<ul style="list-style-type: none"> • Mayorista • Minorista • Comisionista
	Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidades existentes • Demanda • Suministrar

1.5. Justificación del estudio

La justificación del presente estudio se fundamenta en que, debido a la actividad comercial, el comerciante es la persona quien practica cotidianamente acciones de comercio entre el que ofrece y el que demanda, con la finalidad del lucro, beneficio o ganancia y esta debe basarse respetando los derechos de los consumidores.

Si bien es cierto la Constitución Política del Perú ha estipulado que el Gobierno defienda el interés del consumidor como un derecho constitucional y asimismo,

la Ley 29733 también protege los derechos de los consumidores respecto a su información personal, pero estos en su mayoría de casos son incumplidos por las empresas comerciales.

Ahora cuando se contrata un servicio ya sea de agua o de luz, se emite el documento de identidad en donde se encuentra la dirección del domicilio, cuando se adquiere productos a través de tarjetas de crédito, también se firma o pone clave para dar la autorización, cuando piden un producto por delivery se brinda número telefónico y la dirección destinada e inclusive cuando se descarga una app o red social se brinda datos de identificación. (Defensoría del pueblo, 2019)

Sobre ello existe una gran preocupación, con respecto a qué tratamiento se le dará al uso de la información personal brindada y es por eso que en el presente estudio se le permitirá conocer de forma más sencilla y transparente que son esos datos, que tratamiento se le puede dar, qué derechos existen frente al banco de datos, con qué base legal se puede argumentar tales derechos, así como quien es la entidad encargada de proteger esos derechos.

Es por tal razón que con este estudio se pretende realizar un estudio en cuanto al impacto que genera la ley de protección de datos personales del consumidor peruano frente a las empresas comerciales, ya que el ordenamiento jurídico peruano brinda la facultad a los consumidores que si ven afectada su información personal por alguna empresa comercial está puede ser denunciada para que la entidad encargada fiscalice tal acción e imponga una sanción.

1.6. Trabajos previos

Para la elaboración de este estudio, se decidió utilizar trabajos de investigación nacionales e internacionales relacionados con el tema del estudio, los cuales serán mencionados a continuación:

A nivel internacional, se tiene a López (2021) en su tesis titulada "El Sernac ha adquirido nuevas competencias en materia de datos personales y privacidad". El objetivo de esta evaluación crítica fue presentar y evaluar las facultades otorgadas por el art. 15° de la Propuesta de Modernización de la Ley de Protección al Consumidor en el contexto de crear una agencia que protege datos. En un análisis documental con enfoque cualitativo no experimental, se utilizaron libros, revistas, documentos relacionados con el tema, trabajos

previos relevantes para la investigación y un análisis de la revista N°12.409-03. Además, la autora determinó que el derecho constitucional a la intimidad está salvaguardado, y que el hecho de seguir dividiéndolo entre entidades con diferentes grados de competencia y capacidad reguladora dio lugar a una protección inadecuada y poco clara. Esta incoherencia del sistema va en contra de la efectiva y adecuada protección de los datos particulares de los individuos, ya que la calidad y precisión de la protección que reciben varía según se trate de datos únicamente económicos o comerciales, o si se encuentran fuera de estas dos categorías, y es esta división la que afecta a los titulares de los datos, que quedan a oscuras a la hora de decidir qué camino tomar.

Cárdenas y Herrera (2018) realizaron el estudio "Protección de datos personales del consumidor electrónico", con el objetivo de determinar el grado de protección de los datos personales de los consumidores electrónicos en Colombia. Se usó la metodología con enfoque cualitativo con un método documental o bibliográfico en una investigación hermenéutica, siendo las fuentes libros, revistas, artículos y toda otra información bibliográfica. Por último, la investigación subraya la necesidad de mantener los datos personales y las llamadas bases de datos en la sociedad actual, haciendo hincapié en los riesgos relacionados con su adquisición o subprocesamiento, y destacando la responsabilidad del propietario de los datos.

Según Labbé y Latrille (2018), en su estudio "Protección de datos personales en Chile, su tratamiento y comercialización", se propusieron evaluar el sistema global de protección de datos personales en Chile, identificar sus fallas y reflexionar y criticar las injusticias que se cometen en el ordenamiento jurídico chileno. Su método es básico, con un enfoque descriptivo y una aproximación cualitativa no experimental; libros, artículos legales, publicaciones, documentos relacionados con el tema del estudio y normas legales conformaron la muestra para el análisis documental. Finalmente, los autores encontraron que la gran mayoría de los titulares de los datos no están informados de sus derechos, mientras que los que controlan los datos personales desconocen sus obligaciones. Este desconocimiento se debe a la falta de estudio y crecimiento doctrinal en la materia, así como a la falta de campañas de concientización

ciudadana que defiendan el derecho a la intimidad, en especial de los datos personales.

Por su parte, Soto y Ducuara (2018) publicaron una tesis titulada "Protección de datos personales en los servicios de internet" con el propósito de realizar un análisis del estado actual del cumplimiento del derecho a la privacidad en Internet a través de una investigación que revele las fortalezas y debilidades de la legislación colombiana en ámbito de protección de datos relacionado con las políticas, términos y condiciones de los servicios web. La técnica del estudio es exploratoria, lo que significa que hay pocos estudios sobre el tema y que esta metodología permite tener un panorama más completo de la protección del derecho a la intimidad en relación con los servicios de Internet. Después de realizar un análisis comparativo con las normas internacionales y el Reglamento Europeo de Protección de Datos, que es un referente internacional en la materia, el autor decidió que el ordenamiento jurídico colombiano sobre protección de datos personales tenía fortalezas y debilidades. Entre las limitaciones se encuentra la falta de un sistema de certificación que garantice que las empresas encargadas del tratamiento de datos cumplan con la legislación aplicable, en particular cuando no hay compensación porque el responsable del tratamiento cometió una infracción. Por otro lado, la definición del tratamiento de la información de niños y adolescentes, así como los principios de protección de datos, son dos de las fortalezas más importantes de Colombia a nivel mundial.

A nivel nacional, Ayala (2018) realizó una tesis titulada "La protección del consumidor ante el desarrollo del comercio electrónico en el Perú", en donde examinó la necesidad de regular un capítulo dedicado a la protección del consumidor en el mundo electrónico. La metodología fue un modelo teórico, una investigación documental y un diseño no experimental, así como técnicas comparativas, hermenéuticas legales e inductivas, se aplicó en este trabajo una metodología descriptiva-explicativa. El autor concluye que, además del desarrollo de los derechos de los consumidores y de las obligaciones de los proveedores, el Estado debe desarrollar actividades como: el fortalecimiento de los organismos existentes o la creación de nuevos organismos con amplios poderes para saber y buscar los ataques a los derechos de los consumidores

en el comercio electrónico, la segunda es la creación de mecanismos efectivos que prevean la resolución de conflictos causados por proveedores y consumidores, y la cuarta es crear mecanismos efectivos que prevean la resolución de conflictos causados por proveedores y consumidores.

Polo (2020) realizó un estudio titulado "El Impacto de la Ley de Protección de Datos Personales en el Contrato de Hosting", su objetivo es promover la concientización sobre la importancia de promulgar una nueva legislación sobre la intimidad de los datos privados y las restricciones asociadas para adaptarse a las nuevas tendencias del comercio electrónico, especialmente el contrato de alojamiento. Este estudio fue cualitativo, no experimental y descriptivo, y empleó un análisis documental basado en fuentes bibliográficas de libros, revistas y artículos sobre el tema. Finalmente, debido a que esta figura del contrato de hospedaje recae en la misma persona, el autor concluyó que el titular del banco de datos personales es el único responsable de garantizar y salvaguardar los métodos que brinden seguridad de la información de acuerdo con la ley de protección de datos personales, sin realizar un análisis y concluir que el titular del banco de datos personales está en la obligación para garantizar dicho cumplimiento en todos los escenarios.

Por otro lado, Gárate y Maldonado (2020) publicaron un trabajo titulado "Los datos personales como contraprestación económica: el caso Google vs. Chu y la protección de los derechos de los consumidores", que pretendía investigar cómo se interpreta la definición de compensación financiera en el contexto de una relación de consumo, concretamente entre los clientes que aportan datos y las aplicaciones que los utilizan. Partiendo de las normas que protegen al consumidor en la legislación y de las normas vigentes en la jurisprudencia del Tribunal Constitucional, así como de las opiniones de la doctrina específica, se investigó el tema utilizando una metodología dogmática jurídica con un enfoque cualitativo. Además, dado que los datos personales no son una manera de compensación financiera y comercial en el derecho peruano, y dado que no hay manera de contradecir el carácter financiero y comercial que han conseguido, el autor concluyó que es responsabilidad del legislador iniciar un estudio y análisis de la posibilidad de utilizar los datos personales como

compensación, así como la Directiva (UE) 2019/770, que fue brindada por la Unión Europea con el objetivo de resolver el problema.

1.7. Teorías relacionadas al tema

PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES DEL CONSUMIDOR

Teoría de la eficacia inmediata (directa)

En esta situación, el derecho privado queda inmediatamente subyugado al derecho constitucional. La autonomía privada ha desaparecido, según algunos autores, especialmente los que trabajan en el área del derecho privado, y esta rama del derecho ha quedado subyugada al derecho constitucional. En consecuencia, los derechos fundamentales pueden emplearse únicamente para dejar sin efecto las disposiciones tradicionales, lo que implica que los contratos celebrados tras el cumplimiento de los requisitos jurídicos carecen de sentido, que es donde surge la inestabilidad jurídica en el comercio individual (López, 2012)

Teoría de la eficacia mediata (indirecta)

El más reconocido defensor de esta visión es Durig un abogado constitucionalista, quien afirma que este contexto obliga a la obligación de salvaguardar y defender los valores que los derechos primarios y la definición normativa de dignidad humana crean como fundamento del derecho. López, R. (2012)

Definición

Los individuos cuyos datos se recogen, almacenan y procesan tienen derecho a saber qué datos se guardan y utilizan, así como a que se corrijan los errores. Los individuos que participan en investigaciones deben considerar las consecuencias legales y éticas del intercambio de datos. el año 2020 (Naciones Unidas)

La Ley N.º 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, conocida popularmente como CODECO, busca salvaguardar a los consumidores, mientras que la Ley N.º 29733, Ley de Protección de Datos Personales, busca igualmente proteger los datos personales de las personas naturales. (Patrón, 2020)

¿Qué son los datos personales?

Toda información o dato que pueda ser utilizado para reconocer o individualizar a una persona, como el nombre, la dirección, el Gmail, la firma, el número de DNI, la voz o el número de teléfono móvil, son considerados datos personales. Se consideran datos sensibles los datos biométricos, los ingresos económicos, la raza, la religión y cualquier información vinculada a la salud o a la orientación sexual, y se refiere a los datos biométricos, los ingresos económicos, la raza, la religión y cualquier información vinculada a la salud o a la orientación sexual cuando se habla de ellos (Defensa Popular, 2019)

La necesidad de proteger los datos personales

Todo individuo tiene derecho a la privacidad, lo que incluye la protección de los datos personales de las personas y sus familias del manejo indebido o abusivo. Varias acciones cotidianas, como instalar una app, unirse a una red social y pedir un crédito, entre otras, necesitan ahora del suministro de datos personales; por ello, sólo se debe suministrar el mínimo de información. Los datos personales de las personas están protegidos por el derecho de autodeterminación de la Constitución Política, controlado en el numeral 6 del art. 2. (2019, Defensora del Pueblo)

Normas que protegen los datos personales en el Perú

La información recopilada a través de los servicios informáticos públicos o privados no podrá ser perjudicial para la intimidad personal o el círculo familiar de la persona, según la Constitución Política del Perú. (Constitución del Perú, 2022)

El número de la ley es 29733.

Es la legislación que regula la protección de datos personales y señala los derechos de las personas que están a cargo de los mismos, así como los criterios y principios que deben observarse en el tratamiento (Legislación N°29733, 2013)

Decreto Supremo 003-2013-JUS

Es el ordenamiento jurídico que regula la inscripción de los datos personales en el Registro Nacional de Protección de Datos Personales, como también el régimen sancionador en caso de violación de datos.

Protección de los datos personales

Judicialmente

El titular del derecho podrá conocer, incluir, actualizar, rectificar o suprimir la información relativa a su persona que este guardada o registrada de forma manual, informática o mecánicamente, en archivos, bases de datos o en el registro de instituciones privadas o públicas que presten sus servicios o accedan a terceros, así como solicitar la supresión o prevención de datos que tengan carácter sensible y afecten a un tercero, por vía judicial a través del proceso de hábeas data (2019, Defensa Popular) (Defensa Popular, 2019). (Defensa Popular, 2019).

Es necesario mencionar que la Constitución Política del Perú estipula dicha modalidad en el artículo 200, y el Código Penal Constitucional la desarrolla.

Administrativamente

Se puede hacer administrativamente presentando una solicitud al dueño de la base de datos o quien sea el responsable del tratamiento; el titular de los datos personales puede necesitar acceso, rectificación o se puede oponer, así como rectificación de cualquier tratamiento.

Sólo en el caso de que el dueño de la base de datos o el encargado del proceso se nieguen a responder a la solicitud, podrá iniciarse un proceso tripartito de protección de datos ante la autoridad competente de protección de datos personales. La resolución de la autoridad pone fin a los procesos administrativos, por lo que sólo puede ser impugnada ante los tribunales a través de un procedimiento contencioso administrativo. (Defensa Popular, 2019)

Principios que rigen el uso de la información personal.

Los principios que se van a tratar aquí son los que proporcionan un nivel de protección suficiente a la información personal y que deben seguir las personas físicas o jurídicas que recojan y traten datos personales.

Asimismo, sirven como criterio interpretativo para la aplicación de la Ley N° 29733 de Protección de Datos Personales y su reglamento.

- **Legalidad:** Que el tratamiento de los datos personales debe realizarse de acuerdo con las normas de la ley y los procedimientos.
- **Consentimiento:** Se necesita del consentimiento del titular para que se pueda dar el tratamiento de los datos personales.

- Finalidad: Los datos de cada persona deben recogerse y tratarse con una finalidad determinada y aprobada.
- Proporcionalidad: Los datos privados deben ser tratados de acuerdo a sus fines, evitando cualquier exceso.
- Exactitud, veracidad y oportunidad: Los datos personales tratados deben ser exactos, veraces y actuales.
- Provisión de recursos: Los titulares de los datos personales deben tener acceso a procedimientos judiciales y administrativos que les permitan protestar contra cualquier tratamiento indebido.
- Nivel de protección adecuado: La técnica de tratamiento de datos personales debe mantener un nivel mínimo de protección.
- Seguridad: tanto el titular del banco de la información personal como su representante de tratamiento deben brindar protección y seguridad de los datos bajo su control (2019, Defensa Popular) (2019, Defensa Popular)

¿En qué consiste el tratamiento de datos personales?

Este tratamiento implica, entre otras cosas, el registro, la recopilación, el registro, el uso, el almacenamiento, la consulta, la modificación y el bloqueo de los datos personales, que pueden realizarse de forma automática o manual.

¿Qué es el consentimiento para el tratamiento de datos personales?

Es un consentimiento que el titular de los datos debe firmar para que sus datos sean recogidos y tratados para los fines indicados con previo aviso. Este consentimiento puede otorgarse de forma verbal o por escrito; sin embargo, el consentimiento formal es necesario para el tratamiento de datos sensibles. Para ser legítimo, el consentimiento debe ser avisado, informado, expreso e inequívoco. (2019, Defensa Popular).

En el caso de los niños, se requiere el consentimiento de los padres o tutores.

Cuando no se requiere de consentimiento

De acuerdo a la ley N°29733 también tipifica los casos en los que no se necesita el permiso del titular para que se pueda dar su tratamiento y esto se da cuando: los datos de cada persona son adquiridos por instituciones del estado para cumplir sus funciones; cuando la información personal se da en fuentes accesibles a la sociedad; cuando se realiza un tratamiento de la información privada relacionados a la solvencia patrimonial o económica;

cuando los datos personales son de suma relevancia para la preparar, celebrar y ejecutar un contrato en el cual el dueño de los datos es una de las partes del contrato; cuando se realiza un tratamiento información personal de salud en aquellas situaciones de emergencia, para la prevención, diagnosticar y tratar al titular en los hospitales por profesionales de la salud siempre con la observación del secreto profesional; cuando se hace el tratamiento de los miembros de entidades sin fines lucrativas, cuyo fin puede ser religioso, político o sindical, cuando se aplique un proceso de anonimización o disociación; cuando el tratamiento de la información privada resulta necesario para asegurar los intereses propios del dueño; cuando los datos privados son usados para prevenir el lavado de activos, financiar el terrorismo u otros tipos de delitos por orden de acuerdo a ley; cuando las empresas se encuentren responsables de informar a la Unidad de Inteligencia Financiera sobre los datos de sus clientes con la finalidad de prevenir el lavado de activos y financiar el terrorismo y por último cuando el tratamiento de datos se hace en virtud del derecho fundamental de la libertad de informar. (Defensoría del Pueblo, 2019)

EMPRESAS COMERCIALES

Definición

Una empresa comercial es toda entidad encargada de la producción de productos y servicios que debe satisfacer las demandas de los clientes y al mismo tiempo lograr sus propios objetivos.

López (2020) define a la empresa comercial como "una empresa comercial dedicada a la adquisición de bienes para su reventa sin transformación." Esta empresa se diferencia de otras en que las cosas adquiridas no se alteran, por lo que pueden ser de cualquier tipo.

Una empresa comercial es una entidad económica que, mediante la integración de muchas variables humanas, materiales y funcionales, adquiere los bienes y servicios que crea para llevarlos al mercado con el fin de satisfacer los deseos de los clientes y, como resultado, obtiene recompensas monetarias. (2017, Timón)

Las cualidades clave de una empresa comercial

- Aspectos que inciden en una empresa.

Hay una unidad económica en la que se pueden ver intercambios de productos o servicios y flujos monetarios; también hay recursos humanos, que se pueden utilizar para poner empleados y directivos; recursos de materias primas; y recursos funcionales como el espacio, la organización y el tiempo

- Responsabilidad de la empresa comercial

Esencialmente, la función de las empresas comerciales es colocar en el mercado productos y servicios proporcionados por otras organizaciones para la satisfacción de la demanda de los clientes.

- Objetivos de las empresas comerciales

Uno de los objetivos de este tipo de organizaciones es satisfacer la demanda de los usuarios y, al mismo tiempo, generar un beneficio.

Organización de una empresa comercial

La mayoría de las empresas comerciales optan por una estructura organizativa funcional en la que cada departamento tiene funciones y responsabilidades interrelacionadas. (Timón, 2017).

Así, los departamentos de las empresas comerciales se representan en un organigrama.

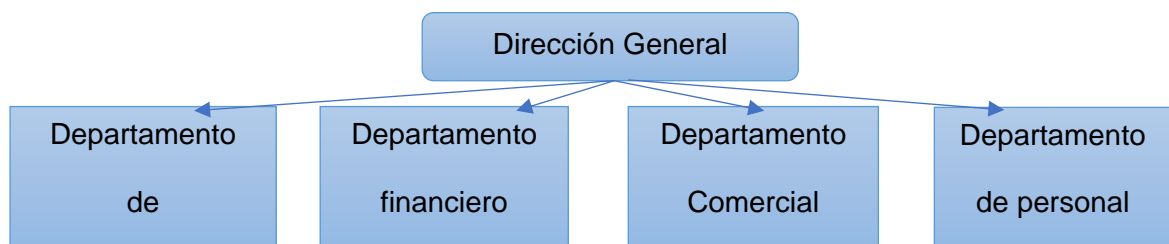


Tabla 2. Niveles jerárquicos en una empresa

Nivel jerárquico	Departamento	Funciones
Primero	Dirección general	Determinar los objetivos de estrategia de la empresa. Es la persona encargada de aprobar y evaluar los planes que tengan los departamentos.
Segundo	Departamento de administración	Es quien lleva la contabilidad de las operaciones, además del control de comunicación interna y externa y del archivo general.
	Departamento financiero	Aquí se llevan los planes financieros y de inversión como la gestión de los pagos y cobros.
	Departamento comercial	Es quien gestiona la compra y venta de las existencias.
	Departamento de personal	Es quien se encarga de seleccionar y gestionar el personal.
Tercero	Compras	Desarrollan la función de aprovisionamiento.
	Ventas	Desarrollan el plan de ventas.
	Logística	Gestiona transportes y almacenes.

Nota: esta tabla muestra como está representado y que papeles desarrolla los departamentos de las empresas comerciales.

El departamento comercial

Anteriormente, se describió en profundidad la responsabilidad del departamento comercial en la supervisión del aprovisionamiento y la venta del inventario. Del mismo modo, cada negocio supervisa la expansión de este trabajo utilizando los criterios adecuados y necesarios en función de sus atributos particulares (Timón, 2017).

Estos son los lugares donde deben establecerse las organizaciones:

- Este departamento se encarga de adquirir las cosas y servicios necesarios para que funcione la entidad.
- Esta división se encarga de comercializar los servicios y bienes de la empresa en sus mercados operativos.
- Logística: Es el departamento encargado de enviar y almacenar los productos de la empresa para prepararlos para su distribución en el mercado.
- El marketing es el estudio de la promoción de la venta de productos y servicios.

Funciones de las empresas comerciales

Entregar la mercancía a sus clientes: La empresa comercial es responsable de suministrar a los clientes los bienes y servicios que requieran para satisfacer sus peticiones. Al estar en constante conexión con el consumidor final y otras empresas intermedias, conocen a fondo las expectativas del mercado.

Desarrollar la demanda: Aquí se encargan de generar la demanda (compradores) identificando las necesidades específicas del producto y poniéndolo a disposición de los clientes.

Satisface la demanda en el sentido de que cumple con los requisitos de los clientes. Además de atender a los deseos de los consumidores, el comprador debe estudiar a la competencia creando normas particulares de coste y rentabilidad, así como cumpliendo determinados objetivos de ventas.

Tipos de empresas comerciales

De acuerdo a los tipos de consumidores:

- Empresas mayoristas

Esto hace referencia a empresas que mueven mercadería a gran escala, compran en grandes cantidades productos a las empresas fabricantes para que también venden en grandes cantidades, un ejemplo de ello son los comercios mayoristas. (Corvo, 2020)

- Empresas intermediarias o distribuidoras

Aquí las empresas cumplen la función de intermediarias las cuales compran mercadería en gran cantidad para luego re-venderlas a aquellas empresas

pequeñas que son minoristas en una pequeña cantidad, un ejemplo de ello es las empresas sub-mayoristas o las distribuidoras.

- Empresas el menudeo

Son aquellas empresas las cuales se forman como una tienda o un almacén en donde realizan la venta de productos, usan para esto alguien que les suministre de forma directa los productos como las tiendas exclusivas de grandes firmas fabricantes o las tiendas por departamento. (Corvo, 2020)

- Empresas minoristas

Aquí entran las empresas que venden a pequeña escala, sin exceder más allá de una población, es decir hace trato con los consumidores finales, en donde los cuales pueden realizar sus compras en pequeñas cantidades, como, por ejemplo: las librerías, ferreterías, fruterías, entre otros. (Corvo, 2020)

- Empresas comisionistas

Las conforman las empresas o personas jurídicas que compran mercadería y la comercian en base al inventario de otras compañías, es decir que ganan un porcentaje de acuerdo a las ventas que se realicen del producto entregado.

De acuerdo a los productos

- Bienes de producción

Hace referencia a las empresas que venden productos en la forma de bienes de consumo, es decir materias primas que se utilizan para fabricar productos últimos o los equipos de producción que se necesitan para la producción productos novedosos, un ejemplo de ello es los hilos, troncos, etc.

- Productos terminados

Son las empresas que realizan la comercialización de productos ya culminados, es decir productos que están preparados para ser usados por los consumidores finales, como, por ejemplo, los televisores, la ropa, roperos, entre muchos más. (Corvo, 2020)

Ejemplos de empresas comerciales

En relación al sector comercial en el Perú las 10 empresas más relevantes son: Inretail Perú, Inretail Pharma, Supermercados peruanos, Grupo Ripley, Cencosud, Saga Falabella, Hipermercado Tottus, Makro mayoristas, Sodimac y Mifarma.

Y a nivel mundial se tiene a las siguientes empresas:

WALMART: es una de las empresas más gigantes del mundo teniendo 12.000 mil sucursales, esta empresa comercializa productos como bebidas, alimentos, entre otros, los cuales son para los consumidores finales.

COPPEL: es de México está empresa y se dedica a todo lo relacionado y proporcionado por las tiendas de departamentos.

TIENDAS OXXO: tiene 40 años de experiencia, tiene locales en México, Chile, Colombia y Perú, siendo la primera cadena de tiendas de conveniencia o de pequeño formato mexicano.

QUICKSILVER: es una empresa comercial grande, que se dedica a ofrecer ropa y zapatos al consumidor final.

CARREFOUR: Es una empresa francesa, la cual ofrece al público una gran variedad de productos, es considerada por Europa como el primer grupo y a nivel mundial se encuentra en el tercer sector.

1.8. Definición de términos básicos

La Ley Nº 29733 es una garantía de los derechos básicos para salvaguardar los datos personales de las personas mediante un tratamiento adecuado, en cumplimiento de los derechos que se encuentran reconocidos por la Constitución del Perú. (Ley 29733, 2013).

Datos personales: es la recopilación de datos personales, que puede ser o no automatizada, y es totalmente independiente del soporte, ya sea magnético, físico u óptico, así como del método o forma de su construcción, producción, organización y accesibilidad. (Ley 29733, 2013)

Los datos sensibilizadores son aquellos datos personales que pueden ser usados para la identificación del portador, tales como los datos biológicos, los relacionados con la etnia y la raza, los ingresos económicos, las creencias religiosas, morales o filosóficas, así como la información relacionada con la vida sexual o la salud. (Ley 29733, 2013)

Consumidor: Es aquella persona que consume un producto de forma constante.

Empresas comerciales: La empresa comercial como "una empresa comercial dedicada a la adquisición de bienes para su reventa sin transformación." Esta empresa se diferencia de otras en que las cosas adquiridas no se alteran, por lo que pueden ser de cualquier tipo.

Indecopi: Es la autoridad de Perú que protege al consumidor que se encarga de promover en el mercado las más buenas decisiones de consumo, como garantía de protección a la salud y seguridad de los consumidores.

Banco de datos personales de administración privada: Banco de datos personales cuyo titular es una persona jurídica o natural de derecho particular, este banco no se está determinadamente relacionado al ejercicio de potestades del derecho público. (Ley N°29733, 2013)

Banco de datos personales de la administración pública: es la base de datos particulares cuyos titulares son de una institución pública. (Ley N°29733, 2013)

II. MÉTODO

2.1. Tipo de investigación

Fenomenológica

Para Fuster (2019) el enfoque fenomenológico del estudio se da como una respuesta a las experiencias que han vivido las personas, es un paradigma que explica la naturaleza de las cosas, su esencia y la verdad acerca de los fenómenos. Su objetivo básicamente se basa en comprender las experiencias que se han vivido de forma compleja; ese comprender, lo que busca es que se tenga conciencia y los conceptos en relación al fenómeno.

Según Bonilla y Álvarez (2015) lo que hace la diferencia de este diseño de los otros cualitativos es que lo que busca este estudio es explicar y comprender los problemas desde la opinión de cada participante y desde la perspectiva que se construyó grupalmente. Este estudio se fundamenta en analizar discursos y temas en específico, así como en buscar sus significados.

Enfoque: Cualitativo

En el presente estudio se usó el enfoque cualitativo, en el cual Ñaupás et al. (2018) hace referencia que en este enfoque se relaciona a las características, a la esencia, a los atributos ya sea en su totalidad o propiedades que no se puedan cuantificar las cuales van a describir, van a comprender y explicaran de manera más clara los hechos, sucesos, fenómenos y acciones que realicen el ser humano o el grupo social.

Para Hernández et al. (2017), en la ruta cualitativa el planteamiento de problema tiene los alcances, pero lo primero que se debe de realizar es

explorar y describir, debiendo limitar la investigación a ello, o también relacionándolo o explicando los vínculos entre los fenómenos.

Nivel: Correlacional- causal

El nivel de esta investigación es correlacional- causal, al respecto y de acuerdo a lo manifestado por Hernández et al. (2017), los estudios de nivel correlacional tienen como fin el estudio y saber la relación o el grado existente entre una variable y la otra, o bien sean categorías o definiciones en un solo ámbito, en resumen, se usan esos estudios correlacionales para que conozca del comportamiento que genera una variable sobre la otra de la cual guarda vinculación.

Según Ñaupas et al. (2018), las investigaciones causales son un poco complejas, debido a que se busca dar una explicación sobre los factores y las causas de un determinado problema, lo cual arriba a que se tiene que buscar una o dos principales causas y las otras dos que sean secundarias; se utiliza cuando se necesita encontrar que es lo determinante del nivel de influencia de la variable dependiente sobre la variable independiente como una forma de comparación.

2.2. Diseño de investigación

No experimental

Se le llama investigación no experimental porque tal investigación no será sometida a ninguna prueba, asimismo de acuerdo a Hernández et al. (2017), las investigaciones no experimentales lo que hacen es observar los fenómenos o los sucesos tal como se manifiestan en la realidad para que posteriormente puedan ser analizados, haciendo más intervención el investigador.

Se va utilizar este diseño porque no existirá alguna manipulación ni aleatorización de las variables, porque el objetivo del estudio no experimental es la investigación empírica y sistemática, en la cual el estudiador no tiene el control directo de las variables independientes, debido a que sus manifestaciones ya han sucedido o son inherentemente de fácil manipulación.

2.3. Escenario de estudio

Según Jordan (2020), el escenario de investigación viene a ser el lugar de donde se va obtener la información para el tema de investigación, escoger un

buen escenario es parte del estudio ya que tiene que ser un sitio accesible de donde se pueda obtener información. El escenario de la presente investigación por tratarse de un estudio cualitativo en donde se va realizar un análisis documental, el escenario será la Legislación peruana, en donde se va analizar leyes, decretos, jurisprudencia, casos relacionados al tema.

2.4. Técnicas para la recolección de datos

Las técnicas e instrumentos de recolección de información en una investigación son aquellos procedimientos y herramientas que se usan para poder recoger todos los datos y las informaciones que tengan relevancia con el tema y además que sean necesarias para que se pueda probar o responder las hipótesis de la investigación. (Ñaupas et al, 2018)

Técnica de recolección de datos

Las técnicas sirven para la recolección de los datos, es un grupo de reglas y de operaciones que su objetivo es recoger aquellos datos que guarden relación al tema y que determinen el análisis de manera eficaz las variables para dar cumplimiento a los propósitos de la investigación. (Carrasco, 2019)

Análisis documental

Según Hernández et al. (2017), la investigación documental es detectar, conseguir y consultar la biografía y otros materiales que forman parte de otras informaciones o conocimientos obtenidos moderadamente de otra realidad, de forma selectiva, a manera que sean útiles para los fines de la investigación.

Por esta técnica el investigador logra inferir el problema de estudio, utilizando diferentes fuentes las cuales son: artículos, trabajos previos, documentos que guarden relación al tema investigado.

Instrumento: Ficha de análisis documental

A través de este instrumento se va recopilar las fuentes registradas tras la búsqueda en diferentes plataformas de acceso público, el análisis que se le dará a dicha información y la conclusión que se obtendrá, de forma que se emplearán libros, artículos, revistas científicas y la entrevista.

2.5. Validez del instrumento cualitativo

La validez y confiabilidad de un estudio son estándares de rigor científico muy aparte de los paradigmas que direccionan el estudio porque el principal objetivo de toda exploración son los resultados creíbles y plausibles. No usar estos criterios orientan a marginar el estudio, lo cual quiere decir, que se contribuye a decir que la investigación cualitativa es inválida, es decir no confiable por la carencia de rigor y no científica. (Plaza, 2017)

La credibilidad

Hace referencia a la veracidad de los resultados de la investigación para aquellos quienes fueron estudiados y para los que no experimentan o no están en contacto con el fenómeno estudiado.

Conformabilidad

Por este criterio se permite que otro estudiador verifique los datos y brinde sus conclusiones parecidas a las del investigador auténtico siempre y cuando sus estudios guarden relación.

La transferibilidad o aplicabilidad

Hace referencia a las posibilidades de que se extiendan los resultados de la investigación a otras poblaciones, se trata de evaluar cómo se ajustan los resultados con el contexto.

La coherencia metodológica

Es la habilidad que posee el investigador para que responda a lo que ocurra durante el desarrollo del estudio. Se tiene en cuenta: las categorías del problema, los objetivos, bases teóricas, los resultados y las conclusiones.

2.6. Procesamiento y análisis de la información

En la presente investigación se considera al procedimiento un método de ejecución o pasos que se deben seguir de forma sistemática y en secuencia donde, la consecución de un fin se refiere a seguir un proceso que en las mismas circunstancias dará el mismo resultado.

Dentro de los procedimientos se iniciará con definir la medición de las variables, determinando la operacionalización de las mismas. Asimismo, se va utilizar la revisión de fuente documental donde se va recopilar la información de tesis, de revistas científicas, libros virtuales, artículos, y la revisión de

normas internacionales de donde se obtuvo información sobre la regulación y el proceso del problema planteado.

2.7. Aspectos éticos

En la presente exploración se ha considerado de suma importancia tener en cuenta los principios éticos al momento de desarrollar la investigación, por lo que se consideró como un principio fundamental el derecho de autor, importante para para la recopilación de información de diferentes autores, citándolos de forma correcta y de acuerdo a las normas APA. Asimismo, se considera importante cumplir con los principios de originalidad, de justicia, de autonomía y de beneficencia; y así desarrollar de manera más idónea el estudio, asumiendo la responsabilidad en caso se llegará a encontrar alguna observación en contra de los principios éticos antes mencionados. (Alvarez, *Ética e investigación*, 2018)

Por el principio de autonomía, según Koepsell y Ruíz (2015) manifiesta que para actuar bajo este principio se tiene que considerar a los sujetos de estudio como entes autónomos capaces de decidir sobre las acciones que se van hacer sobre su imagen, cuerpo o la información sobre su persona, esto quiere decir, que se le otorga ese poder de decisión a los sujetos. Por el principio de beneficencia, el encargado de la investigación tiene la responsabilidad del bienestar físico, psicológico y social de los participantes de la pesquisa.

Por el principio de beneficencia, se tiene el cuidado que se le da a los participantes de la investigación y en general a la sociedad, así como también asegurarse de lo que los beneficios sean mayores a los perjuicios con la formulación y ejecución de la indagación (Koepsell y Ruíz, 2015)

Por el principio de justicia se tiene que es un requisito de la equidad de trato, y está vinculado a la noción de dignidad, donde se requiere de una distribución justa y equivalente respecto a los beneficios y a los riesgos de la participación en una investigación, por lo cual la selección de los que participan en la investigación debe ser justa y equitativa.

III. RESULTADOS

3.1. Análisis de resultados

En la presente investigación para el análisis de resultados se dio con enfoque cualitativo en donde se escogieron diversos materiales jurídicos, siempre teniendo en cuenta los temas que se plantean en la investigación, a continuación, se va proceder a describir el objeto de estudio que más adelante se analizará e interpretará.

- Ley N°29733 Ley de Protección de Datos Personales
- Decreto Supremo N°003-2013-JUS Reglamento de la Ley de Protección de Datos Personales.
- Ley N°29571 Código de protección y defensa del consumidor.
- Expediente N°031-2015-JUS/DGPDP-PS resolución N°025-2016-JUS/DGPDP-DS
- Resolución Directoral N°747-2018-JUS/DGTAIPD-DPDP

CONTENIDO DE LA NORMATIVA

Tabla 3. Base legal y contenido

BASE LEGAL	CONTENIDO
Ley N°29733 de Protección de Datos Personales	Objeto de la ley Principios Autoridad Competente
Decreto Supremo N°003-2013-JUS Reglamento de la Ley de Protección de Datos Personales	Objeto del decreto Principios rectores Infracciones y sanciones
Ley N°29571 Código de protección y defensa del consumidor	Finalidad Ámbito de aplicación Principios
Expediente N°031-2015-JUS/DGPDP-PS Resolución N°025-2016-JUS/DGPDP-DS	Fundamentos de hecho Fundamentos de derecho Sentencia

DESARROLLO DEL CONTENIDO DE LA BASE LEGAL

Tabla 4. Ley N°29733 de Protección de Datos Personales

CONTENIDO	DEFINICIÓN
Objeto de la ley	La ley sobre la protección de los datos personales tiene por objetivo el que se garantice el derecho primordial a la protección de los datos de cada persona, lo cual también se encuentra previsto en la Constitución siempre respetando los demás derechos que en la carta magna se reconoce.
Principios	<p>Legalidad: el tratamiento que se le brinde a los datos siempre es de acuerdo a la ley, asimismo se está prohibido si se obtiene estos datos por medios fraudulentos.</p> <p>Proporcionalidad: cada tratamiento que se le dé a los datos debe ser correcto, que guarde relevancia y no excesivo de acuerdo al fin que se busca.</p> <p>Seguridad: el banco de datos personales como sus representantes son quienes se encargan de tomar todas las</p>

medidas necesarias y jurídicas para que se garantice la seguridad de los datos personales.

Autoridad competente	<p>La autoridad que tiene competencia para proteger los datos personales es el Ministerio de Justicia a través de la Dirección Nacional de Justicia y este puede crear diversas oficinas en todo el Perú.</p> <p>Para que pueda cumplir con sus funciones la Autoridad Nacional de Protección de datos personales tiene el apoyo y la asesoría técnica de la Oficina Nacional de Gobierno Electrónico e Informática.</p>
-----------------------------	--

Tabla 5. Decreto Supremo N°003-2013-JUS Reglamento de la Ley de Protección de Datos Personales

CONTENIDO	DEFINICIÓN
Objeto del decreto	El objetivo de este decreto es que se desarrolle la ley N°29733 con el fin de brindar garantía al derecho primordial de la protección de los datos personales, teniendo una regulación adecuada tanto para las instituciones públicas como las privadas.
Principios rectores	De consentimiento: el tratamiento de los datos será legal cuando el dueño de los datos haya dado su

consentimiento de forma libre, expresa, previa, informada e inequívoca.

De calidad: este principio alude a que los datos que están dentro del banco de datos personales deben ser reales es decir guardar relación con la realidad.

De seguridad: aquí se deberán adoptar las medidas de seguridad necesarias con la finalidad de evitar cualquier acto contrario a las leyes.

Infracciones y sanciones

De acuerdo a las infracciones y sanciones se mediante dos procedimientos, el primero que es el procedimiento fiscalizador y el segundo que es el procedimiento sancionador donde después de ser evaluado se aplica las sanciones correspondientes de acuerdo a ley.

Tabla 6. Ley N°29571 Código de protección y defensa del consumidor

CONTENIDO	DEFINICIÓN
DO	<p>El Código de protección y defensa al consumidor tiene como fin que los consumidores puedan acceder a los servicios y productos adecuados y que sus derechos sean protegidos previniendo que las prácticas y conductas perjudiquen sus legítimos intereses.</p>
Ámbito de aplicación	<p>Este Código va proteger al consumidor esté directa o indirectamente expuesto en una relación de consumo o en una fase antes que ésta. Lo que dispone este código se aplica a las relaciones de consumo que se den dentro del área nacional o cuando los efectos se dan dentro del ámbito peruano. Dentro de este código también se encuentra las operaciones a título gratuito siempre y cuando tenga una finalidad comercial que se encuentra direccionada a fomentar el consumo.</p>
Principios	<p>De soberanía del consumidor: la normativa que protege al consumidor incentiva las decisiones con libertad y siendo informadas con la finalidad de que estos tomen decisiones que motiven al mercado a mejorar las condiciones de sus productos.</p> <p>De transparencia: la información que los proveedores brindan a los consumidores debe ser veraz y adecuada de acuerdo al código.</p> <p>De protección mínima: el código tiene normas que protegen en lo más mínimo a los consumidores y no hay impedimento alguno que las normas sectoriales puedan dispensar un nivel mayor de protección.</p>

Tabla 7. Expediente N°031-2015-JUS/DGPDP-PS Resolución N°025-2016-JUS/DGPDP-DS

CONTENIDO	DEFINICIÓN
Fundamentos de hecho	<p>Mediante una fiscalización que se le hizo al colegio Isabel Flores de Oliva se resolvió que el colegio había infringido la ley 29733, siendo dos sanciones las que se le iba a imponer una leve y una grave.</p> <p>En el primer caso, se le responsabiliza de poner imágenes de alumnos en su portal web sin autorización de sus padres o tutores, siendo que esta autorización era necesaria de acuerdo a la ley de protección de datos personales.</p> <p>Y en el segundo caso se le impone la sanción por no haber registrado el banco de datos personales de sus alumnos en el Registro Nacional de Protección de Datos Personales.</p> <p>Asimismo, la institución educativa apeló la resolución mencionando que las fotos que aparecían en su portal web pertenecían a ex alumnos y que, si habían realizado la solicitud de inscripción de sus bancos de datos personales dentro del plazo correspondiente, sin embargo, tal solicitud fue denegada, pero presentaron su cargo de recepción con la finalidad que evidencien sus intenciones.</p>
Fundamentos de derecho	El colegio Flores de Oliva cometió una infracción a la

Ley N°29733 y a su reglamento supremo N°003-2013-JUS, al haber expuesto imágenes de sus alumnos en su portal web y al no haber inscrito a sus alumnos en el Registro Nacional de Protección de datos personales, lo cual es una infracción grave que se encuentra regulada en el literal e del numeral 2 del artículo 38 de la ley N°29733.

La dirección de sanciones considera como criterios importantes para graduar la infracción que se evidencia a los siguientes: la gravedad del daño al interés público o al bien jurídico; al daño económico causado y a la continuidad o repetición en la comisión de la infracción.

Sentencia

Sancionar a la institución educativa Isabel Flores de Oliva con una multa superior a 2.5 UIT por el tratamiento de las imágenes de sus alumnos en su portal web sin la autorización de sus padres o de sus tutores y por no haber registrado al banco de datos personales de sus alumnos en el Registro Nacional de Protección de datos personales con una multa superior a 8 UIT.

Interpretación de textos: Análisis documental

Respecto al primer objetivo específico

En relación al primer objetivo el cual es: Analizar la evolución del marco legal nacional en materia de Protección al consumidor, se va proceder a analizar las

leyes que se han ido promulgando a través de los años en favor de la protección del consumidor.

Tabla 8. Evolución del marco legal

AÑO	EVOLUCIÓN DEL MARCO LEGAL	CONTENIDO
1991	Decreto Legislativo N°716	<p>A finales de ese año se publica la Norma de Protección del consumidor a través del Decreto Legislativo N °716 que en la actualidad ya se derogó, en el cual se establecen los derechos que tenían los consumidores, tales como la libertad de elegir, de recibir información veraz y adecuada, productos en estado bueno y ser advertido del riesgo o peligro, pedir su boleta de pago.</p> <p>En este mismo año también se dieron el decreto legislativo N°691 sobre Normas de Publicidad en Defensa de Consumidor y el D.L N°701 en contra de las prácticas monopólicas, controlistas y restrictivas de la libertad de competencia.</p>
1992	Decreto Ley N°25868	<p>Sucede un cambio muy relevante con la creación del INDECOPI como un órgano independiente a través del Decreto Ley 25868 Ley de Organización y Funciones del Instituto Nacional de Defensa de</p>

Competencia y de la protección de la propiedad intelectual

1993	Constitución Política del Perú	Con la promulgación de la Constitución, los derechos de los consumidores se consagraron y obtuvieron rango constitucional, ya que el art. 65° estipula que el estado es el encargado de defender el interés de los clientes y usuarios.
------	--------------------------------	---

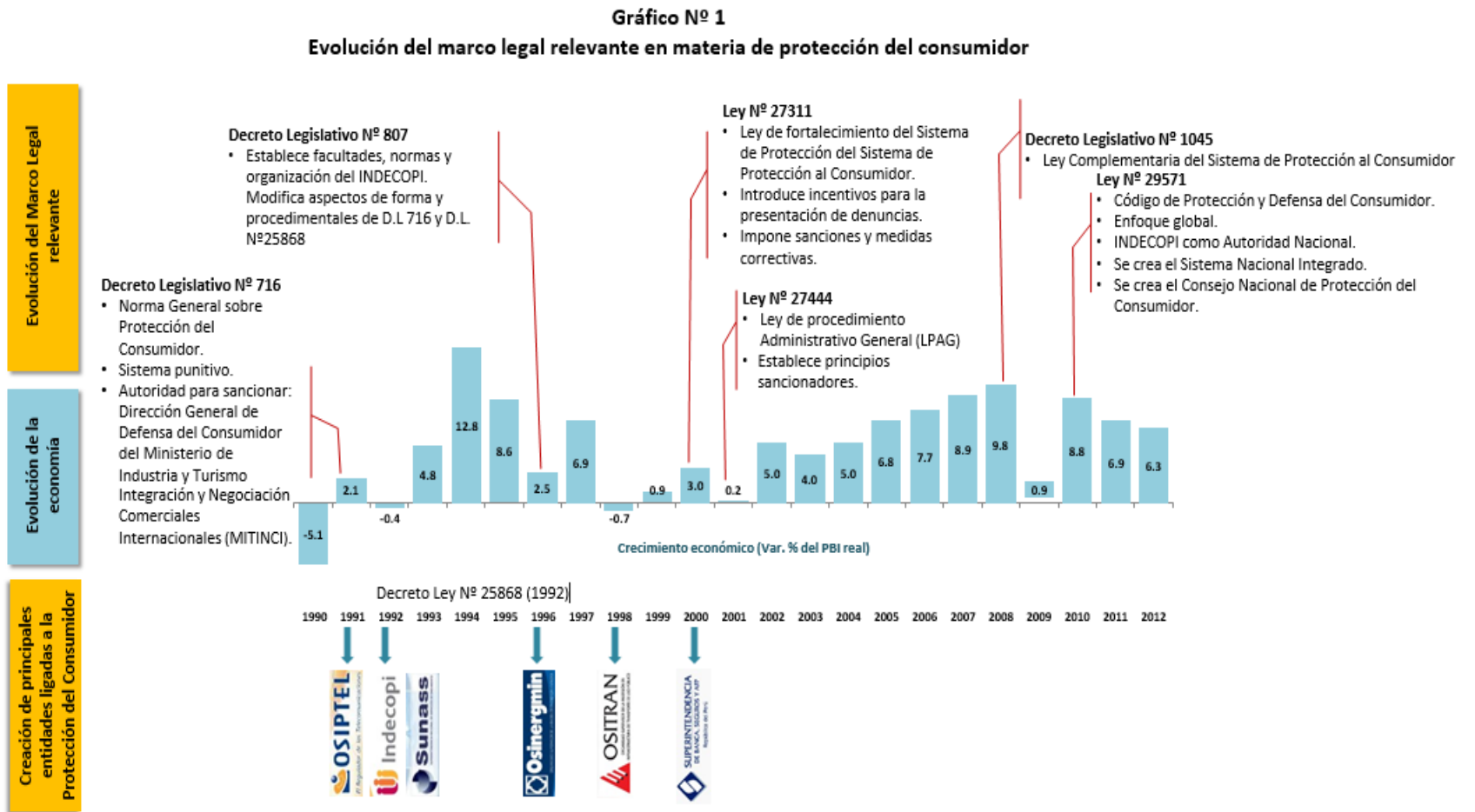
2000	Ley N°27311	Para el año 2000, INDECOPI adquirió competencias que le permitían dar medidas que corrijan mediante la ley antes mencionada que era la Ley del Fortalecimiento del Sistema de Protección del Consumidor, el cual dio un rotundo cambio respecto al anterior sistema sancionador.
------	-------------	--

AÑO	EVOLUCIÓN DEL MARCO LEGAL	CONTENIDO
2001	Ley 27444	Luego con la ley de Procedimiento Administrativo General, se dieron principios para este procedimiento administrativo sancionador.
2008	Decreto Legislativo N°1045	Ya por el año 2008 se aprobó el D.L N°1045 siendo aprobada la Ley Complementaria del Sistema de Protección al consumidor, que en la actualidad se

		encuentra derogada.
2010	Ley N°29571 Código de Protección y Defensa del Consumidor	Ya en este año se aprobó el Código de Protección y defensa al consumidor, de ámbito global y con ello se inicia un sistema integral de protección al consumidor con el INDECOPI como autoridad peruana.
2011	Ley de Protección de Datos Personales Ley N°29733	El 3 de julio del año 2011 se publicó la Ley antes mencionada, así como se creó la Autoridad Nacional la cual era la encargada de ver el cumplimiento de dicha norma.
2013		La ley de protección de datos personales si bien es cierto fue publicada en el año 2011, sin embargo, se empezó a cumplir en el año 2013 cuando entró en vigencia su reglamento

Figura 1

Evolución del marco legal relevante en materia de protección al consumidor



Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor – INDECOPI, con base a Protección del Consumidor (INDECOPI)-20 años y; el informe El Estado de la Protección de los Consumidores Peruanos (2011).

Respecto al segundo objetivo específico

En relación a este objetivo el cual fue: Precisar la problemática referente a la deficiencia del ordenamiento jurídico peruano sobre protección al consumidor respecto a sus datos personales, en tal sentido se tienen las cifras en porcentajes de las fiscalizaciones y sanciones que se les ha impuesto a las empresas por contravenir a las leyes establecidas.

La Autoridad Nacional que protege la información personal del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos del Perú afirma que la Ley N°29733 que se promulgó un 3 de julio del 2011 y luego en su versión final en marzo del 2013, fue promovida por Indecopi y lo que busca es la solución de poca efectividad del Registro gracias, pero no siga insistiendo, el cual fue considerado como un medio eficiente para de alguna manera eludir los acosos a las personas por las prácticas comerciales. (Ley N°29733, 2013)

Para esta autoridad antes mencionada, hace muchos años el consentimiento era una forma la cual debía ser acreditada por las empresas las cuales eran fiscalizadas con la finalidad de verificar si cumplían o no con la Ley. (Luna, 2018)

El objetivo de esta ley fue la mejoría de las condiciones de protección de los datos privados de las personas y asimismo, incrementar el estándar de protección a nivel mundial, este impacto de la ley a principios género en las empresas un proceso de adaptación a buenas prácticas las cuales incluían desde la base de datos registrada ante la ANPD (Autoridad Nacional de Protección de Datos Personales) con la correcta protección con la finalidad de evitar el acceso de extraños hasta el diseño de formularios en donde estipula el consentimiento de uso de datos personales en sus páginas web.

Sin embargo, más después las empresas ya no cumplían lo regulado en la ley por lo que la fiscalización iba en aumento, siendo que en los años de 2013 y 2014 solamente de realizaron aproximadamente 80 visitas por año a instituciones tanto públicas como privadas, ya en el año 2016 se hacían visitas de 201 por año y asimismo, se iniciaron 90 procesos sancionadores; en el año 2020 solo se hicieron 210 visitas y se iniciaron 100 procesos de sanción y con respecto a las multas las cuales fueron aplicadas como una sanción sólo durante el año 2020 se

impusieron multas las cuales dieron una suma de S/3,5 millones (829 UIT). Entre las instituciones sancionadas en el año 2020 por un inadecuado tratamiento del uso de los datos personales destacan los supermercados, los bancos, los colegios, las clínicas, redes sociales y universidades.

Y en el año 2021 se han realizado 172 visitas fiscalizadoras tanto presenciales como remotas a 301 empresas aproximadamente iniciándose 121 procedimientos administrativos sancionadores y se han emitido 113 resoluciones de cierre de la fase instructora para que el órgano que decide resuelva los casos

Respecto al tercer objetivo específico

En el tercer objetivo específico se va analizar la legislación comparada referente a la protección de los datos personales del consumidor frente a las empresas comerciales: se va proceder analizar la lista de los países que legislan la protección de los datos personales del consumidor.

Tabla 9. Derecho comparado

PAÍS	BASE LEGAL	TEMA	IDENTIFICACIÓN OBJETO DE ANÁLISIS
PERÚ	Ley N°29733	Ley de protección de datos personales	Con esta ley se brinda seguridad al derecho a la protección de datos personales, mediante un correcto tratamiento respetando los demás derechos fundamentales.
CHILE	Ley N°19628	Ley de protección de datos personales	Tal base legal estipula que se necesita del consentimiento escrito, informado y previo del titular para que se puedan procesar sus datos o que se encuentre habilitado por la ley.
PAÍS	BASE LEGAL	TEMA	IDENTIFICACIÓN OBJETO DE ANÁLISIS
ARGENTINA	Ley N°25326	Protección de los datos personales	El objeto de la ley es la protección de los datos personales que se encuentren inscritos en archivos, banco de datos, registros u otros medios que traten datos ya sean privados o del Estado, orientados a dar informes para asegurar el derecho a la privacidad y al honor de las personas.

BRASIL	Ley N°13709	Ley General de Protección de Datos Personales	Se creó esta ley con la finalidad de dar garantía a los derechos de privacidad, de libertad y de libre desarrollo de la personalidad, así como al desarrollo económico de Brasil, a impulsar su creación de novedosas tecnologías para las empresas pequeñas las cuales poseen un régimen distinto.
URUGUAY	Ley N°18331	Ley de Protección de Datos Personales	Lo establecido en la presente ley se aplicará a los datos privados que estén inscritos en cualquier base que los haga susceptibles de tratamiento y a cualquier modalidad de uso posterior de tales datos ya sea en lo privado como en lo público.
ECUADOR			Ecuador es uno de los países de Latinoamérica que no tiene una Ley de Protección de Datos Personales, sin embargo, en el 2019 el presidente presentó un proyecto de ley, el cual aún no ha sido aprobado.

Respecto al objetivo general

En relación al objetivo general el cual fue: Analizar el impacto de la Ley de Protección de Datos Personales del consumidor peruano en empresas comerciales.

Desde la regulación de la Ley N°29733 Ley de Protección de Datos Personales hay cerca de 141 empresas que han sido sancionados de diferentes sectores económicos en el Perú, según lo informado por el especialista en Compliance y Protección de Datos del estudio jurídico Torres y Torres Lara Abogados el Dr. Fernando. (Nakaya, 2019)

En todos los sectores hay alrededor de 36 empresas que han sido sancionadas solo en el sector educación, mientras que en el sector de salud hay 20, en el

hotelero hay 26 empresas y en el financiero como 11 empresas, habiendo también otros sectores.

De acuerdo a la clasificación de las sanciones se dividen en tres: las leves que tienen multas de 0.5 a 5 UIT, las sanciones graves con multas de 5 a 50 UIT y las muy graves de 50 a 100 UIT. De acuerdo a la Dirección General de Transparencia, Acceso a la información Pública y Protección de Datos Personales del Ministerio de Justicia han impuesto sanciones por un monto de 1246 UIT lo cual equivale a más de 5 millones de soles, de los cuales 1119 UIT han sido por procedimientos de oficio. (Ministerio de Justicia y Derechos Humanos, 2018)

Dentro de las empresas que fueron sancionadas se encuentra la central de riesgo Sentinel Perú a la cual en el año 2015 se le sancionó con una multa de 42 UIT por efectuar tratamiento de datos privados sobrepasando los fines autorizados, por lo que vulnera la ley y por tal razón se le impuso dicha sanción.

Otra de las empresas sancionadas fue la clínica San Felipe con dos procesos una fue por usar maneras de consentimiento inválidas para el proceso de los datos de los clientes en su página web, que fue en el año 2015 con una multa de 30 UIT y la otra fue por no haber registrado el Banco de Datos de sus clientes.

Quien también fue sancionado con dos procesos fue el Hotel Sheraton a quien se le impuso una multa de 11 UIT; quien tuvo tres procesos por una multa de 7.6 UIT fue la caja Piura, la Caja Trujillo con 4.5 UIT, Hotel Marriot con 12 UIT, el Swissotel con 11.5 UIT, todas esas multas se dieron en el año 2016. Durante el 2017 el gimnasio Golds Gym fue sancionado con una multa de 22 UIT, el Hotel Massone con 5.1 UIT, con 9 UIT a la empresa YTB Fitness, entre más empresas.

Asimismo, en el año 2018 se multó a Mifarma con un monto de 4 UIT, a Cineplanet con una multa de 6.5 UIT, el colegio Humboldt también fue multado con 14 UIT y la empresa Entel Perú con 5 UIT. En el año 2020 solo se hicieron 210 visitas y se iniciaron 100 procesos de sanción y con respecto a las multas las cuales fueron aplicadas como una sanción sólo durante el año 2020 se impusieron multas las cuales dieron una suma de S/3,5 millones (829 UIT). Entre las instituciones sancionadas en el año 2020 por un inadecuado tratamiento del

uso de los datos personales destacan los supermercados, los bancos, los colegios, las clínicas, redes sociales y universidades.

Y en el año 2021 se han realizado 172 visitas fiscalizadoras tanto presenciales como remotas a 301 empresas aproximadamente iniciándose 121 procedimientos administrativos sancionadores y se han emitido 113 resoluciones de cierre de la fase instructora para que el órgano que decide resuelva los casos.

El Abogado Nakaya precisó que la Dirección General de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Protección de Datos Personales con el transcurrir de los años será como un Indecopi, una entidad que regula ya que la ley de protección de datos se dio por una precisión del desarrollo de la tecnología, de la informática, de las redes sociales, y de todas aquellas herramientas que se encuentran disponibles y permiten acceder a la información de datos privados.

Mencionó que casi todos están en la responsabilidad de cumplir con la ley porque esta incluye a personas naturales como jurídicas sean particulares o del Estado.

Lo que se pretende con esta ley es que exista una protección de la seguridad de la información ya que eso actualmente es uno de los retos de mayor relevancia jurídica, ya que la vulneración de ello puede traer consecuencias con críticos impactos en los procesos comerciales y corporativos, es por tal razón que es necesario que se implemente acciones que incentiven la protección de los datos personales.

IV. DISCUSIÓN

En el desarrollo del estudio, se ha ido evidenciando como se ha dado la normativa relacionada a la protección de los datos personales del consumidor Peruano a través del tiempo, que leyes se dieron antes de la normativa que actualmente es la que regula ese tema la cual es la ley N°29733, como fue el impacto de las empresas comerciales frente a mencionada ley, si acataron correctamente lo estipulado, de ello se puede mencionar que de acuerdo al estudio realizado muchas empresas infringen dicha norma por lo que se les abrió procesos y se les sancionó con su respectiva multa, eso se encuentra detallado dentro del desarrollo de los objetivos, lo cual está líneas arriba, asimismo se realizó una comparación con otros países, los cuales también tienen leyes que protegen los datos personales de los consumidores a excepción de Ecuador que hasta ahora no se aprobado el proyecto ley que se dio en el año 2019 por el presidente.

Por otro lado, también se señaló doctrina, gráfica y jurisprudencia, en donde se desarrolló un expediente sobre una institución educativa que infringió la ley y fue sancionada con su respectiva multa, la persona que aprecie el presente trabajo se podrá dar cuenta porque dicha entidad fue sancionada, habiendo leído desde un principio el estudio y sabiendo de qué trata el tema.

En tal sentido, la hipótesis propuesta en la investigación responde a la deficiencia en la aplicación de la ley, aludiendo que si existiera una buena regulación se mejorarán las condiciones relacionadas a la protección de los datos personales de los consumidores.

V. CONCLUSIONES

1. En el Perú y de acuerdo a las estadísticas brindadas en el desarrollo de la presente investigación, las empresas que venden productos de consumo masivo y aquellas que prestan sus servicios son las empresas que más inciden en los incumplimientos de la norma siendo sancionadas con su respectiva multa, además de ser las más fiscalizadas.
2. De acuerdo a la evolución del marco jurídico que ha tenido la protección de los datos personales del consumidor, se puede manifestar que está a través de los años ha mejorado de manera progresiva, como se puede evidenciar en el trabajo y a través de una gráfica, sin embargo, la última modificación de la ley que legisla este tema no ha sido suficiente para disminuir el porcentaje de las sanciones y el monto de las multas impuestas por el órgano sancionador.
3. De acuerdo a la información recopilada en el transcurso del estudio, las empresas muchas veces no inscriben el banco de datos personales de sus clientes en el Registro Nacional de Protección de Datos Personales y en otras ocasiones se les ha impuesto la multa por exponer a sus clientes en sus páginas web como fue el caso de la Institución Isabel Flores de Oliva que poner imágenes de alumnos en su portal web sin autorización de sus padres o tutores, siendo que esta autorización era necesaria según la ley de protección de datos personales.
4. Países como Chile, Argentina, Brasil y Uruguay si cuentan con leyes que brindan seguridad a los datos personales de los consumidores siendo que todos ellos hacen referencia al consentimiento que tienen que dar los titulares para el procesamiento de los datos, asimismo, se evidenció que Ecuador es uno de los pocos países de América Latina que no tiene una ley que regule este tema.

VI. RECOMENDACIONES

1. El estado debería admitir un programa que se encargue de prevenir e identificar aquellos riesgos en materia de datos personales, así como incorporar medidas para que se puedan acoplar a mencionada ley.
2. Se debe incentivar una cultura de protección de datos personales, brindando capacitaciones y charlas informativas de forma virtual sobre la Autoridad Nacional de Protección de Datos Personales (ANPDP), así como las obligaciones y alcances de la ley N°29733 la Ley de Protección de Datos Personales del Consumidor.
3. En caso que a las empresas se les inicie un proceso de fiscalización, lo recomendable es que subsanen las observaciones que le está dando la ANPDP lo más antes posible y antes que le llegue la notificación de la resolución donde da inicio al proceso administrativo sancionador, ello con el fin de evitar una multa.
4. Para que las empresas no sean multadas deben de cumplir con lo estipulado por la ley, por los principios como tratar los datos de las personas teniendo la autorización de ellas mismas, y utilizarlo solo para los fines necesarios sin tener la necesidad de excederse.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ayala, M. (2018). *La protección al consumidor frente al desarrollo del comercio electrónico en el Perú*. Universidad Nacional de Piura, Piura. Obtenido de <https://repositorio.unp.edu.pe/handle/UNP/1325>
- Bonilla, V., & Alvarez, C. (05 de marzo de 2015). *Diseños de investigación cualitativa: Parte II*. Obtenido de https://cea.uprrp.edu/wp-content/uploads/2013/05/diseos_de_investigacin_cualitativa_ii_-_vbonilla.pdf
- Cardenas, E., & Herrera, A. (2018). *Protección de datos personales del consumidor electrónico*. Universidad de la Costa, Barranquilla. Obtenido de <https://repositorio.cuc.edu.co/handle/11323/54>
- Carrasco, S. (2019). *Metodología de la Investigación Científica. Pautas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación*. San Marcos E.I.R.L. LTDA. Obtenido de http://www.sancristoballibros.com/libro/metodologia-de-la-investigacion-cientifica_45761
- Constitución Política del Perú. (12 de febrero de 2022). *Constitución política del Perú*. Obtenido de Pasión por el Derecho: <https://lpderecho.pe/constitucion-politica-peru-actualizada/>
- Corvo, H. (2020). *Empresa comercial*. Liferder. Obtenido de <https://www.liferder.com/empresa-comercial/>
- Defensoría del pueblo. (2019). *Manual de Protección de datos personales*. Defensoría del Pueblo, Lima. Obtenido de <https://www.defensoria.gob.pe/wp-content/uploads/2019/11/Manual-de-Protecci%C3%B3n-de-Datos-Personales.pdf>
- Defensoría del Pueblo. (2019). *Manual de Protección de datos personales*. Defensoría del Pueblo, Lima. Obtenido de <https://www.defensoria.gob.pe/wp-content/uploads/2019/11/Manual-de-Protecci%C3%B3n-de-Datos-Personales.pdf>
- Fuster, D. (abril de 2019). Investigación cualitativa: Método fenomenológico hermenéutico. *Revista Scielo*, 7(1). Obtenido de

http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2307-79992019000100010

- Garate, S., & Maldonado, K. (2020). *Los datos personales como contraprestación económica: a propósito del caso google vs chu y la protección de los derechos del consumidor*. Universidad Católica San Pablo, Arequipa. Obtenido de https://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/20.500.12590/16619/1/GARATE_SUYO_SHA_CON.pdf
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (28 de Julio de 2017). Metodología de la Investigación Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Jordan, J. (2020). *La técnica de construcción y análisis de escenarios en los estudios de seguridad y defensa*. Universidad de Granada, España.
- Labbé, S., & Latrille, P. (2018). *Protección de los datos personales en Chile, su tratamiento y comercialización*. Universidad Finis Terrae, Santiago, Chile. Obtenido de <https://repositorio.uft.cl/xmlui/bitstream/handle/20.500.12254/1494/LABBE-LATRILLE%202018.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ley N°29733. (2013). *Ley de protección de Datos Personales*. Diario el Peruano. Lima: Editora Perú. Obtenido de <https://diariooficial.elperuano.pe/pdf/0036/ley-proteccion-datos-personales.pdf>
- López, J. (30 de octubre de 2020). *Empresa Comercial*. Obtenido de Economiopedia: <https://economipedia.com/definiciones/empresa-comercial.html#:~:text=Una%20empresa%20comercial%20es%20una,pued en%20ser%20de%20diferente%20naturaleza>.
- López, R. (5 de junio de 2012). El efecto horizontal del derecho a la protección de datos personales en México. *Revista Scielo*. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-91932012000200007

- López, R. (2021). *Nueva Competencia de Sernac en Datos Personales y privacidad*. Universidad de Chile, Santiago de Chile. Obtenido de <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/184370/Nueva-competencia-de-Sernac-en-datos-personales-y-privacidad-analisis-critico-desde-la-perspectiva-de-la-creacion.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Luna, E. (2018). *Autoridad de Protección de Datos Personales opina sobre modificación del Código de Protección del Consumidor en relación a métodos comerciales agresivos*. Ministerio de Justicia y Derechos Humanos, Lima. Obtenido de <https://www.gob.pe/institucion/minjus/noticias/18893-autoridad-de-proteccion-de-datos-personales-opina-sobre-modificacion-del-codigo-de-proteccion-del-consumidor-en-relacion-a-metodos-comerciales-agresivos>
- Ministerio de Justicia y Derechos Humanos. (12 de setiembre de 2018). *Autoridad de Protección de Datos Personales opina sobre modificación del Código de Protección del Consumidor en relación a métodos comerciales agresivos*. Obtenido de <https://www.gob.pe/institucion/minjus/noticias/18893-autoridad-de-proteccion-de-datos-personales-opina-sobre-modificacion-del-codigo-de-proteccion-del-consumidor-en-relacion-a-metodos-comerciales-agresivos>
- Naciones Unidas. (2020). *Sobre la protección de los datos*. Biblioteca de la CEPAL. Obtenido de <https://biblioguias.cepal.org/c.php?g=495473&p=4398118>
- Nakaya, F. (18 de junio de 2019). 141 empresas ya han sido sancionadas por Ley de Protección de Datos. *Revista Gana Más*. Obtenido de <https://www.tytl.com.pe/141-empresas-ya-han-sido-sancionadas-por-ley-de-proteccion-de-datos/>
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Jesús, P., & Romero, H. (2018). *Metodología de la Investigación*. Ediciones de la U. Bogotá: DGP Editores sas. Obtenido de <https://corladancash.com/wp-content/uploads/2020/01/Metodologia-de-la-inv-cuanti-y-cuali-Humberto-Naupas-Paitan.pdf>

- Patrón, C. (30 de septiembre de 2020). *¿Conversan las legislaciones en materia de consumo y datos personales?* doi:<https://prcp.com.pe/client-memo-conversan-las-legislaciones-en-materia-de-consumo-y-datos-personales/#:~:text=Mediante%20la%20Ley%20N%C2%B0,personales%20de%20las%20personas%20naturales>.
- Plaza, J. (25 de agosto de 2017). Validez y confiabilidad en la investigación cualitativa. *Revista Arjé*. Obtenido de <http://arje.bc.uc.edu.ve/arj21/art24.pdf>
- Polo, A. (2020). *El impacto de la Ley de Protección de datos personales en el contrato de Hosting*. Universidad de Lima, Lima. Obtenido de https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/11714/Polo_Barrenechea_Alessandra.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Soto, C., & Ducuara, C. (2018). *Protección de datos personales en los servicios de internet*. Universidad Católica de Colombia, Bogotá. Obtenido de <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/22521/1/Protecci%C3%B3n%20de%20Datos%20en%20los%20servicios%20de%20Internet.pdf>
- Timón, J. (2017). *La Función comercial de la empresa*. Lima. Obtenido de https://www.macmillaneducation.es/wp-content/uploads/2018/09/operaciones_compraventa_libroalumno_unidad1_muestra.pdf
- Toche, F. (2021). *Perú cumple una década protegiendo los datos personales*. Lima. Obtenido de <https://noticias.ebiz.pe/peru-cumple-una-decada-protegiendo-los-datos-personales/>

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	CATEGORÍAS	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
<p>Problema general</p> <p>¿Cuál es el impacto que ha generado la Ley de Protección de Datos Personales del Consumidor peruano en Empresas Comerciales?</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Analizar el impacto de la Ley de Protección de Datos Personales del consumidor peruano en empresas comerciales</p>	<p>Con la regulación de la Ley de protección de datos personales del consumidor en el ordenamiento jurídico peruano se mejorará las condiciones de protección de la información personal de los ciudadanos y así elevar el estándar de protección a nivel internacional</p>	<p>Categoría 1:</p> <p>Ley de Protección de datos personales del consumidor peruano</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Objeto de la ley • Principios • Indecopi 	<ul style="list-style-type: none"> • Garantía • Protección • Tratamiento 	<p>Tipo de investigación Fenomenológica</p> <p>Enfoque: Cualitativo</p> <p>Nivel: Correlacional-causal</p> <p>Diseño: no experimental</p> <p>Técnicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Análisis documental <p>Instrumentos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ficha de análisis documental.
<p>Problemas específicos</p> <p>a) ¿Cuál es la evolución del marco legal nacional en materia de Protección al consumidor?</p> <p>b) ¿Cuál es la problemática referente a la deficiencia de la legislación peruana sobre protección al consumidor respecto a sus datos personales?</p> <p>c) ¿Cuál es la legislación comparada referente a la protección de los datos personales del consumidor frente a las empresas comerciales?</p>	<p>Objetivos específicos</p> <p>a) Analizar la evolución del marco legal nacional en materia de Protección al consumidor.</p> <p>b) Precisar la problemática referente a la deficiencia de la legislación peruana sobre protección al consumidor respecto a sus datos personales.</p> <p>c) Analizar la legislación comparada referente a la protección de los datos personales del consumidor frente a las empresas comerciales.</p>		<p>Categoría 2:</p> <p>Empresas comerciales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sociedad mercantil • Tipos • Funciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Legalidad • Proporcionalidad • Seguridad 	
					<ul style="list-style-type: none"> • Defensa • Quejas o reclamos • Fiscaliza 	
					<ul style="list-style-type: none"> • Compra • Venta • Bienes 	
					<ul style="list-style-type: none"> • Mayorista • Minorista • Comisionista 	
					<ul style="list-style-type: none"> • Necesidades existentes • Demanda • Suministrar 	

Anexo 2. Instrumentos de recolección de análisis de información

GUÍA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL

Título: Análisis del impacto de la ley de protección de datos personales del consumidor peruano en empresas comerciales

Objetivo General: Analizar el impacto de la Ley de Protección de Datos Personales del consumidor peruano en empresas comerciales

AUTOR (A)

FECHA:

BASE LEGAL	NOMBRE	FECHA DE PUBLICACIÓN	LINK
1. Ley N°29733	Ley de Protección de Datos Personales	3 de julio del 2011	https://www.gob.pe/institucion/congreso-de-la-republica/normas-legales/243470-29733
2. Decreto Supremo N°003-2013-JUS	Reglamento de la Ley N°29733, Ley de Protección de Datos Personales	22 de marzo del 2013	https://www.gob.pe/institucion/minjus/normas-legales/1941246-003-2013-jus
3. Ley N°29571	Código de protección y defensa del consumidor	14 de agosto del 2010	https://www.gob.pe/institucion/indecopi/normas-legales/1244218-29571
4. Expediente N°031-2015-	Resolución N°025-2016-	28 de enero del 2016	https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1374050/RD-25-2016.pdf.pdf

JUS/DGPDP- PS	JUS/DGPDP- DS		
------------------	------------------	--	--

OBSERVACIONES:

Anexo 3. Evidencia de similitud digital

ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LA LEY DE PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES DEL CONSUMIDOR PERUANO EN EMPRESAS COMERCIALES

por Efrain Auccatoma Gozme

Fecha de entrega: 10-nov-2022 09:10p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 1950726291

Nombre del archivo: TESIS_COMPLETA_FINAL_EFRAIN_DERECHO_UPCI_1.docx (259.12K)

Total de palabras: 13069

Total de caracteres: 72652

ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LA LEY DE PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES DEL CONSUMIDOR PERUANO EN EMPRESAS COMERCIALES

INFORME DE ORIGINALIDAD

20% INDICE DE SIMILITUD	20% FUENTES DE INTERNET	5% PUBLICACIONES	10% TRABAJOS DEL ESTUDIANTE
-----------------------------------	-----------------------------------	----------------------------	---------------------------------------

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	4%
2	docplayer.es Fuente de Internet	2%
3	repositorio.upci.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	www.tytl.com.pe Fuente de Internet	1%
5	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
6	www.researchgate.net Fuente de Internet	1%
7	www.informatica-juridica.com Fuente de Internet	1%
8	documentop.com Fuente de Internet	1%

9	qdoc.tips Fuente de Internet	<1 %
10	www.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %
11	tesis.ucsm.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
12	issuu.com Fuente de Internet	<1 %
13	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	<1 %
14	renatiqa.sunedu.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
15	repositorio.upn.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
16	repositorio.ucsg.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
17	docs.wto.org Fuente de Internet	<1 %
18	prezi.com Fuente de Internet	<1 %
19	www.caipec.org.mx Fuente de Internet	<1 %
20	ar.vlex.com Fuente de Internet	<1 %

21	datospersonales.pe Fuente de Internet	<1 %
22	repositorio.ucsp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
23	Submitted to Pontificia Universidad Católica del Perú Trabajo del estudiante	<1 %
24	revistas.pucp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
25	Submitted to Universidad Católica de Santa María Trabajo del estudiante	<1 %
26	Submitted to Universidad de Piura Trabajo del estudiante	<1 %
27	Submitted to Universidad ESAN -- Escuela de Administración de Negocios para Graduados Trabajo del estudiante	<1 %
28	repositorio.umsa.bo Fuente de Internet	<1 %
29	www.acffaa.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
30	Submitted to Universidad de Lima Trabajo del estudiante	<1 %
31	revistas.usat.edu.pe Fuente de Internet	<1 %

32	www.rankia.pe Fuente de Internet	<1 %
33	moam.info Fuente de Internet	<1 %
34	Submitted to unasam Trabajo del estudiante	<1 %
35	Submitted to Universidad de San Martín de Porres Trabajo del estudiante	<1 %
36	www.gov.br Fuente de Internet	<1 %
37	Arturo J Carrillo, Matías Jackson. "Follow the Leader? Comparative Law Study of the EU's General Data Protection Regulation's Impact in Latin America", ICL Journal, 2022 Publicación	<1 %
38	Submitted to Universidad Nacional del Centro del Peru Trabajo del estudiante	<1 %
39	repositorio.enamm.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
40	repositorio.esan.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
41	revistas.bancomext.gob.mx Fuente de Internet	<1 %

42	www.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
43	www2.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %
44	Submitted to Universidad San Francisco de Quito Trabajo del estudiante	<1 %
45	Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola Trabajo del estudiante	<1 %
46	docs.bvsalud.org Fuente de Internet	<1 %
47	dspace.ucacue.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
48	proconsumidor.blogspot.com Fuente de Internet	<1 %
49	programacompal.org Fuente de Internet	<1 %
50	repositorio.uch.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
51	repositorio.uchile.cl Fuente de Internet	<1 %
52	repositorio.utp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %

53	servidor-opsu.tach.ula.ve Fuente de Internet	<1 %
54	www.euroweeklynews.com Fuente de Internet	<1 %
55	www.losportaleshoteles.com.pe Fuente de Internet	<1 %
56	www.rubiciutat.net Fuente de Internet	<1 %
57	www.alfa-redi.org Fuente de Internet	<1 %
58	www.blueprint-translation.com Fuente de Internet	<1 %
59	www.gub.uy Fuente de Internet	<1 %

Excluir citas Activo

Excluir coincidencias < 10 words

Excluir bibliografía Activo

Anexo 4. Autorización de publicación en repositorio

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJO DE INVESTIGACION O TESIS EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UPCI

1.- DATOS DEL AUTOR

Apellidos y Nombres: AUCCATOMA GOZME EFRAÍN
DNI: 80625440 Correo electrónico: efraimauccatoma15gozme15@gmail.com
Domicilio: Jr. LA UNIÓN COOP. 27 DE ABRIL UZM1 LT. 56 ATE-LIMA
Teléfono fijo: _____ Teléfono celular: 934 221 540

2.- IDENTIFICACIÓN DEL TRABAJO o TESIS

Facultad/Escuela: DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS
Tipo: Trabajo de Investigación Bachiller () Tesis (X)
Título del Trabajo de Investigación / Tesis:
ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LA LEY DE PROTECCIÓN DE DATOS
PERSONALES DEL CONSUMIDOR PERUANO EN EMPRESAS COMERCIALES

3.- OBTENER:

Bachiller () Título (X) Mg () Dr () PhD ()

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN EN VERSIÓN ELECTRÓNICA

Por la presente declaro que el (trabajo/tesis) Tesis indicada en el ítem 2 es de mi autoría y exclusiva titularidad, ante tal razón autorizo a la Universidad Peruana Ciencia e Informática para publicar la versión electrónica en su Repositorio Institucional (<http://repositorio.upci.edu.pe>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art 23 y Art. 33.

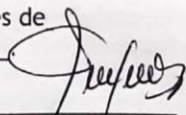
Autorizo la publicación (marque con una X):

Sí, autorizo el depósito total.

Sí, autorizo el depósito y solo las partes: _____

No autorizo el depósito.

Como constancia firmo el presente documento
en la ciudad de Lima, a los 30 días del mes de
enero de 2023.


Firma

Huella digital

