



Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión

Facultad de Derecho y Ciencias Políticas

Escuela Profesional de Derecho y Ciencias Políticas

Armonización normativa entre publicidad registral erga omnes y el derecho fundamental a protección de datos personales, Oficina Registral Huacho, 2024

Tesis

Para optar el Título Profesional de Abogado

Autora

Lizbet Cristina Caldas Espada

Asesor

Dr. Bartolomé Eduardo Milán Matta

Huacho – Perú

2026



Reconocimiento – No Comercial – Sin Derivados – Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Reconocimiento: Debe otorgar el crédito correspondiente, proporcionar un enlace a la licencia e indicar si se realizaron cambios. Puede hacerlo de cualquier manera razonable, pero no de ninguna manera que sugiera que el licenciante lo respalda a usted o su uso. **No comercial:** No puede utilizar el material con fines comerciales. **Sin Derivadas:** Si remezcla, transforma o construye sobre el material, no puede distribuir el material modificado. **Sin restricciones adicionales:** No puede aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros de hacer cualquier cosa que permita la licencia.



UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
LICENCIADA

(Resolución de Consejo Directivo N° 812-2020-SUNEDU/CD de fecha 27/01/2020)

FACULTAD: DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS

ESCUELA PROFESIONAL: DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS

INFORMACIÓN

| DATOS DEL AUTOR (ES): | | |
|--|----------|---|
| NOMBRES Y APELLIDOS | DNI | FECHA DE SUSTENTACIÓN |
| Lizbet Cristina Caldas Espada | 72870405 | 28/04/2026 |
| DATOS DEL ASESOR: | | |
| NOMBRES Y APELLIDOS | DNI | CÓDIGO ORCID |
| Dr. Bartolomé Eduardo Milán Matta | 10536234 | https://orcid.org/0000-0002-2256-8516 |
| DATOS DE LOS MIEMBROS DE JURADOS — PREGRADO/POSGRADO-MAESTRÍA-DOCTORADO: | | |
| NOMBRES Y APELLIDOS | DNI | CODIGO ORCID |
| Dr. Alberto Rojas Alvarado | 08953616 | https://orcid.org/0000-0002-6822-8402 |
| Mtra. Maria Rosario Meza Aguirre | 17859377 | https://orcid.org/0009-0008-2215-4963 |
| Mtro. Leonid Ronald Mendoza Huerta | 41184635 | https://orcid.org/0000-0001-8189-2642 |

Lizbet Cristina Caldas Espada 014457

Armonización normativa entre publicidad registral erga omnes y el derecho fundamental a protección de datos personales, O...



Quick Submit



Quick Submit



Facultad de Derecho y Ciencias Políticas

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::1:3508731559

Fecha de entrega

16 mar 2026, 9:16 a.m. GMT-5

Fecha de descarga

16 mar 2026, 9:29 a.m. GMT-5

Nombre del archivo

Borrador_de_Cristina_Caldas.pdf

Tamaño del archivo

1.5 MB

103 páginas

20.609 palabras

119.463 caracteres



Página 2 de 112 - Descripción general de integridad

Identificador de la entrega trn:oid:::1:3508731559

20% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Exclusiones

- ▶ N.º de coincidencias excluidas

Fuentes principales

20% Fuentes de Internet

7% Publicaciones

6% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

DEDICATORIA

A Dios, por ser mi guía y fortaleza en cada paso del camino.

A mis padres, Gabriel y Haydee, por su amor incondicional y por enseñarme a luchar por
mis sueños con humildad.

A mis hermanos, Gabriela y Antony, por su paciencia, cariño y complicidad constante.

A mi mejor amiga, Maria Estefany, por celebrar mis logros y sostenerme en los días
difíciles.

Lizbet Cristina Caldas Espada

AGRADECIMIENTO

A Dios, por la sabiduría y fortaleza para culminar esta etapa; su luz fue mi guía en cada momento de duda.

A mis padres, Gabriel y Haydee, por su apoyo incondicional y por sembrar en mí la perseverancia necesaria para alcanzar este triunfo.

A mis hermanos, Gabriela y Antony, por ser mi motivación constante y el soporte que hizo este camino más llevadero.

A mi amiga, Maria Estefany Taboada Ibarra, por su paciencia y compañía inagotable en los momentos más difíciles.

A mi asesor, el Dr. Eduardo Milán Matta, por su valiosa guía, conocimientos y dedicación al éxito de este proyecto.

A todos aquellos que, de una u otra forma, contribuyeron a este logro.

Lizbet Cristina Caldas Espada

ÍNDICE GENERAL

| | |
|--|-------------|
| DEDICATORIA ----- | v |
| AGRADECIMIENTO ----- | vi |
| ÍNDICE GENERAL ----- | vii |
| ÍNDICE DE TABLAS ----- | x |
| ÍNDICE DE FIGURAS ----- | xi |
| RESUMEN ----- | xii |
| ABSTRACT ----- | xiii |
| INTRODUCCIÓN ----- | xiv |
| CAPÍTULO I ----- | 16 |
| PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA ----- | 16 |
| 1.1 Realidad problemática ----- | 16 |
| 1.2 Formulación del problema ----- | 22 |
| 1.2.1 Problema general. ----- | 22 |
| 1.2.2 Problemas específicos. ----- | 23 |
| 1.3 Objetivos de la investigación ----- | 23 |
| 1.3.1 Objetivo general de la investigación. ----- | 23 |
| 1.3.2 Objetivos específicos de la investigación. ----- | 24 |
| 1.4 Justificación de la investigación ----- | 25 |
| 1.4.1 Justificación teórica. ----- | 25 |
| 1.4.2 Justificación práctica. ----- | 25 |
| 1.4.3 Justificación metodológica. ----- | 25 |
| 1.5 Delimitación del estudio ----- | 26 |
| 1.5.1 Delimitación espacial. ----- | 26 |
| 1.5.2 Delimitación temporal. ----- | 26 |

| | |
|--|-----------|
| CAPÍTULO II ----- | 27 |
| MARCO TEÓRICO ----- | 27 |
| 2.1 Antecedentes de la investigación ----- | 27 |
| 2.1.1. Antecedentes internacionales.----- | 27 |
| 2.1.2 Antecedentes nacionales.----- | 29 |
| 2.2 Bases teóricas ----- | 31 |
| 2.2.1 Publicidad registral erga omnes.----- | 31 |
| 2.2.2 Derecho fundamental a protección de datos personales.----- | 40 |
| 2.2.3 Aportes de la investigadora.----- | 47 |
| 2.3 Bases filosóficas----- | 49 |
| 2.4 Definición de términos básicos ----- | 52 |
| 2.5 Hipótesis de la investigación ----- | 54 |
| 2.5.1 Hipótesis general.----- | 54 |
| 2.5.2 Hipótesis específicas.----- | 54 |
| 2.6 Operacionalización de las variables----- | 55 |
| CAPÍTULO III: ----- | 57 |
| METODOLOGÍA ----- | 57 |
| 3.1 Diseño de la investigación----- | 57 |
| 3.1.1 Tipo de investigación.----- | 57 |
| 3.1.2 Nivel de la investigación.----- | 57 |
| 3.1.3 Enfoque de la investigación.----- | 57 |
| 3.1.4 Diseño de la investigación.----- | 58 |
| 3.2 Población y muestra----- | 58 |
| 3.2.1 Población.----- | 58 |
| 3.2.2 Muestra.----- | 58 |
| 3.3 Técnicas de recolección de datos ----- | 59 |
| 3.3.1 Técnicas a emplear.----- | 59 |
| 3.3.2 Descripción de los instrumentos.----- | 59 |
| 3.4 Técnicas para el procesamiento de información ----- | 59 |
| CAPÍTULO IV: ----- | 60 |

| | |
|--|-----------|
| RESULTADOS | 60 |
| 4.1 Resultados descriptivos | 60 |
| 4.2 Contrastación de hipótesis | 80 |
| CAPÍTULO V: | 83 |
| DISCUSIONES | 83 |
| 5.1 Discusión de resultados estadísticos | 83 |
| CAPÍTULO VI | 85 |
| CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 85 |
| 6.1 Conclusiones | 85 |
| 6.2 Recomendaciones | 86 |
| CAPÍTULO VII | 88 |
| REFERENCIAS | 88 |
| 7.1 Referencias documentales | 88 |
| 7.2 Referencias bibliográficas | 88 |
| 7.3 Referencias hemerográficas | 89 |
| 7.4 Referencias electrónicas | 90 |
| ANEXOS | 92 |
| Anexos 01: Instrumento de recolección de datos | 92 |
| Anexo 02: Trabajo estadístico | 99 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 1: Publicidad de situaciones jurídicas ----- | 60 |
| Tabla 2: Delimitación del principio de publicidad ----- | 61 |
| Tabla 3: Afectación de intimidad personal ----- | 62 |
| Tabla 4: Imposibilidad de oposición del titular registral ----- | 63 |
| Tabla 5: Publicidad registral mal utilizada ----- | 64 |
| Tabla 6: Derechos personalísimos inscritos ----- | 65 |
| Tabla 7: Acceso a conseguir información registral ----- | 66 |
| Tabla 8: Restricción de acceso a la información registral ----- | 67 |
| Tabla 9: Falta de armonización normativa ----- | 68 |
| Tabla 10: Acceso al registro de terceras personas ----- | 69 |
| Tabla 11: Consentimiento del titular registral al acceso ----- | 70 |
| Tabla 12: Consentimiento informado ----- | 71 |
| Tabla 13: Información registral confidencial ----- | 72 |
| Tabla 14: Derechos y situaciones personalísimas inscritas ----- | 73 |
| Tabla 15: Registro proporcionada a terceros sin legitimidad ----- | 74 |
| Tabla 16: Dignidad y acceso a la información registral ----- | 75 |
| Tabla 17: Preservación de la calidad de datos personalísimos ----- | 76 |
| Tabla 18: Delimitación legislativa del acceso y difusión de información ----- | 77 |
| Tabla 19: Conocimiento del titular registral sobre búsqueda registral ----- | 78 |
| Tabla 20: Derechos íntimos y la privacidad de información registral ----- | 79 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1: Publicidad de situaciones jurídicas ----- | 60 |
| Figura 2: Delimitación del principio de publicidad ----- | 61 |
| Figura 3: Afectación de intimidad personal ----- | 62 |
| Figura 4: Imposibilidad de oposición del titular registral ----- | 63 |
| Figura 5: Publicidad registral mal utilizada ----- | 64 |
| Figura 6: Derechos personalísimos inscritos ----- | 65 |
| Figura 7: Acceso a conseguir información registral----- | 66 |
| Figura 8: Restricción de acceso a la información registral ----- | 67 |
| Figura 9: Falta de armonización normativa----- | 68 |
| Figura 10: Acceso al registro de terceras personas ----- | 69 |
| Figura 11: Consentimiento del titular registral al acceso ----- | 70 |
| Figura 12: Consentimiento informado ----- | 71 |
| Figura 13: Información registral confidencial----- | 72 |
| Figura 14: Derechos y situaciones personalísimas inscritas ----- | 73 |
| Figura 15: Registro proporcionada a terceros sin legitimidad ----- | 74 |
| Figura 16: Dignidad y acceso a la información registral ----- | 75 |
| Figura 17: Preservación de la calidad de datos personalísimos----- | 76 |
| Figura 18: Delimitación legislativa del acceso y difusión de información ----- | 77 |
| Figura 19: Conocimiento del titular registral sobre búsqueda registral ----- | 78 |
| Figura 20: Derechos íntimos y la privacidad de información registral ----- | 79 |

RESUMEN

Objetivo general: Analizar sí, la ausencia de armonización normativa entre el principio de publicidad registral *erga omnes*, como garantía de seguridad en el tráfico jurídico, y el derecho fundamental a la protección de datos personales, reconocido constitucionalmente, genera una colisión de derechos en el ámbito de la Oficina Registral de Huacho durante el año 2024; **Metodología:** Investigación aplicada, porque no solo se reduce a proporcionar mayor información respecto a lo investigado, sino también llega a aportar alternativas de solución, del mismo modo, es explicativo, porque no solo se busca establecer el nivel de relación que llegan a presentar las variables desarrolladas, sino la finalidad es determinar la relación causal existe entre las variables que se estudia; así también, de enfoque mixto y diseño no experimental, transversal; **Resultados:** Conforme a la tabla 20 y figura 20, un 63% de encuestados dijeron estar en acuerdo total con que el respeto a derechos íntimos y la privacidad de información se garantizará con la implementación normativa que determine la existencia de un consentimiento del titular registral frente a las solicitudes de información de terceras personas sobre sus derechos inscritos, mientras que un 22% estuvieron de acuerdo, un 6% no opinaron y un 9% en desacuerdo total; **Conclusiones:** La ausencia de una adecuada armonización normativa entre la publicidad registral *erga omnes* y el derecho fundamental a la protección de datos personales genera una colisión de derechos que debilita la seguridad jurídica y expone a los ciudadanos a riesgos de vulneración de su intimidad, seguridad personal y autodeterminación informativa, siendo necesario implementar mecanismos jurídicos y tecnológicos que compatibilicen.

Palabras clave: Publicidad registral, *erga omnes*, seguridad jurídica, derecho a la intimidad

ABSTRACT

General Objective: To analyze whether the lack of regulatory harmonization between the principle of *erga omnes* registry publicity, as a guarantee of legal certainty in commercial and legal transactions, and the fundamental right to personal data protection, constitutionally recognized, generates a conflict of rights within the scope of the Huacho Registry Office during the year 2024. **Methodology:** Applied research, as it not only provides further information regarding the subject matter but also proposes alternative solutions; likewise, it is explanatory, as it seeks not only to establish the level of relationship between the variables developed but also to determine the causal relationship existing between the variables under study. Furthermore, it employs a mixed-method approach with a non-experimental, cross-sectional design. **Results:** According to Table 20 and Figure 20, 63% of respondents strongly agreed that respect for privacy rights and data confidentiality would be guaranteed by implementing regulations that require the consent of the registered titleholder for third-party information requests regarding their registered rights. Additionally, 22% agreed, 6% offered no opinion, and 9% strongly disagreed.

Conclusions: The absence of adequate regulatory harmonization between *erga omnes* registry publicity and the fundamental right to personal data protection generates a conflict of rights that weakens legal certainty and exposes citizens to risks regarding their privacy, personal security, and informational self-determination. Consequently, it is necessary to implement legal and technological mechanisms that make both rights compatible.

Keywords: Registry publicity, *erga omnes*, legal certainty, right to privacy.

INTRODUCCIÓN

De acuerdo a las nuevas visiones filosóficas pro homine, las personas son el centro de atención de lo jurídico y social, por ende, cualquiera normativa que se va a implementar en el mundo y dentro de la legislación nacional siempre debe observar la no afectación de sus derechos fundamentales y sobre todo los considerados como los más personalísimos, y no dejando de lado su dignidad como ser humano.

Por otro lado, el Derecho, a través del Derecho Registral, también debe de brindar protección a los propietarios y uno de sus principios es precisamente la publicidad registral de todos los actos jurídicos, contratos, derechos, situaciones jurídicas y propiedades de las personas que se encuentran inscritas en las partidas registrales correspondientes a fin de que toda persona, salvo las excepciones que afecten a la intimidad, pueda tener acceso a los actos que dinamizan los registros públicos según su naturaleza.

La publicidad registral como principio cumple el rol de exteriorizar las informaciones registrales existentes, no obstante, con la permisión del acceso a dichas informaciones a toda persona que puede acceder libremente a buscar información, podría poner en riesgo inminente no solo la propiedad, sino la vida misma pues tratándose de personas con bienes podrían ser blanco de extorsiones y otros actos lesivos que afectan a quienes detentan una propiedad mueble o inmueble.

La publicidad registral mal usada, podría permitir a sujetos al margen de la ley e incluso organizaciones o bandas criminales verificar el quantum de los bienes se encuentran registradas, quiénes forman parte de la sociedad o sus representantes legales de una determinada empresa, entre otros aspectos, los cuales, pueden convertirlos en personas vulnerables para la delincuencia que está en una fase creciente galopantemente.

Por ende, se ha realizado el presente trabajo académico que titula: ARMONIZACIÓN NORMATIVA ENTRE PUBLICIDAD REGISTRAL ERGA OMNES Y EL DERECHO FUNDAMENTAL A PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES, OFICINA REGISTRAL HUACHO, 2024, la misma que se ha estructurado como sigue:

Como un primer capítulo se determinó la problemática respecto a la fácil accesibilidad a los derechos, bienes o propiedades inscritos, y con ello se puede evidenciar la existencia de una amplia potestad de terceras personas para que puedan llegar a enterarse de las situaciones jurídicas inscritas.

Como segundo capítulo se llega a desarrollar de manera dogmática lo relacionado a las variables de la investigación. Este capítulo es una gran contribución respecto a la dogmática nacional, porque aborda de manera seria la publicidad registral y los derechos a la intimidad personal.

Como tercer capítulo se encuentra lo relacionado al aspecto metodológico de la investigación, donde en ella se ha trazado los mecanismos que deben de seguirse a fin de lograr lo objetivos planteados. Asimismo, como cuarto capítulo se llega a presentar los resultados del presente trabajo académico.

Como quinto capítulo se encuentra lo relacionado a las discusiones de este trabajo académico; por su parte, en el sexto capítulo se desarrolla lo relacionado a las conclusiones y recomendaciones; y, por último, como séptimo capítulo están las referencias que se ha utilizado.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Realidad problemática

Desde un enfoque social y filosófico internacional, la publicidad registral se concibe como un mecanismo indispensable para garantizar la seguridad del tráfico jurídico mobiliario e inmobiliario y otros actos de notoria importancia para la sociedad, lo que debe generar confianza en los intercambios y transacciones patrimoniales, no obstante, la apertura irrestricta de información (publicidad registral) colisiona con el derecho humano a la propiedad; de allí es que algunas corrientes filosóficas contemporáneas como el existencialismo, Aunque tiene vertientes muy distintas (atea y cristiana), todas coinciden en que la existencia humana precede a cualquier definición abstracta o esencia, de la misma forma la Ética de la Alteridad (Filosofía de la Diferencia) que reivindica a la persona, pero no desde el "yo", sino desde el reconocimiento del "otro"; y como no el Humanismo Integral que surgió como una respuesta a los humanismos que excluían la dimensión espiritual o social del hombre; en ese entender, la alteridad y centralidad de la persona humana y sus derechos digitales en una sociedad globalizada, la sobreexposición de datos lo puede afectar la indemnidad del ser humano.

A nivel comparado, la problemática respecto a la publicidad no es ajena al Perú, un claro ejemplo es España, donde la Ley Hipotecaria faculta a cualquier persona a acceder a la información registral sin mayores restricciones, incluso con fines exploratorios. Del mismo modo en México, la situación resulta más preocupante: los registros carecen de

procedimientos adecuados y no garantizan los principios esenciales de protección de datos, lo que genera vulnerabilidad en la información personal (Rangel, 2021, citado por Torres, 2024)

En el plano nocional, el principio de publicidad registral es uno de los primeros principios regulados tanto en la norma sustantiva registral (léase libro noveno del Código Civil) igual en la norma adjetiva registral que aparece en RGRP siendo el fundamento en la necesidad de exteriorizar las situaciones jurídicas para proteger a terceros de buena fe, pero esta noción tradicional debe ser reinterpretada bajo la óptica de la filosofía del derecho contemporáneo, que plantea la primacía de la dignidad y de los derechos fundamentales como límites frente al absolutismo de la publicidad, de modo que se armonicen la seguridad jurídica y la privacidad de las personas, porque en estos tiempos en que los índices de criminalidad han alcanzado cifras exponenciales muy altas, la publicidad, lejos de ayudar a la seguridad, puede traer efectos nefastos.

Así pues, en el ámbito nacional, el escenario es aún más complejo, la SUNARP mantiene la información registral a libre disposición de cualquier ciudadano, sin exigir expresión de causa o finalidad, claro salvo aquella información que pueda afectar a la intimidad de las personas, esto permite, por ejemplo, conocer el listado de propiedades de una persona, acceder a mandatos inscritos, poderes de representación, sucesiones intestadas o incluso datos sobre el valor de compraventa de un predio o mueble, el valor patrimonial de algunas empresas, sin restricción alguna, lo que en estos tiempos tan álgidos de la delincuencia, toda persona que tiene algún patrimonio es potencial víctima de los delincuentes, esta situación coloca al titular registral (no protegido por algún mecanismo de

aviso registral) en evidente desventaja, al desconocer quién o quiénes acceden a la información y para qué o con qué propósito.

En el ámbito local, específicamente en la Oficina Registral de Huacho, la problemática se agudiza al existir un acceso indiscriminado a datos personales sensibles, lo que genera riesgos sociales como extorsiones, reglaje y vulneraciones a la intimidad, eso pone en una disyuntiva a quienes desean registrarse como titulares del dominio de bien mueble o inmueble, por una lado, registrarse es un riesgo por lo ya señalado, pero no hacerlo también los hace vulnerables de despojos por traficantes de tierras o de las dobles ventas.

Filosóficamente, ello permite interpelar al Estado peruano, por cuanto su deber es garantizar la protección de la propiedad, plasmada en el artículo 70° de la Carta Fundamental, por ende, un principio infra constitucional como es la publicidad registral no se convierta en un mecanismo de vulneración de derechos, sino en un sistema equilibrado que reconozca la doble dimensión de la persona: sujeto de derechos patrimoniales y, a la vez, titular de derechos fundamentales indisponibles.

Por ende, el presente trabajo académico plantea como primera variable la publicidad que opera registralmente erga omnes, analizando la función, alcances y dimensiones del principio de publicidad, la finalidad de la información registral, el contenido de dicha información y el acceso y difusión que posibilita este sistema, siendo la segunda variable corresponde al derecho fundamental a la protección de datos personales, en cuyo análisis se incorporan dimensiones como el consentimiento del titular, la finalidad del tratamiento, el principio de calidad de los datos y la garantía de acceso, rectificación y oposición, pero el

conflicto surge cuando la publicidad registral, en su amplitud, colisiona con las garantías de protección de datos personales.

La presente investigación aborda la tensión existente entre el principio de publicidad registral que opera erga omnes, como garantía de seguridad en el tráfico jurídico, y el derecho fundamental a la protección de datos personales, reconocido en el ordenamiento constitucional, pero tal como se anunció, en el ámbito de la Oficina Registral de Huacho, se evidencia que el acceso irrestricto a la información registral expone a los ciudadanos a riesgos que afectan su seguridad personal y patrimonial, en tal razón, el presente estudio analizó los alcances normativos de ambos institutos y sus puntos de fricción, planteando la necesidad de una armonización normativa que permita compatibilizar la transparencia de los actos inscritos vía la publicidad registral frente a la tutela de datos personales.

En la actualidad, la protección de los bienes y derechos de las personas merece una especial atención por parte del Estado, no basta con que los ciudadanos sean titulares de derechos o propietarios de bienes, sino que resulta necesario que exista un mecanismo de publicidad que permita a la sociedad conocer quiénes son los titulares de determinadas situaciones jurídicas, ello con el fin de que igualmente quienes quieran realizar distintas actividades y operaciones comerciales tengan la certeza de que lo están haciendo con quienes verdaderamente acreditan ser los titulares de los derechos.

En ese contexto, la función de publicitar los bienes inscritos corresponde a la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP), a través de la denominada publicidad registral, reconocida y regulada por el Código Civil y el RGRP, este principio tiene como finalidad exteriorizar las situaciones jurídicas vinculadas a los derechos, bienes y

acciones de las personas, a fin de brindar seguridad al tráfico jurídico. La publicidad registral, concebida como un sistema de divulgación de información jurídica, busca tutelar la seguridad en las transacciones y dar certeza a los derechos de los particulares, sin embargo, en la práctica, este mecanismo permite el acceso irrestricto a la información registral de varios datos personalísimos por parte de cualquier ciudadano, sin filtros ni limitaciones, solo cumpliendo ciertas informaciones que no necesariamente corresponden a las personas que así lo requieren, para ello basta completar formularios simples, incluso en línea, para acceder a datos sensibles sobre bienes, derechos y actos inscritos de los ciudadanos.

Tal situación, si bien cumple con la función de transparencia registral, pero en contraparte, también genera riesgos importantes: las personas pueden convertirse en blanco de extorsiones, reglaje o conductas delictivas que afectan derechos fundamentales como la intimidad, información patrimonial, la seguridad personal y la protección de datos personales de allí que el pronóstico es claro: mientras no se implementen mecanismos de restricción y control, la información registral seguirá expuesta, manteniendo a los titulares en condición de vulnerabilidad frente a delitos como la extorsión, la estafa o el reglaje, si bien no se busca eliminar la función publicitaria del registro, resulta urgente replantear sus alcances bajo un enfoque de protección a la intimidad y a los datos personales.

En este sentido, se plantean alternativas de solución, como la implementación de sistemas de alerta que informen al titular sobre quién consulta sus datos, la capacitación de certificadores y registradores en materia de protección de datos personales, y la estratificación de la publicidad registral, diferenciando la información que debe ser de libre acceso de aquella que merece especial tutela, esto implicaría que la SUNARP debe implementar plataformas tecnológicas que efectúen registros electrónicos que permitan

rastrear a quienes accedieron a la información registral pero de oficio y para todos los registros existentes en la SUNARP, no solo aquellos que tengan o algunos mecanismos de protección que protege solo a quienes lo han solicitado dicha inscripción o registro de alerta registral

Asimismo, debe crearse un sistema de alertas registrales con control ciudadano que permita incorporar en la legislación registral la obligación de notificar al titular de los bienes o derechos inscritos cada vez que un tercero acceda a su información, garantizando el principio de consentimiento informado y el derecho a la autodeterminación informativa, este sistema automatizado de alertas (SMS, correo electrónico o aplicativos móviles) permitiría que se comunique en tiempo real al titular registral sobre la consulta realizada, generando transparencia y prevención frente a eventuales usos indebidos de la información.

Asimismo, se debe modificar el Reglamento General de los Registros Públicos, en cuanto a los artículos I y II del título preliminar que regulan el acceso a la información que debe establecer niveles de accesibilidad según la naturaleza del datos, así verbigracia, datos patrimoniales de interés público: (titularidad, gravámenes, cargas) mantener el libre acceso para garantizar la seguridad del tráfico jurídico, esto es que solo para proteger al adquirente o las instancias públicas o privadas correspondientes debe brindarse la publicidad; mientras que los datos sensibles y personales como: (DNI, estado de salud en sucesiones, domicilios exactos, números telefónicos, correos electrónicos) deben considerarse como de acceso restringido.

Como otro mecanismos de seguridad se tendría que incorporar una cláusula de "Interés Legítimo" que permita exigir que el solicitante de publicidad (especialmente en

búsquedas masivas o títulos archivados) declare y acredite un interés legítimo, bajo responsabilidad administrativa y penal y ello en correspondencia con la aplicación de un sistema de notificaciones en tiempo real, implementando una alerta automática de oficio (vía App o correo) al titular registral cada vez que un tercero solicite una copia informativa o literal de su partida.

Finalmente a consideración de la investigadora se debe anonimizar datos no relevantes, lo que conllevaría a que los certificados de publicidad omitan automáticamente datos personales que no influyen en la seguridad jurídica del contrato (por ejemplo, el estado civil si no afecta la disposición del bien) entre otros, solo de esta manera se podrá conciliar y armonizar el principio de publicidad registral con el derecho fundamental a la protección de datos personales, garantizando la seguridad jurídica sin exponer innecesariamente la intimidad de los ciudadanos.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general.

P.G.: ¿De qué manera la ausencia de armonización normativa entre el principio de publicidad registral *erga omnes*, como garantía de seguridad en el tráfico jurídico, y el derecho fundamental a la protección de datos personales, reconocido constitucionalmente, genera una colisión de derechos en el ámbito de la Oficina Registral de Huacho durante el año 2024?

1.2.2 Problemas específicos.

P.E.1.: ¿De qué manera la correcta delimitación del principio de publicidad registral permitirá la implementación de mecanismos que permitan el consentimiento del titular de los datos inscritos registralmente susceptibles de ser solicitado por terceros?

P.E.2.: ¿Cómo la finalidad de la publicidad registral mal utilizada se constituye en una finalidad del tratamiento perjudicial de los datos de los titulares de los derechos inscritos y obtenidos registralmente?

P.E.3.: ¿De qué manera la proporción del contenido de información registral a terceros sin legitimidad, se constituye en una afectación del principio de calidad de datos protegidos constitucionalmente?

P.E.4.: ¿De qué manera la delimitación legislativa del acceso y difusión de la información registral, se constituye en una garantía de acceso, rectificación y oposición de los titulares registrales?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general de la investigación.

O.G.: Analizar sí, la ausencia de armonización normativa entre el principio de publicidad registral *erga omnes*, como garantía de seguridad en el tráfico jurídico, y el derecho fundamental a la protección de datos personales, reconocido constitucionalmente,

genera una colisión de derechos en el ámbito de la Oficina Registral de Huacho durante el año 2024

1.3.2 Objetivos específicos de la investigación.

O.E.1.: Analizar de qué manera la correcta delimitación del principio de publicidad registral permitirá la implementación de mecanismos que permitan el consentimiento del titular de los datos inscritos registralmente susceptibles de ser solicitado por terceros.

O.E.2.: Verificar cómo la finalidad de la publicidad registral mal utilizada se constituye en una finalidad del tratamiento perjudicial de los datos de los titulares de los derechos inscritos y obtenidos registralmente.

O.E.3.: Analizar de qué manera la proporción del contenido de información registral a terceros sin legitimidad, se constituye en una afectación del principio de calidad de datos protegidos constitucionalmente.

O.E.4.: Verificar de qué manera la delimitación legislativa del acceso y difusión de la información registral, se constituye en una garantía de acceso, rectificación y oposición de los titulares registrales.

1.4 Justificación de la investigación

1.4.1 Justificación teórica.

El trabajo académico se justifica teóricamente, porque se constituye en un aporte dogmático respecto al principio de publicidad registral y su calidad erga omnes y también porque se desarrolla dogmática sobre la protección del derecho a la protección de datos personales, ya que este derecho llega a constituirse en una manifestación de derechos como la intimidad, la misma que encuentra un sustento constitucional, porque viene a ser un derecho de naturaleza humana. En ese sentido, la justificación teórica de la investigación radica en el hecho de que es un aporte a la doctrina que se interesa sobre el estudio de las temáticas mencionadas.

1.4.2 Justificación práctica.

La justificación fáctica se debe al hecho de que el acceso a los datos registrales de cualquiera persona, sin llegar a expresar causa alguna viene a presentarse en la realidad nacional, por ende, se hace necesario que se hagan delimitaciones a cuáles son las informaciones al cual deben de ingresarse sin necesidad de autorización del titular y cuáles vienen a ser las informaciones a los cuales se debe de recurrir con la necesidad de autorización del titular del derecho registrado.

1.4.3 Justificación metodológica.

Metodológicamente llega a justificarse en el hecho de que se utiliza material metodológico innovador siendo ellos las técnicas e instrumentos, a través de los cuales se conseguirá resultados óptimos. Del mismo modo, porque en el desarrollo de la presente, se observa con cautela los lineamientos de investigación que han sido establecidas en los

instrumentos de investigación implementados por parte de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión y los lineamientos de APA.

1.5 Delimitación del estudio

1.5.1 Delimitación espacial.

Se realiza en Huacho.

1.5.2 Delimitación temporal.

Corresponde al año 2024.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1. Antecedentes internacionales.

Giménez (2019) en su artículo titulado: *La publicidad registral en los tiempos del open data*, publicado en la Revista Jurídica de la Universidad Americana, donde concluye indicando que, la publicidad registral llega a constituirse en el fundamento de los Registros Públicos, dado que es su función esencial de esta. Desde una perspectiva jurídica, posibilita que los usuarios lleguen a acceder de manera directa a la información que existen en los asientos registrales, del mismo modo, existe un deber u obligación de los registradores de poder entregarles la información, empero realizando una calificación de la solicitud que llegan a realizar los usuarios registrales. Los registros llegan a ser públicos para las personas que se interesan en requerir la información, del mismo modo, para para las personas que determinen un interés de manera justificada, y, la justificación de requerir la información se presenta en casos de profesionales como los abogados, notarios o cualquier otro funcionario que lo solicite en el ejercicio de sus funciones profesionales. Empero, ello no se constituye en un supuesto solo para los profesionales, sino también puede ser solicitado por cualquiera persona interesada. En los últimos años, existe la posibilidad de que las informaciones registrales lleguen a ser solicitadas a través de soportes digitales.

Novillo (2023) en su tesis que titula: *La protección de datos personales y el otorgamiento de copias compulsivas ante el Notario*, presentado a la Universidad Regional Autónoma de los Andes, donde concluye precisando que, los derechos a que exista la

proyección de datos personales de los individuos, como también la protección del derecho a la intimidad de las personas vienen a ser libertades que han sido reconocidas en el Ecuador, y con la regulación de dichos derechos la legislación ecuatoriana busca proteger la vida privada de las personas, como el de sus familiares, por ende, se ha implementado un sistema de intromisión legal que puede generar un riesgo de vigencia de los derechos protegidos de las personas. Ahora bien, en la actualidad la legislación ecuatoriana en cuanto al notariado no exige que las personas que solicitan escrituras públicas y otros documentos notariales tengan el consentimiento de los titulares de dichos documentos, asimismo, tampoco contiene información destinado o relacionado a que las personas puedan llegar justificar la solicitud que realizan frente a los notarios, lo cual atenta los derechos de las personas titulares de los documentos. Por ende, se hace necesario que haga una reforma a la Ley Notarial con fines de poder incorporar ciertas normas legales para que se proteja y garantice de manera eficiente la tuición de los datos personales de las personas titulares de las escrituras públicas y otros documentos de índole notarial.

Martínez (2020) en su artículo que titula: *La protección de datos personales en el Registro de la Propiedad*, publicado en el marco del proyecto de investigación de Ciencia e Innovación de España, donde concluye precisando que, la tuición de los datos personales de los individuos llega a ser una cuestión que no se encuentra ajena a las informaciones que se han consignado en los Registro de Propiedad, dado que los datos de las personas se encuentran asociadas siempre a las personas humanas. Sin embargo, no hay ninguna regulación normativa que esté direccionada a poder proteger los derechos de las personas a nivel registral. Aun conociéndose la importancia de la protección de los datos de las personas, aun no se implementan normas que protejan los derechos en mención, lo cual ocasiona una

preocupación amplia sobre este aspecto. Por ende, se hace necesario que se haga una modificación a la normatividad hipotecaria a fin de que el registrador pueda contar con un soporte legal al momento de realizar una ponderación normativa al brindar información a terceras personas sobre los derechos de propiedad de otras personas. La suministrar información registral no debe de llegar a afectar el derecho a la intimidad de los individuos, porque debe de haber una tuición de las personas en su aspecto íntimo y de ello no debe de ser ajeno la información registral.

2.1.2 Antecedentes nacionales.

Torres (2024) en su tesis que titula: *Efectos de la publicidad registral sobre la protección de los datos personales en el Registro Público peruano*, presentado a la Universidad Señor de Sipán, donde concluye indicando que el derecho a la intimidad viene a constituirse en un derecho de índole fundamental por lo que merece una protección constitucional y de las normas internacionales y por ende, se debe de proteger a través de normas esenciales para que no se genera una práctica de afectación de derechos de las personas, por lo que se debe de determinar su análisis incluso en instituciones y principios como la publicidad registral relacionado con los datos individuales de las personas que cuentan con bienes registrados. A consecuencia del trabajo se ha podido determinar que de la interacción entre protección de datos y publicidad registral hay una necesidad de darle solución a nivel práctico. La publicidad registral llega a afectar de manera frontal lo relativo a la intimidad de las personas, sobre todo con datos sensibles de las personas, por ende, se amerita que haya un equilibrio en la protección de datos de las personas y la publicidad registral a fin de que el derecho a la intimidad de las personas no se vea afectado directamente. Las medidas que debe de implementarse pueden ser, por ejemplo, como el de

Alerta Registral, la misma que es un mecanismo bastante eficiente y célere destinado a poder solucionar pacíficamente las problemáticas que puede existir.

Carranza (2017) en su tesis que titula: *Vulneración del derecho a la intimidad evidenciado en el otorgamiento de búsquedas de índice mediante solicitudes tramitadas en la oficina registral de Tarapoto durante el período 2016*, presentado a la Universidad César Vallejo, donde concluye: 1) A través de la institución de publicidad registral se llega a afectar directamente la intimidad de las personas, dado que se llega a suministrar ciertos datos personales como también informaciones confidenciales de las personas; 2) A través de las búsquedas registrales se llega a conceder informaciones que son muy confidenciales de las personas, como vienen a ser bienes inmuebles e inmuebles, informaciones sobre situaciones personales como el divorcio, sobre los datos muy personalismos, incluso de poderes que no deben de ser ventilados a cualquier individuo que de ninguna manera llegan a acreditar interés personal; 3) La proporción de información a las personas llegan a generar consecuencias bastante graves, por el hecho de que generan inseguridad, afectación de datos personales, intranquilidad, entre otros aspectos; 4) Se advierta una amplia afectación del derecho a la intimidad de las personas con la posibilidad de búsquedas y otorgamiento de información al cual puede acceder cualquier individuo, y sobre la búsqueda de dicha información pueden acceder sin que haya excepciones de por medio; más aún si es que ingresan a títulos archivados, implica que las personas tienen acceso a toda la información sobre derechos, bienes o acciones inscritas.

Lozano y Rojas (2020) en su tesis que titula: *La publicidad registral y el derecho a la intimidad en el registro de personas naturales de Lima – 2018*, presentado a la Universidad César Vallejo, donde concluye: 1) El derecho a la intimidad de las personas llega a atribuirles

facultades para que puedan decidir en brindar informaciones a las demás personas, por ende, debe de ser protegido por el propio Estado, el cual generará una obligación de que no haya intromisiones de los poderes estatales tampoco para que haya intromisión de terceras personas sobre la vida de otros; 2) El Estado tiene como finalidad el de poder llegar a brindar protección a las personas sobre todo en su fuero de intimidad personal, por ende, no debe de haber ninguna ventilación de información de funcionarios o servidores, porque lo cual sería atentatorio de la intimidad de las personas; 3) La normatividad actual no llega a determinar componentes definatorios sobre lo que debe de entenderse como vulneración al derecho a la intimidad de las personas; 4) La utilización de manera indiscriminada de las informaciones referente a la intimidad de las personas y que están inscritos en los registros de personas naturales, deben de observarse su no emisión de informaciones, como el caso de divorcio, por ejemplo, porque dicha información no es útil para la sociedad ni genera relevancia social, asimismo, en casos de testamentos no es de utilidad para la sociedad, empero, la misma no debe de ser ventilado a cualquier interesados, porque genera afectación o vulneración de los derechos personalísimos de las personas.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Publicidad registral erga omnes.

La publicidad registral viene a ser un principio esencial que sus orígenes se remontan a la necesidad de los acreedores hipotecarios de poder asegurar sus créditos para que no lleguen a ser defraudados, cuando a su deudor también le lleguen a concurrir otros acreedores o cargas sobre los bienes del deudor.

La publicidad registral es de raíces alemanas, dado que es propio de los sistemas constitutivos alemanes donde se exige el cumplimiento de formalidades establecidas a fin de

que lo registral genere eficacia recién cuando se llegue a cumplir con lo determinado en la normatividad y la observancia de las formalidades determinadas legalmente (Gonzales, 2015).

La publicidad en términos estrictamente conceptuales no es otra cosa que algo se conocido por todas las personas, es decir, no es otra cuestión que se logre que algo llegue a ser público. Por su parte, lo público implica que alguna cuestión sea conocido por cualquiera persona en tanto que la misma es notorio ante cualquiera persona.

En al ámbito del Derecho, la publicidad hace referencia a la situación en el cual derechos o actos privados de las personas deben de ser conocidos por la comunidad jurídica y ello se llegará a lograr a través de ciertas inscripciones que deberán de realizarse en el sistema registral existente en el país (Ortiz, 2021).

Dentro de la legislación nacional, la publicidad registral se encuentra regulada en el artículo 2012°, del Código Civil, la misma que literalmente indica: *Se presume, sin admitir prueba en contrario, que toda persona tiene conocimiento del contenido de las inscripciones.* Como se advierte, de acuerdo a la legislación nacional, la publicidad registral genera una presunción *iure et de iure*, es decir, no admite prueba en contrario.

La importancia de la publicidad registral radica en el hecho de que da a conocer una inscripción registral a todas las personas, sin que haya de por medio ninguna sustracción de la obligación de conocimiento del registro. Ninguna persona por más desentendido del Derecho que sea, puede llegar a alegar la falta de conocimiento de lo determinado en el registro, sino el legislador entiende que, una vez inscrito un derecho, bien o acción, la misma debe de ser conocida por todas las personas (Tarrillo, 2013).

Según la doctrina registral, los registros públicos llegarían a contar con dos funciones esenciales siendo el primero el de la determinación de la publicidad registral y el segundo de ellos llegaría a ser la seguridad jurídica. En ese orden de ideas, la publicidad registral permite que cualquiera persona pueda tener conocimiento de la titularidad de un acto inscrito, y no puede llegar a indicar que no tenía conocimiento, porque la misma incluso llega a implicar que tiene una naturaleza erga omnes, es decir, oponible y conocible por todas las personas.

No obstante, aun existiendo la publicidad registral, en muchas ocasiones, este principio o institución puede llegar a afectar los intereses de las personas, porque al hacer ser accesible el ingreso de las personas al registro, permite que cualquiera persona pueda saber la situación jurídica registrada, lo cual puede colisionar de manera directa con derechos como la intimidad de las personas (Moral, 2010).

Existen situaciones como la condición de divorciado, o la inscripción de testamentos que no ameritan ser conocido por la población, por ende, dicha situación no debe de llegar a ser ventilado por el registro ante la mínima solicitud de cualquier interesado que no expresa razón o motivo justificante.

2.2.1.1 Principio de publicidad.

Líneas atrás se ha venido sosteniendo que la publicidad registral como principio se encuentra regulada en el artículo 2012° del Código Civil peruano, la misma que sostiene que lo inscrito a nivel registral se presume como conocido por todas las personas, incluso, no se admite prueba en contra de ello.

Desde la doctrina se ha entendido que la publicidad como principio dentro de la legislación nacional no solo brinda una exteriorización de lo que se ha llegado a inscribir en

los registros correspondientes (publicidad formal), sino también llega a obligar a las personas que tengan un conocimiento sobre quién es el titular del bien que se ha llegado a inscribir, porque desconocer dicha situación no posibilita que se pruebe lo desconocido (publicidad material) (Gonzales, 2024).

La publicidad registral no es una implementación antojadiza del legislador, sino que esta institución registral cumple funciones y finalidades esenciales, dentro de los cuales se tiene, por ejemplo, la garantía de adquirir bienes o derechos inscritos con toda certeza que será del sujeto que sale como titular registral.

Como la publicidad posibilita la exteriorización de los bienes o derechos inscritos, es de suma importancia que las personas tengan conocimiento de lo establecido a nivel registral, porque de ser lo contrario, no tendrán derecho de poder reclamar lo adquirido, porque a nivel registral se presume que las personas tienen conocimiento de todas las inscripciones que llegan a presentarse a nivel registral (Ahumada, s.f.).

Sobre la publicidad registral se ha sostenido que la misma implica una condición o situación de conocimiento público a lo registrado. Es decir, si el ocultamiento implica clandestinidad, la publicidad llega a ser entendida como exteriorización de los actos que se llegan a inscribir registralmente.

En base a la publicidad registral, cualquiera persona puede acceder a la información sobre un bien, derecho o acción. La persona podrá realizar las acciones que cree correspondiente en base a lo consignado en el registro. Si una persona adquiere un bien conforme a lo establecido en el registro correspondiente, este tendrá derechos de no

perjudicarse en tanto que la adquisición del bien se ha realizado en base a una información pública que ha sido extraído desde los registros correspondientes (Coca, 2020).

En la práctica, la publicidad registral no solo viene a ser un principio o derecho que busca dar publicidad a ciertos actos inscritos, sino también posibilita que lo que sale como público en el registro llegue a ser información veraz para la adquisición de bienes, por ejemplo. La adquisición de bienes o derechos en base a la información registral, permite que la persona que lo adquiere llegue a tener privilegios de protección y no interesaría que el título que habilita la transferencia llegue a ser declarado como nulo o ineficaz; y, este supuesto ya es protegido por un principio registral que se conoce como la buena fe pública (Coca, 2020).

En ese orden de ideas, la publicidad como principio cumple un rol esencial dentro de los registros, porque permite que las personas tengan conocimiento de los derechos o bienes que se encuentran inscritos a nivel registral. La publicidad permitirá a las personas a que tengan conocimiento públicamente de los bienes inscritos a fin de que puedan realizar correctamente los tráficos comerciales correspondientes.

2.2.1.2 Finalidad de la publicidad registral.

Venimos indicando que a través de la publicidad registral cualquiera persona tiene acceso a las informaciones registrales, es decir, pueden acceder a derechos o actos inscritos. En la actualidad, puede solicitar información cualquiera persona sobre los derechos o actos inscritos y para ello no se amerita que cuenta con la legitimidad, como tampoco se amerita que la persona tenga una justificación (Tarrillo, 2013).

La publicidad registral permite que los tráficos comerciales sean un tanto más seguros, porque las personas llegarán a adquirir derechos y/o acciones en base a lo establecido en los registros respectivos. La publicidad exterioriza ciertas situaciones jurídicas que han sido inscritas siguiéndose el procedimiento respectivo.

Los registros no solamente llegan a servir como base de inscripción de actos, sino también publicitan dicha inscripción. A través del registro, se conoce la situación o el *status* o situación jurídica de un derecho o propiedad. Cualquiera persona puede acceder a ella con el cumplimiento de los simples requisitos que se han llegado a determinar objetivamente en los reglamentos registrales correspondientes (Moral, 2010).

El Tribunal Registral a través de la Resolución N° 2357-2020-SUNARP-TR-L, ha indicado que la publicidad registral no busca que cualquiera situación llegue a ser exteriorizado, sino por el contrario, solamente busca que ciertos derechos o actos que jurídicamente accesibles lleguen a ser publicados. En ese sentido, la publicidad registral permite que se genera una seguridad con respecto a los caracteres públicos de ciertos bienes, derechos o actos, que al ser publicados generan una consecuencia denominada como *erga omnes*, por ende, permite que la misma sea oponible frente a terceras personas.

En base a lo sostenido, se puede ir precisando que la publicidad registral juega un rol esencial dentro de la legislación nacional, en tanto que la misma posibilita que cualquiera persona tenga conocimiento de los bienes, derechos o acciones que han llegado a inscribirse en los registros respectivos (Ortiz, 2018).

2.2.1.3 Contenido de la información registral.

La publicidad registral no solo busca exteriorizar las inscripciones registrales que llegan a presentarse, sino por el contrario que la misma permita a las personas a tomar las decisiones más adecuadas sobre un determinado bien o derecho que está registrado, por ello, el estudio de la publicidad registral permitirá que las personas decidan adecuadamente (Ojeda, 2018).

Ahora bien, dentro de la doctrina se viene discutiendo si la publicidad registral llega a extenderse hasta los títulos archivados o de ser lo contrario, solamente llega a centrarse al asiento registral. Esta disyuntiva llega a ocasionarse a consecuencia de que el artículo 2014° del Código Civil hace referencia al enunciado de “*no conste en los Registros Públicos*”, lo cual no guarda consonancia con lo establecido en el artículo VIII del Título Preliminar que indica, “*no consten en los asientos registrales*”.

Empero, la aparente contradicción que existe en las disposiciones normativas que se han indicado no pasan de ser superficiales, porque la Comisión de Revisión del Código Civil ha determinado que la extensión de la publicidad registral también abarca lo relacionado a cuestiones del título archivado (Gonzales, 2012).

Asimismo, a nivel jurisprudencial la Corte Suprema ya ha precisado que la publicidad registral llega a contener también los títulos archivados y no solo el aspecto de los asientos registrales existentes. En ese orden de ideas, la publicidad hace referencia no solo a la posibilidad de que tienen las personas con respecto a los asientos registrales que existen, sino también a los demás documentos que le dieron origen a la creación o inscripción de los bienes o derechos respectivos (Ojeda, 2018).

Las personas en atención al principio de publicidad pueden llegar a acceder no solo a lo establecido en los asientos registrales, sino también llega a presentarse una posibilidad de que el usuario llegue a solicitar los títulos archivados que contiene la información correspondiente al derecho o acto que ha logrado inscribirse.

La Corte Suprema a través de la Casación N° 2356-98-Lima, ha precisado que por publicidad registral no solo se debe de llegar a leer los resúmenes que existen en los asientos registrales, sino también debe de tomarse conocimiento de los títulos archivados que le han dado origen. La importancia de que se revise todos los documentos respectivos a la inscripción radica en que se pueda advertir cualquiera anomalía que puede presentarse sobre tal o cual derecho inscrito, por ende, a través de la publicidad registral es necesario llegar a obtener información no solo a nivel de asiento registral, sino también que se llegue a determinar el título archivado de los derechos y bienes inscritos.

2.2.1.4 Acceso y difusión de la información.

El registro juega un rol esencial y fundamental por el hecho de que cumple funciones específicas que están direccionadas a poder publicitar ciertas situaciones jurídicas. En palabras de Gonzales (2024) la razón de ser del registro es que esta institución cumple la función de publicitar con la finalidad de que las cosas inscritas sean consideradas como prueba y garantía, los cuales serán protegidos.

La necesidad de poder implementar los registros respectivos surge a consecuencia de que para el trámite jurídico de bienes se necesita contar con un título certero y dicha certeza surge a consecuencia de la inscripción (Gonzales, 2012). Aunque en el Perú la transferencia de bienes inmuebles puede darse sin inscripción registral, es necesario que dicho bien llegue

a ser inscrita en los registros respectivos a fin de que llegue a ser protegido por el sistema registral correspondiente.

Los bienes, derechos, acciones y/o actos inscritos llegan a ser publicitados de manera tal que cualquiera persona puede solicitar la información que estime conveniente. De acuerdo a la regulación actual, las personas pueden solicitar la información registral de cualquier derecho o bien inscrito, para lo cual solo será necesario que se cuente con el cumplimiento de los requisitos establecidos en la normatividad registral (Gracia, 2015).

Empero, la puesta en publicidad de los bienes inscritos genera peligro para las personas por el hecho de que estos pueden llegar a ser objeto de diferentes acciones ilícitas en sus contras, ya que las personas al tener acceso a la información registrada sin ninguna restricción pueden darle uso para fines, incluso, criminales, lo cual llegaría a atentar directamente contra el derecho a la intimidad de las personas.

No se está en contra de la posibilidad de que se acceda a la información registral, sino es necesario la implementación de filtros que hagan un tanto óptimos el acceso a la información de las personas que se encuentran en el registro. Una persona puede recurrir al registro más cercano y solicita la relación de los bienes de otro sujeto y en base a ello indagar sobre los orígenes de su adquisición patrimonial y al advertir algún indicio irregular, puede llegar incluso a realizar extorciones sobre la persona (Amado, 2011).

Para que se pueda conceder la información a las personas al menos se debe de justificar su necesidad de obtención de dichas informaciones. Por ejemplo, los registros personales no ameritan ser conocidas por cualquiera persona, sino simplemente por las personas que efectivamente tienen derechos e intereses sobre lo registrado.

2.2.2 Derecho fundamental a protección de datos personales.

El Constituyente peruano ha entendido que los datos personales de los sujetos son derechos fundamentales y, por ende, debe de protegerse de las posibles afectaciones que pueden llegar a presentarse ya sea a través del propio Estado, como también de las personas de manera individual.

Ninguna persona puede sufrir de afectación de sus derechos en el sentido de que se emitan su información personal sea a través de servicios informáticos, como también computarizados o no, así también si es que ello sea a nivel público como también privado; por ende, este derecho a la no divulgación de la información de las personas el constituyente peruano ha llegado a elevarlo a instancia de derecho fundamental, y ante la afectación que puede existir, han posibilitado la interposición del habeas data como mecanismo procesal constitucional a fin de salvaguardar dicho derecho (Bastida y Villaverde, 2005).

La búsqueda de salvaguardar a los derechos a la protección de los datos personales es un valor que es nuevo y se ha implementado con fines de que el Estado no llegue a entrometerse a la vida de sus ciudadanos y también para que los conciudadanos no lleguen a entrometerse entre sí perjudicándose en relación a los datos personales se custodia.

Con el pasar del tiempo, se ha visto que existe una necesidad inquebrantable de proteger los datos personales de los individuos, por el hecho de que los mismos no llegan a ser simples informaciones, sino porque también son parte integrante de las personas. No debe de procederse a desafectar los derechos a la protección de datos de las personas, sino también se debe de llegar a determinar con anterioridad la presencia de una necesidad inquebrantable de custodia de información de las personas (Bastida y Villaverde, 2005).

Existen ciertos derechos de datos personales que ameritan no ser divulgados de manera muy simple, sino por el contrario debe de existir una protección de parte del Estado a fin de que el ejercicio de sus derechos sea eficiente y no se llegue a afectar los derechos de las personas en su aspecto de protección.

En los apartados siguientes se procederá a realizar un análisis de los derechos a la protección de los datos personales, cuando la misma llega a ser ejercido a nivel de los registros correspondientes. Es decir, líneas abajo se procederá a analizar si es que existe una afectación del derecho a la protección de los datos personales con el facilismo de ingreso a la publicidad registral, cuando la información que se requiere a nivel registral no llega a ser de conocimiento necesario de parte de la sociedad en su conjunto (Gimeno, 1997).

2.2.2.1 Consentimiento del titular de los datos.

La publicidad registral es entendida como el instrumento a través de la cual se da la exteriorización de los asientos registrales que han sido inscritas en los registros públicos correspondientes. Se viene reiterando que por la publicidad registral cualquiera persona puede acceder directamente a lo que se ha logrado inscribir y no solo a los asientos registrales que se encuentran, sino también a los demás documentos que han servido como base para la inscripción correspondientes (Monje-Mayorca, 2020).

Asimismo, se ha venido sosteniendo que no existe restricción alguna para que las personas que solicitan información registral puedan acceder a ella; es decir, el registrador se encuentra en la obligación de poder llegar brindar la información que solicitan los usuarios si es que estos han llegado a cumplir con lo dispuesto por parte de la normatividad registral correspondiente.

Dicha situación u obligación del registrador puede generar u ocasionar consecuencias negativas para los titulares de los derechos, acciones o actos inscritos, porque la misma puede servir como base para la realización de diferentes acciones en sus contras. El personal registral no puede llegar a negarse en brindar información a los solicitantes, porque su negativa puede implicar rehúsa -miento en el cumplimiento de sus funciones.

No obstante, es menester implementar mecanismos de protección de los derechos de los titulares registrales a fin de que estos no lleguen a ser perjudicados con la exhibición generalizada a consecuencia de haber sacado la información a través de la publicidad registral que permite conseguir información sin que haya ninguna necesidad de exposición o justificación de la consecución de la información.

Frente ha esta situación, debe de permitirse que el titular registral llegue a manifestar su consentimiento para que cualquiera persona pueda acceder directamente a lo consignado en los registros correspondientes. Debe de existir un mecanismo que permita que el titular registral llegue a expresar su consentimiento cuando recaben información de sus derechos, bienes o actos inscritos, para que este autorice la consecución de la información.

Por ende, si el titular autoriza que la información se llegue a brindar a la persona que lo solicita, la publicidad registral podrá seguir cumpliendo sus funciones. En ese orden de ideas, corresponde la implementación de medios para que el titular registral tenga conocimiento de la observación de sus bienes que se hace y de esa forma su derecho a la conservación o protección de datos llegue a encontrarse en consonancia con la normatividad.

2.2.2.2 Finalidad del tratamiento de datos.

En principio, la información que se encuentra en los registros públicos tiene la naturaleza de ser público, por ende, el principio de publicidad determina que los bienes inscritos se presumen que son de conocimiento general de la sociedad, y determina dicha publicidad no solo en cuestiones o criterios generales, lo lleva a tal punto que lo considera de *iure et de iure*.

Por otro lado, los datos personales deben de ser tratados con eficiencia a tal punto que no debe de ventilarse información que no les compete a las personas o que las mismas no llegan a ser de utilidad para otras personas (Monje-Mayorca, 2020). Por ejemplo, qué de utilidad tendría que un sujeto pueda requerir el capital social de una empresa que está inscrito registralmente. Dicha información no debe de llegar a ventilarse de manera simple, porque la misma podría perjudicar a los socios dado que pueden ser objeto fácil de extorciones, ya que nuestro país viene a ser uno donde la inseguridad se encuentra demasiado alto.

Los datos personales que se consignan en los registros correspondientes deben de ser cautelados de tal modo que no se llegue a afectar los derechos de las personas. La tramitación de ciertos derechos inscritos no puede afectar derechos de las personas, empero, otros llegan a afectar ampliamente los derechos de las personas.

No es entendible, por ejemplo, con qué fines se busca la relación de los bienes de las personas, si para que se solicite dicha información no se expresa causa concreta. A nivel registral se debe de determinar que se expresen las causas o motivos que permitan la consecución de la información registral que se busca.

Mientras no se hagan modificaciones normativas, el registrador debe de cumplir la función de poder cautelar los derechos de los titulares registrales. El manejo de los datos registrales no debe de brindarse a diestra y siniestra a cualquiera persona que lo solicita, sino debe de procederse a la realización de observaciones a fin de que se pueda tutelar los derechos de los titulares registrales (Monje-Moyorca, 2020).

Ciertas informaciones no ameritan el cumplimiento de requisitos de expresión de causa, por ejemplo, en el caso de que una persona quiere adquirir un bien, sacará la información del bien inmueble ya con su partida registral, no tendrá ninguna necesidad de filtrar la relación de bienes de la persona que quiere transferir el bien. Si quiere ser diligente en la adquisición del bien inmueble el registro podrá brindarle las publicidades respectivas a fin de que tome las decisiones correspondientes.

Empero, si una persona recurre al registro y solicita información como el capital social de una empresa o la situación civil de un sujeto, dicha información no debería de brindársele porque son de índole personal y las mismas no serían de necesidad para el solicitante, a no ser que el de la capital social sea solicita por parte de un ejecutivo o socio.

Por ende, la información registral debe de cautelarse sin afectación de los derechos de los titulares registrales. Brindar informaciones sin que haya expresión de causa puede ocasionar consecuencias perniciosas para el titular registral es un tanto contradictorio con el Estado constitucional como el nuestro.

2.2.2.3 Principio de calidad de datos.

Los datos personales de los sujetos deben de ser protegidos desde diferentes perspectivas y dentro de ellas encontramos a ciertos principios como el de la calidad de datos,

donde esta directriz cuenta con características esenciales que lo convierten en elemento esencial al momento de determinar la protección de los datos personales.

Según este principio rector los datos que con los cuales se cuentan deben de ser recopilados de manera precisa, como también deben de ser completas y actualizadas, ello deberá de ser de dicha manera a fin de que se logren las finalidades para los cuales ha llegado a ser recopilada. La información que se actualiza y se llega a recopilar debe de encontrarse conforme a lo que acontece en la realidad (Del Río, 1991).

A nivel registral, la información que es registrada cumple con la función de ser veraz, relevante, completo y sobre todo actualizado. Empero, hay ciertos supuestos en los cuales la información llega a ser un tanto imprecisa, lo cual amerita que debe de ser subsanada, o también existen supuestos en los cuales las informaciones deben de ser rectificadas porque existen superposiciones entre las inscripciones registrales.

Se ha sostenido que entre el principio de calidad de datos personales y el principio de publicidad registral existe una coherencia, en tanto que el primero cumple la función de poder determinar que los datos proporcionados al registro resulten siendo exactos, actualizados y sobre todo pertinentes y relevantes. Por su parte, la publicidad registral permite que cualquiera persona pueda llegar a obtener la información que se encuentra registrada en el registro correspondientes, sean estos personales, de bienes, entre otras naturalezas (Del Río, 1991).

2.2.2.4 Garantías de acceso, rectificación y oposición.

Frente a la publicidad registral que llega a brindar acceso a la información registral sea de asientos registrales o cualquier información, debe de llegar a implementarse

mecanismos que lleguen a garantizar los accesos de las personas a la información requerida, de tal manera que no se afecten los derechos de los titulares registrales.

La implementación de las garantías de acceso, como también los procedimientos de rectificación y mecanismos de oposición son de suma importancia, porque la información que se encuentra consignado en los registros personales, de personas jurídicas y de bienes a nivel registral se encuentran de fácil acceso por parte de cualquiera persona dentro de la sociedad que tiene como fin el de poder llegar a requerir información (Del Río, 1991).

Ante la solicitud de los usuarios de requerir información registral debe de existir una posibilidad de oposición de parte del titular registral, pero para ello será necesario que la solicitud de búsqueda registral llegue a ser informado a la persona, de ser lo contrario el titular registral nunca tendrá conocimiento de las solicitudes de búsqueda registral que llegan a presentarse.

Si una persona realiza alguna indagación sobre cuestiones registrales de otros, este debe de manifestar su razón de búsqueda registral. Una persona interesada en saber la situación jurídica de su derecho, bien o acto a nivel registral no se haría ningún problema para que llegue a solicitar la autorización del titular registral.

La oposición del titular registral debe de presentarse siempre, por el hecho de que las personas que han sido diligentes y por ende han llegado a inscribir sus bienes o derechos deben de tener conocimiento de las búsquedas que otras personas realizan. Aunque el registro posibilita la publicidad registral, la misma no debe de concebirse en lo absoluto como se viene concibiendo hoy en día, sino que debe de determinarse ciertos matices y restricciones que deben de determinarse a nivel normativo.

Si bien el registro llega a publicitar ciertas situaciones y derechos, también debe de determinarse que esas publicidades no se encuentren al libre acceso de cualquiera persona, sino emitirse ciertas directrices y directivas que busquen restringir un tanto lo relativo a requisitos para la procedencia del suministro de información.

2.2.3 Aportes de la investigadora.

Desde la perspectiva dogmática se ha indicado que la publicidad registral viene a ser un sistema institucional que divulga situaciones jurídicas de bienes registrados a fin de que sean conocidos por las personas, lo cual permite que los derechos, acciones o actos inscritos puedan ser conocidos por las personas con el solo requisito de recurrir al registro correspondiente.

La publicidad registral tiene una característica de exteriorización institucional lo cual implica que la publicidad sigue procedimiento estandarizados a fin de que la publicidad contenida llegue a ser conocida por las personas. Publicita hechos que son notorios y sobre todo llega a ser eficiente en el sentido de que brinda información concreta de las situaciones que necesita tener conocimiento el usuario que solicita la información.

Por otro lado, la publicidad registral también llega a determinar la denominada exteriorización de situaciones jurídicas, lo cual implica que se publicita hecho notorios con incidencia jurídica, es decir, el registro publicita situaciones jurídicas que son de beneficio para las personas y que por tanto han llegado a inscribir los bienes, derechos o acciones en los registros para que pueda ser conocida por la sociedad en general.

La importancia de la publicidad radica en el sentido de que cualquiera persona antes de realizar cualquier acto jurídico se informe sobre la situación real del objeto sobre el cual

participará. Si una persona desea comprar un determinado bien, este deberá de recurrir al registro a realizar las averiguaciones correspondientes, a verificar si el bien es propiedad de la persona que será el transferente, si no cuenta con gravámenes o cualquier otro caso.

Si compra el bien que ha estado inscrito y con posterioridad verifica que el transferente no era el legitimado para realizar la transferencia, este no podrá alegar desconocimiento de la situación jurídica registral del bien, porque de acuerdo a la publicidad registral se presume que todos los bienes inscritos en el registro deben de ser de conocimiento general de las personas y sobre ello pesa la presunción legal de *iure et de iure*, que viene a ser una presunción legal que no admite por ninguna manera prueba en contrario.

En ese sentido, desde una perspectiva general, la publicidad registral juega un rol esencial porque exterioriza y hace cognoscible las situaciones jurídicas registrales de las personas, no obstante, dicha publicidad registral en muchos casos puede resultar siendo un despropósito al tener un alcance general y porque no requiere del cumplimiento de requisitos para que se requiera información registral.

Como las situaciones jurídicas de los derechos, bienes o acciones inscritos se encuentran a la libre accesibilidad de cualquiera persona, puede generar una afectación de los derechos de los titulares registrales en el sentido de que estas personas pueden sacar información registral sobre los bienes y derechos e iniciar actos delictivos en contra de las personas.

Por ende, lo más adecuado es que se determinen ciertos filtros a fin de que se proteja ampliamente los derechos registrales de los titulares registrales. En ese sentido, debe de

implementarse mecanismos que solo brinden información sobre cierto aspecto de la inscripción registral.

Si una persona desea sacar información sobre una determinada propiedad por el hecho de que lo adquirirá, este debe de tener acceso solo al bien que desea adquirir expresando o justificando su solicitud, en ese sentido, no debe de llegar a tener acceso a cuestiones como el título archivado, y sí desea esa información registral debe de ser autorizado por el titular registral, porque no debe de permitirse la búsqueda de la información en los antecedentes registrales, porque la adquisición llegará a realizarlo con la información registral que se encuentra en la copia literal.

La implementación de mecanismos de conocimiento del titular registral sobre las búsquedas que realizan de los bienes que ostenta debe de ser un medio idóneo para proteger su derecho a la propiedad, porque de ser así se estará afectando sus derechos fundamentales como la propiedad, la protección de datos y también el derecho a la intimidad.

2.3 Bases filosóficas

Filosóficamente los derechos a la intimidad y el derecho a la protección de datos surgen como elemento esencial del respeto a la dignidad humana, como también le dan importancia a la denominada autonomía privada de las personas. Toda persona tiene el derecho de llegar a controlar su información con el cual cuenta, como también tiene derecho a que la información personal con el cual cuenta debe de ser informado a personas bajo su autorización o sobre todo su asentimiento.

Existen principios fundamentales a nivel filosófico que sustentan la protección de los datos personales, dentro de los cuales encontramos a la autonomía privada o individual que

llega a determinar que toda persona cuenta con el derecho a tomar sus decisiones de manera libre sobre aspectos esenciales de su vida personal, lo cual también llega a incluir cuestiones sobre la gestión de las informaciones personales que maneja.

Del mismo modo, se presentan principios como el respeto a su privacidad de las personas lo cual llega a proteger a cada persona de situaciones como la divulgación de informaciones sobre su persona o sus derechos con la finalidad de que no se vea perjudicado al ser divulgado sin su consentimiento personal.

También se relaciona con el principio de dignidad humana, aquella que desde una perspectiva kantiana permite que las personas sean consideradas como fines en si mismo sin que sean instrumentalizados por otra persona. En ese sentido, la dignidad permite que las personas lleguen a tener control sobre la información que poseen con el objetivo de que puedan tener acceso solamente ellos y no estar perjudicados generalmente.

Como se puede advertir, la protección de datos juega un rol esencial y fundamental porque la misma no permite que ciertas informaciones no deben de ser propugnadas sin el consentimiento del sujeto que se reputa como titular del derecho. Toda persona merece el respeto con relación a sus derechos personales que cuenta.

La protección de datos se traza como objetivo la posibilidad de que se garantice que ciertos derechos fundamentales estén considerados como privados y que las mismas se encuentren basados en la autonomía de su persona. En ese orden de ideas, corresponde determinar que las personas no lleguen a acceder a información personalísima de los titulares de los derechos.

Por otro lado, frente al derecho de protección de datos se encuentra la publicidad registral, que como institución estatal registral posibilita que las personas puedan acceder de manera libre a información registral de sus demás conciudadanos. Conforme a la regulación actual, no se amerita que haya una situación de justificación real para que se pueda acceder a las informaciones registrales que la sola identificación del solicitante y el pago del precio que se ha consignado.

No se toma en cuenta criterios como la protección de datos de las personas que son titulares de los bienes, derechos o actos inscritos para poder brindar la información que requieren terceras personas. Por ende, entre la entrega de información y el derecho a la protección de datos existe una contradicción, porque el primero de ellos faculta a cualquiera persona a poder obtener información que cree conveniente, mientras que el segundo de ellos determina que los datos personales deben de ser protegidos a fin de afectar los derechos de los titulares; y, como se puede apreciar, la información registral también son derechos fundamentales o la manifestación de los derechos fundamentales.

Frente a esta situación debe de analizarse un soporte filosófico desde la perspectiva de la corriente ius positivista, por el hecho de que esta corriente ius filosófica sostiene que el derecho viene a ser la aglomeración normativa donde no tiene acceso cuestiones como la moral, la política y otros aspectos adicionales al Derecho.

El ius positivismo viene a ser la corriente ius filosófica que elimina de sus postulados cualquiera injerencia de cuestiones como la política o religión que vienen a ser subjetivas y basan sus posiciones a cuestiones que deben de observarse de manera directa, caso contrario no debe de proceder a su estudio generalizado porque la misma no llega a cumplir con las expectativas determinadas para el estudio objetivo de las situaciones.

En ese sentido, como en la presente investigación se deberá de analizar cuestiones de modificación normativa con fines de proteger los derechos de los titulares registrales, la corriente ius filosófica que más se amolda viene a ser la corriente ius filosófica que sirve de base esencial para el desarrollo dogmático de la investigación.

El derecho fundamental a la protección de datos personales tiene naturaleza humana por el hecho de que es el fundamento de que toda persona puede controlar la información sobre sí misma, lo cual es un derecho que no debe de ser afectado, y ante instituciones como la publicidad registral debe de existir una ponderación a fin de no afectar los derechos con los cuales cuentan las personas, porque de ser lo contrario llegará a afectar los derechos personales.

En ese sentido, un análisis ius filosófico nos conduce a determinar que la corriente filosófica jurídica que sustenta este trabajo académico llega a ser la corriente positivista, en tanto que es necesario la implementación normativa de restricciones al momento de acceder a informaciones personales inscritas en los registros correspondientes.

2.4 Definición de términos básicos

- **Asiento registral**

Anotación de carácter formal y sobre todo solemne que se ha consignado en los libros de un determinado registro, el cual está encaminado a recoger informaciones fácticas de derechos actos o bienes que pueden ser inscritos.

- **Derecho fundamental**

Derecho de naturaleza humana que se encuentra consignado en la parte dogmática de la Constitución, y que por su naturaleza tiene una condición inherente a las personas y deben de ser protegidos desde diferentes perspectivas.

- **Dignidad humana**

Considerado como un valor de naturaleza intrínseca de las personas y sobre todo inalienable lo cual es el fundamento para ser un fin en sí mismo.

- **Erga omnes**

Institución que hace referencia a que una situación jurídica será aplicable a todas las personas sin que haya de por medio ninguna restricción, como tampoco deberá de haber una liberación de sus efectos de parte de las personas.

- ***Iure et de iure***

Presunción de naturaleza legal que determina la no aceptación de justificaciones dado que la propia normatividad determina que una situación deberá de ser aplicable a todas las personas sin posibilidad de que se pruebe lo contrario.

- **Ponderación**

Procedimiento de evaluación que se realiza frente a la presencia de contradicción de dos principios o directrices de naturaleza humana, con el objeto de poder aplicar uno de los derechos o principios en casos concretos.

- **Protección de datos**

Derecho de las personas a poder custodiar su información con el cual cuentan, como también la facultad de que puedan almacenarlo y procesarlo.

- **Publicidad registral**

Principio registral que posibilita la obtención de información registral recurriéndose a los registros correspondientes.

- **Registro**

Sistema público en el cual se han consignado los bienes, derechos o acciones de las personas a nivel registral.

- **Seguridad jurídica**

Garantía existente con referencia a los derechos, acciones o bienes inscritos en los registros correspondientes.

2.5 Hipótesis de la investigación

2.5.1 Hipótesis general.

H.G.: La ausencia de una adecuada armonización normativa entre la publicidad registral *erga omnes* y el derecho fundamental a la protección de datos personales en la Oficina Registral de Huacho durante el año 2024 genera una colisión de derechos que debilita la seguridad jurídica y expone a los ciudadanos a riesgos de vulneración de su intimidad, seguridad personal y autodeterminación informativa, siendo necesario implementar mecanismos jurídicos y tecnológicos que compatibilicen ambos institutos.

2.5.2 Hipótesis específicas.

H.E.1.: La correcta delimitación del principio de publicidad registral permitirá la implementación de mecanismos que permitan el consentimiento del titular de los datos inscritos registralmente susceptibles de ser solicitado por terceros.

H.E.2.: La finalidad de la publicidad registral mal utilizada se constituye en una finalidad del tratamiento perjudicial de los datos de los titulares de los derechos inscritos y obtenidos registralmente.

H.E.3.: La proporción del contenido de información registral a terceros sin legitimidad, se constituye en una afectación del principio de calidad de datos protegidos constitucionalmente.

H.E.4.: La delimitación legislativa del acceso y difusión de la información registral, se constituye en una garantía de acceso, rectificación y oposición de los titulares registrales.

2.6 Operacionalización de las variables

| HIPOTESIS | VARIABLES | DEFINICIÓN | | DIMENSIÓN | INDICADORES | TEC. DE RECOJO DE DATOS |
|--|--|--|---|--|--|-------------------------|
| | | Conceptual | Operacional | | | |
| La ausencia de una adecuada armonización normativa entre la publicidad registral <i>erga omnes</i> y el derecho fundamental a la protección de datos personales en la Oficina Registral de Huacho durante el año 2024 genera una colisión de derechos que debilita la seguridad jurídica y expone a los ciudadanos a riesgos de vulneración de su intimidad, seguridad personal y autodeterminación informativa, siendo necesario implementar mecanismos jurídicos y tecnológicos que compatibilicen ambos institutos. | Variable I: Publicidad registral <i>erga omnes</i> | Principio rector registral destinado a poder visibilizar las situaciones jurídicas de las personas que llegan a registrar sus derechos, bienes o acciones a nivel registral. | Se utiliza el cuestionario a fin de poder llegar a recoger información de los profesionales que se someten a la ser la muestra. | Principio de publicidad | -Publicidad jurídica -Exteriorización de información | ENCUESTA |
| | | | | Finalidad de la publicidad registral | -Conocimiento de la ciudadanía -Posibilidad de oposición -Seguridad jurídica | |
| | | | | Contenido de la información registral | -Personalísimo -De acceso por cualquiera persona | |
| | | | | Acceso y difusión de la información | -A toda persona de la sociedad -Tráfico jurídico seguro -Con limitaciones | |
| | Variable D: Derecho fundamental a protección de datos personales | Derecho de naturaleza humana que permite la conservación exclusiva de ciertas situaciones de las personas a fin de que cada quién conserve algo que no quiere llegar a compartir con otras personas. | Se utiliza el cuestionario a fin de poder llegar a recoger información de los profesionales que se someten a la ser la muestra. | Consentimiento del titular de los datos | -Manifestación de voluntad -Consentimiento informado | |
| | | | | Finalidad del tratamiento de datos | -Información confidencial -Tuición de datos individuales -Protección constitucional | |
| | | | | Principio de calidad de datos | -Dignidad personal -Ausencia de difusión de información | |
| | | | | Garantías de acceso, rectificación y oposición | -Conocimiento del titular registral -Respeto a derechos íntimos -Privacidad de información | |

CAPÍTULO III:

METODOLOGÍA

3.1 Diseño de la investigación

3.1.1 Tipo de investigación.

Es investigación aplicada, toda vez que, parte de una información con el cual ya se tiene, es decir, surge del conocimiento de investigaciones previas que han desarrollado esta temática de investigación (Hernández *et al*, 2014), por ende, no solo se reduce a proporcionar mayor información respecto a lo investigado, sino también llega a aportar alternativas de solución, dado que hoy en día se ve afectaciones del derecho a la protección de datos personales a través del uso desmedido del principio de publicidad registral.

3.1.2 Nivel de la investigación.

Le corresponde ser explicativo, en tanto que, se busca identificar las causas que han llegado a generar las consecuencias actuales entre las variables de investigación; en ese sentido, no solo se busca establecer el nivel de relación que llegan a presentar las variables desarrolladas, sino la finalidad es determinar la relación causal existe entre las variables que se estudia (Hernández *et al*, 2014).

3.1.3 Enfoque de la investigación.

Es investigación mixta, por ende, es cualitativo porque se procede a estudiar las características y cualidades de las variables de investigación a fin de comprenderlos adecuadamente; del mismo modo, viene a ser cuantitativo, por el hecho de que los

resultados a los cuales se arribará serán a través del uso de instrumentos de naturaleza estadística (Hernández *et al*, 2014).

3.1.4 Diseño de la investigación.

Es no experimental, dado que, la investigadora no buscará realizar manipulaciones intencionales de la investigación, sino que la misma se llegará a medir a través de la respectiva operacionalización, donde se determinará sus dimensiones respectivas y los *ítems* a fin de que se logre formular las preguntas respectivas.

Por otro lado, el estilo viene a ser transeccional, debido a que la recopilación de los datos solamente llega a presentarse en un solo y determinado momento (Hernández *et al*, 2014).

3.2 Población y muestra

3.2.1 Población.

El conjunto de personas, cosas, animales o cualquier elemento que puede ser objeto de estudio llega a ser considerado como población (Ramírez, 2016); en ese sentido, la población de esta investigación viene a estar compuesta por los estudiantes de maestría en Derecho Civil y Comercial de la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, que ascienden a 58 estudiantes; asimismo, los profesionales que laboran en la Oficina Registral de Huacho que ascienden a un total de 6 profesionales.

3.2.2 Muestra.

Al subconjunto de la población se conoce como muestra y a ella se arriba a través del muestreo; y, en este trabajo, el muestreo utilizado viene a ser el no probabilístico simple; por ende, la muestra estuvo compuesta por los estudiantes de maestría en Derecho Civil y Comercial de la Escuela de Posgrado de la UNJFSC, que ascienden a 58

estudiantes; asimismo, los profesionales que laboran en la Oficina Registral de Huacho que ascienden a un total de 6 profesionales.

3.3 Técnicas de recolección de datos

3.3.1 Técnicas a emplear.

La técnica a usarse viene a ser la encuesta. Técnica tendiente a poder recopilar información en respuesta a las preguntas que se llega a formular a los profesionales o personas que integran la muestra.

Del mismo modo, se utiliza el fichaje, destinado a poder recopilar información con fines de que sirvan de soporte a la redacción del respectivo marco teórico de la investigación.

3.3.2 Descripción de los instrumentos.

Conforme a su técnica, el instrumento viene a ser el cuestionario, la misma que fue redactada por la propia investigadora, que estuvo compuesta por preguntas y respuestas que fueron sometidas a los profesionales que llegan a conformar la muestra respectiva.

Del mismo modo, el instrumento a utilizado fue la ficha, porque a través de la misma se estructura sistemáticamente los materiales que sirvieron para poder sustentar dogmáticamente el marco teórico.

3.4 Técnicas para el procesamiento de información

Una vez formulado las preguntas del cuestionario, se procedió a someterlo a los profesionales que componen la muestra, a fin de que de esa forma se pueda conseguir las respuestas correspondientes para posteriormente poder crear la base de datos y se pueda llegar a conseguir los resultados estadísticos.

CAPÍTULO IV:

RESULTADOS

4.1 Resultados descriptivos

Variable I: Publicidad registral erga omnes

Dimensión: Principio de publicidad

Tabla 1: Publicidad de situaciones jurídicas

Desde su óptica profesional, ¿La publicidad o exteriorización de las situaciones jurídicas de manera irrestricta se condice con derechos personalísimos de las personas como el de intimidad?

| | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------------|------------|------------|
| En acuerdo | 4 | 6,3 |
| No opino | 8 | 12,5 |
| En desacuerdo | 29 | 45,3 |
| En desacuerdo total | 23 | 35,9 |
| Total | 64 | 100,0 |

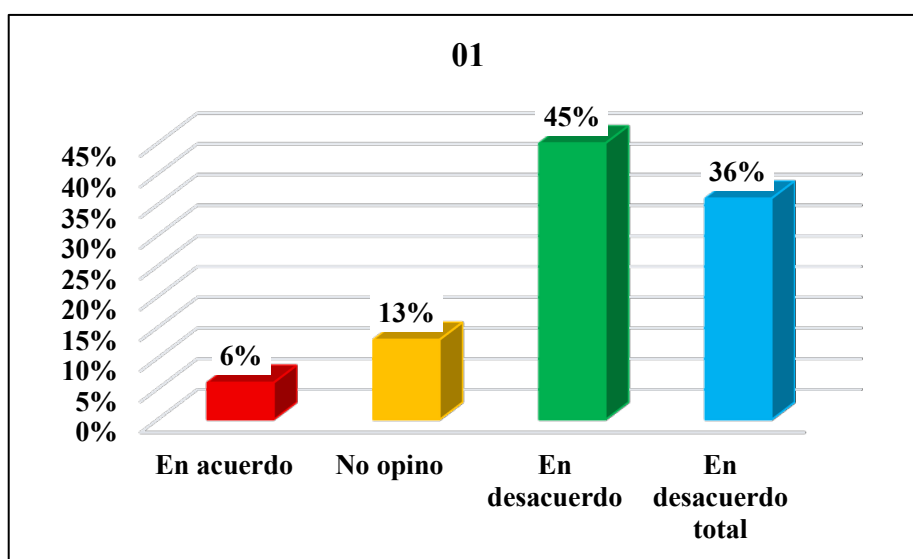


Figura 1: Publicidad de situaciones jurídicas

Interpretación:

En la tabla 01 y figura 01 un 6% de encuestados indicaron estar de acuerdo con que la publicidad o exteriorización de las inscripciones de manera irrestricta se condice con derechos personalísimos de las personas como el de intimidad, mientras que un 13% no opinaron, un 45% estuvieron en desacuerdo y un 36% en desacuerdo total.

Tabla 2: Delimitación del principio de publicidad

Conforme a su experiencia profesional, ¿Una correcta delimitación del principio de publicidad registral llegará a permitir la implementación de mecanismos que permitan el consentimiento del titular de los datos inscritos registralmente susceptibles de ser solicitado por terceros?

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|------------------|------------|------------|
| Válido | En acuerdo total | 48 | 75,0 |
| | En acuerdo | 9 | 14,1 |
| | No opino | 4 | 6,3 |
| | En desacuerdo | 3 | 4,7 |
| | Total | 64 | 100,0 |

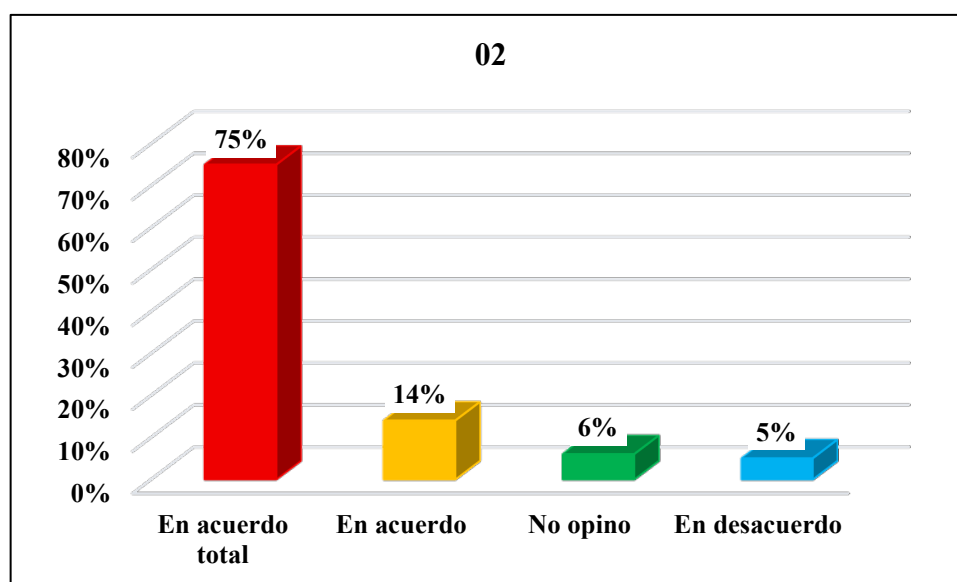


Figura 2: Delimitación del principio de publicidad

Interpretación:

Conforme a la tabla 02 y figura 02, un 75% de encuestados dijeron estar en acuerdo total que una correcta delimitación del principio de publicidad registral llegará a permitir la implementación de mecanismos que permitan el consentimiento del titular de los datos inscritos registralmente susceptibles de ser solicitado por terceros, mientras que un 14% dijeron en acuerdo, un 6% no opinaron y un 5% en desacuerdo.

Dimensión: Finalidad de la publicidad registral

Tabla 3: *Afectación de intimidad personal*

De acuerdo a su perspectiva profesional, ¿Existe afectación de la intimidad personal cuando la publicidad registral cumple con su finalidad de dar conocimiento de la ciudadanía al exteriorizar situaciones jurídicas accesibles para cualquier persona?

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|---------------------|------------|------------|
| Válido | En acuerdo | 9 | 14,1 |
| | No opino | 11 | 17,2 |
| | En desacuerdo | 32 | 50,0 |
| | En desacuerdo total | 12 | 18,8 |
| | Total | 64 | 100,0 |

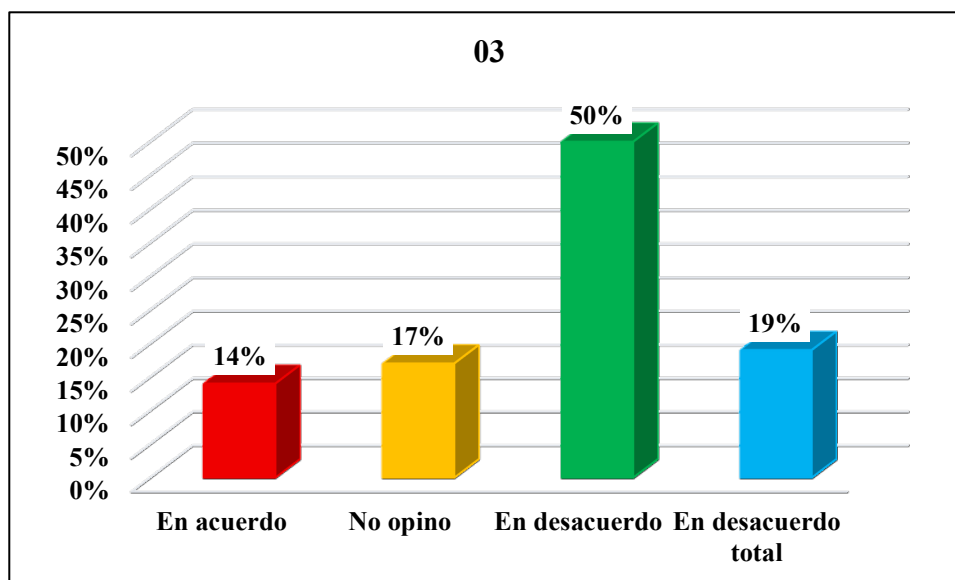


Figura 3: *Afectación de intimidad personal*

Interpretación:

En conformidad con la tabla 03 y figura 03, un 14% de encuestados indicaron estar de acuerdo que existe afectación de la intimidad personal cuando la publicidad registral cumple con su finalidad de dar conocimiento de la ciudadanía al exteriorizar situaciones jurídicas accesibles para cualquier persona, mientras que un 17% no llegaron a opinar, un 50% estuvieron en desacuerdo y un 19% en desacuerdo total.

Tabla 4: Imposibilidad de oposición del titular registral

Según su postura personal, ¿La ausencia de la posibilidad de oposición a las búsquedas de información registral de los titulares de derechos inscritos afecta su dignidad humana?

| | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------|------------|------------|
| En acuerdo total | 35 | 54,7 |
| En acuerdo | 23 | 35,9 |
| Válido No opino | 2 | 3,1 |
| En desacuerdo | 4 | 6,3 |
| Total | 64 | 100,0 |

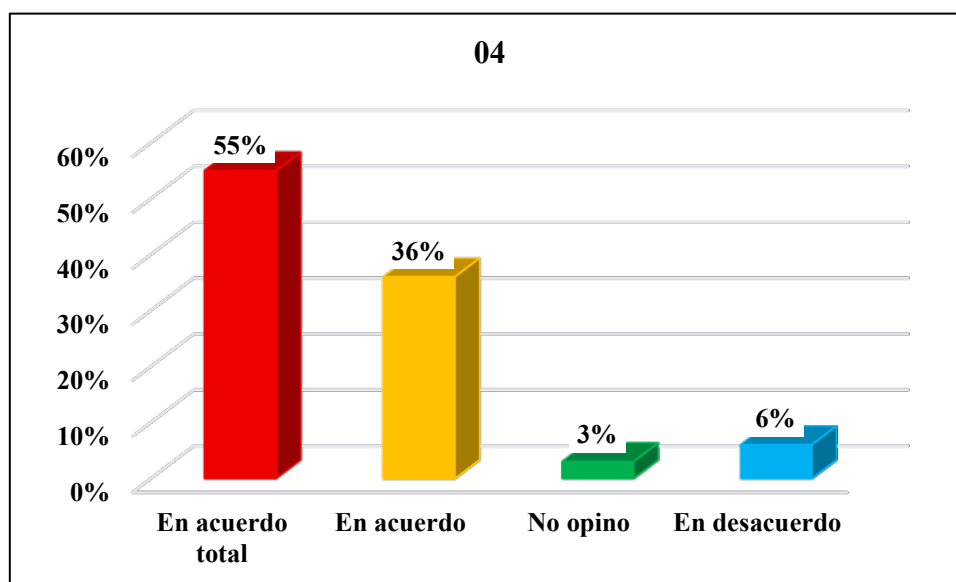


Figura 4: Imposibilidad de oposición del titular registral

Interpretación:

Conforme a la tabla 04 y figura 04, un 55% de encuestados indicaron estar en acuerdo total que, la ausencia de la posibilidad de oposición a las búsquedas de información registral de los titulares de derechos inscritos afecta su dignidad humana, mientras que un 36% dijeron en acuerdo, un 3% no opinaron y un 6% en desacuerdo.

Tabla 5: Publicidad registral mal utilizada

Desde su apreciación profesional, ¿La finalidad de la publicidad registral que llega a ser mal utilizada se constituye en una finalidad del tratamiento perjudicial de los datos de los titulares de los derechos inscritos y obtenidos registralmente?

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|------------------|------------|------------|
| Válido | En acuerdo total | 40 | 62,5 |
| | En acuerdo | 15 | 23,4 |
| | No opino | 5 | 7,8 |
| | En desacuerdo | 4 | 6,3 |
| | Total | 64 | 100,0 |

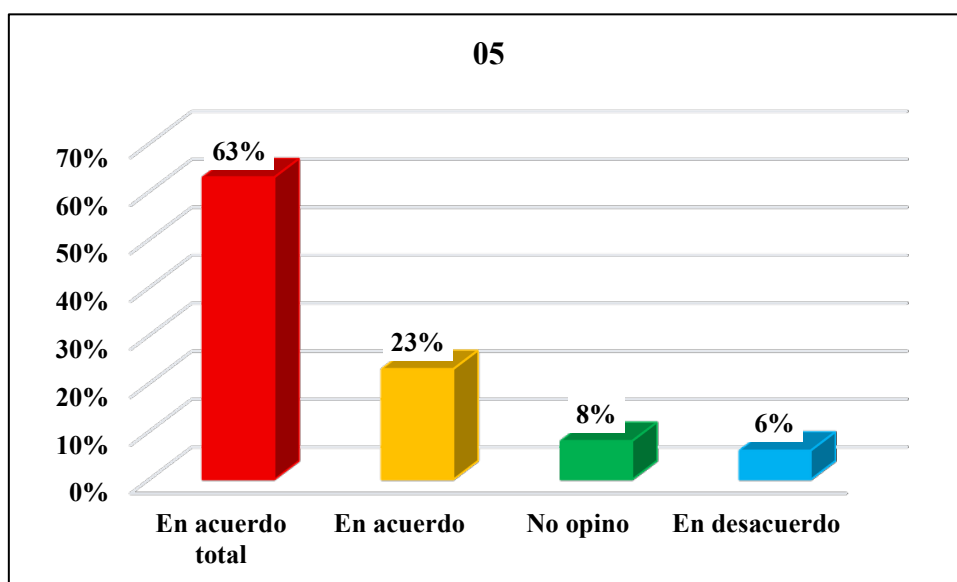


Figura 5: Publicidad registral mal utilizada

Interpretación:

En la tabla 05 y figura 05, un 64% de encuestados dijeron estar en acuerdo total que la finalidad de la publicidad registral que llega a ser mal utilizada se constituye en una finalidad del tratamiento perjudicial de los datos de los titulares de los derechos inscritos y obtenidos registralmente, mientras que un 23% dijeron en acuerdo, un 8% no opinaron y un 6% en desacuerdo.

Dimensión: Contenido de información registral

Tabla 6: Derechos personalísimos inscritos

Desde su postura profesional, ¿Los derechos personalísimos que se encuentran inscritos en los registros públicos deben de ser tutelado sin que haya posibilidad de que se informe de manera pública a terceras personas?

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|------------------|------------|------------|
| Válido | En acuerdo total | 44 | 68,8 |
| | En acuerdo | 11 | 17,2 |
| | No opino | 4 | 6,3 |
| | En desacuerdo | 5 | 7,8 |
| | Total | 64 | 100,0 |

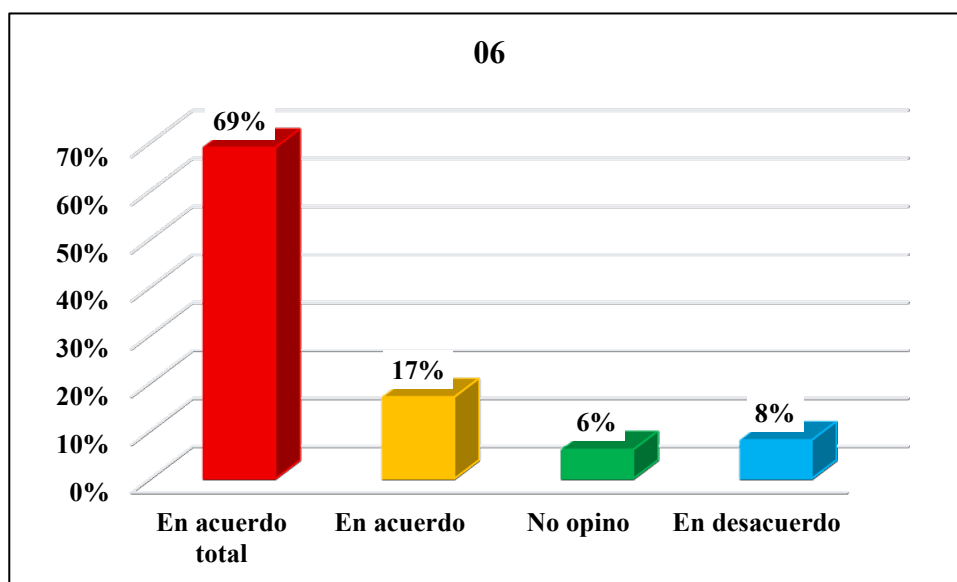


Figura 6: Derechos personalísimos inscritos

Interpretación:

Conforme a la tabla 06 y figura 06 un 69% de encuestados dijeron que los derechos personalísimos que se encuentran inscritos en los registros públicos deben de ser tutelado sin que haya posibilidad de que se informe de manera pública a terceras personas, mientras que un 17% dijeron de acuerdo, un 6% no opinaron y un 8% en desacuerdo.

Tabla 7: Acceso a conseguir información registral

Desde su experiencia profesional, ¿La posibilidad de tener acceso a conseguir las informaciones registrales personalísimas de terceras personas deben de ser restringidas a través de normas de índole legal para proteger los derechos de los titulares?

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|------------------|------------|------------|
| Válido | En acuerdo total | 47 | 73,4 |
| | En acuerdo | 11 | 17,2 |
| | No opino | 3 | 4,7 |
| | En desacuerdo | 3 | 4,7 |
| | Total | 64 | 100,0 |

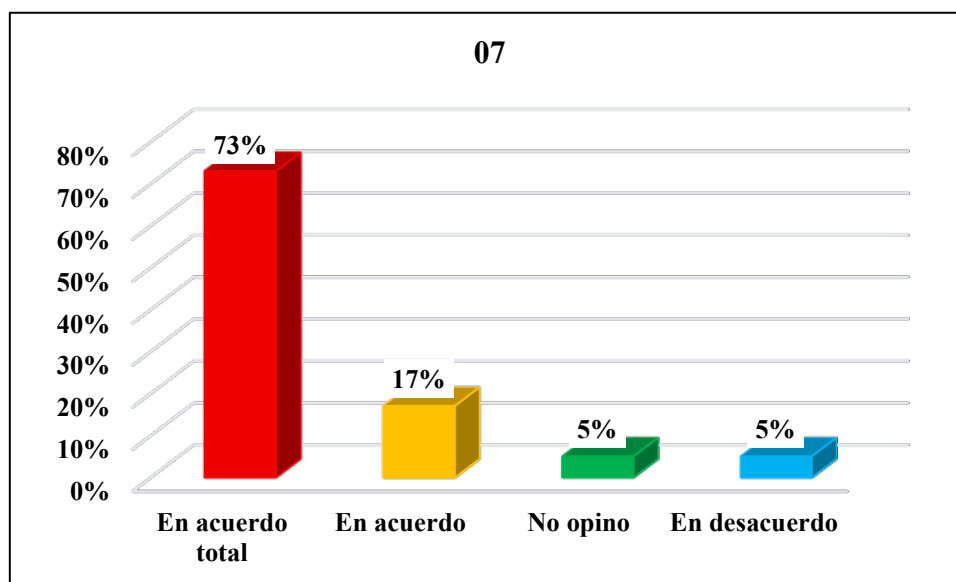


Figura 7: Acceso a conseguir información registral

Interpretación:

Conforme a la tabla 07 y figura 07, un 73% de encuestados dijeron en acuerdo total, un 17% en acuerdo, un 5% no opinaron y un 5% en desacuerdo a si la posibilidad de tener acceso a conseguir las informaciones registrales personalísimas de terceras personas debe de ser restringidas a través de normas de índole legal para proteger los derechos de los titulares.

Dimensión: Acceso y difusión de la información

Tabla 8: Restricción de acceso a la información registral

Desde su apreciación profesional, ¿El acceso y difusión de la información registral a toda persona de la sociedad debe de ser restringida conforme a los nuevos planteamientos de la filosofía contemporánea que busca tutelar los derechos personalísimos de las personas?

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|------------------|------------|------------|
| Válido | En acuerdo total | 38 | 59,4 |
| | En acuerdo | 9 | 14,1 |
| | No opino | 5 | 7,8 |
| | En desacuerdo | 12 | 18,8 |
| | Total | 64 | 100,0 |

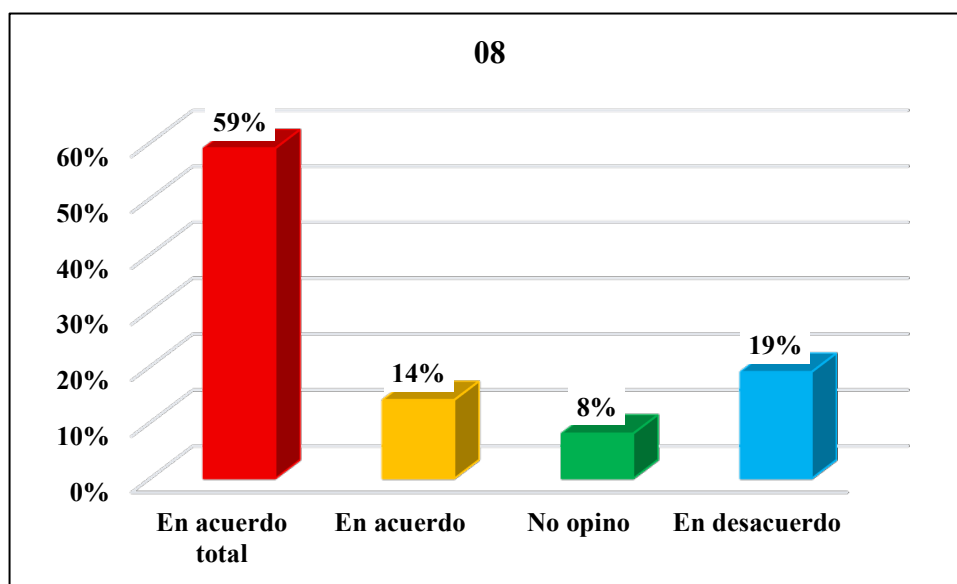


Figura 8: Restricción de acceso a la información registral

Interpretación:

De acuerdo a la tabla 08 y figura 08, un 59% de encuestados dijeron que el acceso y difusión de la información registral a toda persona de la sociedad debe de ser restringida conforme a los nuevos planteamientos de la filosofía contemporánea que busca tutelar los derechos personalísimos de las personas, mientras que un 14% en acuerdo, un 8% no opinaron y un 19% en desacuerdo.

Tabla 9: Falta de armonización normativa

Según su apreciación profesional, ¿La ausencia de una adecuada armonización normativa entre la publicidad registral erga omnes y el derecho fundamental a la protección de datos personales, llega a generar que haya colisión de derechos de los titulares registrales afectándose principios y derechos?

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|------------------|------------|------------|
| Válido | En acuerdo total | 51 | 79,7 |
| | En acuerdo | 7 | 10,9 |
| | No opino | 3 | 4,7 |
| | En desacuerdo | 3 | 4,7 |
| | Total | 64 | 100,0 |

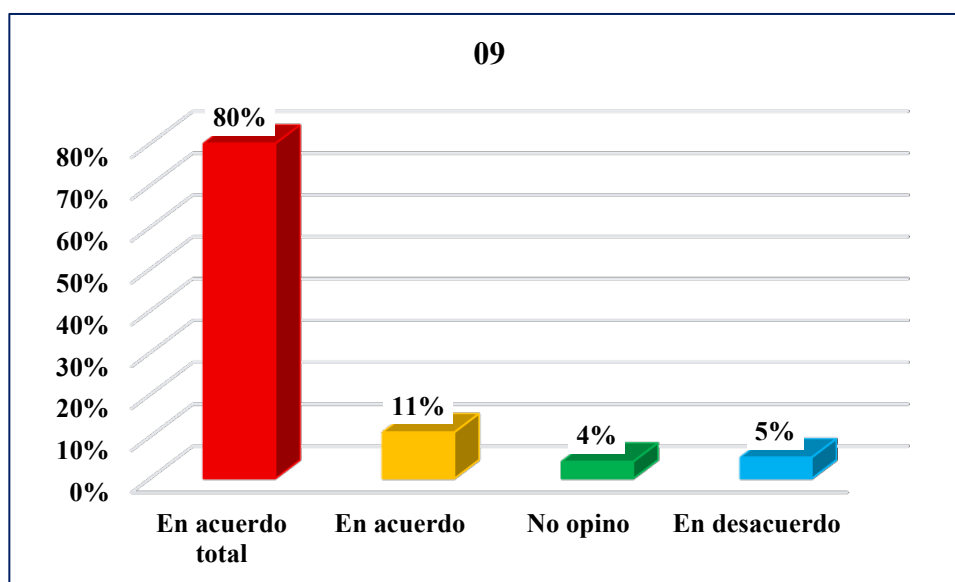


Figura 9: Falta de armonización normativa

Interpretación:

De acuerdo a la tabla 09 y figura 09, un 80% de encuestados indicaron que la ausencia de una adecuada armonización normativa entre la publicidad registral erga omnes y el derecho fundamental a la protección de datos personales, llega a generar que haya colisión de derechos de los titulares registrales afectándose principios y derechos, mientras que un 11% indicaron en acuerdo, un 4% no opinaron y un 5% indicaron en desacuerdo.

Tabla 10: Acceso al registro de terceras personas

Conforme a su experiencia profesional, ¿El acceso a la información registral de terceras personas debe darse con limitaciones y observancia de no afectación de los derechos personalísimos?

| | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------|------------|------------|
| En acuerdo total | 26 | 40,6 |
| En acuerdo | 27 | 42,2 |
| Válido No opino | 6 | 9,4 |
| En desacuerdo | 5 | 7,8 |
| Total | 64 | 100,0 |

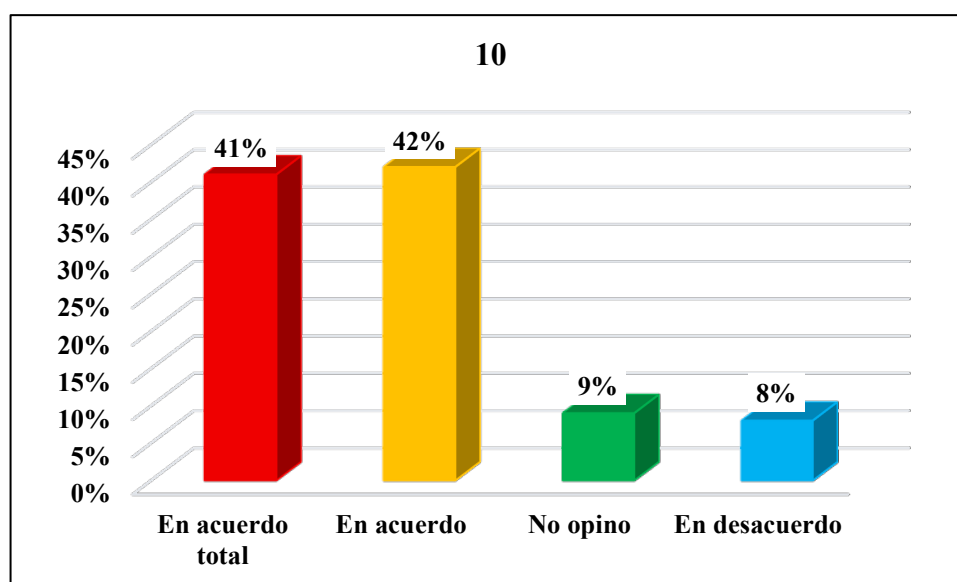


Figura 10: Acceso al registro de terceras personas

Interpretación:

De acuerdo a la tabla 10 y figura 10, un 41% de encuestados indicaron estar en acuerdo total que el acceso a la información registral de terceras personas debe darse con limitaciones y observancia de no afectación de los derechos personalísimos, mientras que un 42% indicaron de acuerdo, un 9% no opinaron y un 8% en desacuerdo.

Variable D: Derecho fundamental a protección de datos personales
Dimensión: Consentimiento del titular de los datos

Tabla 11: Consentimiento del titular registral al acceso

Desde su apreciación profesional, ¿Para el acceso a la información registral debe de considerarse el consentimiento del titular de los datos inscritos donde se evidencie su manifestación de voluntad?

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|------------------|------------|------------|
| Válido | En acuerdo total | 44 | 68,8 |
| | En acuerdo | 9 | 14,1 |
| | No opino | 3 | 4,7 |
| | En desacuerdo | 8 | 12,5 |
| | Total | 64 | 100,0 |

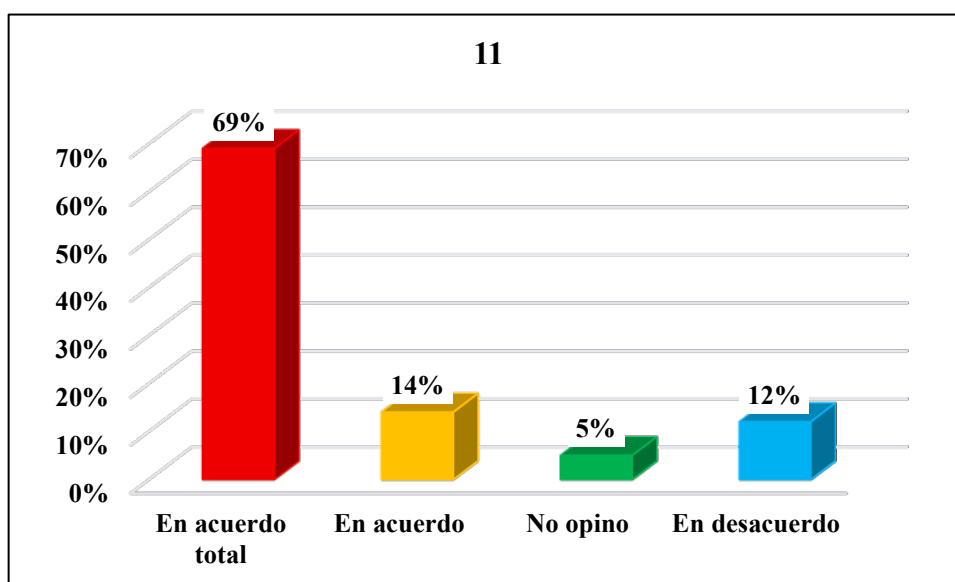


Figura 11: Consentimiento del titular registral al acceso

Interpretación:

Conforme a la tabla 11 y figura 11, un 69% de encuestados dijeron estar en acuerdo total, que para el acceso a la información registral debe de considerarse el consentimiento del titular de los datos inscritos donde se evidencie su manifestación de voluntad, mientras que un 14% en acuerdo, un 5% no opinaron y un 12% en desacuerdo.

Tabla 12: Consentimiento informado

Desde su apreciación personal, ¿El principio de consentimiento informado debe de ser una arista a considerarse en la implementación de limitaciones a terceras personas cuando buscan acceder a los derechos inscritos registralmente?

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|------------------|------------|------------|
| Válido | En acuerdo total | 46 | 71,9 |
| | En acuerdo | 9 | 14,1 |
| | No opino | 4 | 6,3 |
| | En desacuerdo | 5 | 7,8 |
| | Total | 64 | 100,0 |

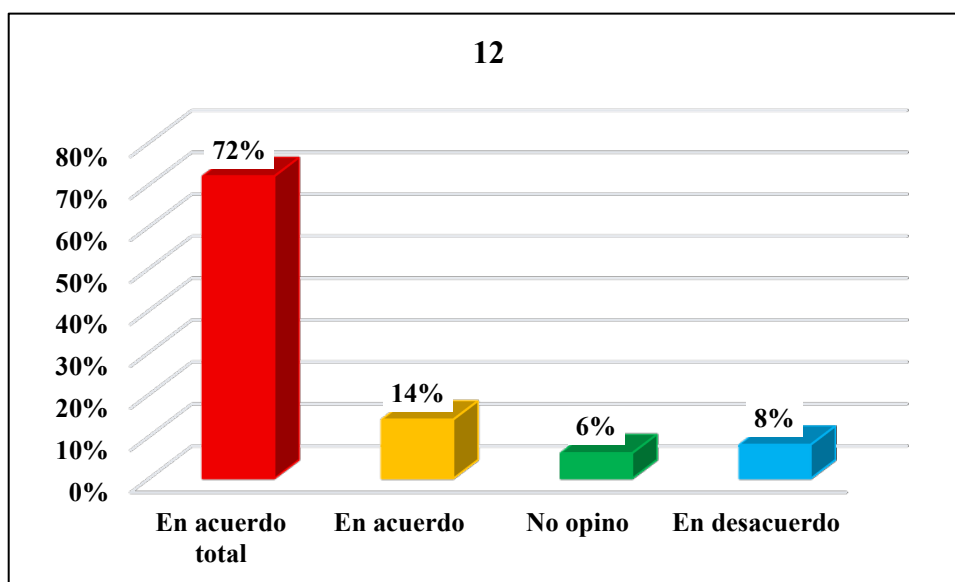


Figura 12: Consentimiento informado

Interpretación:

De acuerdo a la tabla 12 y figura 12, un 72% de encuestados dijeron en acuerdo total, un 14% sostuvieron en acuerdo, un 6% no opinaron y un 8% en desacuerdo que, el principio de consentimiento informado debe de ser una arista a considerarse en la implementación de limitaciones a terceras personas cuando buscan acceder a los derechos inscritos registralmente.

Dimensión: Finalidad del tratamiento de datos

Tabla 13: Información registral confidencial

Desde su óptica profesional, ¿La información registral de las personas debe de ser tratada de manera confidencialidad para que cualquiera persona no logre acceder a ella sin previa autorización de los titulares?

| | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------|------------|------------|
| En acuerdo total | 43 | 67,2 |
| En acuerdo | 11 | 17,2 |
| Válido No opino | 3 | 4,7 |
| En desacuerdo | 7 | 10,9 |
| Total | 64 | 100,0 |

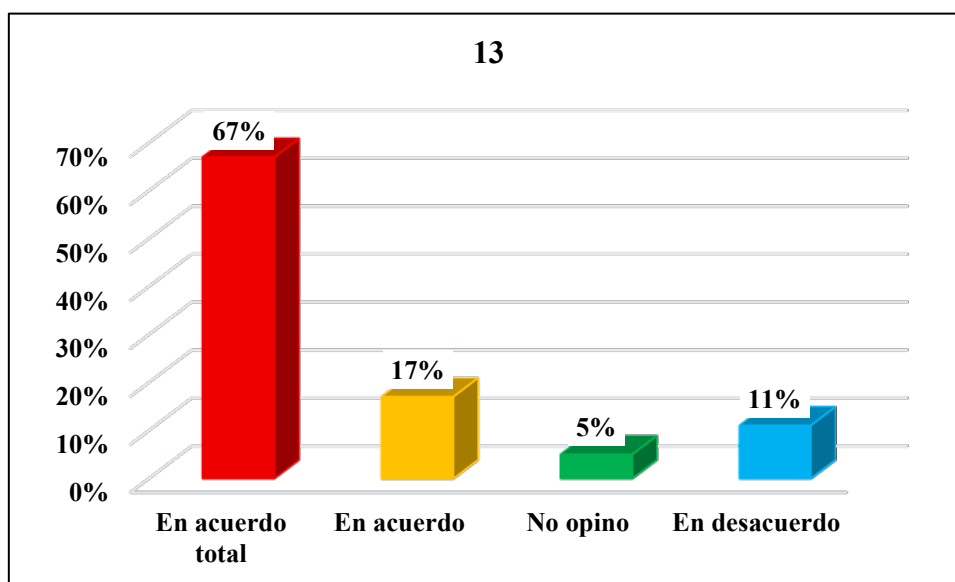


Figura 13: Información registral confidencial

Interpretación:

Conforme a la tabla 13 y figura 13, un 67% de encuestados indicaron estar en acuerdo total, un 17% en acuerdo, un 5% no opinaron y un 11% en desacuerdo a si la información registral de las personas debe de ser tratada de manera confidencialidad para que cualquiera persona no logre acceder a ella sin previa autorización de los titulares.

Tabla 14: Derechos y situaciones personalísimas inscritas

Desde su posición crítica, ¿Los derechos y situaciones jurídicas personalísimas inscritas en el registro correspondiente deben de tener una tuición especial por parte del Estado imposibilitando que ellas puedan ser accedidas por cualquier tercero?

| | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------|------------|------------|
| En acuerdo total | 41 | 64,1 |
| En acuerdo | 16 | 25,0 |
| Válido No opino | 3 | 4,7 |
| En desacuerdo | 4 | 6,3 |
| Total | 64 | 100,0 |

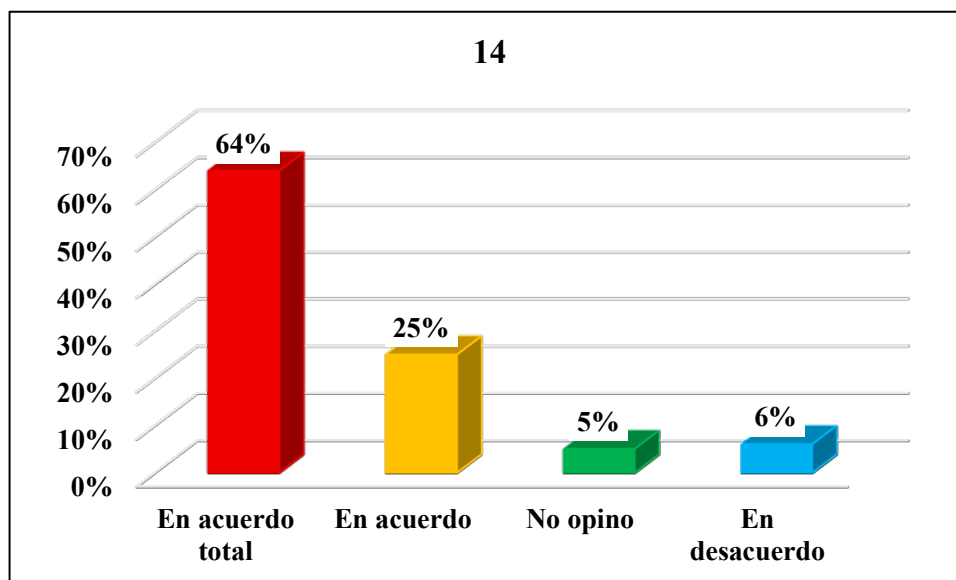


Figura 14: Derechos y situaciones personalísimas inscritas

Interpretación:

Conforme a la tabla 14 y figura 14, un 64% de encuestados indicaron estar en acuerdo total con que los derechos y situaciones jurídicas personalísimas inscritas en el registro correspondiente deben de tener una tuición especial por parte del Estado imposibilitando que ellas puedan ser accedidas por cualquier tercero, mientras que un 25% dijeron estar en acuerdo, un 5% no opinaron y un 6% dijeron estar en desacuerdo.

Dimensión: Principio de calidad de datos

Tabla 15: Registro proporcionada a terceros sin legitimidad

Desde su postura personalísima, ¿Cuándo el registro proporciona el contenido de información registral a terceros sin legitimidad, dicha acción llega a constituirse en una afectación del principio de calidad de datos protegidos constitucionalmente?

| | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------|------------|------------|
| En acuerdo total | 44 | 68,8 |
| En acuerdo | 15 | 23,4 |
| Válido No opino | 3 | 4,7 |
| En desacuerdo | 2 | 3,1 |
| Total | 64 | 100,0 |

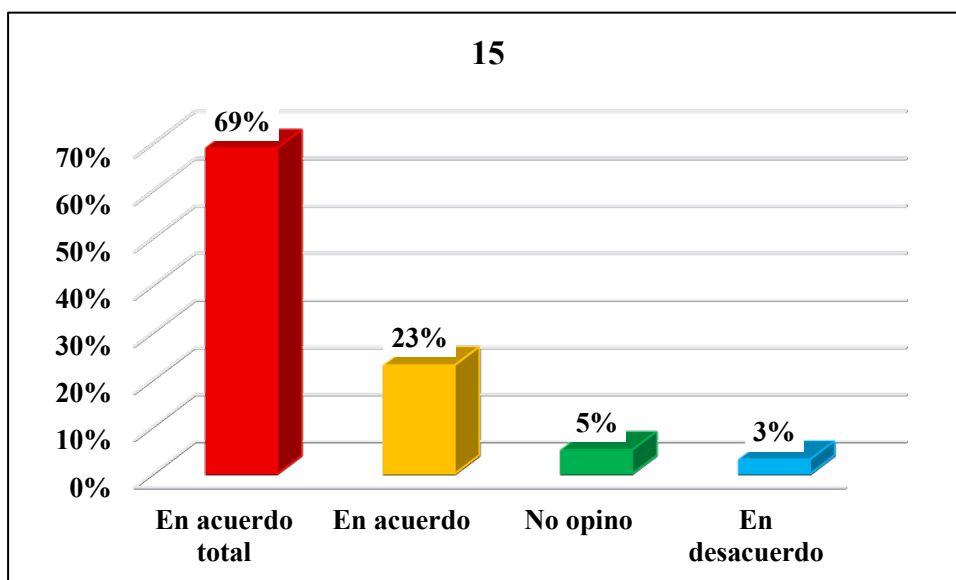


Figura 15: Registro proporcionada a terceros sin legitimidad

Interpretación:

En la tabla 15 y figura 15, un 69% de encuestados dijeron estar en acuerdo total, un 23% en acuerdo, un 5% no opinaron y un 3% en desacuerdo que cuando el registro proporciona el contenido de información registral a terceros sin legitimidad, dicha acción llega a constituirse en una afectación del principio de calidad de datos protegidos constitucionalmente.

Tabla 16: Dignidad y acceso a la información registral

Desde su postura personal, ¿La dignidad de las personas debe de ser observado con recelo por los registradores a fin de que no provean información registral a terceras personas que buscan identificar bienes y derechos inscritos?

| | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------|------------|------------|
| En acuerdo total | 37 | 57,8 |
| En acuerdo | 16 | 25,0 |
| Válido No opino | 4 | 6,3 |
| En desacuerdo | 7 | 10,9 |
| Total | 64 | 100,0 |

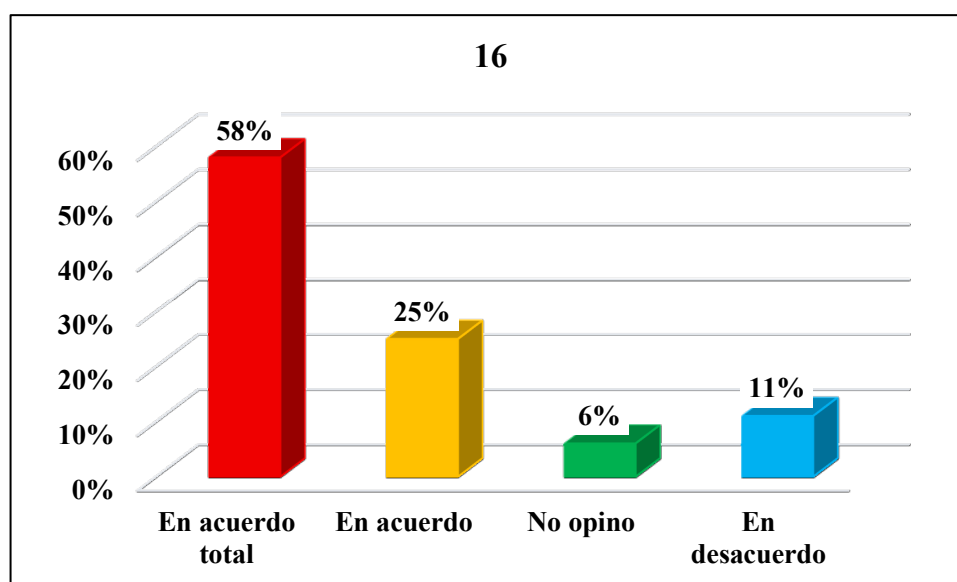


Figura 16: Dignidad y acceso a la información registral

Interpretación:

Conforme a la tabla 16 y figura 16, un 58% de encuestados indicaron estar en acuerdo total a que la dignidad de las personas debe de ser observado con recelo por los registradores a fin de que no provean información registral a terceras personas que buscan identificar bienes y derechos inscritos, mientras que un 25% indicaron estar en acuerdo, un 6% no opinaron y un 11% en desacuerdo.

Tabla 17: Preservación de la calidad de datos personalísimos

Desde una mirada crítica, ¿La observancia de la preservación de la calidad de datos permitirá la ausencia de difusión de información registral a terceras personas sin legitimidad para solicitarlas?

| | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------|------------|------------|
| En acuerdo total | 45 | 70,3 |
| En acuerdo | 9 | 14,1 |
| Válido No opino | 4 | 6,3 |
| En desacuerdo | 6 | 9,4 |
| Total | 64 | 100,0 |

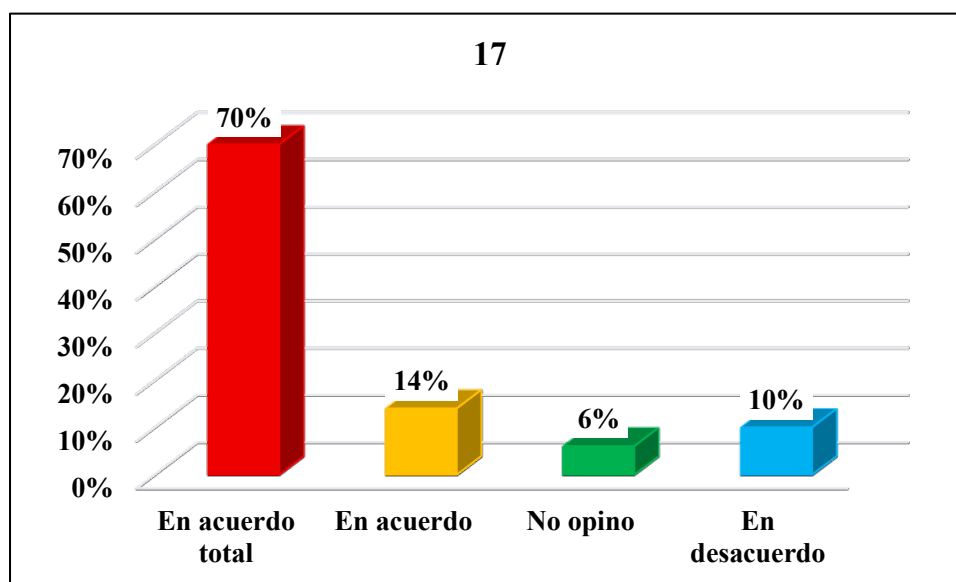


Figura 17: Preservación de la calidad de datos personalísimos

Interpretación:

Conforme a la tabla 17 y figura 17, un 70% de encuestados indicaron estar en acuerdo total, un 14% en acuerdo, un 6% no opinaron y un 10% en desacuerdo a si la observancia de la preservación de la calidad de datos permitirá la ausencia de difusión de información registral a terceras personas sin legitimidad para solicitarlas.

Dimensión: Garantías de acceso, rectificación y oposición

Tabla 18: Delimitación legislativa del acceso y difusión de información

Desde una mirada crítica, ¿La delimitación legislativa del acceso y difusión de la información registral, llegará a constituirse en una garantía de acceso, rectificación y oposición de los titulares registrales?

| | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------|------------|------------|
| En acuerdo total | 32 | 50,0 |
| En acuerdo | 20 | 31,3 |
| Válido No opino | 7 | 10,9 |
| En desacuerdo | 5 | 7,8 |
| Total | 64 | 100,0 |

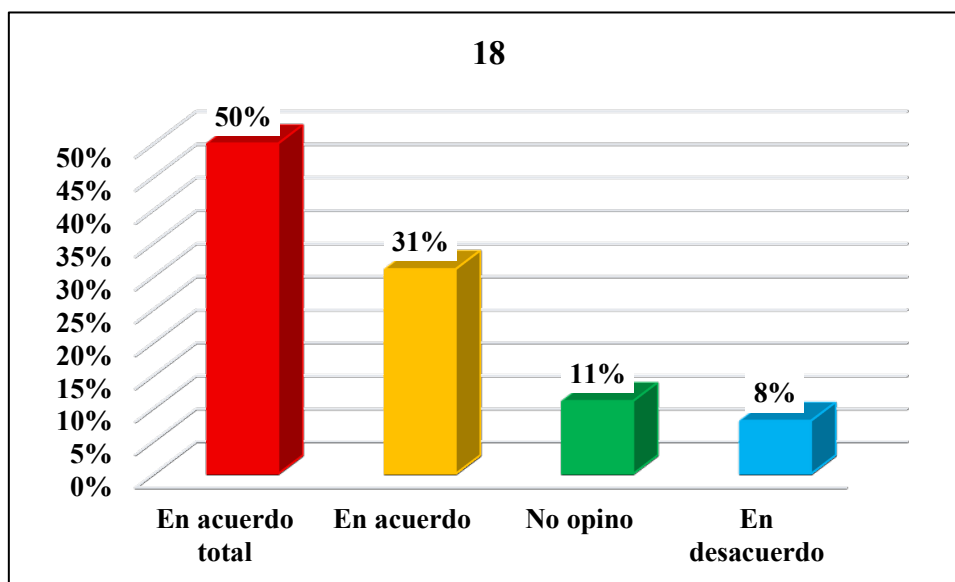


Figura 18: Delimitación legislativa del acceso y difusión de información

Interpretación:

Conforme a la tabla 18 y figura 18, un 50% de encuestados dijeron estar en acuerdo total con la delimitación legislativa del acceso y difusión de la información registral, llegará a constituirse en una garantía de acceso, rectificación y oposición de los titulares registrales. Mientras que un 31% dijeron estar en acuerdo, un 11% no opinaron y un 8% en desacuerdo.

Tabla 19: Conocimiento del titular registral sobre búsqueda registral

Desde su apreciación personal, ¿Con la puesta en conocimiento del titular registral sobre la búsqueda de información inscrito de un tercero se llegará a garantizar su derecho a la intimidad y dignidad humana?

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|------------------|------------|------------|
| Válido | En acuerdo total | 47 | 73,4 |
| | En acuerdo | 9 | 14,1 |
| | No opino | 5 | 7,8 |
| | En desacuerdo | 3 | 4,7 |
| | Total | 64 | 100,0 |

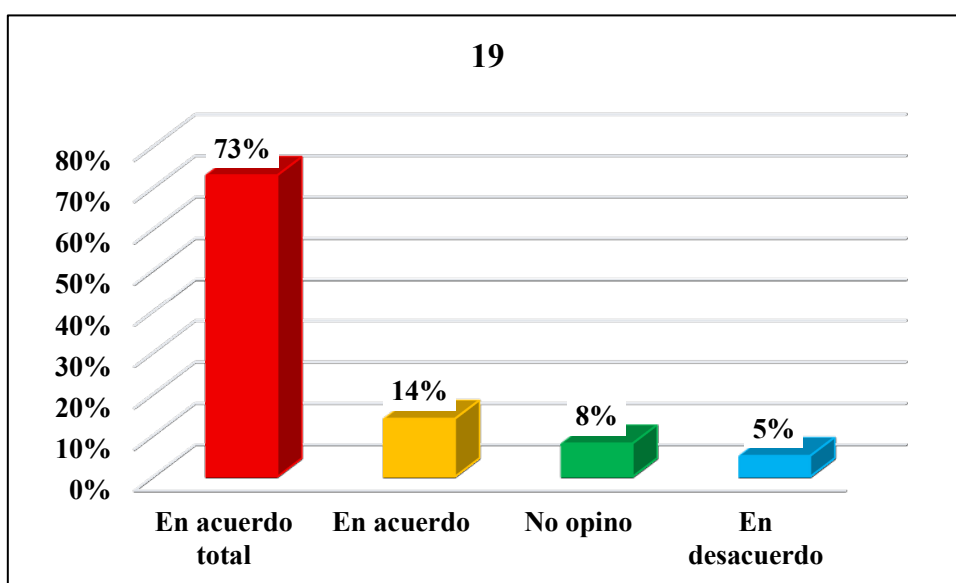


Figura 19: Conocimiento del titular registral sobre búsqueda registral

Interpretación:

De acuerdo a la tabla 19 y figura 19, un 73% de encuestados dijeron estar en acuerdo total, un 14% en acuerdo, un 8% no opinaron y un 5% en desacuerdo que con la puesta en conocimiento del titular registral sobre la búsqueda de información inscrito de un tercero se llegará a garantizar su derecho a la intimidad y dignidad humana.

Tabla 20: Derechos íntimos y la privacidad de información registral

Conforme a su postura personal, ¿El respeto a derechos íntimos y la privacidad de información se garantizará con la implementación normativa que determine la existencia de un consentimiento del titular registral frente a las solicitudes de información de terceras personas sobre sus derechos inscritos?

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|------------------|------------|------------|
| Válido | En acuerdo total | 40 | 62,5 |
| | En acuerdo | 14 | 21,9 |
| | No opino | 4 | 6,3 |
| | En desacuerdo | 6 | 9,4 |
| | Total | 64 | 100,0 |

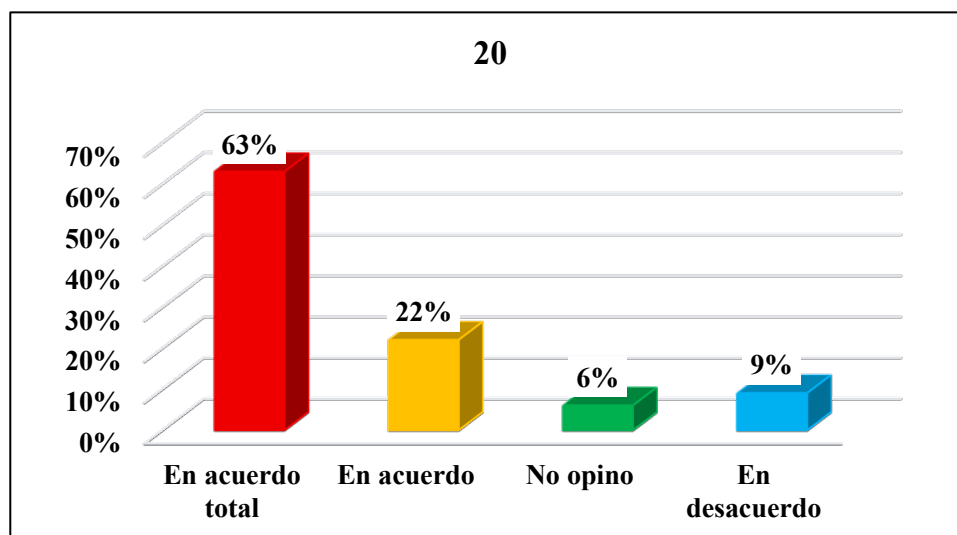


Figura 20: Derechos íntimos y la privacidad de información registral

Interpretación:

Conforme a la tabla 20 y figura 20, un 63% de encuestados dijeron estar en acuerdo total con que el respeto a derechos íntimos y la privacidad de información se garantizará con la implementación normativa que determine la existencia de un consentimiento del titular registral frente a las solicitudes de información de terceras personas sobre sus derechos inscritos, mientras que un 22% estuvieron de acuerdo, un 6% no opinaron y un 9% en desacuerdo total.

4.2 Contratación de hipótesis

Como hipótesis general se planteó: La ausencia de una adecuada armonización normativa entre la publicidad registral *erga omnes* y el derecho fundamental a la protección de datos personales en la Oficina Registral de Huacho durante el año 2024 genera una colisión de derechos que debilita la seguridad jurídica y expone a los ciudadanos a riesgos de vulneración de su intimidad, seguridad personal y autodeterminación informativa, siendo necesario implementar mecanismos jurídicos y tecnológicos que compatibilicen ambos institutos, la misma que se contrasta con las respuestas de la tabla 09 y figura 90, donde se preguntó: ¿La ausencia de una adecuada armonización normativa entre la publicidad registral *erga omnes* y el derecho fundamental a la protección de datos personales, llega a generar que haya colisión de derechos de los titulares registrales afectándose principios y derechos?, donde un un 80% de encuestados indicaron estar en acuerdo total, mientras que un 11% indicaron en acuerdo, un 4% no opinaron y un 5% indicaron en desacuerdo. Con lo cual, se acepta la hipótesis formulada.

Asimismo, se formuló como hipótesis específica 01: La correcta delimitación del principio de publicidad registral permitirá la implementación de mecanismos que permitan el consentimiento del titular de los datos inscritos registralmente susceptibles de ser solicitado por terceros, lo cual, se contrasta con las respuestas de la tabla 02 y figura 02, donde se preguntó: ¿Una correcta delimitación del principio de publicidad registral llegará a permitir la implementación de mecanismos que permitan el consentimiento del titular de los datos inscritos registralmente susceptibles de ser solicitado por terceros?, lo cual fue respondida por un 75% de encuestados que dijeron estar en acuerdo total, mientras que un 14% dijeron en acuerdo, un 6% no opinaron y un 5% en desacuerdo, con lo cual se acepta la hipótesis formulada por la investigadora.

Del mismo modo, se planteó como hipótesis específica 02: La finalidad de la publicidad registral mal utilizada se constituye en una finalidad del tratamiento perjudicial de los datos de los titulares de los derechos inscritos y obtenidos registralmente, la misma que llegó a contrastarse con las respuestas de la tabla 05 y figura 05, donde se llegó a preguntar: La finalidad de la publicidad registral que llega a ser mal utilizada se constituye en una finalidad del tratamiento perjudicial de los datos de los titulares de los derechos inscritos y obtenidos registralmente?, donde un 64% de encuestados dijeron estar en acuerdo total, mientras que un 23% dijeron en acuerdo, un 8% no opinaron y un 6% en desacuerdo, con lo cual, se acepta la hipótesis planteada por la investigadora.

Como hipótesis específica 03, se planteó: La proporción del contenido de información registral a terceros sin legitimidad, se constituye en una afectación del principio de calidad de datos protegidos constitucionalmente, lo cual se contrasta con las respuestas de la tabla 15 y figura 15, donde se llegó a preguntar: ¿Cuándo el registro proporciona el contenido de información registral a terceros sin legitimidad, dicha acción llega a constituirse en una afectación del principio de calidad de datos protegidos constitucionalmente?, donde un un 69% de encuestados dijeron estar en acuerdo total, un 23% en acuerdo, un 5% no opinaron y un 3% en desacuerdo, con lo cual, se acepta la hipótesis formulada por la investigadora.

Por último, se planteó como hipótesis específica 04: La delimitación legislativa del acceso y difusión de la información registral, se constituye en una garantía de acceso, rectificación y oposición de los titulares registrales, la que se contrasta con las respuestas de la tabla 18 y figura 18, donde se preguntó: ¿La delimitación legislativa del acceso y difusión de la información registral, llegará a constituirse en una garantía de acceso, rectificación y oposición de los titulares registrales?, la misma que llegó a ser respondida

por un 50% de encuestados que dijeron estar en acuerdo total, mientras que un 31% dijeron estar en acuerdo, un 11% no opinaron y un 8% en desacuerdo. Con lo cual, se acepta la hipótesis formulada por la investigadora.

CAPÍTULO V:

DISCUSIONES

5.1 Discusión de resultados estadísticos

En este trabajo se ha conseguido resultados como los contenidos en la tabla 01 y figura 01 donde un 6% de encuestados indicaron estar de acuerdo con que la publicidad o exteriorización de las inscripciones de manera irrestricta se condice con derechos personalísimos de las personas como el de intimidad, mientras que un 13% no opinaron, un 45% estuvieron en desacuerdo y un 36% en desacuerdo total.

Asimismo, de conformidad con la tabla 03 y figura 03, un 14% de encuestados indicaron estar de acuerdo que existe afectación de la intimidad personal cuando la publicidad registral cumple con su finalidad de dar conocimiento de la ciudadanía al exteriorizar situaciones jurídicas accesibles para cualquier persona, mientras que un 17% no llegaron a opinar, un 50% estuvieron en desacuerdo y un 19% en desacuerdo total.

Dichos resultados se condicen con lo sostenido por Torres (2024) quien indica que, la publicidad registral llega a afectar de manera frontal lo relativo a la intimidad de las personas, sobre todo con datos sensibles de las personas, por ende, se amerita que haya un equilibrio en la protección de datos de las personas y la publicidad registral a fin de que el derecho a la intimidad de las personas no se vea afectado directamente. Las medidas que debe de implementarse pueden ser, por ejemplo, como el de Alerta Registral.

Asimismo, Carranza (2017) indica que, a través de la institución de publicidad registral se llega a afectar directamente la intimidad de las personas, dado que se llega a suministrar ciertos datos personales como también informaciones confidenciales de las personas; asimismo, a través de las búsquedas registrales se llega a conceder

informaciones que son muy confidenciales de las personas, como vienen a ser bienes inmuebles e inmuebles, informaciones sobre situaciones personales como el divorcio, sobre los datos muy personalismos, incluso de poderes que no deben de ser ventilados a cualquier individuo que de ninguna manera llegan a acreditar interés personal.

Con los resultados conseguidos y los antecedentes se puede contrastar que las normas actuales que permiten el acceso a las inscripciones registrales llegan a afectar de manera directa lo relacionado a la intimidad de las personas, porque la información registral solamente debe de ser buscado en casos específicos no de manera general.

Por otro lado, en la tabla 11 y figura 11, un 69% de encuestados dijeron estar en acuerdo total, que para el acceso a los registros debe de considerarse el consentimiento del titular de los datos inscritos donde se evidencie su manifestación de voluntad, mientras que un 14% en acuerdo, un 5% no opinaron y un 12% en desacuerdo.

Asimismo, de acuerdo a la tabla 12 y figura 12, un 72% de encuestados dijeron en acuerdo total, un 14% sostuvieron en acuerdo, un 6% no opinaron y un 8% en desacuerdo que, el principio de consentimiento informado debe de ser una arista a considerarse en la implementación de limitaciones a terceras personas cuando buscan acceder a los derechos inscritos registralmente.

Lo cual se encuentra en consonancia con lo indicado por Lozano y Rojas (2020) quienes indicaron que, el derecho a la intimidad de las personas llega a atribuirles facultades para que puedan decidir en brindar informaciones a las demás personas, por ende, debe de ser protegido por el propio Estado, el cual generará una obligación de que no haya intromisiones de los poderes estatales tampoco para que haya intromisión de terceras personas sobre la vida de otros.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

Primero: La ausencia de una adecuada armonización normativa entre la publicidad registral *erga omnes* y el derecho fundamental a la protección de datos personales genera una colisión de derechos que debilita la seguridad jurídica y expone a los ciudadanos a riesgos de vulneración de su intimidad, seguridad personal y autodeterminación informativa, siendo necesario implementar mecanismos jurídicos y tecnológicos que compatibilicen ambos institutos para que beneficie al ciudadano.

Segundo: La correcta delimitación del principio de publicidad registral permitirá la implementación de mecanismos que permitan el consentimiento del titular de los datos inscritos registralmente susceptibles de ser solicitado por terceros, en tiempo real, eso implica la implementación de mecanismos digitales seguros, plazos razonables y criterios de motivación obligatoria por parte de la autoridad registral, a fin de evitar usos indebidos de la información, reforzar la protección de los datos personales y consolidar la seguridad jurídica y la confianza en el sistema registral.

Tercero: La finalidad de la publicidad registral mal utilizada llega a constituirse en un supuesto de tratamiento perjudicial de los datos de los titulares de los derechos inscritos y obtenidos registralmente por un tercero.

Cuarto: La proporción del contenido de información registral a terceros sin legitimidad, se constituye en una afectación del principio de calidad de datos protegidos constitucionalmente.

Quinto: La delimitación legislativa del acceso y difusión de la información registral, llegará a constituirse en una garantía de acceso, rectificación y oposición de los titulares registrales.

6.2 Recomendaciones

Primero: Se recomienda que a nivel legislativo se llegue a implementar un sistema de alertas registrales con control ciudadano que permita incorporar en la legislación registral la obligación de notificar al titular de los bienes o derechos inscritos cada vez que un tercero acceda a su información, garantizando el principio de consentimiento informado y el derecho a la autodeterminación informativa, y este sistema debe de estar automatizado de alertas (SMS, correo electrónico o aplicativos móviles), lo cual permitirá que se comunique en tiempo real al titular registral sobre la consulta realizada, generando transparencia y prevención frente a eventuales usos indebidos de la información.

Segundo: Se recomienda que se realicen capacitaciones a los registradores y certificadores en temas relacionados a la protección de los datos personales, para que de ese modo se pueda llegar a no afectar los derechos de la intimidad de los titulares registrales, cuando terceras personas sin legitimidad lleguen a solicitar información de carácter registral que están inscrito.

Tercero: Se recomienda que a nivel de la SUNARP se realice un filtro especial de la publicidad registral, diferenciando la información que debe ser de libre acceso de aquella que merece especial tutela por contener derechos de naturaleza personalísima.

Cuarto: Se recomienda no solo para la Oficina SUNARP HUACHO, que se den mecanismos para el fortalecimiento y delimitación legislativa sobre el acceso y difusión de la información registral, mediante normas claras y uniformes que distingan entre información pública registral e información de acceso restringido, que no permita a inescrupulosos tener fácil acceso, para ello debe incorporarse procedimientos ágiles y estandarizados que garanticen efectivamente a los titulares registrales el derecho de acceso, rectificación y oposición.

CAPÍTULO VII

REFERENCIAS

7.1 Referencias documentales

Casación N° 2356-98-Lima

Resolución N° 2357-2020-SUNARP-TR-L

7.2 Referencias bibliográficas

Amado, E. (2011). *La publicidad registral en el Perú*. Lima: Universidad San Martín de Porres.

Del Río, G. (1991). *Manual de protección de datos personales*. Lima, Perú: Imprezperu

Gonzales, G. (2012). *Derecho Registral y Notarial*. Tomo 1. Lima, Perú: Juristas Editores

González, G. (2015). *Los derechos reales y su inscripción registral*. Lima: Gaceta Jurídica.

González, G. (2024). *Derecho Registral Inmobiliario*. Lima: Jurista editores.

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014), *Metodología de la investigación*. Sexta edición. Editorial: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Ortiz, R. (2018). *Regulación de la publicidad registral para tutelar el derecho a la intimidad de las personas en el Perú*. Cusco: Universidad Andina del Cusco.

Ramírez, R. (2016). *Proyecto de investigación. Como se hace una tesis*. Lima: Fondo Editorial AMADP

7.3 Referencias hemerográficas

- Bastida, F., y Villaverde, I. (2005). *Protección de datos y Registros de la Propiedad y Mercantil. La necesidad de una pronta adaptación normativa*, Diario La Ley, Sección Doctrina, Ref. D-153, págs. 1-8.
- Carranza, M. A. (2017). *Vulneración del derecho a la intimidad evidenciado en el otorgamiento de búsquedas de índice mediante solicitudes tramitadas en la oficina registral de Tarapoto durante el período 2016*. Tesis de titulación. Repositorio institucional de la Universidad César Vallejo. Tarapoto – Perú.
- Giménez, L. (2019). *La publicidad registral en los tiempos del open data*. Revista Jurídica de la Universidad Americana., Vol. 7, N° 1 ISSN 2522-3968, pp. 12-25.
- Gimeno, V. (1997). *El Registro de la Propiedad y el derecho a la intimidad*. Diario La Ley, Sección Doctrina, 1997, Ref. 158, Tomo 3, Ed. La Ley, págs. 1-17.
- Lozano, J. N., y Rojas, R. T. (2020). *La publicidad registral y el derecho a la intimidad en el registro de personas naturales de Lima – 2018*. Tesis de titulación. Universidad Autónoma del Perú. Lima – Perú.
- Martínez, C. (2020). *La protección de los datos personales en el registro de la propiedad*. Trabajo se ha realizado en el marco del proyecto de investigación del Ministerio de Ciencia e Innovación, con referencia DER 29017-83970-P, “La nueva información registral: requisitos, eficacia y aplicaciones prácticas”.
- Monje-Mayorca, D. F. (2020). *El registro de un mecanismo publicitario, seguridad jurídica y manejo de datos en la transferencia de la propiedad. Parte II: América latina y su tradición romano-germánica*. En O. Woolcot & D. F. Monje-Mayorca (Eds.). *Vicisitudes del derecho a la privacidad (privacy)*.

Cuestiones sobre el tratamiento de datos personales y la responsabilidad civil (pp. 113-128). Editorial Universidad Católica de Colombia.

Moral, M. J. (2010). *La Ley de Protección de Datos y los Registros de la Propiedad y Mercantil*, en Ernesto Pedraz Penalva (director) *Protección de datos y proceso penal*, Wolters Kluwer, Madrid, 2010, págs. 195-306.

Novillo, W. V. (2023). *La protección de datos personales y el otorgamiento de copias y compulsas ante el notario*. Tesis de titulación. Repositorio institucional de la Universidad Regional Autónoma de los Andes. Ambato – Ecuador.

Ortiz, M. (2021). *El principio de publicidad registral y sus manifestaciones: Especial atención a su dimensión formal y a la incidencia de los derechos fundamentales en su configuración*. *Derecho Privado y Constitución* (39), 287-321.

Tarrillo, D. E. (2013). *Publicidad registral y derecho a la intimidad*. Tesis de maestría. Repositorio Institucional de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima – Perú.

Torres, J. L. (2024). *Efectos de la publicidad registral sobre la protección de los datos personales en el registro público peruano*. Tesis de titulación. Repositorio institucional de la Universidad Señor de Sipán. Pimentel – Perú.

7.4 Referencias electrónicas

Ahumada, D. (s.f.). *Apuntes sobre publicidad registral. (Especialmente sobre el acceso a la publicidad)*. <https://escribanos.org.ar/rnotarial/wp-content/uploads/2015/07/RNCba-75-1998-04-Doctrina.pdf>

- Coca, S. J. (2020). *¿Qué es el principio de publicidad registral? (Artículo 2012 del Código Civil)*, <https://lpderecho.pe/principio-publicidad-registros-publicos-derecho-civil/>
- García, T. (2010). *La aplicación del derecho a la intimidad en la publicidad registral en la actual Legislación Ecuatoriana*.
https://www.revistajuridicaonline.com/wp-content/uploads/2010/01/271a296_la_aplicacion.pdf
- Gracia, E. (2015). *La Publicidad Registral y la Protección del Derecho a la Intimidad*.
<http://docplayer.es/798391-Xiii-congreso-internacional-de-derecho-registral-la-publicidad-registral-y-la-proteccion-del-derecho-a-la-intimidad.html>
- Ojeda, Y. S. (2018). *La publicidad registral y derechos fundamentales según los registradores públicos del registro de predio de la Zona Registral N° IX – Sede Lima. Año 2016*. <file:///C:/Users/Sin%20nombre/Downloads/Dialnet-LaPublicidadRegistralYDerechosFundamentalesSegunLo-6495798.pdf>

ANEXOS

Anexos 01: Instrumento de recolección de datos

Variable I: Publicidad registral erga omnes

Dimensión: Principio de publicidad

1.- Desde su óptica profesional, ¿La publicidad o exteriorización de las situaciones jurídicas de manera irrestricta se condice con derechos personalísimos de las personas como el de intimidad?

- a) En acuerdo total
- b) En acuerdo
- c) No opino
- d) En desacuerdo
- e) En desacuerdo total

2.- Conforme a su experiencia profesional, ¿Una correcta delimitación del principio de publicidad registral llegará a permitir la implementación de mecanismos que permitan el consentimiento del titular de los datos inscritos registralmente susceptibles de ser solicitado por terceros?

- a) En acuerdo total
- b) En acuerdo
- c) No opino
- d) En desacuerdo
- e) En desacuerdo total

Dimensión: Finalidad de la publicidad registral

3.- De acuerdo a su perspectiva profesional, ¿Existe afectación de la intimidad personal cuando la publicidad registral cumple con su finalidad de dar conocimiento de la ciudadanía al exteriorizar situaciones jurídicas accesibles para cualquier persona?

- a) En acuerdo total
- b) En acuerdo
- c) No opino
- d) En desacuerdo
- e) En desacuerdo total

4.- Según su postura personal, ¿La ausencia de la posibilidad de oposición a las búsquedas de información registral de los titulares de derechos inscritos afecta su dignidad humana?

- a) En acuerdo total
- b) En acuerdo
- c) No opino
- d) En desacuerdo
- e) En desacuerdo total

5.- Desde su apreciación profesional, ¿La finalidad de la publicidad registral que llega a ser mal utilizada se constituye en una finalidad del tratamiento perjudicial de los datos de los titulares de los derechos inscritos y obtenidos registralmente?

- a) En acuerdo total
- b) En acuerdo
- c) No opino
- d) En desacuerdo
- e) En desacuerdo total

Dimensión: Contenido de información registral

6.- Desde su postura profesional, ¿Los derechos personalísimos que se encuentran inscritos en los registros públicos deben de ser tutelado sin que haya posibilidad de que se informe de manera pública a terceras personas?

- a) En acuerdo total
- b) En acuerdo
- c) No opino
- d) En desacuerdo
- e) En desacuerdo total

7.- Desde su experiencia profesional, ¿La posibilidad de tener acceso a conseguir las informaciones registrales personalísimas de terceras personas deben de ser restringidas a través de normas de índole legal para proteger los derechos de los titulares?

- a) En acuerdo total
- b) En acuerdo
- c) No opino
- d) En desacuerdo
- e) En desacuerdo total

Dimensión: Acceso y difusión de la información

8.- Desde su apreciación profesional, ¿El acceso y difusión de la información registral a toda persona de la sociedad debe de ser restringida conforme a los nuevos planteamientos de la filosofía contemporánea que busca tutelar los derechos personalísimos de las personas?

- a) En acuerdo total
- b) En acuerdo
- c) No opino
- d) En desacuerdo
- e) En desacuerdo total

9.- Según su apreciación profesional, ¿La ausencia de una adecuada armonización normativa entre la publicidad registral *erga omnes* y el derecho fundamental a la

protección de datos personales, llega a generar que haya colisión de derechos de los titulares registrales afectándose principios y derechos?

- a) En acuerdo total
- b) En acuerdo
- c) No opino
- d) En desacuerdo
- e) En desacuerdo total

10.- Conforme a su experiencia profesional, ¿El acceso a la información registral de terceras personas debe darse con limitaciones y observancia de no afectación de los derechos personalísimos?

- a) En acuerdo total
- b) En acuerdo
- c) No opino
- d) En desacuerdo
- e) En desacuerdo total

Variable D: Derecho fundamental a protección de datos personales

Dimensión: Consentimiento del titular de los datos

11.- Desde su apreciación profesional, ¿Para el acceso a la información registral debe de considerarse el consentimiento del titular de los datos inscritos donde se evidencie su manifestación de voluntad?

- a) En acuerdo total
- b) En acuerdo
- c) No opino
- d) En desacuerdo
- e) En desacuerdo total

12.- Desde su apreciación personal, ¿El principio de consentimiento informado debe de ser una arista a considerarse en la implementación de limitaciones a terceras personas cuando buscan acceder a los derechos inscritos registralmente?

- a) En acuerdo total
- b) En acuerdo
- c) No opino
- d) En desacuerdo
- e) En desacuerdo total

Dimensión: Finalidad del tratamiento de datos

13.- Desde su óptica profesional, ¿La información registral de las personas debe de ser tratada de manera confidencialidad para que cualquiera persona no logre acceder a ella sin previa autorización de los titulares?

- a) En acuerdo total
- b) En acuerdo
- c) No opino
- d) En desacuerdo
- e) En desacuerdo total

14.- Desde su posición crítica, ¿Los derechos y situaciones jurídicas personalísimas inscritas en el registro correspondiente deben de tener una tuición especial por parte del Estado imposibilitando que ellas puedan ser accedidas por cualquier tercero?

- a) En acuerdo total
- b) En acuerdo
- c) No opino
- d) En desacuerdo
- e) En desacuerdo total

Dimensión: Principio de calidad de datos

15.- Desde su postura personalísima, ¿Cuándo el registro proporciona el contenido de información registral a terceros sin legitimidad, dicha acción llega a constituirse en una afectación del principio de calidad de datos protegidos constitucionalmente?

- a) En acuerdo total
- b) En acuerdo
- c) No opino
- d) En desacuerdo
- e) En desacuerdo total

16.- Desde su postura personal, ¿La dignidad de las personas debe de ser observado con recelo por los registradores a fin de que no provean información registral a terceras personas que buscan identificar bienes y derechos inscritos?

- a) En acuerdo total
- b) En acuerdo
- c) No opino
- d) En desacuerdo
- e) En desacuerdo total

17.- Desde una mirada crítica, ¿La observancia de la preservación de la calidad de datos permitirá la ausencia de difusión de información registral a terceras personas sin legitimidad para solicitarlas?

- a) En acuerdo total
- b) En acuerdo
- c) No opino
- d) En desacuerdo
- e) En desacuerdo total

Dimensión: Garantías de acceso, rectificación y oposición

18.- Desde una mirada crítica, ¿La delimitación legislativa del acceso y difusión de la información registral, llegará a constituirse en una garantía de acceso, rectificación y oposición de los titulares registrales?

- a) En acuerdo total
- b) En acuerdo
- c) No opino
- d) En desacuerdo
- e) En desacuerdo total

19.- Desde su apreciación personal, ¿Con la puesta en conocimiento del titular registral sobre la búsqueda de información inscrito de un tercero se llegará a garantizar su derecho a la intimidad y dignidad humana?

- a) En acuerdo total
- b) En acuerdo
- c) No opino
- d) En desacuerdo
- e) En desacuerdo total

20.- Conforme a su postura personal, ¿El respeto a derechos íntimos y la privacidad de información se garantizará con la implementación normativa que determine la existencia de un consentimiento del titular registral frente a las solicitudes de información de terceras personas sobre sus derechos inscritos?

- a) En acuerdo total
- b) En acuerdo
- c) No opino
- d) En desacuerdo
- e) En desacuerdo total

Anexo 02: Trabajo estadístico

*Sin título1 [ConjuntoDatos0] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

| | Nombre | Tipo | Anchura | Decimales | Etiqueta | Valores | Perdidos | Columnas | Alineación | Medida | Rol |
|----|--------|----------|---------|-----------|--------------------|-----------------|----------|----------|------------|---------|---------|
| 1 | P1 | Númérico | 8 | 2 | 1.- Desde su ó... | {1,00, En ac... | Ninguna | 8 | Centro | Ordinal | Entrada |
| 2 | P2 | Númérico | 8 | 2 | 2.- Conforme a ... | {1,00, En ac... | Ninguna | 8 | Centro | Ordinal | Entrada |
| 3 | P3 | Númérico | 8 | 2 | 3.- De acuerdo ... | {1,00, En ac... | Ninguna | 8 | Centro | Ordinal | Entrada |
| 4 | P4 | Númérico | 8 | 2 | 4.- Según su p... | {1,00, En ac... | Ninguna | 8 | Centro | Ordinal | Entrada |
| 5 | P5 | Númérico | 8 | 2 | 5.- Desde su a... | {1,00, En ac... | Ninguna | 8 | Centro | Ordinal | Entrada |
| 6 | P6 | Númérico | 8 | 2 | 6.- Desde su p... | {1,00, En ac... | Ninguna | 8 | Centro | Ordinal | Entrada |
| 7 | P7 | Númérico | 8 | 2 | 7.- Desde su e... | {1,00, En ac... | Ninguna | 8 | Centro | Ordinal | Entrada |
| 8 | P8 | Númérico | 8 | 2 | 8.- Desde su a... | {1,00, En ac... | Ninguna | 8 | Centro | Ordinal | Entrada |
| 9 | P9 | Númérico | 8 | 2 | 9.- Según su a... | {1,00, En ac... | Ninguna | 8 | Centro | Ordinal | Entrada |
| 10 | P10 | Númérico | 8 | 2 | 10.- Conforme ... | {1,00, En ac... | Ninguna | 8 | Centro | Ordinal | Entrada |
| 11 | P11 | Númérico | 8 | 2 | 11.- Desde su ... | {1,00, En ac... | Ninguna | 8 | Centro | Ordinal | Entrada |
| 12 | P12 | Númérico | 8 | 2 | 12.- Desde su ... | {1,00, En ac... | Ninguna | 8 | Centro | Ordinal | Entrada |
| 13 | P13 | Númérico | 8 | 2 | 13.- Desde su ... | {1,00, En ac... | Ninguna | 8 | Centro | Ordinal | Entrada |
| 14 | P14 | Númérico | 8 | 2 | 14.- Desde su ... | {1,00, En ac... | Ninguna | 8 | Centro | Ordinal | Entrada |
| 15 | P15 | Númérico | 8 | 2 | 15.- Desde su ... | {1,00, En ac... | Ninguna | 8 | Centro | Ordinal | Entrada |
| 16 | P16 | Númérico | 8 | 2 | 16.- Desde su ... | {1,00, En ac... | Ninguna | 8 | Centro | Ordinal | Entrada |
| 17 | P17 | Númérico | 8 | 2 | 17.- Desde una... | {1,00, En ac... | Ninguna | 8 | Centro | Ordinal | Entrada |
| 18 | P18 | Númérico | 8 | 2 | 18.- Desde una... | {1,00, En ac... | Ninguna | 8 | Centro | Ordinal | Entrada |
| 19 | P19 | Númérico | 8 | 2 | 19.- Desde su ... | {1,00, En ac... | Ninguna | 8 | Centro | Ordinal | Entrada |
| 20 | P20 | Númérico | 8 | 2 | 20.- Conforme ... | {1,00, En ac... | Ninguna | 8 | Centro | Ordinal | Entrada |
| 21 | | | | | | | | | | | |
| 22 | | | | | | | | | | | |
| 23 | | | | | | | | | | | |
| 24 | | | | | | | | | | | |
| 25 | | | | | | | | | | | |

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

*Sin titulo1 [ConjuntoDatos0] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

1: P20 2,00 Visible: 20 de 20 variables

| | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 | P11 | P12 | P13 | P14 | P15 | |
|----|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|--|
| 11 | 5,00 | 2,00 | 3,00 | 2,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | 4,00 | 1,00 | 3,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | |
| 12 | 5,00 | 2,00 | 3,00 | 2,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | 4,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | |
| 13 | 5,00 | 2,00 | 3,00 | 2,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | 3,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | |
| 14 | 5,00 | 2,00 | 3,00 | 2,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | 3,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | |
| 15 | 5,00 | 2,00 | 3,00 | 2,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | 3,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | |
| 16 | 5,00 | 2,00 | 3,00 | 2,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | 3,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | |
| 17 | 5,00 | 1,00 | 3,00 | 2,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | 3,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | |
| 18 | 5,00 | 1,00 | 3,00 | 2,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | |
| 19 | 5,00 | 1,00 | 3,00 | 2,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | |
| 20 | 5,00 | 1,00 | 3,00 | 2,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | |
| 21 | 5,00 | 1,00 | 4,00 | 2,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | |
| 22 | 5,00 | 1,00 | 4,00 | 2,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | |
| 23 | 5,00 | 1,00 | 4,00 | 2,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | |
| 24 | 4,00 | 1,00 | 4,00 | 2,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | |
| 25 | 4,00 | 1,00 | 4,00 | 2,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | |
| 26 | 4,00 | 1,00 | 4,00 | 2,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | |
| 27 | 4,00 | 1,00 | 4,00 | 2,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | |
| 28 | 4,00 | 1,00 | 4,00 | 2,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | |
| 29 | 4,00 | 1,00 | 4,00 | 2,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | |
| 30 | 4,00 | 1,00 | 4,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | |
| 31 | 4,00 | 1,00 | 4,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | |
| 32 | 4,00 | 1,00 | 4,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | |
| 33 | 4,00 | 1,00 | 4,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 2,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | |

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

*Resultado1 [Documento1] - IBM SPSS Statistics Visor

Archivo Editar Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Notas
 Conjunto de datos activo
 Estadísticos
 Tabla de frecuencia
 Título
 1.- Desde su óptica profesional
 2.- Conforme a su experiencia
 3.- De acuerdo a su perspectiva
 4.- Según su postura personal
 5.- Desde su apreciación profesional
 6.- Desde su postura personal
 7.- Desde su experiencia profesional
 8.- Desde su apreciación profesional
 9.- Según su apreciación profesional
 10.- Conforme a su experiencia
 11.- Desde su apreciación profesional
 12.- Desde su apreciación profesional
 13.- Desde su óptica profesional
 14.- Desde su posición crítica
 15.- Desde su postura personal
 16.- Desde su postura personal
 17.- Desde una mirada crítica
 18.- Desde una mirada crítica
 19.- Desde su apreciación profesional
 20.- Conforme a su postura personal
 Gráfico de barras
 Título
 1.- Desde su óptica profesional
 2.- Conforme a su experiencia
 3.- De acuerdo a su perspectiva
 4.- Según su postura personal
 5.- Desde su apreciación profesional
 6.- Desde su postura personal
 7.- Desde su experiencia profesional
 8.- Desde su apreciación profesional

| | | | | |
|---------------|----|-------|-------|-------|
| En desacuerdo | 4 | 6,3 | 6,3 | 100,0 |
| Total | 64 | 100,0 | 100,0 | |

6.- Desde su postura personalísima, ¿Los derechos personalísimos que se encuentran inscritos

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | En acuerdo total | 44 | 68,8 | 68,8 | 68,8 |
| | En acuerdo | 11 | 17,2 | 17,2 | 85,9 |
| | No opino | 4 | 6,3 | 6,3 | 92,2 |
| | En desacuerdo | 5 | 7,8 | 7,8 | 100,0 |
| | Total | 64 | 100,0 | 100,0 | |

7.- Desde su experiencia profesional, ¿La posibilidad de tener acceso a conseguir las informaciones

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | En acuerdo total | 47 | 73,4 | 73,4 | 73,4 |
| | En acuerdo | 11 | 17,2 | 17,2 | 90,6 |
| | No opino | 3 | 4,7 | 4,7 | 95,3 |
| | En desacuerdo | 3 | 4,7 | 4,7 | 100,0 |
| | Total | 64 | 100,0 | 100,0 | |

8.- Desde su apreciación profesional, ¿El acceso y difusión de la información registral a toda persona

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | En acuerdo total | 47 | 73,4 | 73,4 | 73,4 |
| | En acuerdo | 11 | 17,2 | 17,2 | 90,6 |
| | No opino | 3 | 4,7 | 4,7 | 95,3 |
| | En desacuerdo | 3 | 4,7 | 4,7 | 100,0 |
| | Total | 64 | 100,0 | 100,0 | |

Imprimir | IBM SPSS Statistics Processor está listo | Unicode:ON | H: 5,4, W: 13,86 cm

Libro1 - Excel Herramientas de gráficos Inic. ses. ¿Qué desea hacer? Compartir

Archivo Inicio WPS PDF Insertar Dibujar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Ayuda Diseño de gráfico Formato

Estilos de diseño

Gráfico 20

| | | |
|-----|------------------|-----|
| 80 | En acuerdo total | 58% |
| 81 | En acuerdo | 25% |
| 82 | No opino | 6% |
| 83 | En desacuerdo | 11% |
| 84 | | |
| 85 | En acuerdo total | 70% |
| 86 | En acuerdo | 14% |
| 87 | No opino | 6% |
| 88 | En desacuerdo | 10% |
| 89 | | |
| 90 | En acuerdo total | 50% |
| 91 | En acuerdo | 31% |
| 92 | No opino | 11% |
| 93 | En desacuerdo | 8% |
| 94 | | |
| 95 | En acuerdo total | 73% |
| 96 | En acuerdo | 14% |
| 97 | No opino | 8% |
| 98 | En desacuerdo | 5% |
| 99 | | |
| 100 | En acuerdo total | 63% |
| 101 | En acuerdo | 22% |
| 102 | No opino | 6% |
| 103 | En desacuerdo | 9% |
| 104 | | |
| 105 | | |
| 106 | | |
| 107 | | |
| 108 | | |

Hoja1

Listo Accesibilidad: es necesario investigar 78%

ANEXO 03 MATRIZ DE CONSISTENCIA

| HIPOTESIS | VARIABLES | DEFINICIÓN | | DIMENSIÓN | INDICADORES | TEC. DE RECOJO DE DATOS |
|--|--|--|---|--|--|-------------------------|
| | | Conceptual | Operacional | | | |
| La ausencia de una adecuada armonización normativa entre la publicidad registral <i>erga omnes</i> y el derecho fundamental a la protección de datos personales en la Oficina Registral de Huacho durante el año 2024 genera una colisión de derechos que debilita la seguridad jurídica y expone a los ciudadanos a riesgos de vulneración de su intimidad, seguridad personal y autodeterminación informativa, siendo necesario implementar mecanismos jurídicos y tecnológicos que compatibilicen ambos institutos. | Variable I: Publicidad registral <i>erga omnes</i> | Principio rector registral destinado a poder visibilizar las situaciones jurídicas de las personas que llegan a registrar sus derechos, bienes o acciones a nivel registral. | Se utiliza el cuestionario a fin de poder llegar a recoger información de los profesionales que se someten a la ser la muestra. | Principio de publicidad | -Publicidad jurídica -Exteriorización de información | ENCUESTA |
| | | | | Finalidad de la publicidad registral | -Conocimiento de la ciudadanía -Posibilidad de oposición -Seguridad jurídica | |
| | | | | Contenido de la información registral | -Personalísimo -De acceso por cualquiera persona | |
| | | | | Acceso y difusión de la información | -A toda persona de la sociedad -Tráfico jurídico seguro -Con limitaciones | |
| | Variable D: Derecho fundamental a protección de datos personales | Derecho de naturaleza humana que permite la conservación exclusiva de ciertas situaciones de las personas a fin de que cada quién conserve algo que no quiere llegar a compartir con otras personas. | Se utiliza el cuestionario a fin de poder llegar a recoger información de los profesionales que se someten a la ser la muestra. | Consentimiento del titular de los datos | -Manifestación de voluntad -Consentimiento informado | |
| | | | | Finalidad del tratamiento de datos | -Información confidencial -Tuición de datos individuales -Protección constitucional | |
| | | | | Principio de calidad de datos | -Dignidad personal -Ausencia de difusión de información | |
| | | | | Garantías de acceso, rectificación y oposición | -Conocimiento del titular registral -Respeto a derechos íntimos -Privacidad de información | |