FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO

TESIS

COMUNICACIONES COMERCIALES NO CONSENTIDAS Y LA LIBERTAD EMPRESARIAL EN LA CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA 2020

PARA OBTENER EL TITULO DE

ABOGADA

AUTORA

MILAGROS GUADALUPE FARROMEQUE MORA

ASESOR

DR. LUIS ÁNGEL ESPINOZA PAJUELO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

PROMOCIÓN Y DEFENSA DE LOS DERECHOS HUMANOS EN EL ÁMBITO NACIONAL E INTERNACIONAL

LIMA, PERÚ, JULIO DE 2020

DEDICATORIA

A Dios, por permitirme vivir y brindarme la fortaleza en todos los aspectos de mi vida. Para ti Viejo.

A mi familia, pero sobre todo a mis padres y ángeles celestiales, forjadores de mis valores y hoy referentes de mi camino, por su inmenso apoyo y amor incondicional.

A mi tía María Julia por confiar en mi aún en la distancia.

¡Lo logramos!

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad Autónoma del Perú, mi alma mater, por cubrir mis expectativas encomendadas al inicio y en el desarrollo de esta aventura universitaria.

A los docentes, a cada uno por su aporte académico y humanitario que estoy segura me serán de mucha ayuda en el ejercicio de mi vida profesional.

ÍNDICE

DEDICATORIA ii
AGRADECIMIENTOS.....iii
RESUMEN viii
ABSTRACT ix
INTRODUCCIÓN x

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA
1.1. Planteamiento del problema…… 14
1.2. Formulación del Problema 17
1.3. Objetivos de la Investigación 18
1.4. Justificación e importancia de la investigación 18
1.5. Limitaciones de la investigación 21
1.6. Delimitaciones de la investigación.....22

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO
2.1. Antecedentes.....24
2.2. Desarrollo de la temática correspondiente al tema investigado.....36

CAPÍTULO III. MARCO MÉTODOLOGICO
3.1. Paradigma y enfoque de investigación 69
3.2. Tipo y diseño de Investigación.....70
3.3. Población y muestra. 71
3.4. Hipótesis 73
3.5. Variables y operacionalización 74
3.6. Métodos y técnicas de investigación..... 80
3.7. Descripción de los instrumentos utilizados 80
3.8. Procedimiento de análisis estadístico de datos. 81

CAPÍTULO IV. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS
4.1. Resultados obtenidos en la presente investigación 83
4.2. Estadística descriptiva 89
4.3. Estadística inferencial y prueba de hipótesis. 114

CAPÍTULO V: DISCUSIONES, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Discusiones 121
5.2. Conclusiones 123
5.3. Recomendaciones 124

REFERENCIAS

ANEXOS

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de la variable 1: Comunicaciones comerciales no consentidas. 76
Tabla 2 Operacionalización de la Variable 2: Libertad empresarial 78
Tabla 3 Número de encuestados de la Variable 1 83
Tabla 4 Confiabilidad de la Variable 1 83
Tabla 5 Confiabilidad de pregunta por pregunta de la Variable 1 84
Tabla 6 Número de encuestados de la Variable 2 86
Tabla 7 Confiabilidad de la Variable 2 86
Tabla 8 Confiabilidad de pregunta por pregunta de la Variable 2 87
Tabla 9 Análisis descriptivo de la pregunta 1 89
Tabla 10 Análisis descriptivo de la pregunta 2 90
Tabla 11 Análisis descriptivo de la pregunta 3 92
Tabla 12 Análisis descriptivo de la pregunta 4 93
Tabla 13 Análisis descriptivo de la pregunta 5 94
Tabla 14 Análisis descriptivo de la pregunta 6 96
Tabla 15 Análisis descriptivo de la pregunta 7 97
Tabla 16 Análisis descriptivo de la pregunta 8……..98
Tabla 17 Análisis descriptivo de la pregunta 9……100
Tabla 18 Análisis descriptivo de la pregunta 10……..…..101
Tabla 19 Análisis descriptivo de la pregunta 11……102
Tabla 20 Análisis descriptivo de la pregunta 12……104
Tabla 21 Análisis descriptivo de la pregunta 13…….....105
Tabla 22 Análisis descriptivo de la pregunta 14…….....106
Tabla 23 Análisis descriptivo de la pregunta 15……..……..107
Tabla 24 Análisis descriptivo de la pregunta 16……..……..109
Tabla 25 Análisis descriptivo de la pregunta 17…….....110
Tabla 26 Análisis descriptivo de la pregunta 18……..……..111
Tabla 27 Análisis descriptivo de la pregunta 19……..……..112
Tabla 28 Análisis descriptivo de la pregunta 20……..……..113
Tabla 29 Correlación y prueba de hipótesis general…….....115
Tabla 30 Correlación y prueba de hipótesis específica 1……..117
Tabla 31 Correlación y prueba de hipótesis específica 2……..118

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Triangulación Teórica 61
Figura 2 Diseño de investigación 70
Figura 3 Niveles de investigación 71
Figura 4 Fórmula de confiabilidad de instrumento 81
Figura 5 Descripción porcentual de la pregunta 1 90
Figura 6 Descripción porcentual de la pregunta 2 91
Figura 7 Descripción porcentual de la pregunta 7 92
Figura 8 Descripción porcentual de la pregunta 4 93
Figura 9 Descripción porcentual de la pregunta 5 95
Figura 10 Descripción porcentual de la pregunta 6 96
Figura 11 Descripción porcentual de la pregunta 7 97
Figura 12 Descripción porcentual de la pregunta 8 99
Figura 13 Descripción porcentual de la pregunta 9 100
Figura 14 Descripción porcentual de la pregunta 10 101
Figura 15 Descripción porcentual de la pregunta 11 103
Figura 16 Descripción porcentual de la pregunta 12 104
Figura 17 Descripción porcentual de la pregunta 13 105
Figura 18 Descripción porcentual de la pregunta 14 107
Figura 19 Descripción porcentual de la pregunta 15 108
Figura 20 Descripción porcentual de la pregunta 16 109
Figura 21 Descripción porcentual de la pregunta 17 110
Figura 22 Descripción porcentual de la pregunta 18 112
Figura 23 Descripción porcentual de la pregunta 19 113
Figura 24 Descripción porcentual de la pregunta 20 114
Figura 25 Criterios de relación 114

COMUNICACIONES COMERCIALES NO CONSENTIDAS Y LA LIBERTAD EMPRESARIAL EN LA CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA 2020

MILAGROS GUADALUPE FARROMEQUE MORA

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL PERÚ

RESUMEN

El objetivo de estudio fue determinar de qué manera se relaciona la ley de comunicaciones comerciales no consentidas y la transgresión a la libertad de empresarial en la Cámara de Comercio de Lima 2020. El tipo de investigación fue básico. Tiene un enfoque cuantitativo, la muestra estuvo conformada por 57 personas que laboran en la Cámara de Comercio de Lima, el tipo de muestreo utilizado fue el no probabilístico, la técnica que se utilizó fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario. Los resultados señalaron que existe alta relación entre la variable 1 comunicaciones comerciales no consentidas y la variable 2 libertad empresarial en un 78.7%, según la tabla categórica de Pearson, existe alta relación entre estas. Finalmente se concluyó que “A mayor creación de leyes como la de comunicaciones comerciales no consentidas mayores serán las restricciones a la libertad empresarial según la Cámara de Comercio de Lima 2020” por lo que se acepta la H_1 propuesta de la investigación.

Palabras clave: libertad de empresa, derechos fundamentales, constitucionalidad

NON-CONSENT COMMERCIAL COMMUNICATIONS AND BUSINESS FREEDOM IN THE LIMA 2020 CHAMBER OF COMMERCE

MILAGROS GUADALUPE FARROMEQUE MORA

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL PERÚ

ABSTRACT

The objective of the study was to determine how the non-consensual commercial communications law and the violation of business freedom are related to the Lima Chamber of Commerce 2020. The type of investigation was basic. It has a quantitative approach, the sample was made up of 57 people who work in the Lima Chamber of Commerce, the type of sampling used was non-probability, the technique used was the survey and the instrument was the questionnaire. The results indicated that there is a high relationship between variable 1 non-consensual commercial communications and variable 2 business freedom in 78.7%, according to Pearson's categorical table, there is a high relationship between these. Finally, it was concluded that "The greater the creation of laws such as that of non-consensual commercial communications, the greater will be the restrictions on business freedom according to the Lima 2020 Chamber of Commerce", which is why the proposed H_1 of the investigation is accepted.

Keywords: company freedom, fundamental rights, constitutionality

INTRODUCCIÓN

La presente tesis es presentada a la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Autónoma del Perú, para obtener el título de abogada. En el presente trabajo de investigación tratamos un tema muy importante como es la ley comunicaciones comerciales no consentidas y la libertad empresarial en la Cámara de Comercio de Lima, 2020.

En ese sentido se estudiará la ley de prohibición de llamadas comerciales no consentidas, que fue impuesta en nuestro ordenamiento jurídico en el año 2018 como una modificación al Código de Protección y Defensa del Consumidor ocasionando grandes vulneraciones constitucionales en referencia a los derechos fundamentales que protege nuestro régimen económico en nuestra Carta Magna. De esta forma, esta modificación coadyuva a las competencias existentes del INDECOPI en algunos procedimientos administrativos sancionadores, así como a herramientas de prevención y mecanismos de resolución de conflictos, en tanto que el gobierno prohíbe a los proveedores llevar a cabo prácticas que estén ligadas a métodos de venta engañosos o agresivos, en pocas palabras este derecho implica que los proveedores no pueden llevar acciones que mermen de alguna manera la libertad de elección del consumidor a través de llamadas repetitivas.

El objetivo de este trabajo es determinar de qué manera se relaciona la ley de comunicaciones comerciales no consentidas y la transgresión a la libertad empresarial en la Cámara de Comercio de Lima 2020, ya que desde la perspectiva de esta investigación desde la promulgación de esta ley las empresas de Call center han sufrido una serie de transgresiones de derechos en especial el de la libertad de empresa, siendo limitadas en sus operaciones, ergo se limitan a contratar más personal e inclusive reducen su campo de acción.

En ese sentido, al reducir el número de sus contrataciones decrecen las utilidades empresariales creando precariedad en el desarrollo laboral de este sector, lo que ocasiona que se vulneren algunos derechos del consumidor consecuencia de la falta de herramientas del proveedor. Una problemática, que vista desde otro ángulo concatena diversos derechos que deben ser protegidos de igual manera por nuestra

legislación.

Sin embargo, a pesar de que estas empresas dedicadas al rubro del telemarketing consolidan un importante sector económico en el mercado se descubren desprotegidas ante un Estado que hoy más que nunca, por la coyuntura mundial de salud que enfrentamos debe promover el crecimiento de la economía nacional para su resurgimiento.

Justamente con esa finalidad es que la publicidad se posiciona como una herramienta de índole competitiva, de lo más importante en la comunidad actual, usada por las unidades empresariales para el impulso de la contratación respecto a los productos y servicios que ofrecen en el mercado. En ese sentido, esta, no se basa en la promoción de las particularidades principales de los productos o servicios, sino que va más allá consolidándose como un mecanismo que se divulga, infiltra y enaltece establecidos valores y roles de comportamiento apreciado como la fuente habitual de la conciencia colectiva.

Asimismo, la libertad de empresa se inscribe dentro de un tipo de Estado y un tipo de régimen económico al cual se adhiere su Constitución. En el caso del peruano es la economía social de mercado, que también incluye otras libertades económicas como la libertad contractual, la libre iniciativa privada y la libre competencia. (Gómez, 2019).

Finalmente es por estos motivos que esta investigación tiene la finalidad de determinar si existe relación directa entre la ley que prohíbe las comunicaciones comerciales no consentidas y la libertad empresarial, ya que desde la posición de esta investigación se vulneran derechos fundamentales de las unidades empresariales, en especial las dedicadas al rubro de los Call center, que usan este tipo de medios comerciales tipificados en el Decreto Legislativo N° 1390 para dar a conocer los atributos del producto o servicio que ofrecen.

La siguiente investigación tiene en su cuerpo el siguiente contenido.

Capítulo I: Planteamiento del problema. - En este capítulo se presentó la realidad problemática referida a la relación que existe entre la ley que prohíbe las comunicaciones comerciales no consentidas y la libertad empresarial en la Cámara de Comercio de Lima 2020, se formula el problema general, problemas específicos, así también como los objetivos, las justificaciones y las limitaciones que se obtuvo al realizar el trabajo de investigación.

Capítulo II: Marco Teórico. - Enmarca los antecedentes internacionales y nacionales, las teorías generales relaciones con el tema y definiciones conceptuales entorno a las variables de investigación.

Capítulo III: Marco Metodológico. - Se presenta la metodología utilizada, como el tipo y el diseño de investigación, el enfoque, nivel, población, muestra, muestreo, la viabilidad y por último la hipótesis.

Capítulo IV: Análisis e Interpretación de los resultados. - Se consolida la información obtenida de los instrumentos para la interpretación de los resultados tantos descriptivos, como inferenciales con el programa SPSS, la discusión de los hallazgos, y la contrastación de hipótesis.

Capítulo V: Conclusiones y recomendaciones. - Se presentan las conclusiones y recomendaciones de la investigación realizada, así como también la bibliografía consultada y anexos relevantes del tema investigado.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema

A nivel mundial, la libertad empresarial trasciende históricamente desde la Revolución Francesa, es allí cuando se instauró el primer principio de libertad de industria y libertad de comercio. Conjuntamente a la proclamación de la propiedad, estas libertades se consolidaron como derechos inalienables y absolutos bajo un sistema autosuficiente. Como consecuencia del derecho natural y en contra de una política anti-estatal; en los últimos años para posicionar los países en el desarrollo de una economía global, las Constituciones modernas, han adoptado la libertad de empresa constituyéndolo como un derecho propio circunscrito a ser protegido por sus legislaciones.

En ese sentido la libertad de empresa a nivel mundial, ha servido desde hace mucho tiempo, para que una sociedad en vía de desarrollo se supere, y ha venido dando resultados en varios países, por lo que estudiar este tema es de especial importancia a partir de la problemática económica actual que sufren todos los países del mundo y en especial los países en América Latina, la vigente crisis económica mundial obliga a todos los ámbitos de estudio en conjunto descubrir soluciones para la lucha de esta precariedad económica que se empeorará con el problema pandémico que sufrimos, y buscar el entendimiento de lo que realmente viene pasando con la desprotección a un cúmulo de empresas que les permita proponer alternativas de solución que eviten futuras crisis económicas.

En América Latina se observa a los más grandes enemigos de libertad empresarial, viven enriqueciéndose y van ligados casi siempre con diversos intereses políticos, estos son empresarios que en conjunto forman parte del desarrollo de lobbies con la intención de que otras empresas ya sean grandes o emergentes que podrían hacer competencia en su rubro y que son parte esencial de la economía del país, tengan trabas, prohibiciones disfrazadas con intención de proteger a otros derechos pero que en la realidad vulnera el derecho constitucional de libertad no solo de empresa sino de desarrollo desacelerando la economía nacional (Hennemberguer, 2013).

La libertad de Empresa como Derecho Constitucional protegido en el artículo 59º de la Constitución Política del Perú recoge su categoría frente a otros cuerpos normativos. Por ello, si el Gobierno expide una ley para un determinado sector del mercado que se cree que protegerá a los consumidores pero que limita la actuación empresarial frente a las operaciones a realizar, nos encontraremos ante una clara deficiencia de la productividad empresarial y mermará la eficiencia del sector regulado que económicamente representa un alto porcentaje de actividad económica en el país afectando no solamente derechos constitucionales empresariales sino también de carácter laboral.

La jerarquía normativa implica la existencia la subordinación de un grupo de normas frente a otras, sin perjuicio de que no se pueda utilizar limitación alguna frente a una norma de carácter constitucional, por lo que previa evaluación técnica se debe siempre determinar si otra norma del mismo rango puede limitar los intereses superiores o si anula este derecho.

En ese sentido ningún derecho fundamental debe dejar de estar recogido en la Carta Magna, así como lo explicó Rubio (2005) cuando indicó que las leyes de condicionamiento de las normas en jerarquía respondían a mandatos e intereses superiores que debían ser respetados en el ámbito de cualquier relación del Derecho.

Los Call Centers en el Perú, es como tal, un sector, con gran importancia económica en el mercado peruano, en tanto que este tipo de empresas o negocios por lo general tercerizadas representan una fuerza laboral contundente en la economía actual, y dan empleo a cerca de 35 000 personas de manera formal, ayudando a que emerja la economía nacional.

Así lo indicó en el 2018 la Asociación Peruana de Experiencia al cliente que es el gremio que agrupa a los Call Center en una encuesta sobre la preferencia de uso de canales de atención donde determinó que el canal más utilizado es el telefónico (87%) seguido del canal digital en un (3%) a nivel de ingresos, un canal que representa un gran reto por superar por los centros de contacto (Call Center).

Pero, el incremento del canal digital no es el único problema que debe enfrentar la industria del Call Center, en septiembre del 2018 el Poder Ejecutivo aprobó el Decreto Legislativo N° 1390, modificando el Código de Protección y Defensa del Consumidor y prohibiendo toda práctica comercial que use como canal las llamadas telefónicas o envío de mensajes múltiples para ofrecer productos y servicios, con lo cual se pretendía colocar punto final a las llamadas comerciales a usuarios que no habían dado su autorización para ello. En ese sentido la justificación era que no se use el acoso, la incoación, el dolo o el engaño o se afecte la libertad del consumidor e elegir frente a la compra de producto por este canal.

Detrás de esta cara de la moneda en ese mismo año las contrataciones laborales en las empresas dedicadas a este rubro del telemarketing redujeron a 1800 puestos menos en los 3 primeros meses de publicada la norma con una proyección a reducir 20 0000 puestos más en un mediano plazo así como lo indicó Guy Fort, presidente de Apexo, en el 2018 en una entrevista realizada, ocasionando una situación que de continuar así en la actualidad empeoraría la crisis económica que ya estamos viviendo , pero no solo a nuestro país sino a gran cantidad de países de la región cuya economía está bastante influenciada por pequeñas empresas dedicadas al rubro de los Call Centers.

La existencia de esta modificatoria afecta desde un punto de vista económico al derecho de la libertad empresarial protegido en nuestra constitución y que permite el libre accionar, desarrollo y permanencia de la unidad económica, así como lo señaló el profesor Sessarego (1988) donde mencionó que no existiría empresa en el sentido estricto de la palabra si no existiera libertad, haciendo una clara analogía entre libertad y empresa.

En países como Argentina, México, Chile y Costa Rica la industria de los Call Centers ha recibido protección legal mediante instrumentos que no limitan sus operaciones, creando así un registro especial de comercialización con la intención de no perjudicar el comercio en este rubro, que a diferencia de Perú no vulnera los derechos de la libre competencia e iniciativa privada.

En nuestro país estudiar aisladamente los derechos fundamentales personales de los derechos constitucionales en referencia a la libertad empresarial es no reconocer que estos últimos tienen protección no solo legal sino también doctrinaria y que existe una relación entre ambos cuando nos encontramos en una relación productiva económica donde la actuación de un agente repercutirá directa o indirectamente en el otro.

De continuar en vigencia esta modificación en su alteración al artículo 58º inciso e de la Ley N°29571 continuará una afectación directa sobre los derechos fundamentales reconocidos líneas arriba pero además se evidenciarán las repercusiones económicas y laborales en este sector específico.

En ese sentido, para detener el avance de esta situación problemática el Estado como tal se encuentra obligado a promover las prácticas y políticas correctas que le impone la Constitución en materia económica que permita cambiar la actual situación empezando por adoptar medidas que obliguen a respetar los derechos fundamentales en relación a la libertad empresarial en el sector económico de los Call Centers, ya que las limitaciones en sus operaciones ocasiona que se encuentren en desventaja frente a otros sectores que ofrecen servicios en el mercado y a su vez evidencia la pérdida de puestos trabajo afectando el derecho fundamental de la persona recogido en los artículos 22° y 23° de nuestra Norma Constitucional.

1.2. Formulación del Problema

1.2.1. Problema general

¿De qué manera se relaciona la ley de comunicaciones comerciales no consentidas y la transgresión a la libertad de empresas en la Cámara de Comercio de Lima 2020?

1.2.2. Problemas específicos

¿De qué manera se relacionan las infracciones administrativas derivadas de la Ley N° 29571 y la disminución de oferta laboral en la Cámara de Comercio de Lima

2020?

¿De qué manera se relacionan los procesos judiciales que afronten las empresas y la deficiencia de productividad en la Cámara de Comercio de Lima 2020?

1.3. Objetivos de la Investigación

1.3.1. Objetivos generales

Determinar de qué manera se relaciona la ley de comunicaciones comerciales no consentidas y la transgresión a la libertad de empresas en la Cámara de Comercio de Lima 2020.

1.3.2. Objetivos específicos

Determinar de qué manera se relacionan las infracciones administrativas derivadas de la Ley N° 29571 y la disminución de oferta laboral en la Cámara de Comercio de Lima 2020.

Determinar de qué manera se relacionan los procesos judiciales que afronten las empresas y la deficiencia de productividad en la Cámara de Comercio de Lima 2020.

1.4. Justificación e importancia de la investigación

La presente investigación tiene como principal objetivo determinar de qué manera se relaciona la ley de comunicaciones comerciales no consentidas y la transgresión a la libertad empresarial en la Cámara de Comercio de Lima 2020 considerando que debe existir una protección constitucional a este último derecho sin que esto signifique la vulneración de otros.

1.4.1 Justificación teórica

La presente investigación se realizó con la finalidad de poder contribuir

aportando conocimientos y enriqueciendo así toda información sobre el problema de investigación. Asimismo, cabe indicar que la investigación se apoya en fuentes teóricas validadas como Scielo, Redalyc, Dialnet, Proquest, revistas indexadas y repositorios de diferentes universidades.

En ese sentido, tenemos al profesor Castillo quién indicó que la libertad empresarial es un derecho constitucional cuya naturaleza es mercantilista debido que ampara la autodeterminación de cualquier sujeto de ejecutar una infinidad de modos, denominada operación empresarial. Ello involucra la elección del sector de la operación mercantil en donde se va a desenvolver las acciones empresariales y la manera en la que se efectuará; el acceso al mercado sin ninguna limitación, efectuando operaciones legales, en libre disposición con otras personas con el objetivo de rivalizar por las preferencias de los usuarios y clientes, consiguiendo algún favor económico que recaiga en su propio provecho, el de su entorno y de toda su comunidad.

1.4.2. Justificación práctica

La presente investigación pretende determinar la afectación existente al derecho fundamentales de libertad empresarial y conexos en la industria de los Call Centers por la reciente modificatoria del Código de Defensa y Protección del Consumidor que de alguna manera contraviene derechos empresariales, y que se justifica en la prohibición de comunicaciones comerciales a través de canales telefónicos para ofrecer un servicio o bien determinado A su vez propone eliminar la sanción impuesta por el INDECOPI a las empresas que incurran en el causal del art 110 inciso c a efectos de no haber incurrido en ella.

Esta investigación es importante porque expondrá la problemática que sufren algunos rubros cuando se crean leyes, sin realizar los test de factibilidad. Se busca aportar al ordenamiento legislativo en torno a la industria de los Call Centers que es casi inexistente en el Perú respecto a la importancia de la presencia de instrumentos constitucionales que exige la correcta gestión de la empresa en el mercado se recogerán teoría de protección a los Derechos Fundamentales en material

empresarial y laboral y un análisis exhaustivo de la norma que protege al consumidor en el país, toda vez que existe frente a este problema repercusiones que afectan los trabajadores de estos centros pero también al consumidor final de esta industria sin el ánimo de regular a uno para perjudicar al otro.

1.4.3. Justificación metodológica

La presente investigación tiene una justificación desde la perspectiva metodológica dado que su desarrollo se realizó en el marco del método científico, porque todo parte observando la realidad existencial, siendo la técnica utilizada la encuesta y el instrumento es la recopilación de datos obtenidos en la Cámara de Comercio de Lima 2020 el cual ha servido para elaborar un cuestionario. Se ha recibido la orientación de especialistas en la materia a través de sus conocimientos y experiencias, en tal sentido hemos considerado que la naturaleza de nuestra investigación es de enfoque cuantitativo de nivel correlacional y está dirigido a determinar la relación entre la ley de comunicaciones comerciales no consentidas y la transgresión a la libertad empresarial en la Cámara de Comercio de Lima 2020, explicando el fenómeno que se genera y de qué manera se desarrolla dentro de su rol de acción, a través de la aplicación de la información recopilada y demostrada con gráficos y tablas.

1.4.4. Justificación legal

La presente investigación se sustenta principalmente en las siguientes normas legales:

- Constitución Política del Perú artículo 2, artículo 22, artículo 59 con respecto a los Derechos Fundamentales de Trabajo, libertad de empresas, y libre competencia.

- Ley N° 29571 Código de Protección y Defensa del Consumidor.

- Decreto Legislativo N°1390 que modifica la Ley N° 29571 en su artículo

58.

- Ley N° 29733 – Ley de Protección de Datos Personales.

1.5. Limitaciones de la investigación

Durante la presente investigación se tuvieron algunas dificultades que lograron ser superadas a través de otros mecanismos de solución. Se detallan a continuación.

1.5.1. Limitación temporal

La presente investigación está programada para ser realizada dentro del período semestral académico, la investigadora aparte de realizar estudios de pregrado, también realiza otro tipo de actividades, como el trabajo remoto debido a la situación actual de la pandemia por el COVID – 19. Limitaciones que han sido superadas con una adecuada organización del horario de actividades y recursos disponibles.

1.5.2. Limitación económica

La investigadora no ha realizado gastos de asesores en tesis debido a que el mismo está siendo elaborado como un curso dentro de la malla curricular, aquellos gastos generados son mínimos y son autofinanciados por la investigadora, usando de mejor manera los recursos económicos para poder lograr la consolidación del presente trabajo de investigación.

1.5.3. Limitación bibliográfica

Los materiales bibliográficos recopilados para la producción del presente trabajo de investigación son la mayoría virtuales, tesis, artículos y libros digitales de repositorios de diferentes universidades y revistas indexadas a fin de que esta investigación sea acorde a los estándares solicitados y de calidad. Al no existir muchos estudios a nivel internacional sobre el tema propuesto, la limitación bibliográfica ha sido superada gracias a la búsqueda de temas relacionados en

torno al problema de investigación.

1.6. Delimitaciones de la investigación

1.6.1. Delimitación temporal

En ese sentido, la delimitación temporal consiste en estudiar los fenómenos elegidos, solamente dentro de un rango de tiempo que puede ser años o décadas. La investigación se realizó en el año 2020, año en el que se aplicó el instrumento a la población referida.

1.6.2. Delimitación espacial

Delimitar de manera espacial, tiene por significado explicar claramente el límite que ese fijará en relación con el tema de investigación para tal sentido, consiste en ubicar una determinada región o área geográfica, es por ese motivo que se presentará el lugar exacto donde se realizó la tesis. La investigación estará dirigida a los trabajadores y colaboradores de la Cámara de Comercio de Lima.

1.6.3. Delimitación teórica

El presente trabajo de investigación tiene como delimitación teórica los estudios realizados con anterioridad, la bibliografía web y bibliografía física, porque las variables han sido estudiadas antes dejando antecedentes que tomaremos en cuenta al desarrollo de esta investigación.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

Después de haber revisado la búsqueda de los antecedentes en repositorios y artículos en la base de datos de diferentes fuentes como repositorios de diversas universidades: César Vallejo, UNAM. Bases de datos como Scielo, Scopus. Pasaremos a disgregar cada punto que represente tanto como internacional, nacional, y local en referencia del tema: Las comunicaciones comerciales no consentidas y la libertad empresarial en la Cámara de Comercio de Lima 2020.

2.1.1. Antecedentes internacionales

Brown (2007) en su tesis *"Un análisis de las implicancias ocasionadas al Derecho laboral por los Call Centers en Costa Rica*" investigó sobre el desarrollo de derechos fundamentales de trabajadores costarricenses que se dedican a este rubro económico. En su estudio donde entrevistó a personas que se dedicaban a este trabajo determinó que existía la necesidad de una protección normativa que les permitiera desarrollar sus capacidades laborales dentro de los márgenes constitucionales de la ley. Para él, esta industria es uno de los sectores que han crecido a pasos agigantados en el mundo con un claro objetivo: buscar el máximo beneficio aprovechando las ventajas que la globalización de la economía otorga al mercado y postula la necesidad de que las normas legales no impidan el correcto crecimiento de esta industria por las repercusiones económicas y laborales que pueden surgir en su país.

Cortés, Lozano y Silva (2003) en su tesis titulada *"Incidencia de la Jurisprudencia de la Corte Constitucional el Derecho Privado Colombiano*" referente a un estudio de libre competencia concluyeron que la libre empresa entendida como una libre actividad económica se sustenta en el marco constitucional no sólo en su ejercicio sino también en su acceso, bajo condiciones de igualdad, además apoyados en su jurisprudencia su Corte señala que los límites a la libertad económica sólo puede ser por imperio de la ley con una serie de requisitos que proteja de la arbitrariedad y violación del derecho a la libre empresa como derecho constitucional.

López y Torres (2013) realizaron una investigación en materia administrativa titulada "*Estudio de factibilidad parar mejorar la atención al cliente con la implementación de un Call Center en la CNEL Milagro*" , en su estudio las investigadoras concluyeron luego de un análisis de mercado que el panorama económico actual es más exigente , y que existe una obligación por parte de las empresas a aumentar su competitividad a través del desarrollo de su actividad empresarial que debe estar enmarcado legalmente. En ese sentido parar lograr eso las empresas deben confiar en otras empresas externas especialistas en la gestión de determinados servicios y que estas a su vez deben ser contempladas bajo la ley sin ser limitadas para el ejercicio de sus operaciones en el marco del derecho de libertad empresarial y las necesidades del mercado.

Martínez (2015) en su tesis titulada *"Límites al Ejercicio de la Libertad de Empresa",* realizó una investigación con respecto a la libertad de empresa enmarcada en los límites del rol subsidiario del Estado lo que es comparable con el Derecho Peruano. En su investigación Martínez menciona a los sectores económicos que mayor fuerza toman en su país incoando de esta manera a que se regule mediante legislación los derechos fundamentales que mediante esta libertad sujeta la democracia al sistema de libre mercado y por otro lado los preceptos que habilitan la intervención pública en el proceso del desarrollo de aquellas libertades, también concluye que por lo general existen leyes que limitan el derecho de libertad empresarial sin tener en cuenta el daño económico y social que les causan.

Flores (2014) en su tesis titulada *"La situación laboral de los teleoperadores de empresas tercerizadas ubicadas en Santiag*o", realizó un estudio sobre las condiciones de trabajo en los pequeños Call Centers dónde estudia la relevancia histórica laboral que ha tenido esta industria durante todo su desarrollo en Chile. Su investigación presenta a estas empresas multinacionales y pequeñas empresas en un contexto de apertura que ha significado y posibilitado la llegada de capitales extranjeros que ha convertido a Chile en un país con más empresas trasnacionalizadas. Pero estas empresas se ven amenazadas de reducir sus plazas laborales por las constantes infracciones administrativas y excesivas que se le vienen imponiendo, a causa de la lucha eterna que tienen con la competencia internacional

y sin la existencia de una norma nacional que de protección a los derechos empresariales en este sector.

Álvarez (2010) investigó sobre *"Los límites desde la perspectiva del Estado social a la libertad de empresa como Derecho Fundamental en la constitución española",* el investigador realiza un análisis de casos donde prepondera frente a otros derechos la libertad de la iniciativa privada también defendida en su legislación y concluye que tratándose de los límites de este derecho fundamental, pueden ser de diferente índole ya que el Estado debe establecer condiciones al ejercicio de la iniciativa económica no sin antes arbitrar soluciones a los posibles conflictos de carácter constitucional , esto es que mientras existan otro tipo de soluciones, la preponderancia ente normas nunca debe significar el sacrificio de alguna de rango constitucional cuando estas pertenezcan al mismo nivel.

Cidoncha (2004) en su investigación titulada "*El fenómeno de la libertad de empresa en el marco de la economía de mercado", basado en* el artículo 38 de la Constitución española habla sobre el conflicto de leyes desde un punto de vista individual. Concluye que en caso de conflicto entre los poderes del empresario (que son manifestación de la libertad de empresa) y los derechos fundamentales de los trabajadores el juez debe ponderar de manera proporcional siempre y cuando el ejercicio de ambos derechos se haya realizado válidamente. Pero en el caso de incongruencia entre normas inferiores y la Constitución, el juez debe preponderar la norma suprema siempre y cuando el grado de conflicto no tenga mayor solución.

Rodríguez (2013) ante la necesidad su tesis doctoral *"El derecho a la libertad de empresa del artículo 38 de la Constitución Española (CE) : estudio sobre su interpretación y las dificultades para su desarrollo y aplicación"* , concluye que el fortalecimiento de la libertad de empresa en España depende en buena medida de la capacidad del sistema institucional de mejorar sus soluciones normativas y jurisprudenciales , en ese sentido se busca el equilibrio entre la necesaria iniciativa privada empresarial libre y las también necesarias intervenciones administrativas limitadoras con fines constitucionales.

Cerda (2017) en su trabajo de investigación titulada *"Análisis del sistema de control y gestión en tiempos muertos de llamadas de Megacob, call center de cobranzas de Quito – 2016"* aportó con la reducción de los tiempos muertos de una llamada a otra para el call center, desempeñando además un flujo de cobranzas e implementación para el personal. El tipo de investigación fue básico, enfoque cuantitativo. Teniendo una población de 200 personas. Se concluyó en que las empresas de call center no le brindan la debida importancia de contar con un buen equipo para el poblamiento de datos, por ende, se desperdician recursos. Se confirmó que el sistema de gestión y de control aporta de manera significativa al control de tiempos muertos en call center. Se recomendó la implementación de un nuevo flujo del proceso de cobranzas amparándose en leyes que beneficien a la empresa, minimizando los tiempos vacíos, generando mayor calidad de servicio.

Sandoval (2015) en su tesis *"Publicidad engañosa de las empresas como factor de vulneración del consumidor en Chile",* analizó la legislación reguladora de la publicidad en Chile, asimismo la jurisprudencia sobre publicidad engañosa en el derecho comparado. La metodología que se usó es de tipo básico, con enfoque cualitativo, se concluyó en que en vista del panorama de la regulación de publicidad falsa que permite elaborar un análisis comparativo, el marco legislativo chileno tiene aún deficiencias y vacíos que regular con próximas implementaciones legales. Se recomendó brindar mayor tutela jurídica al consumidor sin dejar de lado los derechos que le dotan a la empresa de realizar sus operaciones en el mercado.

Santofimio (2015) en su tesis *"Análisis del efecto de la publicidad engañosa en el comportamiento del consumidor"* mostró a partir del mercadeo la aplicación de publicidad engañosa dentro de un contexto específico Bogotano con las tarjetas de fidelización de crédito. Tuvo como metodología el tipo básico, con enfoque cualitativo. Concluyó en que es evidente que el sector retail de Bogotá es popular por emitir un número inmensurable de tarjetas de fidelización, por ello tiene un gran potencial para incrementar su participación en el mercado, pudiendo hacer uso de publicidades falsas o engañosas. Se recomendó que, en lugar de innovar en estrategias de publicidad, se debe de diferenciar y filtrar la buena calidad de servicio que se brindara al público sin implicar que esta sea una limitación sino por el contrario que la empresa

tenga la libertad de operar rigiéndose a protocolos de calidad.

Auad (2019) en su tesis *"La evolución del derecho de las telecomunicaciones como mecanismo de protección al consumidor en el servicio de telefonía en ordenamientos jurídicos español, italiano y boliviano"* analizó el origen y evolución del ser humano como consumidor nato, asimismo sus formas de protegerlos en el derecho comparado. Su metodología fue de tipo básico, de enfoque cualitativo, como instrumento se usaron jurisprudencias, doctrina y leyes de distintos países en aras de compararlos. Se concluyó en que se destaca el ordenamiento jurídico español, el ordenamiento italiano, ya que ambos recogen una fuerte protección a favor de los clientes o usuarios. Asimismo, se puede señalar del ordenamiento jurídico boliviano, que tiene aún ligeros vacíos legales fruto del no contacto cercano con la tecnología de última gama.

Winter (2019) en su tesis *"El delito de administración desleal de empresas como vulnerante del derecho al consumidor en Chile",* analizó la Ley N° 21121 mediante la cual se regula el comportamiento de empresas y su administración, así como el comportamiento del consumidor. Se usó como metodología el tipo básico, enfoque cualitativo, con instrumento de entrevista y documentos, jurisprudencia y demás leyes que parten del marco normativo del derecho al consumidor. Concluyó en que la ley más importante chilena que mostró importantes avances en el ordenamiento jurídico tanto en el ámbito público como en el privado es la ley N° 21121. Se recomendó emitir propuestas de ley que regulen los vacíos legales y se adapte la misma a la sociedad.

2.1.2. Antecedentes nacionales

Avellada y Súmar (2006) en su tesis titulada *"La regulación de la publicidad"* investigaron sobre los límites constitucionales a la libertad de empresa y a su regulación a través de un análisis de casos direccionados a las empresas con mayor participación en el sector económico dónde concluyeron que la Constitución al imponer límites a las actuaciones de los privados o el Estado debe ser solo bajo el concepto de que estas no estén basadas en la preservación de la eficiencia

económica sino otros valores del sistema como los derechos fundamentales. Para estos investigadores cuando no exista una razón realmente eficiente para colocar limitaciones a la libre iniciativa no se debe fundamentar la cobertura del problema con otra ley porque se estaría vulnerando derechos constitucionales.

Saravia (2017) realizó una investigación sobre "*La vulneración del derecho a la libertad de empresa en la ley N°27655",* tuvo como objetivo general determinar de qué manera la vulneración de la libertad de empresa se ve afectada con la ley N°27655 dónde concluyó que doctrinariamente por la aparición de la Constitución y el modelo económico que esta toma, nos entramos ante situaciones de inconstitucionalidad de normas de inferior rango o normas administrativas. El autor más allá propone la modificación de la ley de menor rango, y una alteración a la constitución que dejaría sin efectos este tipo de controversias en aspecto de libertad de empresa para todo caso concreto.

Caroajulca (2015) en su tesis: "*La autonomía del derecho empresarial y la protección constitucional del empresario en el Perú*" para optar el grado académico de maestro en Derecho Civil – Empresarial defiende la necesaria regulación de la autonomía del Derecho empresarial y la protección al empresario en el Perú proponiendo con urgencia la reforma civil y administrativa en tanto que hay necesidad de brindar seguridad para el ambiente empresarial para que los límites impuestos por decretos no sean sustentados bajo el vértice de una lesión gravosa a la sociedad y a intereses mínimos que forman parte de un grupo de personas pero que en retrospectiva afecta la seguridad jurídica y financieras de las empresas y por ende del mercado.

Orozco (2015) en su tesis con título *"Propuesta de mejora en los procesos del área de call-center técnico de una empresa de telecomunicaciones*", identificó las principales deficiencias del call-center técnico de Atento, empresa que provee servicios para empresas de telecomunicaciones. Tuvo como metodología tipo básico, con enfoque cuantitativo. Se utilizó como instrumento la recolección de todas las llamadas entrantes durante el día. Se concluyó en que la empresa no brinda un adecuado soporte técnico a sus operadores mecánicos, por ende, se vulneran los

derechos de los consumidores, este tipo de acciones se puede convertir en reclamos judicializados que frenan la productividad, decayendo la empresa.

Castro (2020) en su trabajo de investigación *"La libertad de empresa en el marco legal de la interacción de las AFP con sus clientes",* determinó si las limitaciones constituyen vulneraciones al derecho de la libertad empresarial, contando con el desarrollo doctrinario y jurisprudencial de este derecho. Como metodología de enfoque cualitativo, método comparado a partir de las experiencias de Colombia y Chile, teniendo como instrumento el análisis de la doctrina y jurisprudencia competente. Concluyó en que, si bien se deben de respetar los derechos de los aportantes, también es vital proteger los mismos derechos a una calidad de servicio, asimismo respetar el derecho empresarial.

Trillo (2019) en su trabajo de investigación titulado "*Compliance laboral en materia de protección de datos personales",* para optar el grado académico de magíster en derecho de la empresa, estableció la relevancia de incorporar una gestión de cumplimiento normativo laboral, analizando la normativa nacional e internacional. Se utilizó la metodología comparada, con enfoque cualitativo. Se concluyó en que el verdadero reto que afrontan actualmente las empresas es la vinculada a la protección de los datos personales. Se recomendó que desarrollen nuevas plataformas digitales que respondan a firma biométricas en aras de protección al cliente y al consumidor lo cual brindará libre actuación a las empresas para seguir funcionando en el mercado sin que esto signifiqué una disminución en su productividad.

Álvarez (2019) en su trabajo de investigación *"Alternativas para implementación del Libro de Reclamaciones en los establecimientos comerciales",* estudió la existencia de mayores alternativas para que el consumidor tenga acceso a reclamos. Tuvo como metodología el enfoque cualitativo, se usó como instrumento la doctrina comparada y jurisprudencias. Concluyó en que, con los libros de reclamaciones como una alternativa de protección al consumidor se tutela los mismos, sin embargo, no suele ser del todo efectiva, ya que muchas veces se les niega a los usuarios. Se recomendó que todo proveedor realice declaraciones juradas con la finalidad de demostrar el cumplimiento de la implementación de los libros de

reclamaciones a fin de tutelar los derechos de los clientes.

Talavera (2020) en su tesis titulada *"Necesidad de implementar programas de cumplimiento en el sector financiero frente a actos de corrupción"*, analizó términos establecidos en la Ley N° 30424 que regula la responsabilidad administrativa de las personas jurídicas. Su metodología fue de tipo básico, con enfoque cualitativo, teniendo como instrumento entrevistas elaboradas a personajes con estrecho vínculo con el tema correspondiente. Se concluyó que el programa de cumplimiento normativo contribuye para que exista una mayor transparencia dentro del sector financiero. Se recomendó seguir implementando nuevas normas que beneficien al proveedor en la mejora de lo que ofrece y al consumidor para adquirir mejor calidad de servicio.

Cochachin (2015) en su tesis *"Las empresas sociales en el Perú y la necesidad de contar un marco legal"*, determinó el estudio de la existencia de un marco legal que proteja la libertad empresarial con el ofrecimiento de bienes y servicios. Su metodología fue de tipo básico, con enfoque cualitativo, como instrumento se utilizó la entrevista. Se concluyó en que no existe un marco normativo que protege la libertad empresarial para brindar bienes o servicios. Se recomendó la elaboración de diferentes proyectos de ley que mejoren el trato entre consumidor – usuario con un mayor orden.

Rojas (2016) *"Responsabilidad empresarial e institucionalidad: caso de Aliex en Perú,*" identificó el nivel de responsabilidad empresarial y civil del caso Aliex en el marco de la legislación peruana. Tuvo como metodología de tipo básico, con enfoque cualitativo, con instrumento de entrevista a abogados litigantes, personal de INDECOPI entre otros. Concluyó en que la responsabilidad social empresarial es una herramienta que diferencia y a la vez brinda oportunidad de generar competitividad, logrando el sostenimiento de objetivos y compensando necesidades de los usuarios. Se recomendó que los usuarios reclamen por medio del libro de reclamaciones si las empresas vulneran sus derechos, ya que de esa manera se determinaría la responsabilidad que tiene la persona jurídica.

Sánchez (2019) en su *tesis "Análisis del caso pura vida y los riesgos penalmente relevantes en la publicidad engañosa como modalidad de estafa en el Código penal peruano",* indicó que riesgos penales relevantes existen surgidos de la publicidad engañosa. Se usó como metodología el tipo de investigación básico, con enfoque cualitativo, y como instrumento se empleó el análisis de jurisprudencia comparada y normas correspondientes. Concluyó en que no existen riesgos penales, sino administrativos para empresas o personas jurídicas que manifiestan marketing de manera errada, ya sea ocultando información sobre los productos como generando engaño para con el consumidor. Se recomendó que, debido a la inexistencia de alguna norma en el ordenamiento jurídico penal, se implementen nuevas formas actualizadas que regulen el trato consumidor – proveedor.

2.1.3. Antecedentes locales

Vasquez y Colos (2018) en su tesis *"Las afectaciones de la publicidad engañosa a los derechos del consumidor en la legislación peruana"*, determinó si el consumidor se ve afectado debido a que las empresas ofertan productos o servicios sin información clara o precisa. La metodología fue de tipo básico, con análisis cualitativo, teniendo una muestra de 61 resoluciones confirmadas donde se observa claramente la vulneración al cliente. Se concluyó en que si existe vulneración de los derechos del consumidor sobre el mal manejo de publicidad que emplea el proveedor. Se recomienda reclamar ante posibles engaños en productos u ocultamiento de información idónea del mismo.

Dávila (2017) en su trabajo de investigación titulado *"Análisis de funciones del INDECOPI a la luz de decisiones de sus órganos resolutivos"* explicó el modelo económico desde la perspectiva constitucional que sustenta a su vez la represión de la competencia desleal. Tuvo como metodología tipo básico, de enfoque cualitativo, como instrumento se usó resoluciones y jurisprudencia correspondiente a la competencia desleal para interpretarse, asimismo entrevistas a miembros de la comisión y sala. Se concluyó en que claramente la competencia desleal es equivalente a derechos marcarios, se traducía siguiendo patrones de tiempo copiando colores, formas, fondos, o marcas pero que esta debía determinarse bajo cierto

análisis lo que significaba que no se debían estipular normas que mermen el radio de operación de la empresa.

Rivera y Torres (2020) en su trabajo de investigación titulado *"Factores conductuales del consumidor mayor de edad de Lima Metropolitana que influye en la intención de compra de productos funerarios a futuro en parques cementerio"* analizó factores vitales de la conducta del consumidor de Lima metropolitana mayor de edad, que persiste en la intención de compra de productos funerarios a futuro en parques cementerio. Se usó como metodología el tipo básico, de enfoque cuantitativo, como instrumento se realizó la búsqueda y análisis de principales teorías que explican el tema, posteriormente expresadas mediante estadísticas. Se concluyó que los principales factores conductuales del consumidor son personales, sociales, psicológicos y culturales. Se recomendó el uso de la investigación cuantitativa y el marco teórico de la tesis para próximos análisis de las empresas y consumidores.

Salazar y Vílchez (2019) en tu trabajo de investigación *"Análisis de vínculo entre calidad de servicio con respecto a satisfacer al consumidor y lealtad del cliente dentro del sector bancario de Lima Metropolitana*", analizó el vínculo que existe entre una buena calidad de servicio con respecto a la satisfacción del consumidor y la lealtad del cliente en el sector bancario de Lima. Se usó como metodología medir la calidad de servicio, se tomó como dimensiones el modelo serval, expresadas a través de encuestas online. Concluyó en que normalmente la calidad de servicio impacta como primera impresión positiva en la satisfacción de la necesidad que tiene el consumidor, así como su posterior lealtad. Se recomendó a las empresas brindar una buena impresión mediante una calidad de atención al cliente, sin hostigamientos ni incomodidades para que el desarrollo del vínculo sea más accesible.

Aybar y Colchado (2017) en su trabajo de investigación *titulado "El comportamiento del consumidor racional de la generación Z, con referente al proceso de comprar tradicionalmente y su vínculo con marcas digitales",* planteó la necedad de indagar e identificar cambios que podrían no darse cuenta en el proceso de compra tradicional frente a las nuevas tecnologías, con ellas la compra por vía online o digital para la generación Z. Se usó como metodología de carácter cualitativa exploratoria,

como instrumento se realizaron entrevistas a expertos en temas de marketing digital y comportamiento del consumidor. Concluyó en que las características más relevantes son las preferencias en relación con marcas clásicas. Se recomienda que se debe de adaptar a los posibles futuros cambios y comportamiento para esta nueva generación dándoles la posibilidad a las empresas en operar de acuerdo con estas necesidades del mercado, sin limitación ni traba que vulnere su derecho a la iniciativa privada.

Apaza y Fernández (2018) en su trabajo de investigación *"Criterios de compra moderna del consumidor limeño frente a la sostenibilidad"*, determinó si los consumidores comunes de la ciudad de Lima, toman en cuenta los criterios sostenibles al momento de realizar compras. Se usó un tipo de investigación de encuesta, se tomó como muestra personas radicados en la ciudad de lima, de ambos sexos. Se concluyó en que no es significativa el hecho de que la edad y la sostenibilidad estén estrechamente vinculadas, debido a que los consumidores solo exigen mayor calidad y comodidad económica, tanto en bienes y servicios del mercado formal e informal a nivel nacional e internacional. Se recomendó regular el comportamiento sostenible, no solo de las empresas, sino del consumidor con el fin de guiarlos a un consumismo responsable que les permita la libre elección ante la gama de productos ofrecidos por el proveedor sin que esto signifique una vulneración a su libertad de elegir, sino por el contrario, un acercamiento a las expectativas que se espera del producto o servicio a elegir.

Ipanaque y Reátegui (2017) en su tesis "*La disposición de los consumidores hacia el uso de las plataformas de economía colaborativa en la ciudad de Lima",* identificó los patrones de consumo, paradigmas de los consumidores limeños por analizar sí a través de estos patrones, usan plataformas digitales económicas en función a intereses particulares. Se usó como metodología el tipo básico, enfoque cuantitativo, mediante cuestionario de preguntas. Concluyó según la información obtenida que los consumidores con el nuevo uso de las plataformas, la economía colaborativa ha transformado la forma de pensar de los consumidores, logrando que se sientan más atraídos por plataformas, tal es así que empresas invierten más en publicidad por redes sociales de gran índole. Se recomendó a nuevos emprendedores

ejercer la libertad empresarial, siempre en cuando no vulneren la ley perjudicando a consumidores.

Reyna y Tinta (2017) en su trabajo de investigación *"Estrategias de fidelización que contribuyan a la gestión de retención de clientes de consumismo extremo en principales operadores móviles de telecomunicaciones de Lima",* propuso estrategias de fidelización que contribuyan con la retención de clientes a fin de mitigar la pérdida de estos sin vulnerar el marco normativo correspondiente. Desde un enfoque cuantitativo, y usando como instrumento un cuestionario para la recolección de datos se concluyó que actualmente en el telemarketing, las promociones que brindan los call center son vitales para que la empresa puede desarrollarse brindando sus servicios, sin embargo, las limitaciones pueden ser perjudiciales. Se recomendó a los operadores móviles tutelar a los consumidores, brindar una buena calidad de servicio sin promociones excesivas debido a que esto puede afectar la libertad de empresa.

Tello (2015) en su trabajo de investigación *"Automatización del proceso de gestión de indicadores de rendimiento del proceso de atención del servicio en empresas Call center",* analizó las inversiones en tecnología y en promociones de servicios que brindan las empresas Call center con la finalidad de llegar al usuario. Se usó como metodología el enfoque cuantitativo, como instrumento se usó el análisis de base de datos de entrevistas. Se concluyó en que la nueva gestión es aplicada mediante las prácticas de software, lo que brinda mejores promociones y beneficios al consumidor, la misma empresa llega al cliente mediante ofrecimiento de los mismos. Se recomendó que para el desarrollo de estas nuevas gestiones se requiere de límites que establezcan armonía entre las empresas y los consumidores a fin de evitar el cometimiento de infracciones administrativas.

Castañeda y Nervi (2019) en su trabajo de investigación *"El contrato de shopping center: Bases jurídicas para su utilización en el mercado comercial de Perú",* evidenció como los distintos tipos de prestaciones que se encuentran dentro del cumulo del vínculo contractual, develan claramente su naturaleza sui generis. Su metodología fue de enfoque crítica descriptiva debido a la recopilación bibliográfica,

de tipo cualitativo. Concluyó en que es necesario un marco legal que recoja la información o aspectos de vinculación contractual entre un operador y locatario, sin prohibir la libertad de empresa en el proyecto. Se recomendó la pronta emisión de un marco legal mínimo que regule el nexo o lazo entre operador y locatario, sin vulnerar la libertad empresarial, ni los derechos del consumidor.

2.2. Desarrollo de la temática correspondiente al tema investigado

2.2.1. Bases teóricas y Científicas de la Variable 1: Comunicaciones comerciales no consentidas

La ley N°29571 Código de Protección y Defensa al Consumidor es el conjunto de normas de defensa de los derechos de los consumidores que facilita el acceso a productos y servicios de manera adecuada en el mercado, con la aplicación de mecanismos efectivos que permitan la solución de controversias frente a la compra de un producto o contratación de un servicio en una relación de consumo.

Frente a esto, en setiembre del 2018 el Ejecutivo aprobó el Decreto Legislativo N° 1390 que modifica en parte esté Código con respecto a las actividades empresariales en la industria de Call Centers en el Perú. La norma categoriza al uso de prácticas comerciales a través de llamadas telefónicas y mensajes masivos como un método comercial agresivo y engañoso. “A partir de ahí implica que los proveedores disminuyan de forma significativa la libertad de elección del consumidor, a través de figuras como el acoso, la coacción, la influencia indebida o el dolo” (Pascual, 2019, p.34).

En ese sentido el Decreto del Poder Ejecutivo pretende simplificar, precisar y fortalecer las competencias del INDECOPI en los procedimientos administrativos sancionadores, así como los mecanismos de prevención y solución de conflictos en las relaciones de consumo.

En la Carta magna del Perú, en su artículo 2, del 6 numeral, contempla, como unos de los derechos más relevantes de cada individuo a la protección de sus datos

personales, expresando lo siguiente: que aquellos servicios de origen público o privado que revisten de tecnológicos o computarizados, no proporcionen datos que atenten contra la intimidad personal. (García, 2014).

Asimismo, el mayor exponente de la interpretación de la Constitución, a cargo del Tribunal constitucional, define aquel derecho de la autonomía informativa, como el basado en la potestad de resolver que hacer con sus datos personales, y si existe algún servicio operado por un tercero que emplean de datos personales, si les autoriza o no su uso, guardan la aceptación respecto los detalles de tales acciones. Cabe precisar que, con la autorización sobre sus datos, cada sujeto no tiene derecho solo de objetar intromisiones, sino a fiscalizar el tratamiento legítimo con su voluntad. (Abad, 2018).

Comúnmente en muchos sistemas legislativos, incluido el nuestro manifiestan su protección respecto al derecho a la intimidad y a la vida privada, de forma comunicativa y global, paralelamente y sin alta distinción con otros derechos de la personalidad como es los reconocidos como el honor y la reputación, el empleo de la imagen y la modulación de la voz que son singulares unos de otros, exige a demarcar el aspecto principal de cada uno de ellos con el propósito de no caer en confusiones y detectaciones equivocadas. Asimismo, muchos empleos de diversos usos comunicativos y tecnológicos pueden generar la trasgresión de estos derechos, de cada manera específica en virtud de su naturaleza. (Guzmán, 2015).

El escenario es muy diverso basándose del derecho a la intimidad y de la vida privada, debido que su transgresión se genera con la sola intrusión y propagación de los sucesos, que altera su reserva y privacidad y que se generan sin la autorización inmediata del titular. No se pretende que este comportamiento genere ninguna transgresión extra a la incomodidad inclusive va a prevalecer la afectación del derecho (y el deber de indemnización) si la divulgación de esos datos produzca un favor a la reputación o renombre del individuo que hace mención. (Kresalja, 2017).

La Ley de protección de datos personales, en su artículo 1, determina como su fin la protección de aquel derecho humano inherente a cada sujeto, en virtud del

ajuste del procedimiento de sus informaciones personales, descansado en el artículo 2, numeral 19 de dicho cuerpo normativo, a las directrices superiores y deberes que la misma ley contempla, cuando sea efectuados por personas ajenas, como empresas, instituciones estatales que mantengan o anhelan conservar su vinculación contractual con el propietario de esos datos personales, o entidades empresariales que no muestren posición debido de dicho titular. (Leysser, 2017).

Por esta razón, en el Código de Protección y Defensa del consumidor, en su artículo 1 se contempla su esencia predilecta y su vinculación con el derecho a los datos personales, en su artículo 2, se precisa el objetivo preventivo de los intereses del consumidor, en virtud de la erradicación de comportamientos y operaciones que los transgredan (inclusive a las fases anticipadas a la contratación), fuera del camino a los patrimonios propicios con sus necesidades e intereses. (Landa, 2017).

El amparo concedido no se basa simplemente en la capacidad de los patrimonios, o en la importancia de los datos otorgados al consumidor, igualmente anhelan ampararlos de contextos en la que pueden deformar los datos de su criterio o en las que la afinidad de su elección ilegalmente sea transportado al ámbito privado, en virtud de los mecanismos como las comunicaciones no autorizadas, contempladas en el artículo 58 del Código del Consumidor como operaciones comerciales prohibidas, que se puede tomarse en las premisas de incidencia indebida por el método de su práctica. (López, 2015).

Las comunicaciones comerciales no autorizadas, sean a través de algún aparato telefónico, mensajería personal, empleo de programas tecnológico o digitales, que afectan los derechos de los datos personales, son consideradas como operaciones complementarias a la comercialización del material mercantilizado sólida en su desarrollo y oferta frontales a individuos determinados, comúnmente con perfiles establecidos, realizando el procedimiento de sus datos personales. (Alfredo, 2016).

Estas operaciones se pueden efectuar por el comerciante mismo, o quizás empelando de unas empresas tercerizadas que se dedican a ese rubro que cuenta

con un sistema especializado e indispensable (fuente de llamadas, mecanismo de perfilamiento, base de datos), para otorgar tal servicio en los escenarios que determine ambas partes (la empresa y el tercero). En este escenario, las funciones que emplean es que la empresa contratada se encargue de extraer los contactos por intermedio de su base de datos, comunicarse con perfiles de potenciales clientes. (De Pablos 2014).

En efecto, no nos ubicamos ante un procedimiento indispensable de dos partes, ya que puede tener muchos participantes como fases, cada uno con una ayuda específica para cada individuo, así como los papeles distintos a obedecer; por ende, con destacados compromisos en relación con la Ley de protección de datos personales como de ley del código del consumidor (Franco, 2015).

La publicidad, se ha convertido en una fuente principal para la economía de cada país. Es por eso por lo que miles de fabricantes y comerciantes han apelado a la misma como herramienta idónea para promover los requisitos de los potenciales clientes. Asimismo, los primeros ejemplos de esta manera de comprender la publicidad se ubican en el desenvolvimiento del capitalismo. De esta forma la publicidad forma una operación de extraordinaria importancia, siendo un vehículo de comunicación. (Remy y Villar, 2016).

En ese sentido el fin inmediato de la publicidad no radica básicamente en alterar los valores o las conductas sociales, sino se basa en incitar comportamientos de consumo y adquisición. De esta manera, no cabe duda de que es un mecanismo adaptador de valores comunales, beneficiando aquellos que generan un incremento de las costumbres consumistas. Asimismo, es inevitable precisar que el deseo de persuadir ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad. Lo único que se ha ido evolucionando ha sido los medios que se emplean para hacer llegar la comunicación. (Ascarelli, 2019).

Alarcón (2018) y Díaz (2018) explicaron la importancia de saber que la expedición de comunicaciones comerciales en empleo de mecanismos electrónicos debe de considerarse como publicidad. Es entendible, la variación de la palabra

publicidad por la comunicación comercial, pero revistiendo un concepto muy cercado a la habitual publicidad. De esta manera, el vocablo de comunicación comercial, radica en el anhelo del legislador de engrandecer la definición de referencia, añadiendo, de esta forma, la restricción y manejo de novedosos medios promocionales que podían ubicar en los nuevos contextos de la publicidad.

De esa manera la comunicación comercial, es aquel modo de comunicación direccionada al impulso, frontal o colateral, de la imagen o los productos o servicios que ofrecen una entidad empresarial, institución o sujeto que efectué alguna operación comercial, industrial, profesional, académica. Sin contravenir a las informaciones que permitan acceder frontalmente a las operaciones de una persona, institución o empresa, empleado ciertos medio de comunicación o tecnológicos, siendo elaborados por un tercero o por ellos mismos. (Arenas, 2016).

En España se excluye el revestimiento de comunicación comercial a tres particularidades de mensajes: 1 aquellos que son propagados en internet con un propósito colectivo de carácter informativo, que no se debe de confundirse con la publicidad encubierta, 2 la publicidad institucional cuyo propósito radica en el impulso de ciertos comportamiento solidarios, como la donación de sangre y por último la de origen político y religioso, que incida a cada persona a una afiliación a algún partido político o secta religiosa. (Eguiguren, 2017).

En ese sentido se colige que la publicidad es una herramienta de índole competitiva, de lo más importante en la comunidad actual, que las entidades financieras emplean en el impulso de la contratación respecto a los productos y servicios que ofrecen en el mercado. Simplemente, no se basa en la promoción de las particularidades principales de los productos o servicios, sino que va más allá. En consecuencia, se plasma como un mecanismo que se divulga, infiltra y enaltece establecidos valores y roles de comportamiento apreciado como la fuente habitual de la conciencia colectiva. (Cevallos, 2018).

Esta operación no solo es informativa, sino lo que busca es la persuasión, los empresarios procuran anticiparse a la petición, velando para que la decisión de

adquisición pueda ser tomada lo más antes posible. La competencia financiera de los empresarios se realiza en relación de la labor promocional. En consecuencia, en el régimen financiero competitivo en el que se hallan los empresarios, en desafío constante con sus mínimos competidores, los mismos que tratan de esforzarse, en virtud de sus medios que se encuentran a su disponibilidad, en tratar de obtener, un mayor incremento en su esfera de consumidores y usuarios para que consuman sus productos. (Cotrina, 2017).

Esta persuasión, producto del suceso publicitario muestra relaciones de provocación, debido que, la competencia financiera que emana de los empresarios se efectúa en virtud de las comunicaciones comerciales.

El propósito persuasivo, adecuado de la catalogada manera propagandística, como manera competente propia de las misiones publicitarias, perjudica la rectitud, que tiene como peculiaridad de los datos, debidos que la hegemonía de diversas premisas se basa de las manifestaciones comerciales sólidas. Asimismo, la doctrina también apunta que deseos mensajes intrínsecos de carácter informativos va ligado a una cadena de derechos que competente a la empresa como sus consumidores. (Castillos, 2016).

En esta línea, cierto sector de la doctrina apunta que, frente a los mensajes puramente informativos, la comunicación publicitaria actual va unida a una intensa actividad creativa. Esta persuasión es un procedimiento por el cual la empresa comunicadora pretende incidir en las creencias, costumbre y comportamientos de los individuos o un conjunto de sujetos en base la cesión de un mensaje, a la cual el receptor tiene el libre albedrío de elegir la mejor opción. El término de persuasión, no se sustenta en engañar a los posibles clientes sino se basa en establecer su voluntad por los productos o servicios ofrecidos. (Carpizo y Carbonell, 2015).

Frente a la idea de la comunicación comercial basada en comunicar y persuadir a los receptores respecto a la preponderancia de los productos y servicios de la empresa comunicadora sobre a los demás se entiende que esta se torna agotadora cuando estas estrategias comerciales anhelan que los posibles

consumidores que cumplirán el rol de clientes y/o usuarios potenciales junto con el empleo de los medios de comunicación, y programas tecnológicos colaboran de una forma dinámica a trasladar el mensaje como un mecanismo importante en la comunicación comercial. (Martin, 2015).

El entorno y base de las libertades de expresión y datos alegan a requerimientos y necesidades sólidas propias de la dignidad humana; a la configuración de un contexto para el mejor desenvolvimiento del individuo y su interacción con las otras personas. Dichos requerimientos y necesidades en concordancia a su esfera personal y social; de manera que en base al reconocimiento de estos derechos alcance el resguardo y el amparo de su independencia personal, en efecto, consagrar una autorrealización individual. (Cerda, 2015).

De esta manera, respecto al derecho a la libertad de información, extiende sus efectos a recibir como el de informar respecto a diversos temas en particular. La libertad natural inherente de cada individuo, no se concreta como un derecho incondicional, producto que concurre restricciones inherentes que intentan prevenir el accionar abusivo del mismo. (Durand, 2015).

Esta libertad oriunda e innata de cada individuo, no se conforma como un derecho absoluto, debido que concurren restricciones de su naturaleza que procuran prevenir la práctica abusiva de estas. Las restricciones a la actividad de este derecho son los datos cuya operatividad se encuentra regulada por criterios de seguridad estatal, y otras que hace mención de la intimidad de terceros. Esta libertad de informar involucra la alternativa de prohibirse a realizar en lo que se refiere a los asuntos de interés personal, que, escaseando de notabilidad social o estatal, tienen que conservarse en cautela y de mucha discreción. De este modo la información a emitirse y recibirse debe ser veraz. (Quispe (2017).

Por ello, la comunicación comercial cumple un rol transcendental en el transcurso de la sociedad tiene la facultad de apegarse en el sujeto que la percibe y, de este modo, sus efectos tienden a ser inmensamente positivas o abusivamente negativas. Esta, es apta de producir en el destinatario cierta manera de analizar o

buscar una conducta particular, anhelando una aceptación extensa de sus productos y servicios ofrecidos. (Huamani, 2018).

En este sentido, estos tipos de comunicación comercial urgen de ciertas restricciones y respuestas legales para el idóneo ejercicio del mercado. La comunicación comercial, se encuentra incuestionablemente relacionada al derecho del consumidor, debido a que pueden realizarse transgresiones a este rubro, como el perjuicio que podría ocasionar el uso indebido de los datos personales sin autorización en las diversas demostraciones de comunicación comercial no consentidas, ya que de esta operación pueden ocasionar un engaño al consumidor a través de datos informaciones erróneas. (Carojulca, 2015).

Lastimosamente, no existen las mínimas leyes dentro de la esfera de aplicación y lo que hace la legislación es encomendar la restricción de la comunicación comercial. Los operadores financieros y los mismos consumidores y/o usuarios quedan desprotegidos contras las operaciones que se efectúan en las mismas, los cuales transgreden derechos constitucionales entre ellos de los datos personales, como de los consumidores como personas indefensas en las relaciones determinadas. Por eso no se cuenta con un cuerpo legal propicio, ni con una institución estatal o particular capaz evitar y solucionar los diversos problemas que produzcan en el contexto de la comunicación comercial de bienes o servicios. (Franco,2015).

Asimismo, existen cuerpos normativos específicos como la Ley SPAM, que restringen él envió de ciertas mensajerías electrónicas, como formas de comunicación no consentidas, precisan de forma expresa que concurren dos modos de compartir mensajes electrónicos de índole comercial a los consumidores sin solicitar la aprobación al que hace mención en la ley de protección de datos personales. De este modo, se tratará del correo tecnológico comercial requerido el envío de mensajes de aquellos agentes (empresas) que tengan una vinculación de índole contractual con el destinatario, siempre y cuando se envié la publicidad del agente y tengan alguna autorización y vinculo primeramente contratados. (Sumar, 2018).

La UE (Unión Europea) destinó un método singular referente a comunicación comercial desenvuelta en el contexto digital por intermedio de la Directiva respecto al Comercio Electrónico. Esta directiva contempla, la publicidad cuando establezcan parte de un servicio de la comunidad de la información, principalmente en base al empleo de mensajes electrónicos. Esta directiva se impone sin menoscabo del contenido de los demás cuerpos normativos que contemplan el ámbito de las comunicaciones comerciales. Sin embargo, de este conjunto de limitaciones, condiciones y prohibiciones que el sistema comunitario asigne a la libertad de expresión comercial que tengan por finalidad el amparo de la imagen del consumidor, en todas las áreas, patrimoniales como sociales, así como en la esfera digital. (Cruces, 2015).

Esta misma directiva respecto a la privacidad y expresiones tecnológicas, más allá que comprenda la vigencia del principio de originalidad, limita las publicidades electrónicas requeridas, que se conocen como comunicaciones no requeridas con propósitos de Compraventa, reconocidos como SPAM, así como los que se realizan por aparatos telefónicos o fax. Admitiéndose en dos situaciones, la primera cuando el agente tuviera informado del email electrónico del receptor por medio de un acuerdo contractual anterior, aun así, que se brinde la alternativa de resistir a ello, y en segundo lugar cuando el individuo lo haya autorizado anticipadamente, de manera libre y sin error el recibimiento de esa clase de mensajes. (Andia, 2016).

La Directiva respecto al comercio electrónico determina un mecanismo de control a comienzos sobre los servicios ofrecidos de la comunidad informativa, siendo responsable cada Estado integrante de cuidar minuciosamente que los prestadores determinados en su espacio cumplan con acatar el marco legal nacional al efectuar cualquier otra operación en esa esfera. Cada Estado se encuentra facultado si acepta o no la comunicación comercial no autorizada, efectuada a través de mecanismos tecnológicos, sin que el receptor, que se encuentra en otro Estado, pueda invocar algún cuerpo normativo para ampararse de lo que piense una posible intrusión de su privacidad. (Ruiz, 2016).

Sobre los datos personales

El derecho fundamental de datos personales se basa en una facultad de disposición y de manejo respecto a los datos personales que autoriza al individuo para elegir que datos serán facilitados a un tercero siendo el Estado o alguna entidad privada (empresas), o cuales consigue este tercero recolectar, y también consiente al sujeto saber quién tiene esos datos personales que forman parte de la protección del derecho fundamental de los datos personales se concretan legalmente en la competencia de autoriza la recaudación, de conseguir y el acceso de los datos personales, su futuro acopio y procedimiento, así como su empleo por algún tercero (Estado o entidades particulares). (Quispe, 2017).

Este derecho, de autorizar el conocimiento y procedimiento, tecnológico o no, de los datos personales urge como perfiles indiscutibles, en primer lugar, la competencia de entender en todo instante quien dispone de esos datos personales y que empleo le están sometiendo, en segundo lugar, la oposición a esta tenencia y empleo. De este modo son factores característicos de la conceptualización constitucional del derecho fundamental de los datos personales, a autorizar la recopilación y el empleo de los datos personales y tener conocimiento de estos. (Ballestero, 2015).

Es necesario, que para que surja efecto el trasfondo del reconocimiento del Derecho a ser conocedor de quien tiene cada uno de nuestros datos personales y bajo qué finalidad y el derecho de ponerse en contra de esta tenencia y empleo sugiriendo que de por concluida la tenencia y uso de sus datos. Vale decir, requiriendo al propietario de la base de datos que les comunique respecto a los datos que tiene respecto a su persona, permitiendo el empleo de sus registros de sistemas y cuál sería su destino lo que permite accede pensar posibles receptores y queda bajo su potestad la cancelación. (Guzmán, 2015).

Por ello de manera indiscutible la existencia de un genuino derecho, el de la protección de datos, cuya certeza es primordial para la presencia misma de la privacidad, conceptualizando los principios que la conforman. Estos principios

rectores se encuentran conformados por: Consentimiento, información, objetividad, calidad de la información, con especial relación a la igualdad y seguridad todos estos se encuentran contemplados en la LPDP, para su efectividad deben de pretender el reconocimiento, garantía y amparo de los derechos a los datos personales, corrección, anulación y oposición también siendo contemplados en dicho cuerpo legal. (Lazarte 2015).

Aun así la reserva de los datos y el derecho a la protección de información han de enfrentarse a procedimientos de avances tecnológicos producto de la globalización de la edificación de herramientas que concedan amparar al extremo su eficiencia contra los ataques que no conocen de espacios fronterizos y que derivan de países que cuentan con otros marcos legales, es por eso que uno de los más importantes impedimentos para combatir una garantía efectiva y tutela de reserva es la carencia de mecanismos legales que atestigüen su extraterritorialidad de los comportamientos ilegales del procedimiento tecnológico de los datos, en virtud con las cuales los espacios físicos, no poseen simplemente trascendencia alguna. (Caroajulca, 2015).

Así mismo es muy necesario tener en cuenta que numerosas normas y actividades, públicas y privadas, tienen un considerable impacto sobre la privacidad y el derecho a la protección de datos, que no siempre es identificado por quienes elaboran unas o llevan a cabo las otras. Es más, me atrevería a afirmar que la gran mayoría de las disposiciones que se adoptan, legales o reglamentarias, tienen una repercusión directa o indirecta sobre los derechos que ahora analizamos. (Landa, 2017).

Tras estos efectos es indispensable la aplicación de aparatos y/o procesos de valoración de impacto respecto a la privacidad. En la esfera de las novedosas tecnologías cada vez se divulga con mayor reiteración de la PIA (Privacy Impact Assemente) como medio que detecta aquellos escenarios relevantes a la privacidad y a los grandes peligros que pueden generarse con la incorporación de novedosas tecnologías. Lo que se anhela es incorporar protección de los datos privados en las operaciones de las entidades públicas y privadas, que puede ser empresas. (Kresalja,

2015).

Producto de este historial se hace mención a un nuevo principio, reconocido como Privacy by design en mérito del cual las contemplaciones respecto a la reserva de los datos deben ser implantadas anticipadamente al bosquejo de los regímenes tecnológicos, y comunicativos incorporando disposiciones de seguridad para las entidades física, así como procedimientos respecto a la reserva de los datos personales. Asimismo, este principio vincula el derecho con la técnica, parte fundamental para el desenvolvimiento de la privacidad. (Linares, 2014).

Sustento constitucional de los derechos sobre los datos personales

Este derecho también es reconocido como derecho a la autodeterminación informativa se encuentra regulado en el artículo 2 numeral 6 de la Carta Magna de nuestro país y del tribunal constitucional, que persiguen amparar la privacidad de cada sujeto en lo referente a sus datos muy particulares, ya que son cuestiones que lo revisten como único en una sociedad debido que son inherentes de él. (García, 2014).

Esta reserva se basa en revestir a cada sujeto de un predominio de sus datos, siendo aquella potestad sólida no solo en la competencia, reactivando de objetar cualquier intrusión a la privacidad en virtud del empleo de sus informaciones personales, asimismo, lograr alcanzar el procedimiento de sus datos cuando él lo autorice, sin desistir al manejo respecto sus datos que le alcance a corroborar que se haga una operación oportuna e idónea. Este manejo no disminuye la competencia de autorizar, reprender o regular las operaciones del procedimiento, sino que concierne el pleno conocimiento que el propietario de esos datos tiene de esto su debido trato. (Lazarte, 2015).

En este sentido tales facultades pueden expresarse con requerimientos al titular para realizar operaciones detalladas respecto a los datos personales materia de procedimiento, como es la extinción del mismo por el desabastecimiento del origen de que lo establecía, reajuste de informaciones personales, el requerimiento de un modelo de las informaciones personales que el titular acopia o de la información

respecto a las operaciones a efectuar con tales informaciones. (Quispe, 2017).

Precisamente estos fenómenos deben de ser resueltos debido que aprueba el conocimiento por parte del responsable de las informaciones personales, lo cual forma el cimiento o el inicio para practicar otros derechos, logrando comprenderse su naturaleza instrumental. En el marco legislativo nacional, el amparo en tales situaciones en ejercicio con el tratamiento de acceso, vinculado con la Ley de Protección de derechos personales en sus artículos 18 y 19. (Guzmán, 2015).

Derechos de información y acceso que amparan al titular de los datos personales, según el articulado de LPDP

Esos mismos artículos (18 y 19 de la LPDP) se relacionan por la obligación que posee el titular del trato de las informaciones de ofrecer datos sobre este a los responsables de las informaciones, de modo anticipada a la recaudación (premisa estipulada en el artículo 18) o en el trayecto del desenvolvimiento del tratamiento, configurándose en mérito de ambos el principio de claridad, en unidad con el ejercicio de otro derechos, asimismo lo precisa el reglamento Europeo de protección de las informaciones personales, constatado en su artículo 15. (García, 2014).

En contradicción de la Ley de Protección de Datos Personales en su artículo 18, que intuye el derecho de percibir referencias respecto al procedimiento de informaciones personales realizado en mérito de la obligación del titular del procedimiento de ofrecerla (resaltando el papel pasivo del responsable), asimismo el art, 19 reviste explícitamente al responsable la facultad absolutamente activa, dependiente de su actuar, de conseguir dos clases de datos: 1. Los datos respecto a si mismo y 2. Referencias respecto a la manera de recaudación, los criterios que la impulsaron y ha pedido quien se efectuó, así como los traspasos efectuados que se anticipan hacer de ellos. (Dumar, 2018).

De esta manera al vislumbrar el papel activo del responsable de las informaciones personales (indiscutible con la referencia del posible derecho a obtener, a practicar la acción), predice la presencia de un tratamiento de amparo para

sus derechos de acceso y de los datos en concordancia con la ley de Protección de datos personales en sus artículos 60 y 61, opuesta con el único mecanismo que, según el derecho a ejercer, muestra un tratamiento distinguido. (Huamani, 2018).

Posibles modalidades de ejercicio de los derechos ante empresas que realizan comunicaciones comerciales no consentidas

El objetivo de las definiciones antes efectuadas es alcanzar a un modelo de empleo práctico indispensable, en premisas cuya naturaleza entrometida es común para los sujetos. Poseyendo dos derechos aprovechables, practicado en mérito de un mismo tratamiento, se puede realizar las continuadas actividades en virtud de las ventajas normativas examinadas. (Ballesteros,2015).

Es posible requerir a la entidad empresarial anunciante (cuyos bienes se desean ofrecer en medio de diversas fuentes de comunicación) referencias respecto al hecho de haber conseguido sus referencias personales y en qué base de datos de su responsabilidad se acopia, los empleo que la misma entidad empresarial realiza y, de ser el caso la figura de las entidades de Call Center y otra clase de medios, con las que se distribuye los datos especificos, con el objetivo de requerir el cese de sus referencias o el apartamiento de la transferencia de la información a las entidades empresariales responsables de las operaciones comunicativas. (Cruces,2014).

El hecho de poder detectar a la entidad empresarial que comienza el acto comunicativo se configura como alternativa porque se identifica el papel de representante del anunciante (pudiendo indagar inclusive durante el mismo acto comunicativo), y referirse a esta, con el propósito de requerir referencias respecto a conseguir de sus informaciones personales y propósitos del procedimiento efectuado por dicha entidad empresarial, así como otros detalles, logrando requerir luego el cese de tales informaciones de las bases de datos de la entidad empresarial. (López, 2015).

Lo antes señalado puede ponerse en ejercicio con el derecho de acceso, y con la limitación del procedimiento respecto a una o algunas condiciones de

informaciones personales, como puede ser el email o el teléfono, que se recomienda en los hechos en lo que la entidad empresarial anunciante conserva una relación contractual con el responsable. (Landa, 2017).

2.2.2. Bases Teóricas de la Variable 2: Libertad empresarial

La investigación torna en función de la afectación de Derechos Fundamentales en este caso a la libertad de empresa, libre iniciativa privada y el derecho al trabajo en función a que el Decreto Legislativo N°1390 afecta en sobremanera la capacidad económica de esta industria para poder generar puestos de trabajo. Antes de poder determinar estos derechos como tal y poder enmarcar la investigación en una descripción sobre la industria de los Call centers en el Perú es importante definir para la doctrina que son derechos fundamentales:

En palabras de Häberle (2006) se sabe que es: “El conjunto de derechos humanos universales y nacionales constituyen hoy el concepto de derechos fundamentales. Aunque con diversa intensidad, ambas clases son parte integrante necesaria de la cultura jurídica de todo Estado constitucional” (p. 151).

En cuanto al contenido esencial de los derechos fundamentales, la Academia de la Magistratura (2011) ha determinado que:

> La limitación del ejercicio de un derecho fundamental, significa la existencia de una serie de restricciones en el ejercicio de un derecho fundamental en otros. No es que el derecho constitucional en sí mismo pueda resultar restringido o limitado, sino únicamente su ejercicio” (p. 34).

Esto nos da a entender que el contenido esencial de un derecho fundamental pueda determinar que un derecho no es absoluto en diferentes situaciones y que tiene limitaciones.

Asimismo, la libertad de empresa se inscribe dentro de un tipo de estado y un tipo de régimen económico al cual se adhiere su constitución. En el caso del peruano

es la economía social de mercado, que también incluye otras libertades económicas como la libertad contractual, la libre iniciativa privada y la libre competencia. (Gómez, 2019).

La economía social de mercado favorece que la economía en el mercado se oriente sin la intervención del estado hacia el equilibrio de la oferta y demanda de bienes y servicios, a pesar de ello el estado puede intervenir cuando le parezca prudente con la finalidad de proteger el bien común. De ahí el componente social que se le reconoce a este modo de régimen económico.

La misma constitución señala que el ejercicio de las actividades empresariales no debe de ser lesivo a la moral, ni a la salud, ni a la seguridad pública, es por ello que una organización empresarial, por ejemplo, dedicada al contrabando es una organización delictiva sujeta a la persecución de la ley penal con el fin de proteger a la sociedad de futuros altercados que vulneren sus derechos, lo mismo con trata de personas, otras creadas para interceptar reuniones o conversaciones de índole privadas o personales, e incluso para el tráfico de elementos dañinos para la salud (drogas y armas). (Coronado, 2020).

El derecho empresarial limita a la empresa para que ninguna actividad de índole empresarial, siendo la misma licita, se pueda amparar para su ejercicio en la vulneración de normas de carácter público, por ejemplo, la tala de árboles y la pesca son actividades licitas, sin embargo la tala ilegal, la pesca negra o la comercialización de elementos prohibidos son conductas antijurídicas, es por ello que no se debe alegar en ejercicio de la libertad de empresa se pueda degradar el ecosistema o atentar contra la salud, además de la explotación laboral o esclavitud infantil.

El estado no puede libremente desarrollar actividad empresarial al amparo de la libertad de empresa, ya que las libertades son oponibles al estado. El estado solo está facultado para realizar lo que específicamente le permite la constitución y demás normas. La constitución establece como el rol subsidiario, es decir el estado solo puede desarrollar actividad empresarial con un acuerdo del congreso que se materializa en una ley, teniendo en cuenta que el mercado no se encuentre servido

por la iniciativa privada, para estos efectos será indispensable probar la conveniencia del pueblo, asimismo se puede intervenir regulando la libre competencia. (Coronado, 2019).

La Constitución en su artículo 61° señala que el estado vigila la libre competencia, no se condena el monopolio, pero se persigue el abuso del misma, según el D.L N° 1034 define la posición de dominio a aquel agente económico cuando tiene la libertad de distorsionar o modificar la oferta y la demanda, el abuso se da cuando ostenta prácticas abusivas para restringir a la competencia, todo ello regulado por INDECOPI, que es el ente regulador y perseguidor de estas prácticas.

La libertad de competencia disciplina a las personas, protege a los consumidores, es la capacidad de escoger que tiene el consumidor, al rechazar un producto para elegir otro con mejores beneficios o características que se aliñen a sus gustos, esto mejora nuestro empresariado, lo hace más competitivo. Este juego de actividades rivalizantes, tiene por mérito generar mayor calidad empresarial. (Bullan, (2017).

La empresa es una concepción financiera que ha sido incorporado al contexto jurídico de nuestro país, de una manera no muy satisfactoria, ya que nuestro cuerpo normativo ha utilizado el vocablo nomen que quiere decir empresa para conceptualizar dichas personas jurídicas. La empresa es una definición financiera mientras que, cuando se hace referencia a las personas jurídicas se encuentra en la esfera del derecho. (Torres, 2014).

En este sentido una entidad empresarial es una institución jurídicamente conformada que puede tener como titular a una o varias personas (naturales o jurídicas) y con la concurrencia de medios humanos, materiales, financieros y mercantiles. El estándar financiero y la organización jurídica de la entidad empresarial podrían conformarse tomando en consideración aspectos importantes: edificación, constitución, competencia, graduación, método. (Alfageme, 2015).

La entidad empresarial como persona jurídica, es una postura que procura

ceder a la entidad una personalidad propia, revistiéndola como un cumulo estructurado de personas o materias, conformándose centros particulares de vinculaciones legales que apremian un establecido objetivo duradero en el periodo. (Campiña y Fernández, 2018).

La entidad empresarial constituida como patrimonio de afectación, es otra postura que se basa en la autonomía del bien que no otorga a esta alguna autonomía personal. La responsable seria siempre la persona, pero se generaría un distanciamiento de una porción de sus patrimonios que quedará emancipado de los demás, con una dirección propia, una razón social independiente, sus propias vinculaciones en virtud de los terceros. En el hecho de los empresarios él sería el responsable de los bienes (civiles y mercantiles). (Echaiz, 2018).

La empresa como universalidad es una postura que contempla a la entidad empresarial como un cumulo de derechos o de bienes que no carecen de individualidad, pero personifican una unidad especial y logran ser propósito de un trato legal unitario. Se basa, en cierta manera, de un manejo de la definición romanística de Universitas. Asimismo, puede ser considerada como una universalidad de hecho o de derecho o posiblemente mixta. (Elías, 2017).

Por otro lado, la empresa como una organización es una posición y que el factor esencial de la empresa es su estructura, la clasificación de los elementos reales e individuales que la forman más los factores materiales y de derechos a ellos establecidos. En este sentido, sería el bien material el que le revisten la facultad de constitución que le da existencia lo que direcciona su estructuración interna, la experiencia en los negocios, las vinculaciones con los distribuidores y usuarios. En base a esta postura la entidad empresarial puede escasear de factores patrimoniales tangibles. (Linares,2014).

Se contemplaba que la entidad empresarial, le concedía una notable y absoluto derecho a sus responsables o titulares que poseían el manejo propicio de la misma, porque, son estas personas que han financiado a través de su capital asumiendo el peligro de la operación empresarial; desde luego, intentando gestionar

la satisfacción de aquellos y la protección de sus derechos. Siendo un pensamiento sobresaliente en la totalidad de regímenes económicos del mundo, conceptualizando la libertad empresarial como la facultad de escoger la estructuración y realizar el desenvolvimiento de un mecanismo de elaboración de productos o de prestación de servicios. (Kresalja, 2017).

La libertad, que es un fin emanado de un derecho natural, conjuntamente, en la fuente de todos los derechos. Distinguir un derecho y limitar de libertad para operar es una egoísta ironía legal que se ha notado en toda la historia muy a menudo. En vinculación con los datos, debido que la libertad de expresión forma la manera de libre de ejercicio al derecho a informarse (Durand, 2015).

La libertad es un derecho difícil de ser separado de un sujeto, que no debe ser susceptible de confusión con el libre albedrio. Es la potestad personal de escoger y, por tanto, de elegir por la operación, sin impedimento, de un derecho, entre ellos el conjunto de competencias que forman el derecho a la comunicación. Defender y proteger la libertad en mérito de la información es defender y proteger el derecho característico a vivir en una sociedad. (García, 2014).

En ese sentido la libertad empresarial forma parte de un principio constitucional respecto el cual funda el derecho empresarial, de tal modo que tiene el aprecio constitucional, así como es amparado en el Perú, desde la constitución de 1979 en su artículo 13, y después con el ingreso vigente de la Constitución de 1993 en su artículo 59, en la cual el Estado avala la libertad empresarial dentro del territorio peruano (Landa, 2017).

Águila y Echaiz (2016) acotaron que la libertad de empresa tiene un efecto muy indeterminado y ha producido inconvenientes de interpretación, generando la imparcial postura respecto sobre ellas que proponen normalmente los empresarios para escudar su conducta arbitraria de los derechos ajenos. Es indispensable expresar que la libertad empresarial es una ramificación de derechos o libertades que autorizan, el desenvolvimiento de la operación empresarial. Considerando los derechos de acceso al mercado, constitución de la entidad empresarial,

estructuración de la entidad empresarial, administración de la entidad empresarial, relación con otras entidades y salida del mercado, etc.

La libertad de la empresa es un significativo instrumento en virtud del libre desenvolvimiento de la personalidad, siendo considerado un pilar fundamental para el incremento económico y la satisfacción social, concedida de beneficio social, disconforme con la ilicitud de la operación de las facultades estatales y la inseguridad jurídica y vinculada enérgicamente con la igualdad. Tratándose de una libertad que determina un mandato encaminado a los poderes estatales para extinguir los frenos que impiden el desarrollo de la iniciativa particular. (Alfredo, 2006).

Por otro lado, la libertad de empresa es un precepto fundamental que en paralelo contiene un derecho personal cuyo responsable es todo sujeto que decida empezar alguna operación económica y una regla que es asignada por el Estado restringiendo sus actividades empresariales. Este derecho es exigible frente a los demás particulares y contra el mismo Estado. (Lazarte,2015).

La libertad de empresa se basa en la alternativa de controlar libremente la operación empresarial dentro de lo concerniente en el Sistema legal. La empresa es una institución que asume posiciones desenvueltamente sin transgredir el derecho, siendo una libertad concreta porque la existencia corporativa tiene peculiaridades singulares y procesos puros que deben ser acatados, más aún en lo que menciona a las vinculaciones socio-empresarial (entre socios, entre empresas). (Cevallos, 2018).

Por otro lado, la libertad empresarial es un derecho constitucional cuya naturaleza es mercantilista debido que ampara la autodeterminación de cualquier sujeto de ejecutar una infinidad de modos, operación empresarial. Ello involucra la elección del sector de la operación mercantil en donde se va a desenvolver las acciones empresariales y la manera en la que se efectuará; el acceso al mercado sin ninguna limitación, efectuando operaciones legales, en libre disposición con otras personas capitalista con el objetivo de rivalizar por las preferencias de los usuarios y clientes, consiguiendo algún favor económico que recaiga en su propio provecho, el de su entorno y de toda su comunidad. (Castillos, 2016).

En el Perú, la libertad de empresa es el derecho fundamental por el cual cada sujeto interviene en la operación económica de un determinado país, cuyo contenido fundamental de este derecho se halla en la independización para constituir operaciones financieras, permitir a sectores mercantiles y productivos, optar su modelo empresarial, así como sus condiciones. Esto está vinculado con el área de la libertad que la directriz de subsidio le demanda conceder al Estado en beneficio de los sujetos. De este modo, por la naturaleza del subsidio se urge de cierta intromisión del estado que conceda que los particulares se relacionen económicamente en un merado propicio. Por eso el Estado a través de su administración debe de garantizar el ejercicio de la libertad empresarial que conceda el libre acceso al mercado, impulso eficaz, castigue a los monopolios, etc., a fin de conservar la igualdad jurídica. (Cerda, 2016).

Pero, bajo ese concepto este derecho empresarial en goce a su libertad se encuentra regulado constitucionalmente en el artículo 58, la cual precisa que la decisión particular es libre y adherida al artículo 59 que contempla que el Estado tiene el deber de promover la constitución de la riqueza y ser el aval de la libertad empresarial, concediendo oportunidades en forma equitativa en todos los sectores, impulsando las micros empresas.

Por otro lado, El TC ha determinado que estos derechos no solo se restringen a poseer la libertad de constituir empresas sino también en cumplir los propósitos de la entidad empresarial (libre operación mercantilista) y gestionar la estructuración formada diariamente. (García, 2014).

Este derecho, así como el de la libre expresión comercial es viable que sean observados en su auténtica dimensión, siempre que provenga de la Carta Magna y que se santifique dentro de los principios superiores la base de la libertad de expresión comercial, basado por las definiciones ampliamente unificadas en la siguiente sucesión: el individuo, sus derechos y libertades, la libertad empresarial, la libertad de expresión comercial. La sucesión de estas referencias alcanza a comprender por qué la libertad de expresiones comerciales un derecho fundamental en aras del crecimiento económico. (Durand, 2015).

De esta forma ampliando a cada momento el concepto de la libertad de expresión, es conveniente precisar como uno de los aspectos de la libertad de comunicación, la competencia de propagar comunicación comercial, lo que demuestra que lo comercial no puede ser asumido como algo opuesto del conjunto de las cosas que se pueden comunicar. Resultaría ilícita e inexacta la segmentación de los contenidos entre lo informativo de lo comercial; por esa razón, este derecho de informarse tiene dos vías, el de comunicarse y ser comunicado. (Kresalja (2017).

En ese sentido el derecho a absorber información se incorpora como parte fundamental de las libertades de expresión debido que apunta a la necesidad de estar instruido, de inmiscuirse en las bases del conocimiento para constituir opinión y formar las intrínsecas convicciones, la posición de cada persona referente a su realidad. Este derecho constituye una decisión anticipada a la libertad de expresión activa, ya que sin la adquisición de comunicación resultaría complicado tener posiciones que defender. Desde otro punto de vista, el derecho a absorber información contundente y verídica presume la total carencia de restricciones en la aceptación de la comunicación, así como la no prohibición respecto a esta. Este acceso a la comunicación será incondicional, libre, completa y sin restricciones para todas las personas. (Abad,2018).

La explotación de la comunicación comercial es el contexto común de la libertad de expresión comercial y no son una manera diferente a la posición del ejercicio del derecho a la publicidad, cuyas bases constitucionales se encuentran amparadas en el derecho de comunicar, de ofrecer productos y servicios especializados, la libertad empresarial y por último, el derecho a la libre desenvolvimiento de la personalidad reconocido como derecho de la autodeterminación en merito que precisa el libre albedrio de comunicar a sus comensales por diversos medios de comunicación . (Arenas,2016).

Derecho empresarial en el Perú

Lo escenarios vividos durante las décadas difíciles de los 90: el fin de la guerra fría, el fin del orden soviético, la confirmación del neoliberalismo, el terrorismo

en el Perú, en toda esta coyuntura, el derecho empresarial apareció producto de la Carta Magna de 1993. Con el objetivo de reincorporarse al mercado financiero internacional, asumiendo un modelo económico nuevo alineándose a las políticas económicas predominante en esos años, el libre mercado. (Castillos, 2016).

Respecto al artículo 59 de nuestra Constitución de 1993, se encuentra contemplado la libertad empresarial, ya que el panorama en esos años conllevaba la formación de leyes concordantes a los diversos cambios que se estaban desenvolviendo. El sistema económico de la Constitución de 1993 es producto de sucesos sólidos, en el ámbito externo, la adaptación de normas foráneas internacionales y el ámbito interno, la denotación territorial junto al crecimiento de la informalidad, que ameritaba el apoyo a la micro y pequeña empresa y al rubro agrario. (García , 2014).

En ese sentido la libertad de expresión forma parte de uno de los derechos más valiosos y relevantes de la persona, así como su fisionomía distintivo e indispensable de una comunidad que intenta ser valorada como democrática. Debido que se puede afirmar que el estándar de integridad en su práctica puede ser de mucha utilidad como instrumento para calcular el grado de libertad y tolerancia en un establecido sistema político, así como examinar el criterio de las entidades políticas y legales de una comunidad. (Ariño, 2015).

A efectos de los objetivos de la investigación se entiende que el libre mercado, producto el sistema económico, empleado en nuestro país ha significado en muchos escenarios una evolución positiva, en comparación de la triste década de los años 80. El auge económico de 1993 fue producto del fin de los grupos terroristas como parte de la nueva maniobra económica, colaborando para mantener la recuperación. De esta forma terminaron beneficiándose con esta medida en otros ámbitos como la reducción de la inflación, la restauración del manejo de las finanzas estatales y a la efectuación de un programa de liberación comercial. (Sumar, 2018).

La libre expresión comercial, sus efectos y su transferencia es dable observarlos en su auténtica dimensión, bajo cumplimiento de su naturaleza en la

Constitución Política, que contempla dentro de las directrices primordiales la base del derecho de la libertad de expresión comercial, basándose por las definiciones ampliamente adheridos que acarrea a una senda de derechos, como es la libertad empresarial, de la expresión comercial que forman parte de los derechos reconocidos por todo sujeto de derecho. (Landa, 2017).

Respecto a las entidades empresariales e instituciones con fines de lucro, los menoscabos económicos no solo implican de las transgresiones comprendidas como una pérdida de los patrimonios, sino también de los daños comprendidos como los ingresos lícitos que nunca más se obtiene o los egresos adicionales producidos, generando que se lesione la productividad y la competitividad de las entidades empresas. (Landa, 2017).

En ese sentido el detrimento en la productividad de una entidad empresarial influye significativamente en sus resultados, en su imagen y por ende a corto y un largo periodo en su competitividad, estando vencido por sus contendientes comerciales por infinitos motivos, como: Demora en el plazo de la cesión y respuestas, ya que los datos en la debido oportunidad y periodo, revelan mucho, esos mismos datos puede ser empleada por los adversarios y alcanzar algún tipo de ventaja, como ejemplo informaciones de los clientes.(Caroajulca,2015).

2.2.3. Teorías generales relacionadas con el tema

Teoría de la libertad

La libertad personal, es la facultad constante que tiene el ser humano para efectuar el ejercicio de sus propias actividades, morales y físicas en servicio de sus oportunas necesidades con el fin de conseguir ciertas hazañas. Asimismo, la libertad es un don innato y fundamental al ser humano, su estructura axiológica, es necesario para el desprendimiento del hombre con su entorno social, al mismo tiempo es un derecho y valor necesario para su realización. (Ríos, 2014)

Teoría del derecho positivo

El derecho positivo es una corriente filosófica que hace referencia a la estructura de las normas jurídicas, siendo el Estado el ente que regula las normas mediante las disposiciones legislativas. Es decir, es el Estado quien promulga las normas las cuales regulan la convivencia social.

La coyuntura constitucional determina que, la efigie de los derechos fundamentales surge a partir de las necesidades de la población las cuales carecían de libertad y justicia. Por ende, estos indispensables derechos están establecidos en la Constitución de un Estado, el cual es considerada como indispensable dentro de una sociedad, por tanto, los derechos fundamentales son inherentes a la persona por obra de un Estado constitucional democrático. Asimismo, la dogmática constitucional, busca esclarecer la fuente que conlleve a otorgar un rol protagónico en el fortalecimiento y perfeccionamiento del Estado constitucional en América Latina. (Landa, 2002).

Teoría estructuradora del derecho

Al reconocer esa estructura de concretización del derecho, ella se vuelve inicialmente más sincera, más segura. La aclaración acerca de las condiciones y del potencial de rendimiento de la objetividad jurídica es una premisa necesaria de racionalidad mayor. La aparente cualidad de dominio formal de la “interpretación” y “aplicación” de una norma jurídica da cabida a su concretización, que solo puede ser sometida de manera limitada por medio del formalismo y es, en principio, estructuralmente igual para la movilización teórica de la doctrina y para la movilización práctica de la implementación del derecho por órganos constituidos para dicha finalidad. Lo que en ese proceso no resulta de la nada normativa, a pesar de ser concretizado con vistas a un problema determinado, es la norma como lavo in action; esta es integrada “a partir de la interdependencia de justicia del caso actual y del planteamiento del objetivo reconocido hasta el momento. (Müller, 2020)

2.2.4. Método de triangulación teórica

PROPOSICIONES TEÓRICAS

a) Teoría de la libertad
b) Teoría del derecho positivo
c) Teoría estructuradora del derecho

INTERPRETACIÓN HERMENEÚTICA

a) Esta teoría señala que el ser humano es libre de tomar decisiones siempre y en cuando servicio de sus oportunas necesidades con el fin de conseguir ciertas hazañas, podrán elegir realizar acciones positivas para el sujeto beneficiario. (Ríos, 2014)

b) El derecho positivo es una corriente filosófica que hace referencia a la estructura de las normas jurídicas, siendo el Estado el ente que regula las normas mediante las disposiciones legislativas. (Landa, 2002)

RELACIONES EMPÍRICAS

La Ley N°29571 está ligado con los Derechos fundamentales empresariales en tanto que las modificatorias o alcances de la ley de inferior rango deben estar conforme con la Constitución. Siendo el Código de Protección y Defensa al Consumidor de menor jerarquía en la pirámide de las leyes.

CONTRASTE

Existe una falta de atención en la protección a los derechos de libertad de empresa toda vez que la Ley N° 29571 no debe velar solo por un rubro en específico y proponer alternativas de solución que sean de correcta aplicación para todos los casos.

La importancia de modificar el Código de Protección y defensa del consumidor a su estado anterior significará un antes y un después para las empresas de la industria del call center ya que la traba legal genera retrasos en su productividad y bajas ganancias desde la aprobación de esta ley.

SELECCIÓN DE MEJORAS, PROPUESTAS

Los derechos a libertad de empresa iniciativa privada libre y el derecho al trabajo son derechos que ayudan al desarrollo económico del país bajo la aplicación correcta de la ley.

Para poder legislar se debe de realizar el test de proporcionalidad del profesor Robert Àlexy o un estudio de predictibilidad, para poder estar consiente si la norma ayuda a más personas o afecta a más personas

REFORMULACIÓN DE LAS TEORÍAS

Los derechos a libertad de empresa e iniciativa privada libre y el derecho al trabajo son derechos constitucionales respetados por nuestras normas y por el pueblo, toda vez que serán los que manejen la parte económica bajo la aplicación correcta.

La interacción de las teorías puede subsistir siempre en cuando no, vulnere a otra, siempre que se realice el test de proporcionalidad

Figura 1. Triangulación Teórica.

2.2.5. Marco Legal

En la Constitución, se defienden derechos fundamentales de la persona del Estado, pasando por el Régimen económico. Estos derechos fundamentales en sí. Son *numerus apertus***,** es decir, no solo son derechos fundamentales los que están estipulados en estos artículos, sino también otros que como en el artículo 58 sobre los derechos económicos, y los que nuevos derechos que reconoce la jurisprudencia nacional (Tribunal Constitucional) o la jurisprudencia internacional (la Corte Interamericana de Derechos Humanos, la Corte Suprema de EEUU o el Tribunal Constitucional Federal Alemán, entre otros).

- Constitución Política del Perú artículo 2, artículo 22, artículo 59 con respecto a los Derechos Fundamentales de Trabajo, libertad de empresas, y libre competencia.

- Ley N° 29571 Código de Protección y Defensa al Consumidor.

- Decreto Legislativo N°1390 que modifica la Ley 29571 en su artículo 58

- Ley N° 29733 – Ley de Protección de Datos Personales.

Deben comprenderse algunos sucesos complicados que se encuentran en el art. 19. Este exhibe un derecho como representa el acceso, comprensible como especialmente encaminados al conocimiento referente de las informaciones personales del responsable que son materia sobre el que reviste el procedimiento, en el cual se entiende con el acceso a estos, o de entrega plena, como ocurre con las copias esto en concordancia con la Sentencia del Exp. 693-2012-PHD/TC, por parte del Tribunal Constitucional. Esta peculiaridad lo distingue de la dilación del derecho de datos que en el párrafo textual de la norma lo contiene. (Cabello, 2014).

2.2.6. Jurisprudencia relacionada al tema

Resoluciones del Tribunal Constitucional

El Tribunal, en diferentes sentencias, ha defendido la libertad de empresa como derecho fundamental en el Estado Peruano. Así tenemos a:

Expediente Nº 0008- 2003-AI/TC118, el Tribunal Constitucional peruano menciona que: La facultad de poder elegir la organización y efectuar el desarrollo de una unidad de producción de bienes o prestación de servicios, para satisfacer la demanda de los consumidores o usuarios responde a la libertad de empresa.

Expediente Nº 3330-2004-AA/TC119, en el Proceso de Amparo, nuestro Tribunal señala que: La libertad de empresa permite el disfrute de un rendimiento económico y satisfacción espiritual a través de la elección libre de actividad ocupacional o profesional que desee o prefiera desempeñar, categorizada por la persona jurídica capaz con fines lícitos, determinados y posibles.

Expediente Nº 1972-2007-AA/TC120 La libertad de empresa (…) es el ejercicio de múltiples actividades correspondiente por derecho le corresponde a toda persona natural o jurídica, y sujeto a determinados requisitos expresos y normativos, que supone la exigencia legal para el desempeño de funciones por razones de interés social o privado.

Expediente Nº 0011-2013-PI/TC, el tribunal también señala que la libertad de empresa es un derecho fundamental mediante el cual se garantiza la facultad de toda persona a elegir y crear libremente una institución u organización con el objeto de dedicarla a la realización de actividades que tengan fines económicos, ya sea de producción de bienes o prestación de servicios, orientados a satisfacer necesidades

2.2.7. Derecho comparado

En el derecho comparado, a la libertad de empresa generalmente se le ha reconocido como un derecho fundamental. Efectivamente, doctrinas como la alemana y la española le han asignado el carácter de fundamental sobre el supuesto de aproximar el contenido y concepto de esta libertad a otros derechos reconocidos expresamente por el Constituyente como fundamentales.

En Alemania, la Ley Fundamental de Bonn no consagra expresamente la libertad de empresa, y por tal circunstancia, la doctrina y la jurisprudencia han aproximado la libertad económica a otros derechos como el libre desarrollo de la personalidad, la libertad de profesión o industria, el derecho de propiedad, la libertad de residencia, la libertad de asociación y la libertad en general, para por esta vía hacer de la libertad de empresa un derecho fundamental.

De forma semejante en España, se identifica el concepto de libertad de empresa con el derecho de libertad de iniciativa económica, el derecho a la propiedad privada, el derecho de asociación, la libertad de residencia y circulación, el derecho al trabajo, la libre elección de profesión y la libertad general de contratación, con miras a otorgarle igualmente el carácter de fundamental.

2.2.8. Definiciones Conceptuales

Derecho a la libertad de empresa: Según el artículo 59° de la Constitución que el estado estimula la creación de riqueza, asimismo garantiza la libertad de trabajo, en ese sentido también brinda a todo peruano la facultad de generar riqueza. La libertad de empresa comprende la libertad de fundar una empresa, de acceder al mercado, de organización empresarial escogiendo cualquiera de las formas previstas en la ley, y la libertad de salir del mercado. (Coronado, 2020)

Libertad contractual: Para que pueda existir una libertad contractual plena, se debe de contar con un marco legal sostenible en aras de regular los comportamientos de los proveedores para con sus consumidores, asimismo se brinda

a las empresas la libertad para fijar precio, y a los clientes el derecho de desear pagar o no el monto que exige la empresa, de acuerdo con su criterio. Esto tiene un efecto beneficioso en la económica, debido a que promueve la innovación empresarial y tratos mejores desarrollados, tal es así que solo las empresas más competitivas serán las únicas capaces de sobrevivir, sin embargo, si se limita a las empresas a ejercer el derecho de ofrecer sus servicios o bienes el estado puede perjudicar el mercado. (Roldán, 2019).

Libre iniciativa privada: La iniciativa privada es libre, es algo que parece olvidarse, en tiempos en el que el país entero se encontraba en una situación caótica de hiperinflación, fue la libertad de empresa y de iniciativa privada lo que logró el crecimiento económico, este régimen económico basándose en la constitución de 1993, fundamentado en la libre iniciativa privada es la clave para condiciones favorables económicas que vive el Perú, sin embargo, el Estado con el afán de proteger cierto sector de la población se limita aún más la libertad de empresa, lo que pueda generar el quiebre y la afectación de muchas. (Sardón, 2013)

Libre competencia: Es la libertad de producción de consumidores y proveedores en un mercado regulado libremente por la oferta y la demanda, cumpliendo un marco normativo en igualdad de condiciones, gracias a ésta libre competencia las empresas mejoran los productos que ofrecen, debido a sus rivales competitivos o por el alcance tecnológico, esto lleva a un aumento de calidad de bienes y servicios además de una eficacia para los clientes. (Zamora, 2020).

Derecho de protección al consumidor: Todo consumidor tiene derechos que deben de ser respetados a cabalidad, dentro de ellos está el ser informado de los productos o servicios que se le brindan, así como ser escuchado ante reclamos, quejas y observaciones, inclusive si hay dudas sobre el producto, el derecho a elegir si desea o no desea comprar el producto, recibir un trato equitativo y justo sin ánimo de ser discriminado o clasificado, así como la protección de su seguridad y al pago anticipado (Reyes, 2020) . Se debe evaluar los criterios de idoneidad, el código de protección al consumidor claramente establece que la idoneidad es la correspondencia que un consumidor espera, en función a la propia naturaleza del

servicio. (Reyes, 2020).

Publicidad Engañosa: Por un lado, la publicidad exagerada o engañosa es un tipo poderoso de anclaje, como una especie de imán atrayente para los clientes. Esto surge de la importancia que ahora no solo se le da a la calidad del producto, sino al tipo de enfoque o persuasión que tenga el mismo para que el consumidor desee el mismo. Muchos productos actualmente se valen de publicidad desleal para influir en clientes potenciales, sin embargo, otras estrategias que si funcionan para generar buenos réditos son el neuromarketing, el cual da un espacio positivo a tu marca. (Cobo, 2019).

Dentro de la competencia mercantil, se debe entender que está va más allá de ser el nexo causal entre personas, naturales o jurídicas, que ejercen actividades económicas de manera independiente por medio de la comercialización de bienes o prestación de servicios similares, de modo tal que las actividades de un agente repercuten en la actividad del otro. Dicho agente que es económico genera la toma de decisiones referente a una determinada actividad inclinada a la economía, para ello se debe comprender que toda actividad tiene tanto un impacto positivo como de arrastre o perjudicial para la competencia. (Palmisano, 2020).

Cuando normalmente se habla de la publicidad engañosa por medio de avisos publicitarios, redes como Facebook, Instagram, twitter, entre otros se refiere al hecho de que una empresa, hace uso de habilidad engañosa, exagerada, ya sea mostrando una imagen ficticia del producto, ocultando información sobre el mismo, brindando información errónea sobre el servicio que se ofrece, entre otros. Tal es así, que, el consumidor ensimismado por emoción consumista, compra el producto con el afán de tener lo que la empresa le hizo creer que obtendría a cambio de un monto económico, lastimosamente el consumidor no recibe lo que busca, es decir fue engañado gracias a esta modalidad. (Romainville,2017).

Cuando el consumidor, con decepción recibe el producto, siendo sorpresivo por la diferencia que existe con lo que ofrece el proveedor, puede denunciar el hecho, ya sea en el mismo INDECOPI o por medio del libro de reclamaciones físico o virtual,

mismo que debe de ser entregado con total acceso a los usuarios para cualquier queja o reclamo. En caso este reclamo proceda es la Comisión de Fiscalización de la competencia desleal quien se encarga de regular este rubro de publicidad engañosa cuyo objeto induce a error. (Aramayo, 2018).

Cámara de Comercio: La cámara de comercio es un cumulo de organizaciones, que esta principalmente diseñada por titulares de comercios, negocios o empresas, la actividad que realizan confluye en una determinada región geográfica, además de tener por objetivo velar los intereses que afecten su rubro. Es un tipo de red de negocios local, crea mayor interés en las empresas. (Zumaran,2019).

Infracciones administrativas: Las infracciones son aquellas que afectan a los bienes de más relevancia para quien tuvo alguna conducta antijurídica administrativa, deben las mismas estar ceñidas al principio de legalidad, la publicidad de normas, la irretroactividad de las disposiciones sancionadoras no favorables, responsabilidad de los poderes públicos entre otros.

CAPÍTULO III

MARCO MÉTODOLOGICO

3.1. Paradigma y enfoque de investigación

3.1.1 Paradigma de investigación

Los paradigmas nos brindan directrices las cuales permiten que el profesional o investigador de una disciplina utilice herramientas adecuadas y convenientes que permitan al profesional o investigador conseguir o lograr un objetivo.

Por lo tanto, en la presente investigación, el paradigma desarrollado es el paradigma positivista, debido a que el modelo de la investigación persigue un enfoque cuantitativo, este paradigma nos proporciona el apoyo de la ciencia, lo cual nos permitirá medir y resolver una problemática, por lo que, en la presente investigación desarrollada en la presente tesis, me he apoyado en las ciencias sociales. (Martínez, 2013).

3.1.2 Enfoque de investigación

La presente investigación contiene un enfoque cuantitativo ya que estudia los problemas o fenómenos desde el exterior y busca medir y cuantificar las variables mediante instrumentos confiables y válidos. Asimismo, el enfoque cuantitativo representa un conjunto de procesos que se van a dar de forma secuencial y probatoria, se utiliza el programa SPSS, con la finalidad de probar las hipótesis. (Hernández Fernández y Baptista, 2014).

La investigación tendrá un enfoque cuantitativo, porque los resultados se presentarán mediante estadísticas primero descriptivas y después con estadísticas inferenciales, tratando de medir el grado de relación entre, la ley de comunicaciones comerciales no consentidas y la transgresión a la libertad empresarial en la Cámara de Comercio de Lima 2020.

3.2. Tipo y diseño de Investigación

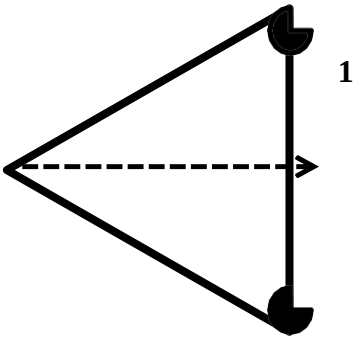
3.2.1. Tipo de investigación

El presente estudio es de tipo básica según su función pues está orientada a temas teóricos, en ese sentido, podemos afirmar que es básica porque fundamentalmente la actividad orientada a la búsqueda de nuevos conocimientos y campos de investigación sin un fin practico específico e inmediato. (Carrasco, 2013).

3.2.2. Diseño de investigación

Hernández et al. (2014), manifestaron que:

> El diseño que se utilizará en nuestro estudio es No Experimental, debido a que las variables no serán apta para que sean maniobradas, visualizando y describiendo las diversas presencias de fenómenos en un entorno natural, cuyo fin es de examinarlos estadísticamente, asegurando que el tipo de diseño es el correlacional causal. (p.152).



Dónde:

M, Es la muestra de investigación

X_1, Es la variable 1

Y_2, Es la variable 2

r, Es la correlación entre ambas variables.

Figura 2. Diseño de investigación

3.2.3. Nivel o alcance

El nivel es descriptivo correlacional ya que muestra con precisión

determinados ángulos de un suceso o situación. El nivel es descriptivo correlacional determina primero la descripción de las variables de la investigación, a continuación, también se hablará del grado de asociación de las variables para analizar la asociación existente, por otro lado, es un tipo estudio, no experimental de corte transversal, ya que no se manipulará las variables en estudio y la investigación se establece en un solo momento. (Hernández, 2014).

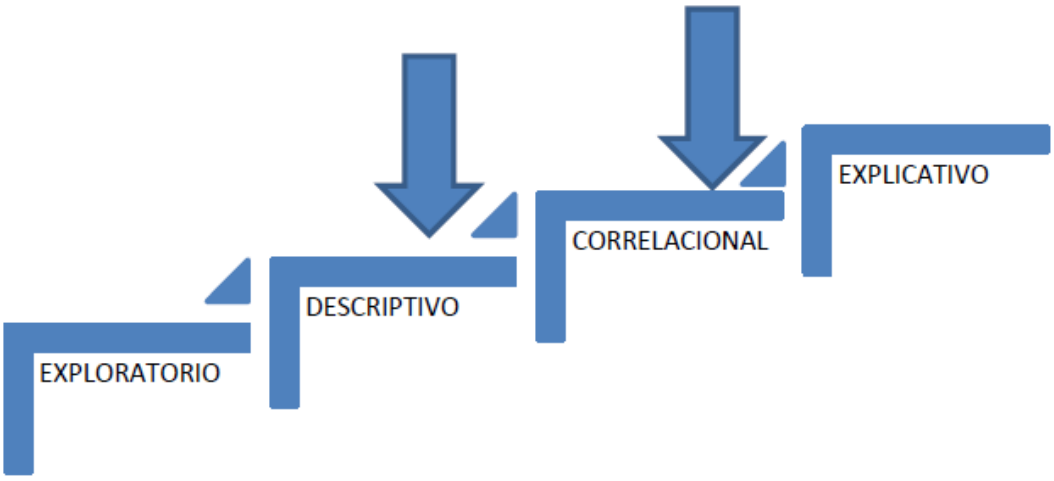


Figura 3. Niveles de investigación.

X ⟷ Y

X= VARIABLE 1 (Ley de comunicaciones comerciales no consentidas)

Y= VARIABLE 2 (Libertad empresarial)

3.3. Población y muestra

3.3.1. Población

Para la siguiente investigación la población a encuestar serán los trabajadores de la cámara de comercio de Lima, que ascienden a 57 personas, entre los que están, economistas, contadores, abogados, analistas y un grupo de estudiantes de economía aplicada, quienes con su aporte y conocimiento podrán darnos opiniones, certeras, del tema de investigación.

Para Hernández et al. (2014) la población es un conjunto de cosas o personas con las mismas caracterizadas.

Es importante definir la población en nuestro estudio, es decir, el “quién”. “Si la población en estudio es pequeña deben estudiarse todos sus miembros, pero si es grande, es conveniente escoger una muestra representativa (…)”. (Namakforoosh, 2011).

3.3.2. Muestra

Muchas veces es imposible tener contacto y observar a toda la población, por lo que suele trabajarse solo con una parte o “muestra”. El proceso de selección de esta porción del objeto de estudio se conoce como muestreo (Vara, 2010, p. 221). “La muestra (n), es el conjunto de casos extraídos de la población, seleccionados mediante métodos racionales. Ésta siempre parte de la población: si se cuenta con varias poblaciones a estudiar, entonces se tendrán varias muestras (…)”. (Vara, 2010).

Como nuestra población es pequeña, la población N es igual a la muestra n. El muestreo viene a ser el procedimiento para determinar una muestra que sea representativa de la población, teniendo en cuenta los parámetros o valores numéricos que caracterizan a la población. Existen dos tipos de muestreo: el probabilístico y el no probabilístico. El Probabilístico se divide en Muestreo aleatorio simple, sistemático, estratificado y Muestreo por conglomerados. Por su parte, el Muestreo no probabilístico se divide en Muestreo por cuotas, intencional de conveniencia y el muestreo Bola de nieve. (Valderrama, 2017).

3.3.3. Muestreo (no probabilístico)

Se denomina muestreo no probabilístico cuando en sus estimaciones no se considera margen de error, seleccionando en función de la conveniencia del investigador frente al objeto de estudio y según el criterio expuesto en el mismo.

3.4. Hipótesis

3.4.1 Hipótesis general

HG.- Existe relación significativa entre la ley de comunicaciones comerciales no consentidas y la transgresión a la libertad empresarial en la Cámara de Comercio de Lima 2020.

H0.- No existe relación significativa entre la ley de comunicaciones comerciales no consentidas y la transgresión a la libertad empresarial en la Cámara de Comercio de Lima 2020.

3.4.2. Hipótesis específicas

HE1.- Existe relación significativa entre las infracciones administrativas derivadas de la Ley N° 29571 y la disminución de oferta laboral en la Cámara de Comercio de Lima 2020.

HE0.- No existe relación significativa entre las infracciones administrativas derivadas de la Ley N° 29571 y la disminución de oferta laboral en la Cámara de Comercio de Lima 2020.

HE2.- Existe relación significativa entre los procesos judiciales que afronten las empresas y la deficiencia de productividad en la Cámara de Comercio de Lima 2020.

HE20.- No existe relación significativa entre los procesos judiciales que afronten las empresas y la deficiencia de productividad en la Cámara de Comercio de Lima 2020.

3.5. Variables y operacionalización

3.5.1. Variable 1: Comunicaciones comerciales no consentida

Definición conceptual

Frente a esto, en setiembre del 2018 el Ejecutivo aprobó el Decreto Legislativo N° 29571 que modifica en parte esté Código con respecto a las actividades empresariales en la industria de Call Centers en el Perú., La norma categoriza al uso de prácticas comerciales a través de llamadas telefónicas y mensajes masivos como un método comercial agresivo y engañoso que implica que los proveedores disminuyan de forma significativa la libertad de elección del consumidor**,** a través de figuras como el acoso, la coacción, la influencia indebida o el dolo. (Pascual, 2019) .

Definición operacional

La escala de Likert es un conjunto de ítems, presentados en forma de preguntas. Mide el grado de aceptación o rechazo en el participante eligiendo uno de los 2 puntos de la escala y son los valores. El Cuestionario de tipo Likert es el instrumento que se utilizó para la recolección de datos. (Hernández et al, 2014)

Dimensiones de la variable 1:

- Infracciones administrativas
- Procesos judiciales

3.5.2. Variable 2.- Libertad de empresarial

Definición conceptual

La investigación torna en función de la afectación de Derechos Fundamentales en este caso a la libertad de empresa, libre iniciativa privada y el derecho al trabajo en función a que el Decreto Legislativo N°1308 afecta en sobremanera la capacidad económica de esta industria para poder generar puestos de trabajo. Antes de poder determinar estos derechos como tal y poder enmarcar la investigación en una descripción sobre la industria de los Call centers en el Perú es

importante definir para la doctrina que son derechos fundamentales. (Álvarez, 2018).

Definición operacional

La escala de Likert es un conjunto de ítems, presentados en forma de preguntas. Mide el grado de aceptación o rechazo en el participante eligiendo uno de los 2 puntos de la escala y son los valores. El Cuestionario de tipo Likert es el instrumento que se utilizó para la recolección de datos. (Hernández et al, 2014).

Dimensiones de la variable 2:

- Disminución de oferta laboral
- La deficiencia de productividad

3.5.3 Operacionalización de las Variables

Tabla 1

Operacionalización de la variable 1: Comunicaciones comerciales no consentidas.

DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	DICOTÓMICA
Infracciones administrativas	Reconsideraciones	1. ¿Ud. cree que, con la prohibición de las comunicaciones comerciales no consentidas se incrementarán las infracciones administrativas para las empresas de Call Center?	1. Si 2. No
		2. ¿Ud. cree que, se deba de realizar recursos de reconsideraciones para las sanciones administrativas de las empresas de Call Center?	
	Apelaciones	3. ¿Ud. cree que, las apelaciones a las sanciones administrativas son el mejor mecanismo de defensa para las empresas de Call Center?	
		4. ¿Ud. cree que, en el Perú las apelaciones son el reclamo con más frecuencia por parte de los administrados?	

Procesos judiciales	Inconstitucional	5. ¿Ud. cree que, se deba reclamar la inconstitucionalidad de la norma que prohíbe las comunicaciones comerciales no consentidas, por vulnerar el derecho a la libertad de empresa?
	Procesos Contencioso administrativo	6. ¿Ud. cree que, los reclamos administrativos por lo general terminan en procesos contenciosos administrativos? 7. ¿Ud. cree que, la vía contenciosa administrativa es la más idónea para reclamar sanciones a las empresas de Call Center?
	Derivadas de la Ley N° 29571	8. ¿Considera usted que, la nueva modificación de la Ley N° 29571 (prohibición de comunicaciones y promociones comerciales) afecta los derechos fundamentales de la empresa?. 9. ¿Considera usted que, con la instauración de la nueva modificación de la Ley N° 29571, se reducirían los empleos en el Perú?
	Procesos Laborales	10. ¿Ud. cree que, con la instauración de la nueva modificación de la Ley N° 29571, aumentarán los procesos laborales en las empresas de Call Center?

Tabla 2

Operacionalización de la Variable 2: Libertad empresarial

DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	DICOTÓMICA
Disminución de oferta laboral	Derecho constitucional al trabajo	1. ¿Ud. cree que, el derecho fundamental al trabajo se ve perjudicado por la modificación de la ley de prohibición de comunicaciones comerciales no consentidas en el Perú?	1. Si 2. No
		2. ¿Ud. cree que, las empresas de Call Center son negocios que brindan trabajo a una gran parte del sector en el Perú?	
	Sueldos Bajos	3. ¿Ud. cree que, con la instauración de la ley de prohibición de comunicaciones comerciales no consentidas, los sueldos de los operadores disminuirán considerablemente?	
		4. ¿Ud. cree que, con la disminución de sueldos en este sector, generará más crisis en el Perú?	

	Nivel inadecuado del trabajo	5. ¿Ud. cree que, con la instauración de la ley de prohibición de comunicaciones comerciales no consentidas, las condiciones de trabajo disminuirán?
	Disminución de ingresos para la empresa	6. ¿Ud. cree que, han disminuido los ingresos de la empresa de call center por el Decreto Legislativo N°1390?
La deficiencia de productividad	Afectación a la libre competencia	7.- ¿Considera que la nueva modificatoria de la Ley N° 29571 afecta el derecho a la libre competencia en los centros de contacto call center? 8. ¿Considera que la nueva modificatoria de la Ley N° 29571, influye en la desvaloración empresarial del sector dedicado al call center?
	Protección a la empresa	9. ¿Ud. cree que el estado debe de proteger las pequeñas empresas dedicadas a los call center con la finalidad de incrementar la economía? 10. ¿Considera que la legislación peruana en la actualidad, debería proteger al consumidor, pero también a la empresa?

3.6 Métodos y técnicas de investigación

3.6.1. Método

En el presente estudio se utilizó el método hipotético deductivo, ya que este tipo de método permite al investigador trabajar desde lo macro o general, hasta lo micro o específico, es decir, consiste en ir de la hipótesis a la deducción, lo cual determinará la verdad o falsedad de los procesos, debido a que nos situamos frente a una investigación de enfoque cuantitativo.

3.6.2. Técnicas

Por las características del estudio, para la recolección de datos con respecto a las variables utilizaremos la técnica de la encuesta, que consiste en la formulación de preguntas con respuestas cerradas dirigidas a las muestras escogidas. (Hernández et al. 2014.)

Esta técnica, es utilizada para las investigaciones de enfoque cuantitativo, y es aplicada a la muestra para poder hacer el piloto de investigación.

3.7. Descripción de los instrumentos utilizados

El cuestionario es un instrumento usado en la metodología en la que consiste en un conjunto de preguntas debidamente elaboradas y nos permite elaborar una información con respecto a una o más variables, por lo general es un conjunto de preguntas plasmadas en un papel dirigido a la muestra (Hernández et al. 2014)

Como Instrumentos tenemos el cuestionario, que es un conjunto de preguntas cerradas, tipo Likert, realizamos 2 cuestionarios de 10 preguntas para cada variable.

3.7.1. Validez

La validez es considerada como el juicio de un experto, es decir, es aquella estimación practicada con criterio en base a los instrumentos por parte de los

especialistas, con el único propósito que se obtenga datos confiables para que sirvan en el cálculo estadísticos de las variables (Hernández et al. 2014, p.125).

3.7.2. Confiabilidad

La confiabilidad es obtenida a través de un sistema estadístico como el Alpha de Cronbach, permita revisar que el contenido del cuestionario en sí no sea tan redundante, la confiabilidad es parte de la revisión del cuestionario ya que, podría existir, preguntas o respuestas repetitivas. (Hernández et. al (2014)

$$\alpha = \frac{K}{K-1}\left[1-\frac{\sum S_i^2}{S_T^2}\right]$$

Figura 4. Fórmula de confiabilidad de instrumento

3.8. Procedimiento de análisis estadístico de datos

Se efectúa luego de obtener los datos a través de cuestionarios que se aplicarán a la muestra elegida, los cuales son anexados, utilizando la escala de Likert.

Posteriormente se procesarán los datos tabulándolos por medio de un software SPSS V.24 que ofrece el IBM que nos permite realizar una estimación muy completa, reconocido por su alto mecanismo para absorber un alto conjunto de datos, en base a una fórmula binomial teniendo como productos tablas y figuras en función a los rangos establecidos, se obtendrá la validez y confiabilidad con la aplicación de un sub programa llamado Aplha de Crombach con el fin de conocer los efectos que puedan ocasionar entre la vinculación de ambas variables, aplicando el estadígrafo, entregándonos las consecuencias que surgen de la conexión de la causa y efecto a través del programa estadístico Pearson considerando un margen del error del 5% para la contrastación de hipótesis.

La regresión lineal es un modelo estadístico que va a prevalecer la estimación de la variable dependiente sobre la independiente y su grado de relación que existe entre ambas, ofreciendo la oportunidad de presagiar las puntaciones de una variable con la otra. (Hernández et al, 2014.)

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1. Resultados obtenidos en la presente investigación

4.1.1. Confiabilidad del instrumento

Tabla 3

Número de encuestados de la Variable 1

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	57	100,0
	Excluido[a]	0	,0
	Total	57	100,0

Tabla 4

Confiabilidad de la Variable 1

Fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,731	10

Tabla 5

Confiabilidad de pregunta por pregunta de la Variable 1

Estadísticas de total de elemento				
	Medida de escala	Varianza		
1.- ¿Ud. cree que, con la prohibición de las comunicaciones comerciales no consentidas se incrementarán las infracciones administrativas para las empresas de Call Center?	9,93	2,459	,101	,748
2.- ¿Ud. cree que, se deba de realizar recursos de reconsideraciones para las sanciones administrativas de las empresas de Call Center?	9,88	2,003	,528	,686
3.- ¿Ud. cree que, las apelaciones a las sanciones administrativas son el mejor mecanismo de defensa para las empresas de Call Center?	9,91	2,367	,181	,740
4.- ¿Ud. cree que, en el Perú las apelaciones son el reclamo con más frecuencia por parte de los administrados?	9,96	2,570	,004	,750

5.- ¿Ud. cree que, se deba reclamar la inconstitucionalidad de la norma que prohíbe las comunicaciones comerciales no consentidas, por vulnerar el derecho a la libertad de empresa?	9,98	2,518	,171	,735
6.- ¿Ud. cree que, los reclamos administrativos por lo general terminan en procesos contenciosos administrativos?	9,89	2,060	,508	,691
7.- ¿Ud. cree que, la vía contenciosa administrativa es la más idónea para reclamar sanciones a las empresas de Call Center?	9,86	1,944	,553	,681
8.- ¿Considera usted que, la nueva modificación de la Ley N° 29571 (prohibición de comunicaciones y promociones comerciales) afecta los derechos fundamentales de la empresa?	9,86	1,801	,726	,645

9.- ¿Considera usted que, con la instauración de la nueva modificación de la Ley N° 29571, se reducirían los empleos en el Perú?	9,81	1,837	,567	,676
10.- ¿Ud. cree que, con la instauración de la nueva modificación de la Ley N° 29571, aumentarán los procesos laborales en las empresas de Call Center?	9,91	2,189	,399	,709

Tabla 6

Número de encuestados de la Variable 2

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	57	100,0
	Excluido[a]	0	,0
	Total	57	100,0

Tabla 7

Confiabilidad de la Variable 2

Fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,684	10

Tabla *8*

Confiabilidad de pregunta por pregunta de la Variable 2

	Estadísticas de total de elemento			
	Media de escala	Varianza de escala	Correlación	Alfa de Cronbach
1.- ¿Ud. cree que, el derecho fundamental al trabajo se ve perjudicado por la modificación de la ley de prohibición de comunicaciones comerciales no consentidas en el Perú?	11,00	2,643	,000	,622
2.- ¿Ud. cree que, las empresas de Call Center son negocios que brindan trabajo a una gran parte del sector en el Perú?	11,02	2,268	,367	,532
3.- ¿Ud. cree que, con la instauración de la ley de prohibición de comunicaciones comerciales no consentidas, los sueldos de los operadores disminuirán considerablemente?	11,02	2,625	,027	,613
4.- ¿Ud. cree que, con la disminución de sueldos en este sector, generará más crisis en el Perú?	11,09	2,653	,070	,594

5.- ¿Ud. cree que, con la instauración de la ley de prohibición de comunicaciones comerciales no consentidas, las condiciones de trabajo disminuirán?	11,09	2,367	,435	,530
6.- ¿Ud. cree que, han disminuido los ingresos de la empresa de Call center por el Decreto Legislativo N°1390?	11,00	1,964	,658	,448
7.- ¿Considera que la nueva modificatoria de la Ley N° 29571 afecta el derecho a la libre competencia en los centros de contacto Call center?	10,89	1,917	,539	,468
8.- ¿Considera que la nueva modificatoria de la Ley N° 29571, influye en la desvaloración empresarial del sector dedicado al Call center?	11,02	2,053	,600	,470
9.- ¿Ud. cree que el estado debe de proteger las pequeñas empresas dedicadas a los Call center con la finalidad de incrementar la economía?	10,93	2,138	,373	,526

10.- ¿Considera que la legislación peruana en la actualidad, debería proteger al consumidor, pero también a la empresa?	10,37	2,915	-,218	,682

4.2. Estadística descriptiva

Tabla 9

Análisis descriptivo de la pregunta 1

1. ¿Ud. cree que, con la prohibición de las comunicaciones comerciales no consentidas se incrementarán las infracciones administrativas para las empresas de Call Center?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	53	93,0%	93,0%	93,0%
	NO	4	7,0%	7,0%	100,0%
	Total	57	100,0%	100,0%	

Nota: SPSS 24

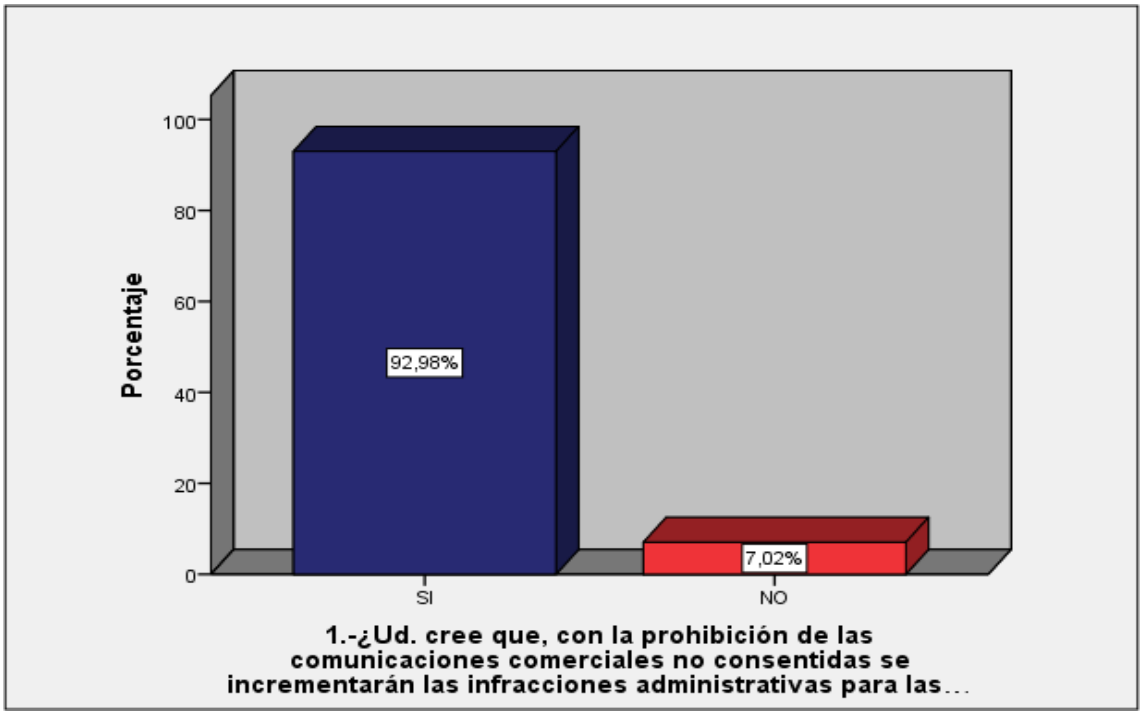


Figura 5. Descripción porcentual de la pregunta 1

Interpretación

De la tabla número 9 y de la figura 5, se puede visualizar que 53 personas del total de encuestados con representación del 93.0% señalaron que con la prohibición de las comunicaciones comerciales no consentidas se incrementarán las infracciones administrativas para las empresas de Call Center, por otro lado solo 4 personas con representación del 7.0% señalaron que con la prohibición de las comunicaciones comerciales no consentidas no se incrementarán las infracciones administrativas para las empresas de Call Center.

Tabla 10

Análisis descriptivo de la pregunta 2

2. ¿Ud. cree que, se deba de realizar recursos de reconsideraciones para las sanciones administrativas de las empresas de Call Center?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	50	87,7%	87,7%	87,7%

NO	7	12,3%	12,3%	100,0 %
Total	57	100,0 %	100,0%	

Nota: SPSS 24

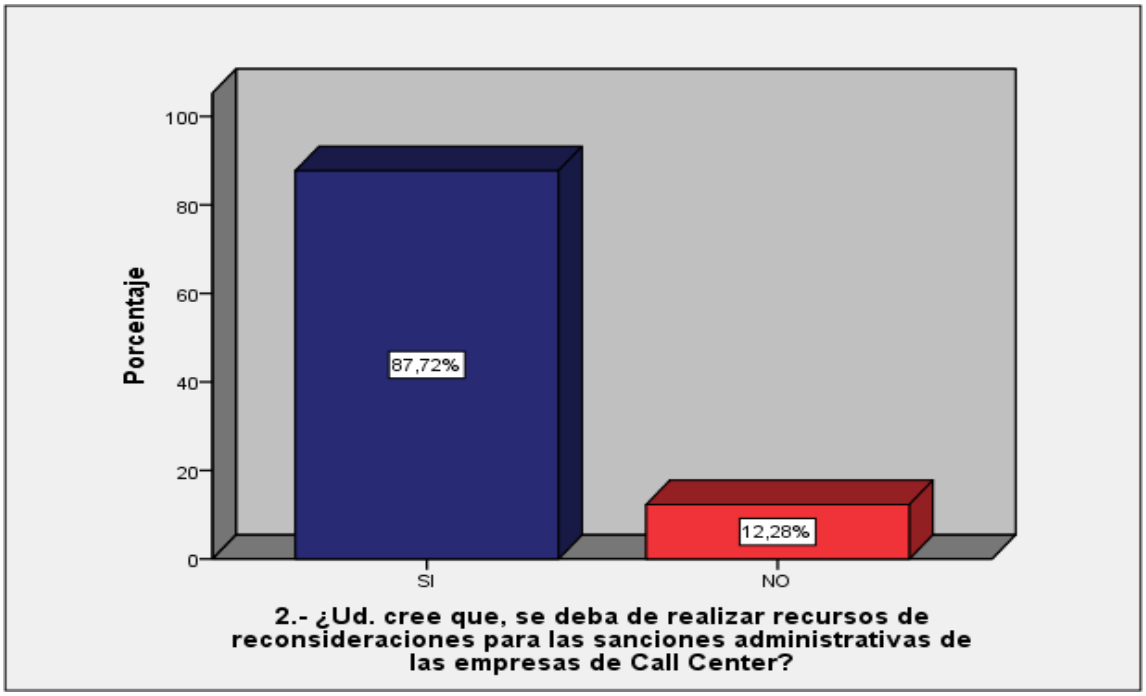


Figura 6. Descripción porcentual de la pregunta 2

Interpretación

De la tabla número 10 y de la figura 6, se puede visualizar que 50 personas del total de encuestados con representación del 87.7% señalaron que se debe de realizar recursos de reconsideraciones para las sanciones administrativas impuestas a las empresas de Call Center, por otro lado solo 7 personas con representación del 12.26% señalaron que no se debe de realizar recursos de reconsideraciones para las sanciones administrativas de las empresas de Call Center, se puede inferir que los recursos administrativos son idóneos para la defensa de las empresas de Call center

.

Tabla 11

Análisis descriptivo de la pregunta 3

3. ¿Ud. cree que, las apelaciones a las sanciones administrativas son el mejor mecanismo de defensa para las empresas de Call Center?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	52	91,2%	91,2%	91,2%
	NO	5	8,8%	8,8%	100,0%
	Total	57	100,0%	100,0%	

Nota: SPSS 24

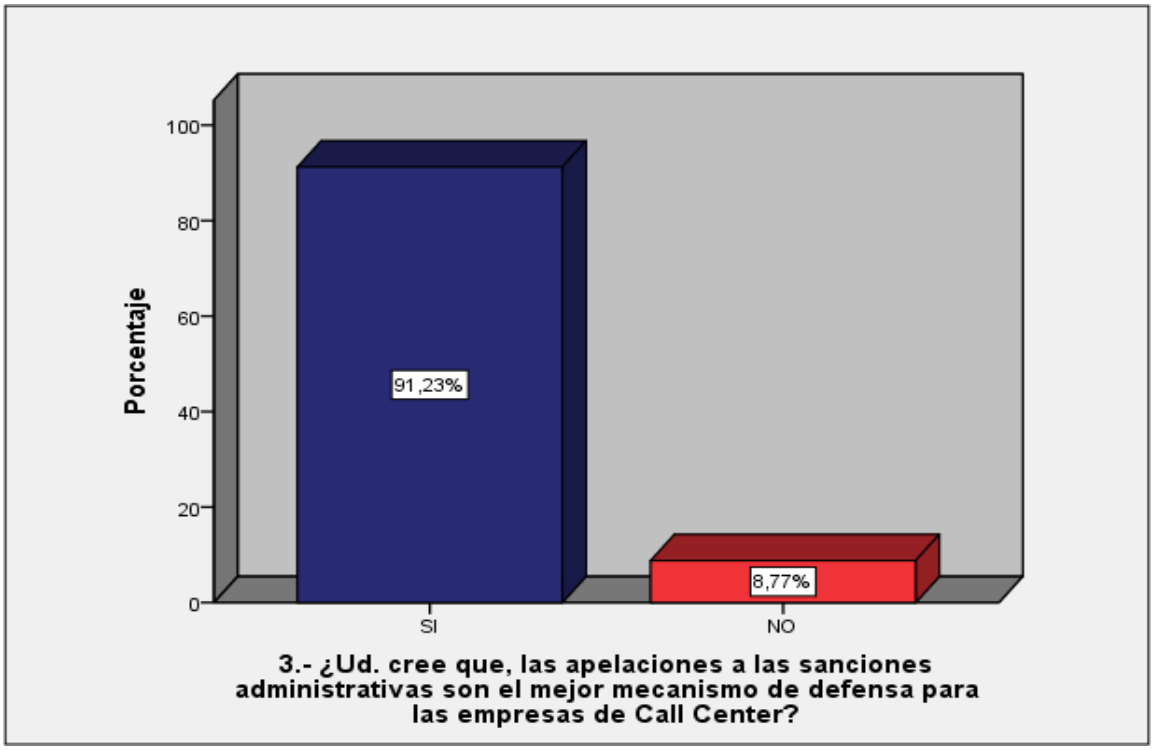


Figura 7. Descripción porcentual de la pregunta 7.

Interpretación

De la tabla número 11 y de la figura 7, se puede visualizar que 52 personas del total de encuestados con representación del 91.2% señalaron que las apelaciones a las sanciones administrativas son el mejor mecanismo de defensa para las empresas de Call Center, por otro lado solo 5 personas con representación del 8.8%

señalaron que las apelaciones a las sanciones administrativas no son el mejor mecanismo de defensa para las empresas de Call Center, se puede inferir que apelaciones es medio efectivo de defensa de papeletas administrativas.

Tabla 12

Análisis descriptivo de la pregunta 4

4. ¿Ud. cree que, en el Perú las apelaciones son el reclamo con más frecuencia por parte de los administrados?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	55	96,5%	96,5%	96,5%
	NO	2	3,5%	3,5%	100,0%
	Total	57	100,0 %	100,0%	

Nota: SPSS 24

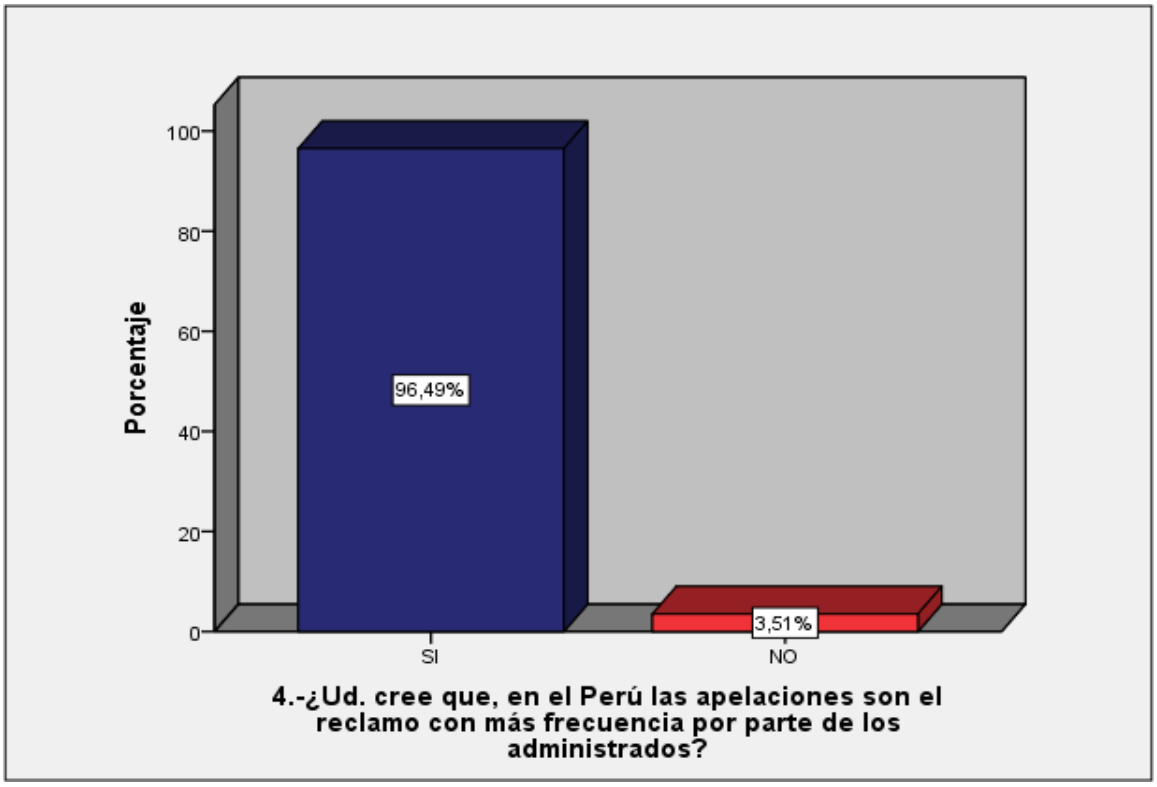


Figura 8. Descripción porcentual de la pregunta 4.

Interpretación

De la tabla número 12 y de la figura 8, se puede visualizar que 55 personas del total de encuestados con representación del 96.5% señalaron que en el Perú las apelaciones son el reclamo con más frecuencia por parte de los administrados, por otro lado solo 2 personas con representación del 3.51% señalaron que en el Perú las apelaciones no son el reclamo con más frecuencia por parte de los administrados, se puede inferir que las apelaciones es el recurso de preferencia en el Perú para realizar un reclamo.

Tabla 13

Análisis descriptivo de la pregunta 5

5. ¿Ud. cree que, se deba reclamar la inconstitucionalidad de la norma que prohíbe las comunicaciones comerciales no consentidas, por vulnerar el derecho a la libertad de empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	56	98,2%	98,2%	98,2%
	NO	1	1,8%	1,8%	100,0%
	Total	57	100,0%	100,0%	

Nota: SPSS 24

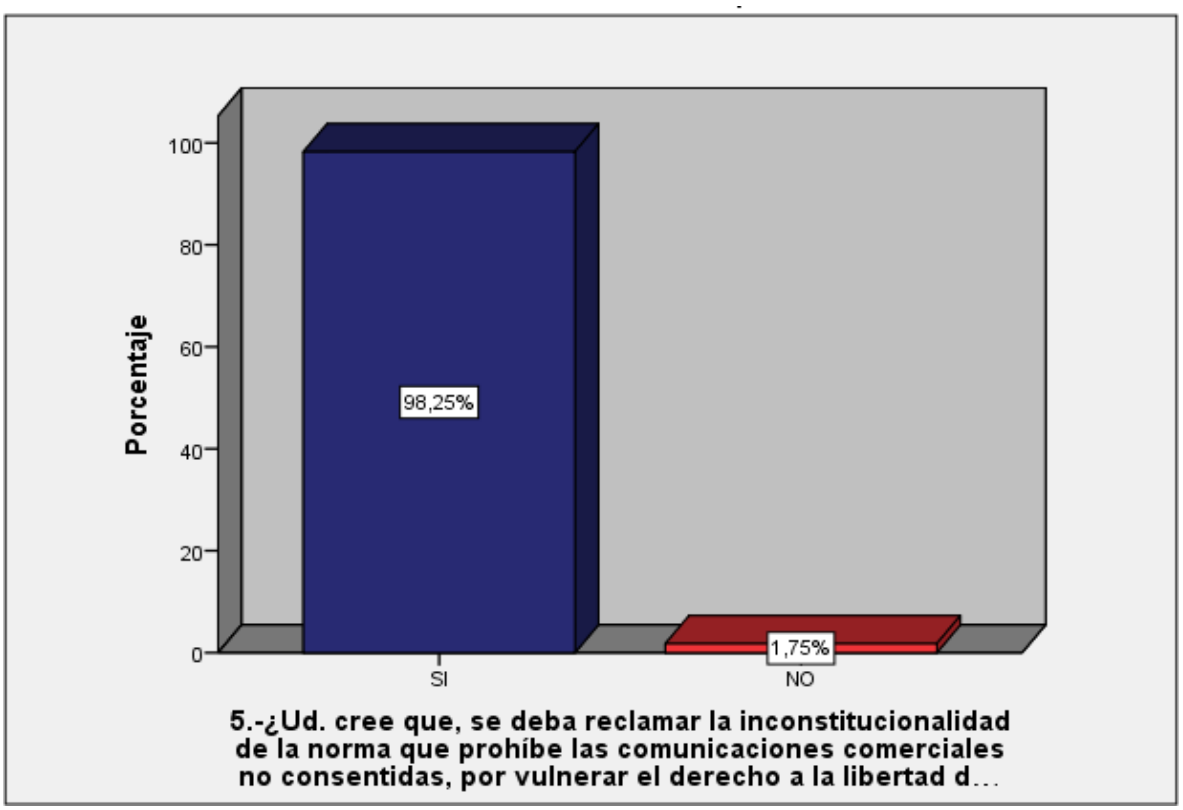


Figura 9. Descripción porcentual de la pregunta 5

Interpretación

De la tabla número 13 y de la figura 9, se puede visualizar que 56 personas del total de encuestados con representación del 98.2% señalaron que se debe reclamar la inconstitucionalidad de la norma que prohíbe las comunicaciones comerciales no consentidas, por vulnerar el derecho a la libertad de empresa, por otro lado solo 1 personas con representación del 1.8% señalaron que no se debe reclamar la inconstitucionalidad de la norma que prohíbe las comunicaciones comerciales no consentidas, por vulnerar el derecho a la libertad de empresa, se puede inferir que la mayoría de encuestados señala que la ley de comunicación comercial no consentida es inconstitucional

Tabla 14

Análisis descriptivo de la pregunta 6

6. ¿Ud. cree que, los reclamos administrativos por lo general terminan en procesos contenciosos administrativos?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	51	89,5%	89,5%	89,5%
	NO	6	10,5%	10,5%	100,0%
	Total	57	100,0 %	100,0%	

Nota: SPSS 24

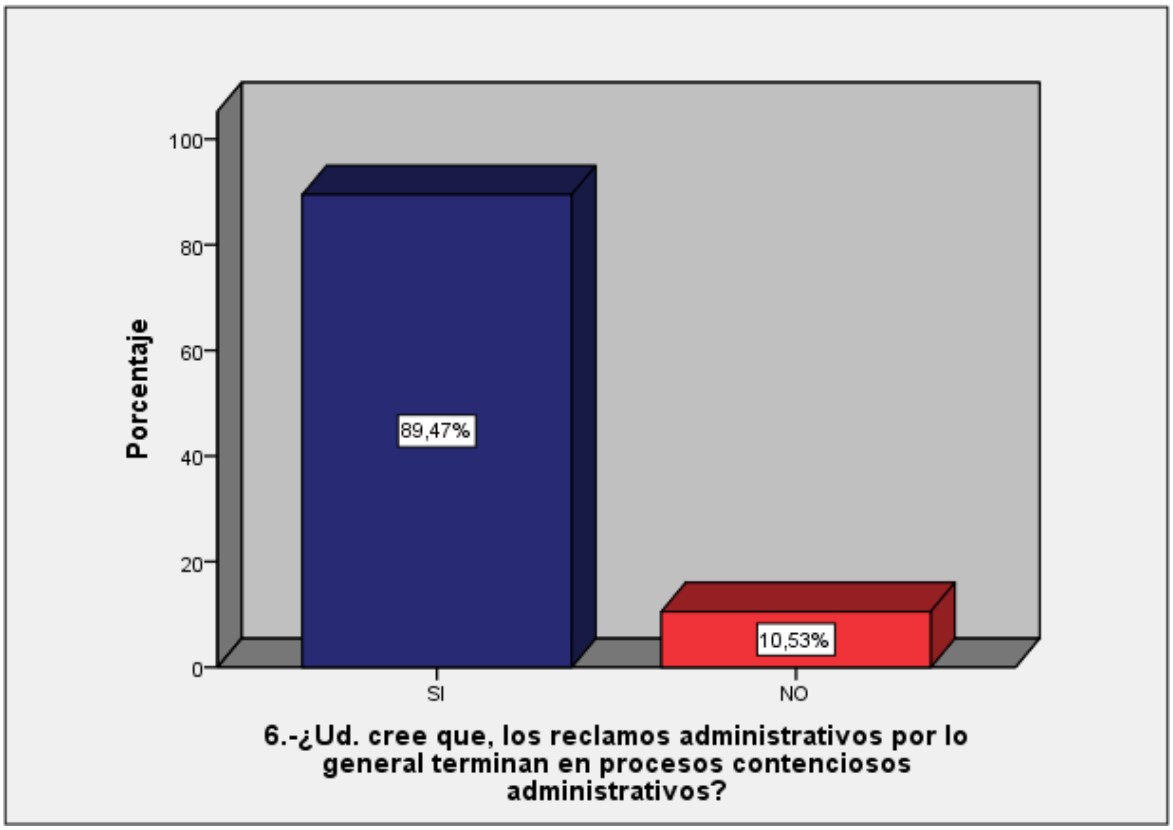


Figura 10. Descripción porcentual de la pregunta 6

Interpretación

De la tabla número 14 y de la figura 10, se puede visualizar que 51 personas del total de encuestados con representación del 89.5% señalaron que los reclamos administrativos por lo general terminan en procesos contenciosos administrativos, por

otro lado solo 6 personas con representación del 10.53% señalaron que los reclamos administrativos por lo general no terminan en procesos contenciosos administrativos, se puede inferir que la mayoría de procesos contenciosos administrativos son por reclamos de infracciones administrativas.

Tabla 15

Análisis descriptivo de la pregunta 7

7. ¿Ud. cree que, la vía contenciosa administrativa es la más idónea para reclamar sanciones a las empresas de Call Center?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	49	86,0%	86,0%	86,0%
	NO	8	14,0%	14,0%	100,0%
	Total	57	100,0 %	100,0%	

Nota: SPSS 24

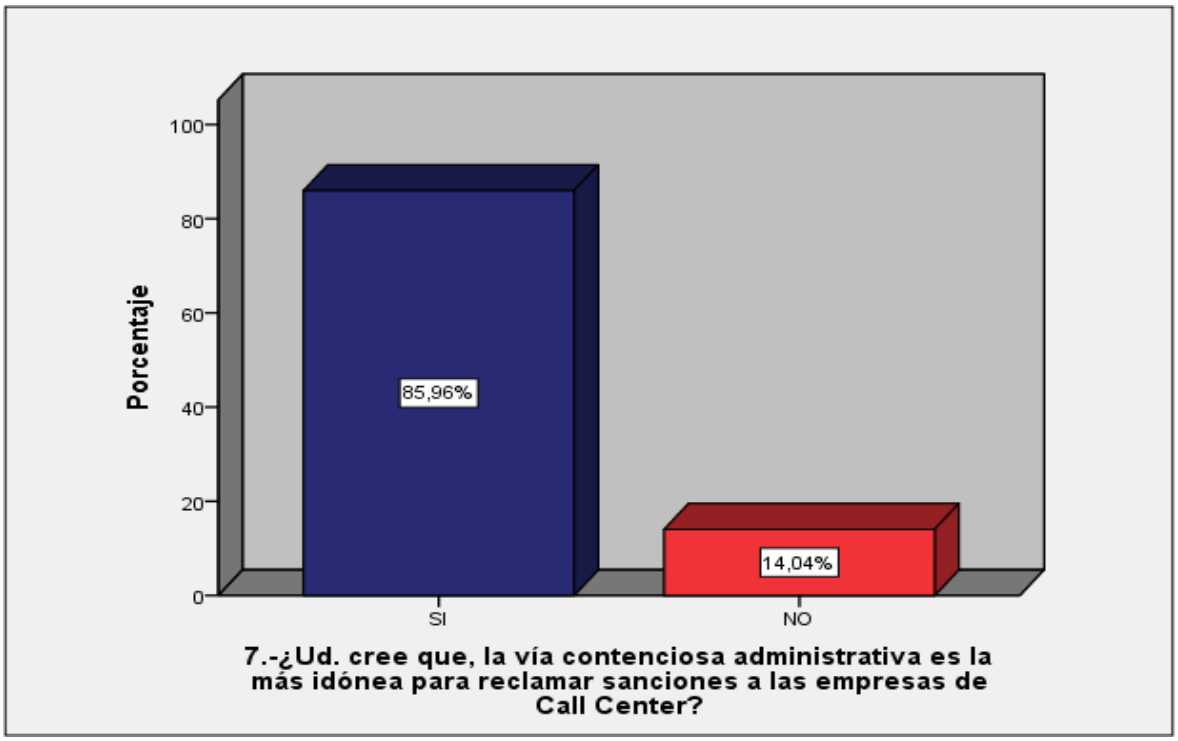


Figura 11. *Descripción porcentual de la pregunta 7.*

Interpretación

De la tabla número 15 y de la figura 11, se puede visualizar que 49 personas del total de encuestados con representación del 86.0% señalaron que la vía contenciosa administrativa es la más idónea para reclamar sanciones a las empresas de Call Center, por otro lado solo 8 personas con representación del 14.0% señalaron que la vía contenciosa administrativa no es la más idónea para reclamar sanciones a las empresas de Call Center.

Tabla 16

Análisis descriptivo de la pregunta 8

8. ¿Considera usted que, la nueva modificación de la Ley N° 29571 (prohibición de comunicaciones y promociones comerciales) afecta los derechos fundamentales de la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	49	86,0%	86,0%	86,0%
	NO	8	14,0%	14,0%	100,0%
	Total	57	100,0 %	100,0 %	

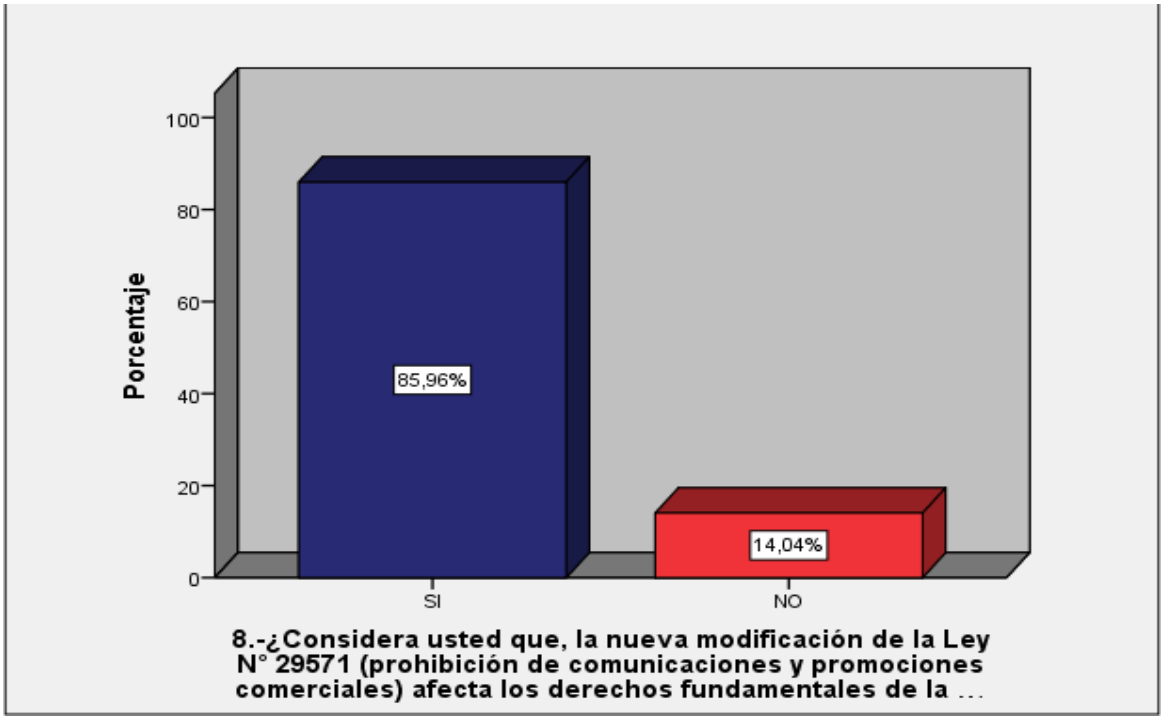


Figura 12. Descripción porcentual de la pregunta 8.

Interpretación

De la tabla número 16 y de la figura 12, se puede visualizar que 49 personas del total de encuestados con representación del 86.0% señalaron que la nueva modificación de la Ley N° 29571 (prohibición de comunicaciones y promociones comerciales) afecta los derechos fundamentales de la empresa, por otro lado solo 8 personas con representación del 14.0% señalaron que la nueva modificación de la Ley N° 29571 (prohibición de comunicaciones y promociones comerciales) no afecta los derechos fundamentales de la empresa, se puede inferir que la ley viene afectando a los derechos de libertad de empresa especialmente a los del rubro de Call center.

Tabla 17

Análisis descriptivo de la pregunta 9

9. ¿Considera usted que, con la instauración de la nueva modificación de la Ley N° 29571, se reducirían los empleos en el Perú?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	46	80,7%	80,7%	80,7%
	NO	11	19,3%	19,3%	100,0%
	Total	57	100,0%	100,0%	

Nota: SPSS 24

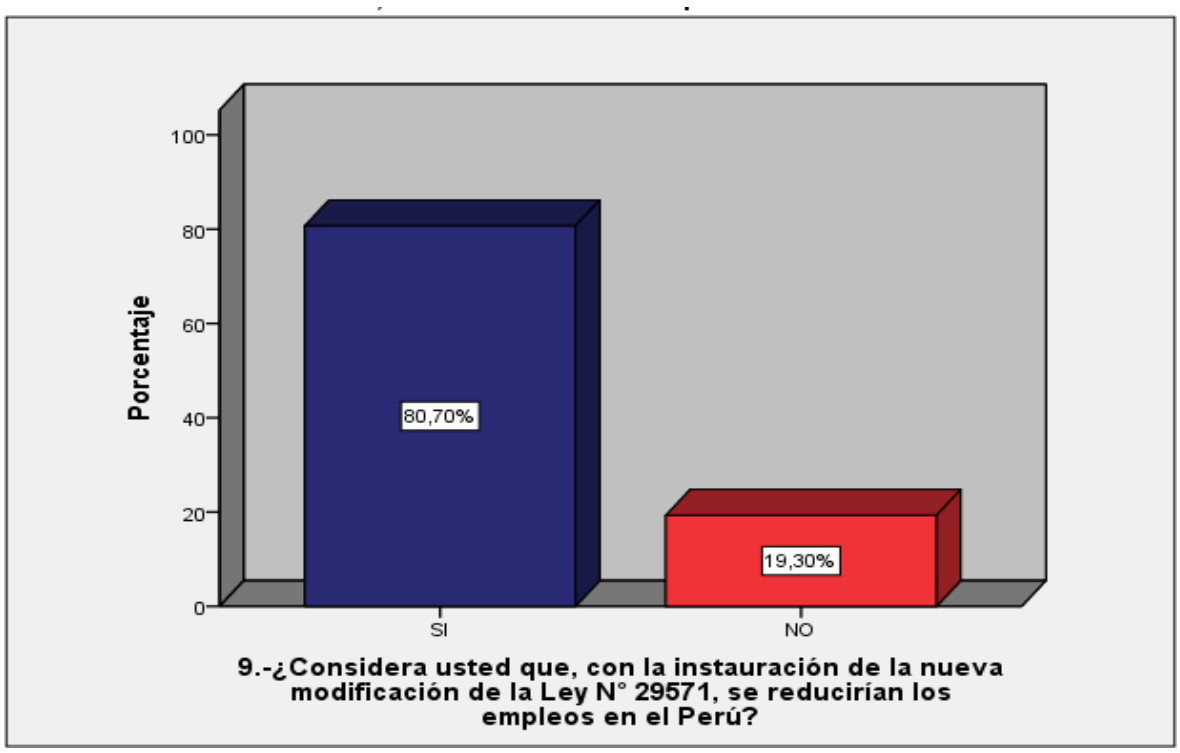


Figura 13. Descripción porcentual de la pregunta 9

Interpretación

De la tabla número 17 y de la figura 13, se puede visualizar que 46 personas del total de encuestados con representación del 80.7% señalaron que con la instauración de la nueva modificación de la Ley N° 29571, se reducirían los empleos

en el Perú, por otro lado solo 11 personas con representación del 19.3% señalaron que con la instauración de la nueva modificación de la Ley N° 29571, no se reducirían los empleos en el Perú, se puede inferir que esta ley traerá a consecuencia de su entrada en vigor una baja en el ámbito laboral de las empresas de Call centers.

Tabla 18

Análisis descriptivo de la pregunta 10.

10. ¿Ud. cree que, con la instauración de la nueva modificación de la Ley N° 29571, aumentarán los procesos laborales en las empresas de Call Center?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	52	91,2%	91,2%	91,2%
	NO	5	8,8%	8,8%	100,0%
	Total	57	100,0%	100,0%	

Nota: SPSS 24

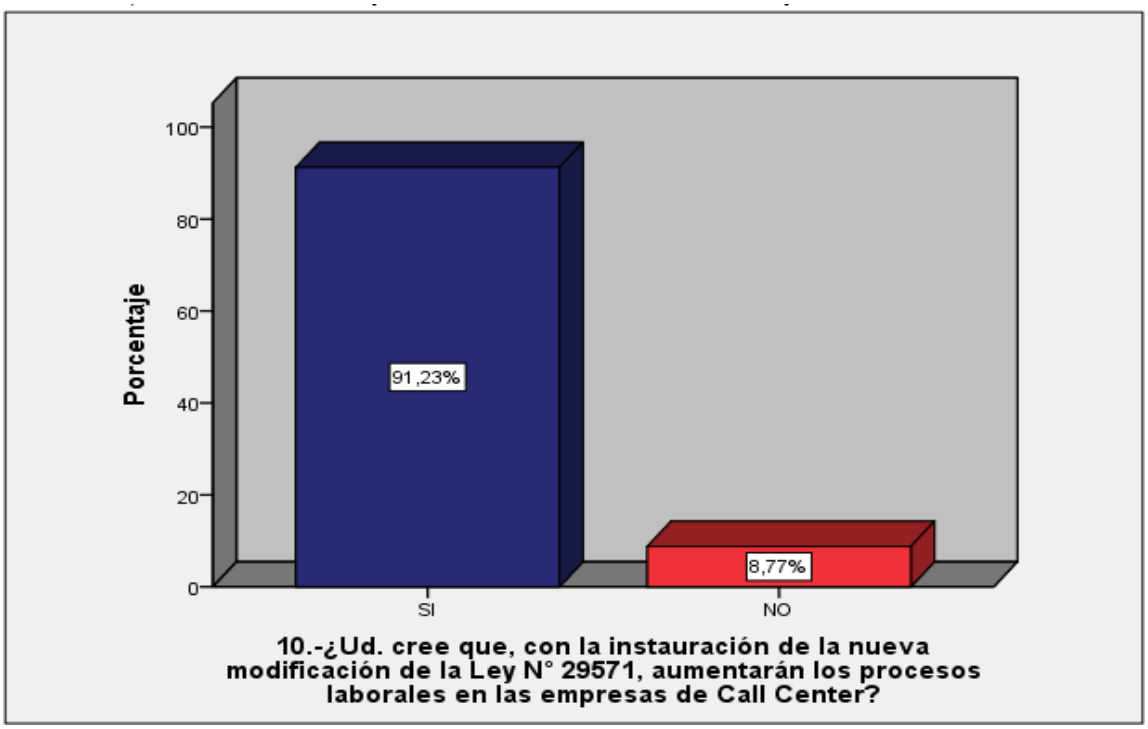


Figura 14. Descripción porcentual de la pregunta 10

Interpretación

De la tabla número 18 y de la figura 14, se puede visualizar que 52 personas del total de encuestados con representación del 91.2.% señalaron que con la instauración de la nueva modificación de la Ley N° 29571, aumentarán los procesos laborales en las empresas de Call Center, por otro lado solo 5 personas con representación del 8.8% señalaron que con la instauración de la nueva modificación de la Ley N° 29571,no aumentarán los procesos laborales en las empresas de Call Center, se puede inferir que después de la instauración de la Ley N° 29571 se incrementarán los despidos y por consiguiente se incrementarán los procesos laborales.

Tabla 19

Análisis descriptivo de la pregunta 11

1. ¿Ud. cree que, el derecho fundamental al trabajo se ve perjudicado por la modificación de la ley de prohibición de comunicaciones comerciales no consentidas en el Perú?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	48	84,2 %	84,2%	84,2%
	NO	9	15,8 %	15,8%	100,0%
	Total	57	100,0 %	100,0%	

Nota: SPSS 24

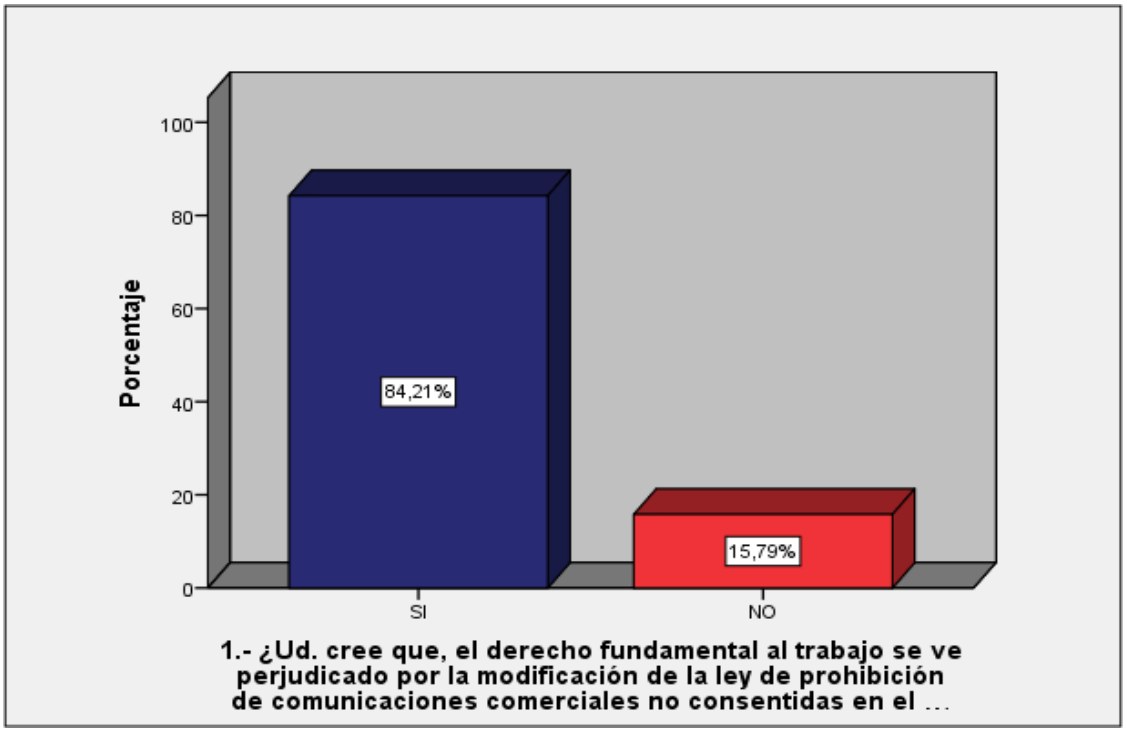


Figura 15. Descripción porcentual de la pregunta 11

Interpretación

De la tabla número 19 y de la figura 15, se puede visualizar que 48 personas del total de encuestados con representación del 84.2.% señalaron que el derecho fundamental al trabajo se ve perjudicado por la modificación de la ley de prohibición de comunicaciones comerciales no consentidas en el Perú, por otro lado solo 9 personas con representación del 15.8% señalaron que el derecho fundamental al trabajo no se ve perjudicado por la modificación de la ley de prohibición de comunicaciones comerciales no consentidas en el Perú, se puede inferir que la ley de prohibición de comunicaciones comerciales no consentidas será un factor determinante para la disminución laboral en el sector del call center.

Tabla 20

Análisis descriptivo de la pregunta 12

	2. ¿Ud. Cree que, las empresas de Call Center son negocios que brindan trabajo a una gran parte del sector en el Perú?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	49	86.0%	86.0%	86%
	NO	8	14.0%	14.0%	100%
	Total	57	100.0%	100.0%	

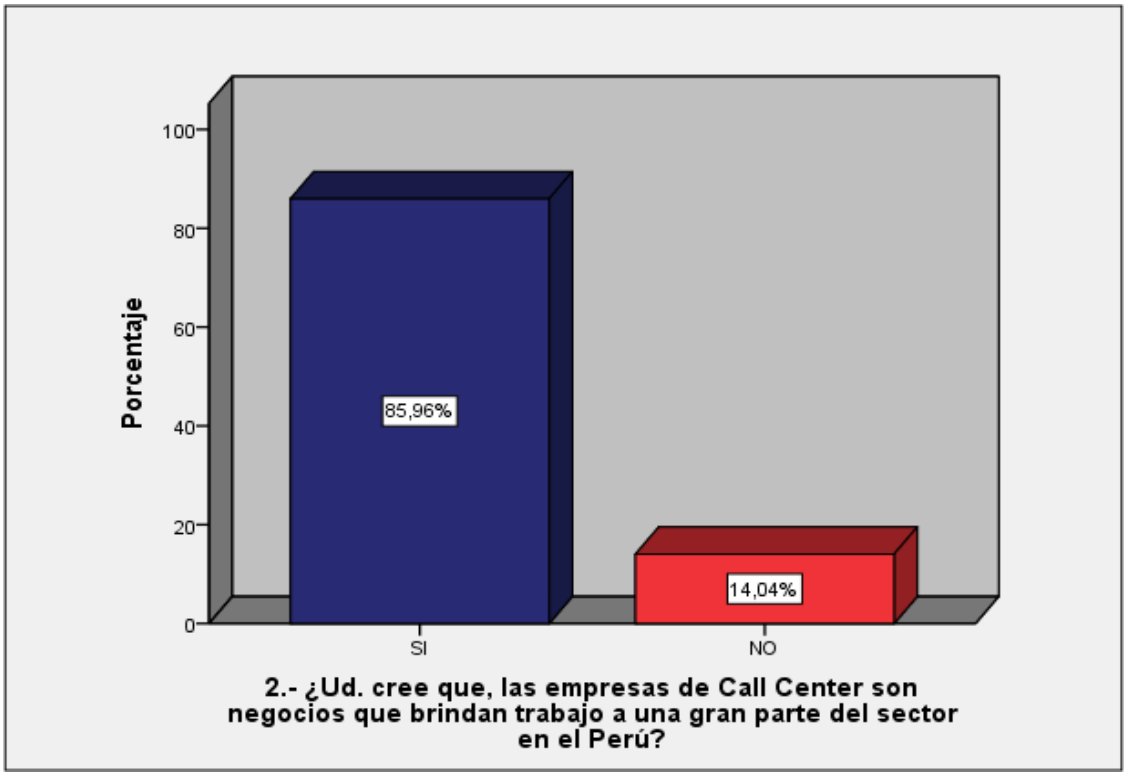


Figura 16. Descripción porcentual de la pregunta 12

Interpretación

De la tabla número 20 y de la figura 16, se puede visualizar que 49 personas del total de encuestados con representación del 86.0. % señalaron que las empresas de Call Center son negocios que brindan trabajo a una gran parte del sector en el

Perú, por otro lado solo 8 personas con representación del 14% señalaron que las empresas de Call Center no son negocios que brindan trabajo a una gran parte del sector en el Perú, se puede inferir que las empresas de Call Center es una fuente de trabajo importante ya que ayuda a la economía de muchas familias en el Perú.

Tabla 21

Análisis descriptivo de la pregunta 13

3. ¿Ud. cree que, con la instauración de la ley de prohibición de comunicaciones comerciales no consentidas, los sueldos de los operadores disminuirán considerablemente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	49	86,0%	86,0%	86,0%
	NO	8	14,0%	14,0%	100,0
	Total	57	100,0%	100,0%	

Nota: SPSS 24

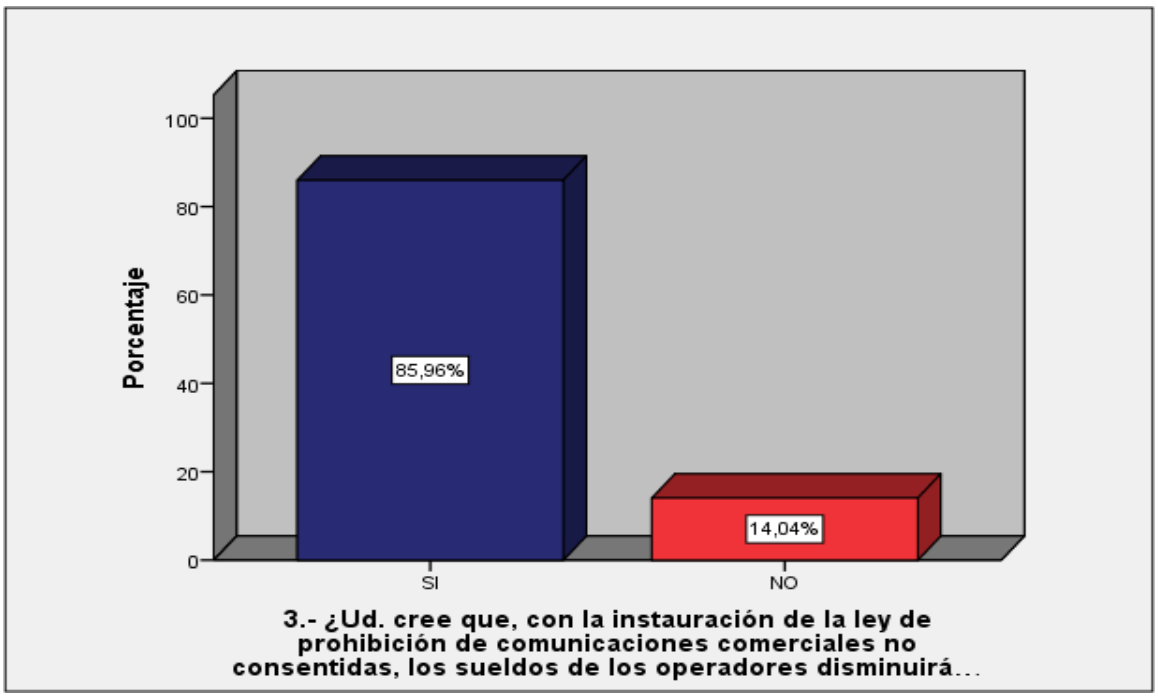


Figura 17. Descripción porcentual de la pregunta 13

Interpretación

De la tabla número 21 y de la figura 17, se puede visualizar que 49 personas del total de encuestados con representación del 86.0. % señalaron que con la instauración de la ley de prohibición de comunicaciones comerciales no consentidas, los sueldos de los operadores disminuirán considerablemente, por otro lado solo 8 personas con representación del 14% señalaron que con la instauración de la ley de prohibición de comunicaciones comerciales no consentidas, los sueldos de los operadores no disminuirán considerablemente, se puede inferir que es evidente que con la aparición de esta ley las condiciones laborales disminuirán y por ende los sueldos bajarían.

Tabla 22

Análisis descriptivo de la pregunta 14

4. ¿Ud. cree que, con la disminución de sueldos en este sector, generará más crisis en el Perú?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	53	93,0%	93,0%	93,0%
	NO	4	7,0%	7,0%	100,0%
	Total	57	100,0 %	100,0 %	

Nota: SPSS 24

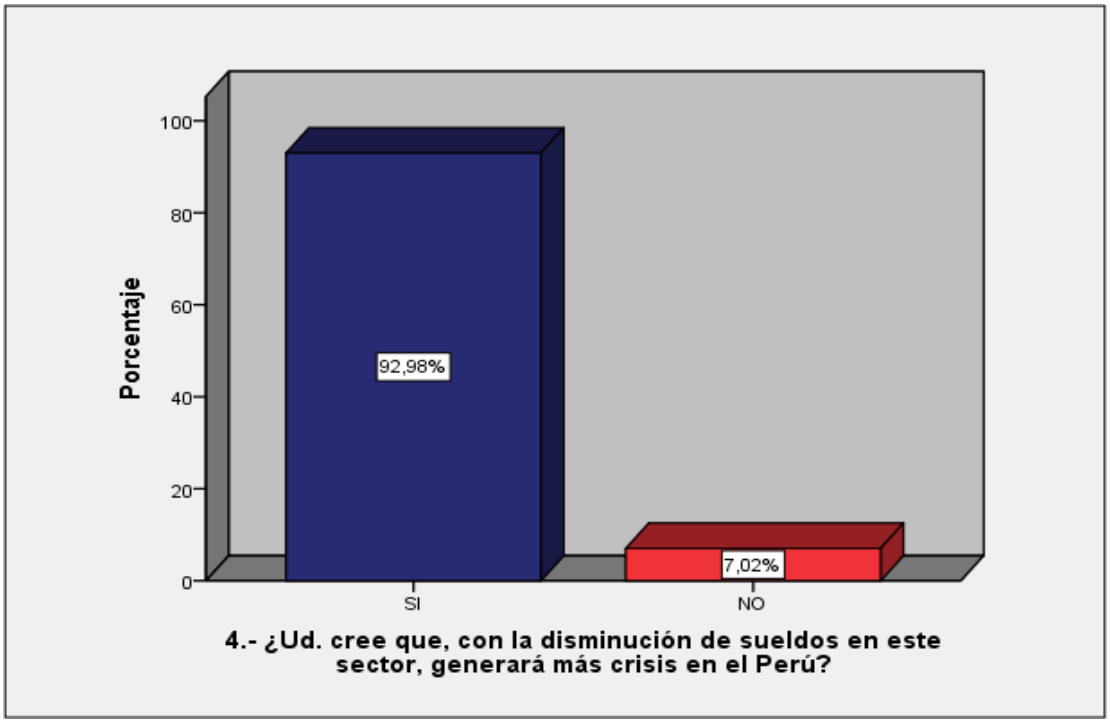


Figura 18. *Descripción porcentual de la pregunta 14*

Interpretación

De la tabla número 22 y de la figura 18, se puede visualizar que 53 personas del total de encuestados con representación del 93.0. % señalaron que, con la disminución de sueldos en este sector, generará más crisis en el Perú, por otro lado solo 4 personas con representación del 7.0% señalaron que, con la disminución de sueldos en este sector, no generará más crisis en el Perú, se puede inferir que después de la pandemia que vivimos, la disminución de empleo y la disminución en los sueldos traería más crisis en el país.

Tabla 23
Análisis descriptivo de la pregunta 15

5. ¿Ud. cree que, con la instauración de la ley de prohibición de comunicaciones comerciales no consentidas, las condiciones de trabajo disminuirán?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado

Válido	SI	53	93,0%	93,0%	93,0%
	NO	4	7,0%	7,0%	100,0%
	Total	57	100,0%	100,0%	

Nota: SPSS 24

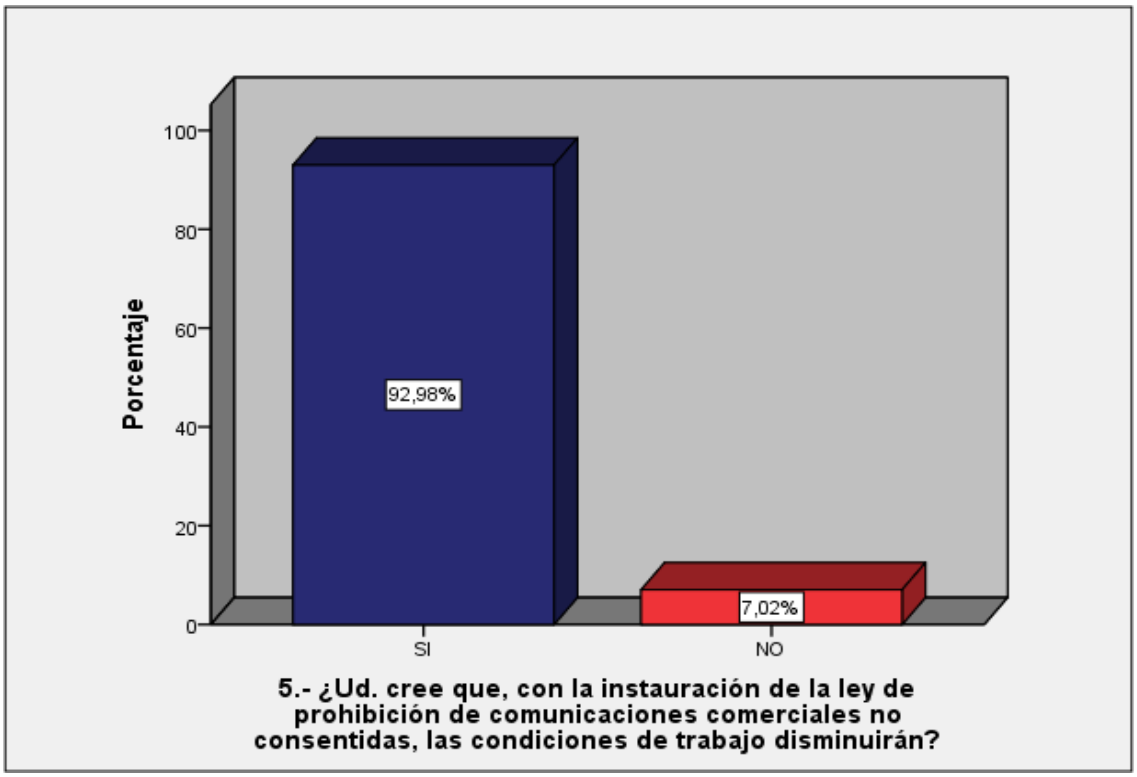


Figura 19. Descripción porcentual de la pregunta 15

Interpretación

De la tabla número 23 y de la figura 19, se puede visualizar que 53 personas del total de encuestados con representación del 93.0. % señalaron que con la instauración de la ley de prohibición de comunicaciones comerciales no consentidas, las condiciones de trabajo disminuirán, por otro lado solo 4 personas con representación del 7.0% señalaron que con la instauración de la ley de prohibición de comunicaciones comerciales no consentidas, las condiciones de trabajo no disminuirán. Se puede inferir que al mermar los ingresos económicos de los Call centers por estas leyes las condiciones de trabajo bajarán considerablemente.

Tabla 24

Análisis descriptivo de la pregunta 16

6. ¿Ud. cree que, han disminuido los ingresos de la empresa de Call center por el Decreto Legislativo N°1390?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	48	84,2%	84,2%	84,2%
	NO	9	15,8%	15,8%	100,0%
	Total	57	100,0%	100,0 %	

Nota: SPSS 24

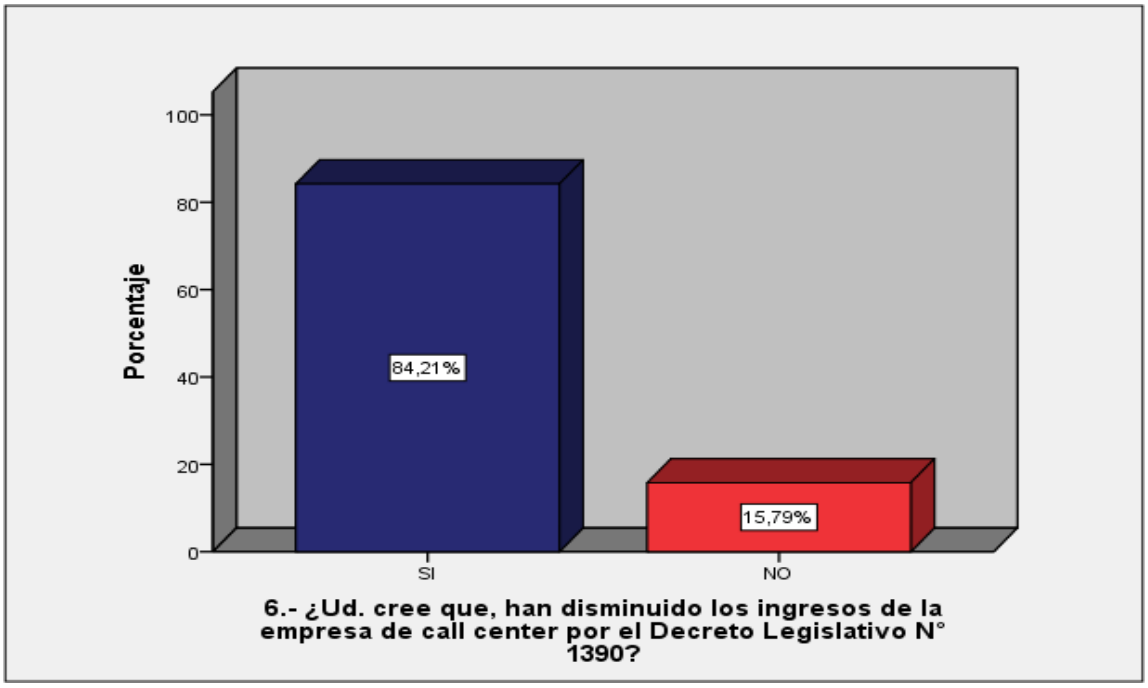


Figura 20. Descripción porcentual de la pregunta 16

Interpretación

De la tabla número 24 y de la figura 20, se puede visualizar que 48 personas del total de encuestados con representación del 84.2% señalaron que han disminuido los ingresos de la empresa de Call Center por el Decreto Legislativo N°1390, por otro lado solo 9 personas con representación del 15.8% señalaron que no han disminuido los ingresos de la empresa de Call Center por el Decreto Legislativo N°1390, se puede inferir que este decreto legislativo será de gran impacto económico negativo para las

empresas de Call Center ya que prohíbe las llamadas telefónicas, mensajes de texto o correos electrónicos esto trae problemas en el Perú ya que existe una ley constitucional que protege la libertad empresarial.

Tabla 25

Análisis descriptivo de la pregunta 17

7. ¿Considera que la nueva modificatoria de la Ley N° 29571 afecta el derecho a la libre competencia en los centros de contacto call center?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	42	73,7%	73,7%	73,7%
	NO	15	26,3%	26,3%	100,0%
	otal	57	100,0%	100,0 %	

Nota: SPSS 24

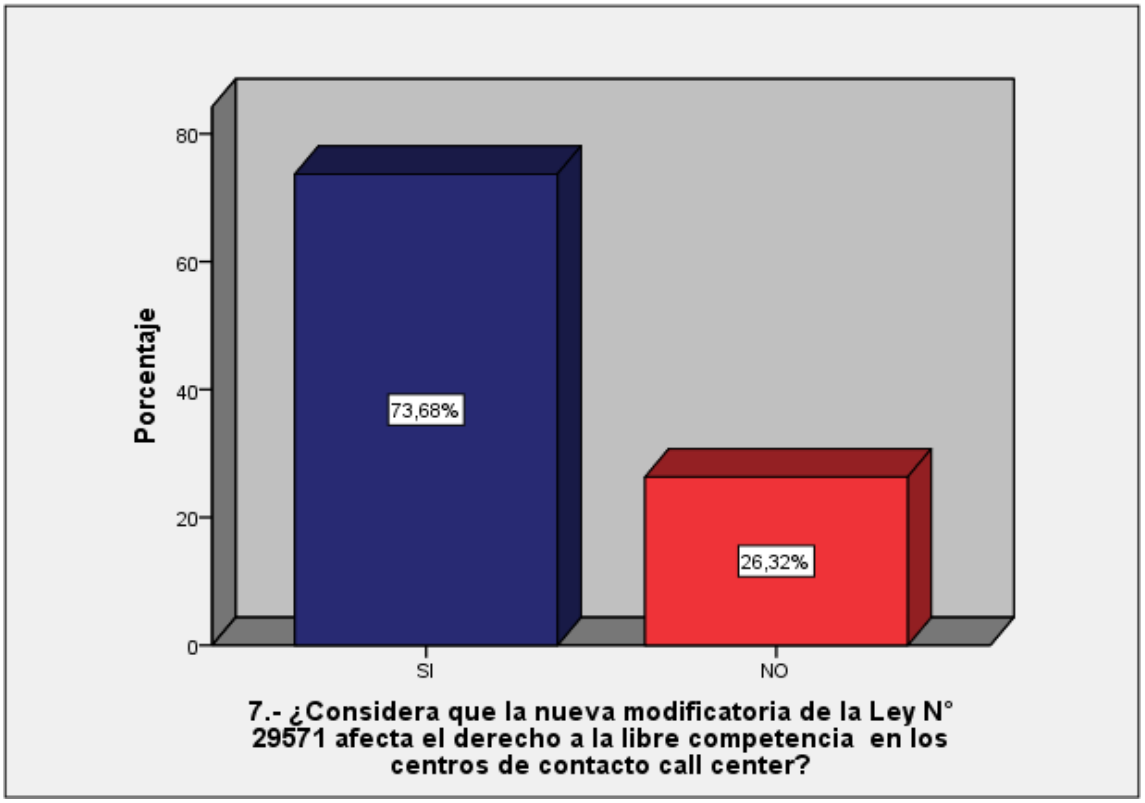


Figura 21. Descripción porcentual de la pregunta 17

Interpretación

De la tabla número 25 y de la figura 21, se puede visualizar que 42 personas del total de encuestados con representación del 73.7% señalaron que la nueva modificatoria de la Ley N° 29571 afecta el derecho a la libre competencia en los centros de contacto call center, por otro lado solo 15 personas con representación del 26.3% señalaron que la nueva modificatoria de la Ley N° 29571 no afecta el derecho a la libre competencia en los centros de contacto call center , se puede inferir que la mayoría de encuestados señala que existe de alguna manera una limitación al libre mercado a las empresas que se dedican al call center.

Tabla 26

Análisis descriptivo de la pregunta 18

8. ¿Considera que la nueva modificatoria de la Ley N° 29571, influye en la desvaloración empresarial del sector dedicado al call center?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	49	86,0%	86,0%	86,0%
	NO	8	14,0%	14,0%	100,0%
	Total	57	100,0%	100,0%	

Nota: SPSS 24

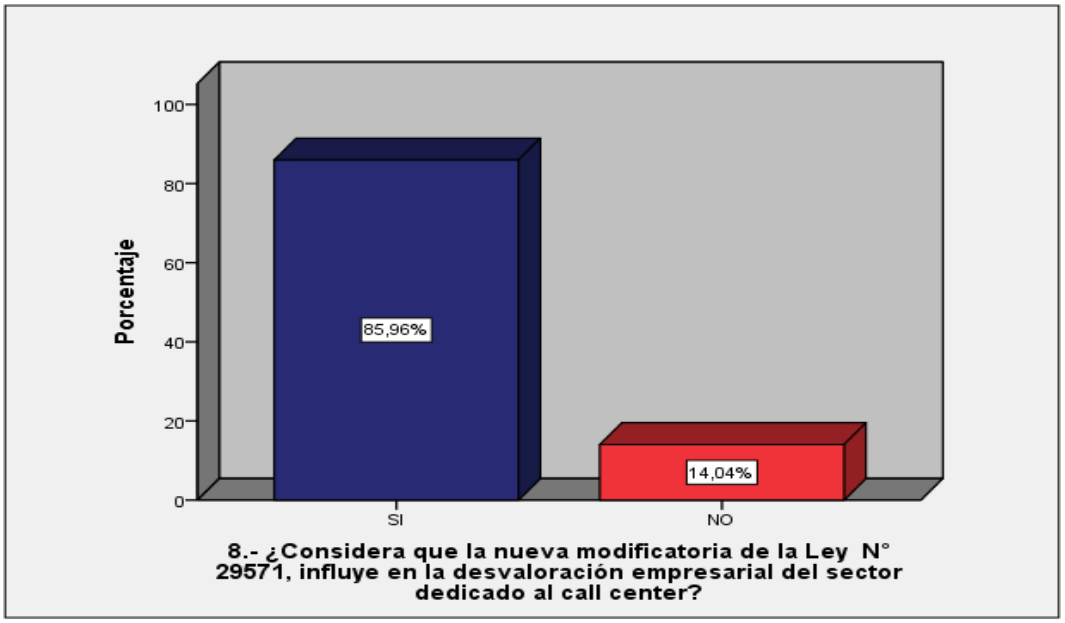


Figura 22. Descripción porcentual de la pregunta 18

Interpretación

De la tabla número 26 y de la figura 22, se puede visualizar que 49 personas del total de encuestados con representación del 86.0% señalaron que la nueva modificatoria de la Ley N° 29571, influye en la desvaloración empresarial del sector dedicado al Call center, por otro lado solo 8 personas con representación del 14.0% señalaron que la nueva modificatoria de la Ley N° 29571, no influye en la desvaloración empresarial del sector dedicado al Call center lo que se puede inferir que ante los ojos de la economía las limitaciones de la ley genera que exista baja confianza en el rendimiento de los Call center.

Tabla 27

Análisis descriptivo de la pregunta 19

9. ¿Ud. cree que el estado debe de proteger las pequeñas empresas dedicadas a los Call center con la finalidad de incrementar la economía?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	44	77,2%	77,2%	77,2%
	NO	13	22,8%	22,8%	100,0%
	Total	57	100,0%	100,0%	

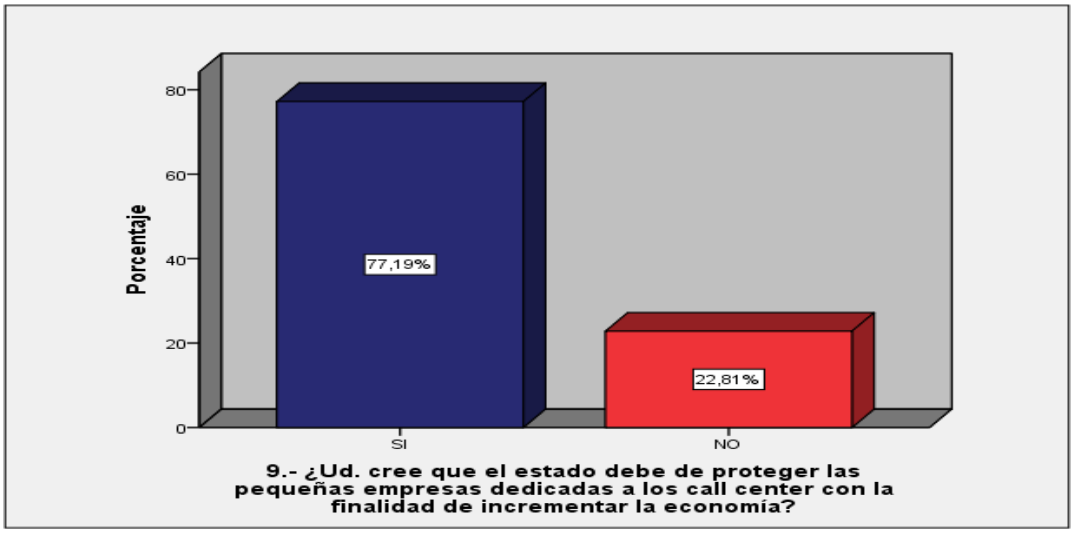


Figura 23. Descripción porcentual de la pregunta 19

Interpretación

De la tabla número 27 y de la figura 23, se puede visualizar que 44 personas del total de encuestados con representación del 77.2% señalaron que el estado debe de proteger las pequeñas empresas dedicadas a los Call center con la finalidad de incrementar la economía, por otro lado solo 13 personas con representación del 22.8% señalaron que el estado no debe de proteger las pequeñas empresas dedicadas a los Call center con la finalidad de incrementar la economía, se puede inferir que en estos momentos de crisis mundial toda protección a la pequeña o micro empresa sería una manera productiva de salir adelante.

Tabla 28

Análisis descriptivo de la pregunta 20.

10. ¿Considera que la legislación peruana en la actualidad, debería proteger al consumidor, pero también a la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	47	82,5 %	82,5%	82,5%
	NO	10	17,5%	17,5%	100,0%
	Total	57	100,0%	100,0%	

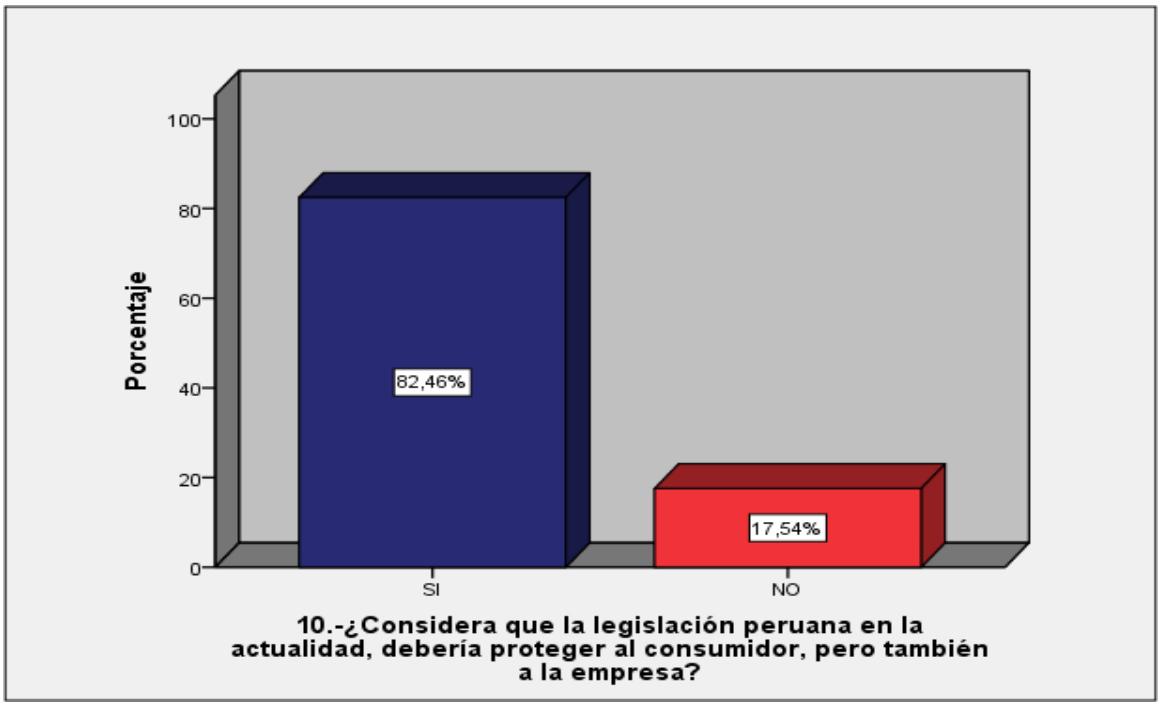


Figura 24. Descripción porcentual de la pregunta 20

Interpretación

De la tabla número 28 y de la figura 24, se puede visualizar que 47 personas del total de encuestados con representación del 82.5% señalaron que la legislación peruana en la actualidad, debería proteger al consumidor, pero también a la empresa, por otro lado solo 10 personas con representación del 17.5% señalaron que la legislación peruana en la actualidad, no debería proteger al consumidor, ni tampoco a la empresa, se puede inferir que en la ley peruana debe de haber una proporcionalidad de protección entre el consumidor y la empresa que ofrece servicios.

4.3. Estadística inferencial y prueba de hipótesis

Criterio	*Rango*
Correlación grande, perfecta y positiva	R = 1
Correlación muy alta	0,90 ≤ r < 1
Correlación alta	0,70 ≤ r < 0,90
Correlación moderada	0,40 ≤ r < 0,70
Correlación muy baja	0,20 ≤ r < 0,40
Correlación nula	r = 0,00
Correlación grande, perfecta y negativa	r = -1,00

Hernández et al

Figura 25. Criterios de relación

Prueba de hipótesis general

HG.- Existe relación significativa entre la ley de comunicaciones comerciales no consentidas y la transgresión a la libertad de empresa en la Cámara de Comercio de Lima 2020.

H0.- No existe relación significativa entre la ley de comunicaciones comerciales no consentidas y la transgresión a la libertad de empresa en la Cámara de Comercio de Lima 2020.

Confianza 99.5%

Reglas de decisión

Si el grado de bilateralidad es ≤ a 0.05 se acepta la hipótesis propuesta

Si el grado de bilateralidad es > a 0.05 se acepta la hipótesis nula

Tabla 29

Correlación y prueba de hipótesis general

Correlaciones			
		COMUNICACIONES COMERCIALES NO CONSENTIDAS	LIBERTAD EMPRESARIAL
COMUNICACIONES COMERCIALES NO CONSENTIDAS	Correlación de Pearson	1	,787**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	57	57
LIBERTAD EMPRESARIAL	Correlación de Pearson	,787**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	57	57

Nota: **. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Grado de relación = 78.7%
Significancia bilateral = 0.000
Población = 57

Interpretación

La correlación entre la variable 1 comunicaciones comerciales no consentidas y la variable 2 libertades empresarial es de 78.7%, según la tabla categórica de Pearson, existe alta relación entre estas, el grado de significancia es de (0,000 < 0,05), por tal motivo se acepta la hipótesis general propuesta y se rechaza la hipótesis nula y se concluye que:

"A mayor creación de leyes como la de comunicaciones comerciales no consentidas mayores serán las restricciones a la libertad empresarial según la Cámara de Comercio de Lima 2020"

Prueba de Hipótesis 1

HE1.- Existe relación significativa entre las infracciones administrativas derivadas de la Ley N° 29571 y la disminución de oferta laboral en la Cámara de Comercio de Lima 2020.

HE0.- No existe relación significativa entre las infracciones administrativas derivadas de la Ley N° 29571 y la disminución de oferta laboral en la Cámara de Comercio de Lima 2020

Confianza 99.5%
Reglas de decisión
Si el grado de bilateralidad es ≤ a 0.05 se acepta la hipótesis propuesta
Si el grado de bilateralidad es > a 0.05 se acepta la hipótesis nula.

Tabla 30

Correlación y prueba de hipótesis específica 1

Correlaciones			
		INFRACCIONES ADMINISTRATIVAS	DISMINUCIÓN DE OFERTA LABORAL
INFRACCIONES ADMINISTRATIVAS	Correlación de Pearson	1	,881**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	57	57
DISMINUCIÓN DE OFERTA LABORAL	Correlación de Pearson	,881**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	57	57

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota: SPSS 24

Grado de relación = 88.1%

Significancia bilateral = 0.000

Población = 57

Interpretación

La correlación entre “infracciones administrativas” y “disminución de oferta laboral” es de 88.1%, según la tabla categórica de Pearson, existe alta relación entre estas, el grado de significancia es de (0,000 < 0,05), por tal motivo se acepta la hipótesis específica 1 propuesta y se rechaza la hipótesis nula y se concluye que:

“A mayores infracciones administrativas mayores será la disminución de oferta laboral según la Cámara de Comercio de Lima 2020”

Prueba de Hipótesis 2

HE2.- Existe relación significativa entre los procesos judiciales que afronten las empresas y la deficiencia de productividad en la Cámara de Comercio de Lima 2020.

HE20.- No existe relación significativa entre los procesos judiciales que afronten las empresas y la deficiencia de productividad en la Cámara de Comercio de Lima 2020.

Confianza 99.5%
Reglas de decisión
Si el grado de bilateralidad es ≤ a 0.05 se acepta la hipótesis propuesta
Si el grado de bilateralidad es > a 0.05 se acepta la hipótesis nula

Tabla 31

Correlación y prueba de hipótesis específica 2

Correlaciones

		PROCESOS JUDICIALES	DEFICIENCIA DE PRODUCTIVIDAD
PROCESOS JUDICIALES	Correlación de Pearson	1	,832**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	57	57
DEFICIENCIA DE PRODUCTIVIDAD	Correlación de Pearson	,832**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	57	57

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota: SPSS 24

Grado de relación = 83.2%
Significancia bilateral = 0.000
Población = 57

Interpretación

La correlación entre “procesos judiciales” y “deficiencia de productividad” es de 83.2%, según la tabla categórica de Pearson, existe alta relación entre estas, el grado de significancia es de (0,000 < 0,05), por tal motivo se acepta la hipótesis específica 2 propuesta y se rechaza la hipótesis nula y se concluye que:

“A mayores procesos judiciales a las empresas de Call center mayores serán la deficiencia de productividad según la Cámara de Comercio de Lima 2020”

CAPÍTULO V: DISCUSIONES, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Discusiones

El presente trabajo tuvo como objetivo general: Determinar de qué ma relaciona la ley de comunicaciones comerciales no consentidas y la transgresión a la libertad empresarial en la Cámara de Comercio de Lima 2020, refiriéndose a la ley que “prohibía el acoso de empresas de marketing”, es decir se les prohibía las llamadas telefónicas para poder vender algún servicio, vulnerando de alguna manera la libertad de empresa que nuestra constitución protege.

1. A partir de los hallazgos encontrados se acepta la hipótesis general propuesta H_1 = Existe relación significativa entre la ley de comunicaciones comerciales no consentidas y la transgresión a la libertad empresarial en la Cámara de Comercio de Lima 2020, y se estable que existe relación entre comunicaciones comerciales no consentidas y libertades empresarial es de 78.7%, según la tabla categórica de Pearson, existe alta relación entre estas, el grado de significancia es de (0,000 < 0,05), por tal motivo se acepta la hipótesis general propuesta, y se concluye que: “A mayor creación de leyes como la de comunicaciones comerciales no consentidas mayores serán las restricciones a la libertad de empresa según la Cámara de Comercio de Lima 2020”, se infiere que esta ley de prohibición de llamadas tiene algún impedimento para el desarrollo empresarial esto guarda relación con lo que señala Martínez en su tesis del 2015. En su investigación Martínez menciona a los sectores económicos que mayor fuerza toman en su país incoando de esta manera a que se regule mediante legislación los derechos fundamentales que mediante esta libertad sujeta la democracia al sistema de libre mercado y por otro lado los preceptos que habilitan la intervención pública en el proceso del desarrollo de aquellas libertades, él indica que por lo general existen leyes que limitan el derecho de libertad empresarial sin tener en cuenta el daño económico y social que les causan, también tiene relación con lo investigado por Saravia 2017, ya que la Ley N° 27655 puso restricciones a la economía familiar según el autor en esta investigación se considera que la ley de

prohibiciones de llamadas sin consentimiento pone limitaciones a las empresas de Call center, y por último guarda relación por lo señalado por Caroajulca que en el año 2015 defiende la necesaria regulación de la autonomía del Derecho empresarial y la protección al empresario en el Perú propone con urgencia la reforma civil y administrativa en tanto que hay necesidad de brindar seguridad para el ambiente empresarial para que los límites impuestos por decretos no sean sustentados bajo el vértice de una lesión gravosa a la sociedad y a intereses mínimos que forman parte de un grupo de personas pero que en retrospectiva afecta la seguridad jurídica y financieras de las empresas y por ende del mercado.

2. De los siguientes hallazgos encontrados se puede afirmar que se acepta la hipótesis especifica 1 propuesta H1 = Existe relación significativa entre las infracciones administrativas derivadas de la Ley N° 29571 y la disminución de oferta laboral en la Cámara de Comercio de Lima 2020, La correlación entre "infracciones administrativas" y "disminución laboral" es de 88.1%, según la tabla categórica de Pearson, existe alta relación entre estas, el grado de significancia es de (0,000 < 0,05), por tal motivo se acepta la hipótesis específica 1 propuesta y se rechaza la hipótesis nula y se concluye que: "A mayores infracciones administrativas mayores será la disminución laboral según la Cámara de Comercio de Lima 2020", esto guarda relación con lo señalado con lo que señala Flores en el año 2014 en su tesis titulada *"La situación laboral de los teleoperadores de empresas tercerizadas ubicadas en Santiag*o", realizó un estudio sobre las condiciones de trabajo donde estudia la relevancia histórica laboral que ha tenido esta industria durante todo su desarrollo en Chile. Su investigación presenta a estas empresas multinacionales en un contexto de apertura que ha significado y posibilitado la llegada de capitales extranjeros que ha convertido a Chile en un país con más empresas trasnacionalizadas. Pero estas empresas se ven amenazadas de reducir sus plazas laborales por las constantes infracciones administrativas y excesivas que se le vienen imponiendo, a causa de la lucha eterna que tienen con la competencia internacional y no existe una norma nacional que de protección a los derechos empresariales en este sector.

3. Para concluir se acepta la hipótesis especifica propuesta 2 H2 = Existe relación significativa entre los procesos judiciales que afronten las empresas y la deficiencia de productividad en la Cámara de Comercio de Lima 2020, La correlación entre “procesos judiciales” y “deficiencia de productividad” es de 83.2%, según la tabla categórica de Pearson, existe alta relación entre estas, el grado de significancia es de (0,000 < 0,05), por tal motivo se acepta la hipótesis específica propuesta y se rechaza la hipótesis nula y se concluye que: “A mayores procesos judiciales a las empresas de Call center mayores serán la deficiencias de productividad según la Cámara de Comercio de Lima 2020”, estos hallazgos se refieren a que al existir este tipo de leyes podrían judicializar algunas acciones de índole administrativo, causándoles más agravio a este tipo de empresas y por ende deficiencia en su productividad llevándole hasta la quiebra esto guarda relación con lo señalado por Orozco que en el año 2015 en su tesis con título “Propuesta de mejora en los procesos del área de call-center técnico de una empresa de telecomunicaciones”, identificó las principales deficiencias del call-center técnico de Atento, empresa que provee servicios para empresas de telecomunicaciones. Tuvo como metodología tipo básico, con enfoque cuantitativo. Se utilizó como instrumento la recolección de todas las llamadas entrantes durante el día. Se concluyó en que la empresa no brinda un adecuado soporte técnico a sus operadores mecánicos, por ende, se vulneran los derechos de los consumidores, este tipo de acciones se puede convertir en reclamos judicializados que frenan la productividad, decayendo la empresa.

5.2. Conclusiones

Primero: se concluye que la norma de comunicaciones comerciales no consentidas, trae consecuencias negativas a las empresas de Call center, un sector económicamente estable dentro de la economía peruana y que aporta al desarrollo del país, al ponerle restricciones que pueden tener otro tipo de soluciones ante la problemática de los consumidores se vulnera el derecho a la libertad de empresa, derecho protegido en nuestra constitución. En ese sentido se acepta la hipótesis

general propuesta y las variables “Comunicaciones comerciales no consentidas” y ”Libertad empresarial”, se relacionan en un 78.7%, según la tabla categórica es alta la relación, se concluye que “A mayores creación de leyes como la de comunicaciones comerciales no consentidas mayores serán las restricciones a la libertad de empresa según la Cámara de Comercio de Lima 2020”.

Segunda: también se puede concluir que con la implementación de la ley de prohibición de llamadas comerciales no consentidas, se incrementarán las infracciones administrativas para con las empresas de Call center, produciendo, afectaciones y muchas veces despidos, la dimensiones, la correlación entre “infracciones administrativas” y “disminución laboral” es de 88.1%, según la tabla categórica de Pearson, existe alta relación entre estas, se acepta la hipótesis específica 1 y se concluye que: “A mayores infracciones administrativas mayores será la disminución laboral según la Cámara de Comercio de Lima 2020”

Tercero: Por último, se puede concluir que los procesos judiciales a las empresas, afectan la productividad, ya que por lo general los procesos son costosos y esto tiene repercusión con la productividad. La relación existente entre “los procesos judiciales” y “deficiencia de productividad” es de 83.2%, según la tabla categórica de Pearson, existe alta relación entre estas, se acepta la hipótesis específica 2 y se concluye que: “A mayores procesos judiciales a las empresas de Call center mayores serán la deficiencia de productividad según la Cámara de Comercio de Lima 2020”.

5.3. Recomendaciones

Primera: Se recomienda al Colegio de Economistas de Lima o a los empresarios del rubro de los Call Center siempre y cuando cumplan el requisitos estos últimos que la Constitución les exige propiciar la derogación del Decreto Legislativo N°1390 que modifica el Código de Protección y Defensa del Consumidor en su artículo 58° en referencia a la prohibición de comunicaciones comerciales sin consentimiento, vía acción de inconstitucionalidad de la norma por afectar el derecho a la libre empresa e iniciativa privada de las unidades productivas económicas

dedicadas al rubro del telemarketing, toda vez que esto afecta directamente a la economía actual del país y genera repercusiones a las que ha arribado la siguiente investigación.

Segunda: Se recomienda al Poder Legislativo promulgar normas legales que tengan como finalidad garantizar la libertad de empresa tal y como lo reconoce la Constitución Política del Perú, para que en épocas de crisis como las que la economía peruana está pasando actualmente, el mercado interno y externo resurja, generando mayores puestos de trabajo, y por ende mayor productividad empresarial logrando de esa manera, reactivar la economía gracias a los métodos de publicidad que se generan a través de comunicaciones comerciales.

Tercero: Se recomienda al INDECOPI, como ente protector del consumidor en las relaciones de consumo a flexibilizar las sanciones impuestas por la modificación del Decreto Legislativo N°1390 teniendo en cuenta que debe existir una protección legal a ambos agentes en la relación proveedor- consumidor. A su vez se recomienda interpretar el radio de alcance de los derechos constitucionales, en especial bajo el enfoque de esta investigación, al de la libertad empresarial y la iniciativa privada que en materia económica conexa en su aplicación otros derechos fundamentales dentro de la economía social de mercado.

REFERENCIAS

Abad, Y. (2018). *Constitución y Procesos Constitucionales* (3° Ed.). Lima, Perú: Palestra Editores.

Acosta, I. (2008*). La constitución económica del Perú y el derecho comparado*. Lima, Perú: UNMSM.

Águila, G. y Echáis, M. (2016). *El ABC del derecho empresarial*. Lima, Perú: Editorial San Marcos.

Álvarez, C (2010). *La libertad de empresa y algunos límites desde la perspectiva del Estado Social*. Bilbao, España: Fondo Editorial La Sami.

Álvarez, P. (2019). *Alternativas para la implementación del Libro de Reclamaciones en los establecimientos comerciales abiertos al público sin recurrir al procedimiento administrativo sancionador* (Tesis de maestría). Recuperado de http://hdl.handle.net/20.500.12404/16197

Alfageme, R. 2015). *Libre competencia, privatización y desmonopolización*. *THEMIS-Revista de Derecho*, (31), 91–97. Recuperado de http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/themis/article/download/11512/12032

Alfredo, G. (2016). *Habeas Data. Protección de datos personales. Doctrina y jurisprudencia*. Buenos Aires, Argentina: Culzoni Editores.

Alarcon, L y Diaz, L. (2018). *Transferencia y acceso a la información pública en Lambayeque*. Lima, Perú: Editorial prensa y Sociedad.

Andia, Ch. (2017). *Diccionario empresarial*. Lima, Perú: Imprenta Kurgan.

Aramayo (2017) *"¿Cuándo una empresa incurre en publicidad engañosa en el Perú?".* Recuperado de https://elcomercio.pe/economia/peru/empresa-incurre-

publicidad-enganosa-429084-noticia/?ref=ecr

Ariño, O. (2015). *Principios del Derecho Público económico*. Lima, Perú: Aras Editores.

Arenas, R. (2016). *El derecho fundamental a la protección de datos personales en Europa*. Valencia, España: Editorial Tirant lo Blanch.

Ascarelli, T. (2019). *Derecho Mercantil,* México: Ed. Porrúa Hnos.

Aybar y Colchado (2017). *El comportamiento del consumidor racional de la generación z, con referente al proceso de comprar tradicionalmente y su vínculo con marcas digitales* (Tesis de pregrado). Recuperado de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/622177/GONZALES_BS.pdf?sequence=5&isAllowed=yexc

Apaza y Fernández (2018). *Criterios de compra moderna del consumidor limeño frente a la sostenibilidad* (Tesis de pregrado). Recuperado de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/623806/Apaza_MC.pdf?sequence=12&isAllowed=y

Auad (2019). *La evolución del derecho de las telecomunicaciones como mecanismo de protección al consumidor en el servicio de telefonía en ordenamientos jurídicos español, italiano y boliviano* (Tesis de pregrado). Recuperado de: file:///C:/Users/Dr/Downloads/TESIS%20definitiva%20DE%20DOCTORATO_FLAVIA_ALEJANDRA_AUAD_GANDARIAS%20.pdf

Avellada y Súmar (2006). *La regulación de la publicidad* (Tesis de pregrado). Recuperado de https://repositorio.indecopi.gob.pe/bitstream/handle/11724/5559/competencia_desleal.pdf?sequence=1

Ballesteros, B.(2015). *La Constitución de 1993, veinte años después*. Lima, Perú: Editorial Idemsa.

Bueno, E. (2015). *Curso Básico de Economía de la Empresa: Un enfoque de organización*. Madrid, España: Ed. Pirámide.

Brown, P. (2007). *Implicaciones de los Call Centers en el ámbito del Derecho Laboral en Costa Rica.* San José, Costa Rica: Ed Universidad de Costa Rica: Ed, Eduvisión.

Cabello, M. (2014). *Administración, gestión y comercialización de la pequeña empresa.* Madrid, España: Ediciones Akal.

Campiña, G. y Fernández, M. (2018). *La Empresa y Administración en su entorno*. Lima, Perú: Editex.

Castañeda y Nervi (2019). *El contrato de shopping center: Bases jurídicas para su utilización en el mercado comercial de Perú* (Tesis de pregrado). Recuperado de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625630/NerviT_K.pdf?sequence=13&isAllowed=y

Castillo, C. (2016). *Comentarios al Codigo Procesal Constitucional. Habeas Corpus, Habeas amparo y Data*. Tomo II. Lima, Perú: Palestra Editores.

Cerda, S. (2017). *Mecanismos de control en la protección de datos en Europa.* Revista Ius et Praxis, *12*(2), 221-251.

Carojulca, B. (2015). *Formas empresariales*. Trujillo, Perú. Editorial Idemsa.

Cevallos, F. (2018). *La protección del derecho a la intimidad informática a través del habeas data*. Piura, Perú: Ediciones Universidad Nacional de Piura.

Cidoncha, M. (2004). *La libertad de empresa en el marco de la economía de mercado: el artículo 38 de la Constitución Española* (Tesis doctoral). Recuperado de: https://repositorio.uam.es/handle/10486/5007

Constitución Política del Perú. (1993). Constitución Politica del Perú. Recuperado de http://www4.congreso.gob.pe/ntley/Imagenes/Constitu/Cons1993.pdf

Código de Protección y Defensa del Consumidor. Ley N°29571. Recuperado de: https://www.indecopi.gob.pe/documents/20195/177451/CodigoDProtecciony DefensaDelConsumidor%5B1%5D.pdf/934ea9ef-fcc9-48b8-9679-3e8e2493354e

Cortés, L., Lozano, A. y Silva, V. (2003). *Incidencia de la Jurisprudencia de la Corte Constitucional el Derecho Privado Colombiano.* (Tesis de pregrado). Recuperado de https://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/derecho/dere5/TESIS27.pdf

Cotino, H. (2017). *La libertad en internet. La red y las libertades de expresión e información.* Valencia, España: Tirant Lo Blanch.

Carpizo, J. y Carbonell, M. (2015). *Derecho a la Información y Derechos Humanos.* México: Fondo Editorial UNAM.

Cobo, J. (2019). *La publicidad engañosa y sus riesgos*. Recuperado de https://www.latamdigitalmarketing.com/blog/la-publicidad-enganosa/

Cochachin, J. (2015). *Las empresas sociales en el Perú y la necesidad de contar un marco legal* (Tesis de maestría). Recuperado de: http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/6872

Coronado (2020). *Indecopi destacó su labor en fomentar e inculcar una cultura de respeto a las normas de competencia que reduzcan las prácticas anticompetitivas.* Recuperado de https://www.indecopi.gob.pe/busqueda-tema /journal_content/56/1902049/3928847

Cruces B. (2016). Principios de la constitución económica: aproximación inicial y fuentes. *IUS. Revista de investigación de la facultad de derecho*, *1*(11).

Davila, S. (2017). *Análisis de las funciones del Indecopi a la luz de las decisiones de sus órganos resolutivos*. Recuperado de: https://repositorio.indecopi.gob.pe/bitstream/handle/11724/5559/competencia_desleal.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ipanaque, C. y Reátegui, S. (2017). *La disposición de los consumidores hacia el uso de las plataformas de economía colaborativa en la ciudad de Lima* (Tesis de pregrado). Recuperado de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/622919/Reategui_PS.pdf?sequence=5&isAllowed=y

De Pablos, C. (2014). *Informática y comunicaciones en la empresa.* Madrid, España: Esic.

Durand, C. (2015). El código de protección y defensa del consumidor, retos y desafíos para la promoción de una cultura de consumo responsable en el Perú. *Revista de Actualidad Mercantil,* (4), 94-135.

Echaiz, M. (2018). *La empresa en el Derecho Moderno*. Lima, Perú: Ed. Gráfica Horizonte.

Elias, E. (2017). *Derecho societario peruano.* Lima, Perú: Editora Normas Legales.

Espinoza, E. (2014). *Derecho de las Personas* (7ª ed.). Lima, Perú: Editorial Instituto Pacífico.

Eguiguren, P. (2017). *La libertad de expresión e informática y el derecho a la intimidad personal, su desarrollo actual y sus conflictos*. Lima, Perú: Palestra Editores.

Ferrajoli, L. (2001). *Los fundamentos de los derechos fundamentales*. Madrid, España: Editorail Trotta.

Flores, C. (2014). La situación laboral de los teleoperadores de empresas tercerizadas (Tesis de pregrado). Recuperado de http://bibliotecadigital.academia.cl/bitstream/handle/123456789/2428/TSOC%20188.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Franco B. (2015). *Correo electrónico y Spam*. Madrid, España: Colegio Oficial de Ingenieros de Telecomunicación.

García, C. (2014). *Los delitos contra la competencia*. Lima, Perú: ARA editores.

Gomez, F. (2020). *Proyecto de protocolo del sector textil confecciones*. Recuperado de https://laley.pe/art/9671/este-es-el-protocolo-sanitario-para-la-reanudacion-de-la-actividad-textil

Gagliuffi, I (2018). *Recomendaciones para prevenir sanciones de Indecopi*. Recuperado de https://lpderecho.pe/recomendaciones-prevenir-sanciones-indecopi/

Gagliuffi, I (2020). *Indecopi sanciona bancos por emitir tarjetas de crédito que no fueron solicitantes.* Recuperado de https://lpderecho.pe/indecopi-sanciona-bancos-emitir-tarjetas-credito-no-fueron-solicitadas/

García, T. (2014). *Valores, principios, fines e Interpretación Constitucional*. *Revista Derecho & Sociedad*, (21), 190-209.

Guzman, N. (2015). *La Constitución Política: Un Análisis Funcional*. Lima, Perú: Editorial Gaceta Jurídica.

Hakansson, N. (2015). *El proceso de inconstitucionalidad: Una aproximación teórica y jurisprudencial*. Lima, Perú: Palestra.

Hayek, F. (2018). *Los fundamentos de la libertad* (6° Ed.). Madrid, España: Unión Editorial.

Huamaní, H. (2018). *Legislación empresarial al alcance de todos*. Lima, Perú. Editorial Gaceta jurídica.

Hundskopf, E. (2016). *Derecho comercial*: *Temas societarios*. Lima, Perú. Fondo editorial Universidad de Lima.

Kresalja R. (2017). *Consideraciones constitucionales y legales sobre la competencia económica*. Lima, Perú: Pensamiento Constitucional.

Kresalja R. (2015). *¿Estado o mercado?: El principio de subsidiaridad en la Constitución peruana*. Lima: Fondo Editorial PUCP.

Kresalja R. y Ochoa, C. (2009). *Derecho constitucional económico*. Lima, Perú: Fondo Editorial PUCP.

Landa, S. (2017). *Los derechos fundamentales*. Lima, Perú: Editorial PUCP.

Lazarte M. (2015). *Libertad de empresa y servicio público*. Lima, Perú: Fondo editorial UPC.

Ley de Protección de datos personales. (2011). Ley N° 29733. Recuperado de http://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/29733.pdf

López J. (2015). *La publicidad en Internet. Regulación y autorregulación.* Navarra, España: Thomson Reuters

López, N y Torres, P. (2013). *Estudio de factibilidad parar mejorar la atención al cliente con la implementación de un Call Center en la CNEL Milagro* (Tesis de pregrado). Recuperado de http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/2431

Leysser, L. (2017). *El problema jurídico de la manipulación de información personal*. Lima, Perú: Palestra Editores.

Linares, R. (2014). *La necesidad de especialización en Derecho Empresarial.* Arequipa, Perú.

Martín, G. (2015). *La publicidad. Su incidencia en la contratación.* Madrid, España: Dykinson.

Martinez, K. (2015). *Límites al ejercicio de la Libertad de Empresa*. (Tesis doctoral). Recuperado de: https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/54467/1/tesis_karla_georgia_martinez_herrera.pdf

Müller, F. (2020). *Teoría estructuradora del derecho*. Recuperado de http://www.astreavirtual.com.ar

Orozco, S. (2015). *Propuesta de mejora en los procesos del área de call-center técnico de una empresa de telecomunicaciones* (Tesis de pregrado). Recuperado de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/582088/Orozco_CS.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Quispe, C. (2017). *La constitución económica* (2ª ed.). Lima, Perú: Maxigraphica.

Salazar y Vilchez (2019*). Análisis de vínculo entre calidad de servicio con respecto a satisfacer al consumidor y lealtad del cliente dentro del sector bancario de Lima Metropolitana* (Tesis de pregrado). Recuperado de: https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/648693/SalazarA_D.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Remy, Ll. y Villar B.N. (2016). *Derecho empresarial*. Lima, Perú: Fondo editorial UIGV.

Reyes, M. (2020). *Protección y defensa al consumidor*. Recuperado de: Cobo, J. (2019). La publicidad engañosa y sus riesgos. Recuperado de https://www.latamdigitalmarketing.com/blog/la-publicidad-enganosa/

Rivera, H. y Torres, A. (2020). *Factores claves conductuales del consumidor mayor de edad de Lima metropolitana que influye en la intención de compra de productos funerarios a futuro en parque cementerio* (Tesis de pregrado). Recuperado de http://hdl.handle.net/10757/651872

Reyna, N. y Tinta, C. (2017). *Estrategias de fidelización que contribuyan a la gestión de retención de clientes de consumismo extremo en principales operadores móviles de telecomunicaciones de Lima* (Tesis de pregrado). Recuperado de http://hdl.handle.net/10757/622675

Ruiz, D. (2016). *Organización y Administración de Empresas.* Buenos Aires, Argentina: Hammurabi.

Rodriguez, J. (2013). *El derecho a la libertad de empresa del artículo 38 de la constitución española estudio sobre su interpretación y las dificultades para su desarrollo y aplicación* (Tesis doctoral). Recuperado de https://accedacris.ulpgc.es/bitstream/10553/9771/1/0675233_00000_0000.pdf

Roldán, N. (2019). *La libre competencia como situación en donde cualquiera es libre de participar como vendedor o como comprador*. Recuperado de: https://economipedia.com/definiciones/libre-competencia.html

Rubio, M. (2005). *La vigencia y validez de las Normas Jurídicas en la Jurisprudencia del Tribunal Constitucional.* Lima, Perú: Themis.

Santaella, L. (2019). *El nuevo Derecho de la publicidad.* Madrid, España: Civitas.

Sardón, J. (2013). *Perú: libre competencia.* Recuperado de: https://www.elcato.org/peru-libre-iniciativa-privada

Sandoval, F. (2015). *Publicidad engañosa de las empresas como factor de vulneración del consumidor en Chile (*Tesis de pregrado). Recuperado de: http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/107601/sandoval_f2.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Santofimio, N. (2015). *Análisis del efecto de la publicidad engañosa en el comportamiento del consumidor* (Tesis de pregrado). Recuperado de: https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/11025/SantofimioPerezNatalia2012.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Sanchez, S. (2019). *Análisis del caso pura vida y los riesgos penalmente relevantes en la publicidad engañosa como modalidad de estafa en el Código penal peruano* (Tesis de pregrado). Recuperado de http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1956/1/TL_SanchezFernandezStefany.pdf

Saravia, R. (2017). *La vulneración del derecho a la libertad de empresa en la ley N°27655* (Tesis de pregrado). Recuperado de http://repositorio.uwiener.edu.pe/handle/123456789/951

Sessarego, F. (2005). *Investigación Jurídica. Portal de información y Opinión legal.* Lima, Perú: Editorial PUCP.

Stuart M. (2017). *Sobre la libertad*. Madrid, España: Alianza Editorial.

Súmar, A. (2018). Derecho empresarial y constitución: límites constitucionales a la libertad de empresa y a su regulación (un análisis de casos). *Revista de derecho*, (55), 265-281.

Talavera, R. (2020). *Necesidad de implementar programas de cumplimiento en el sector financiero frente a actos de corrupción* (Tesis de maestría). Recuperado de http://hdl.handle.net/20.500.12404/16154

Terrones, R. (2015). *Responsabilidad empresarial e institucionalidad: caso de Aliex en Perú* (Tesis de maestría). Recuperado de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/6874

Tello (2015). *Automatización del proceso de gestión de indicadores de rendimiento del proceso de atención del servicio en empresas call center* (Tesis de pregrado). Recuperado de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/604079

Trillo, C. (2020). *Compliance laboral en materia de protección de datos personales* (Tesis de maestría). Recuperado de http://hdl.handle.net/20.500.12404/16249

Torres, M. (2014). *Derecho empresarial.* Lima, Perú: Gráfica Euroamericana S.R.L.

Vasquez, L. y Colos, H. (2018). *Las afectaciones de la publicidad engañosa a los derechos del consumidor en la legislación peruana (*Tesis de pregrado). Recuperado de: http://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/AUTONOMA/613

Winter (2019). *El delito de administración desleal de empresas como vulnerante del derecho al consumidor en Chile* (Tesis de maestría). Recuperado de http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/173134/El-delito-de- administracion-desleal-en-Chile.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Zamora, M. (2020). *Lineamientos para la vigilancia, prevención y control de la salud de los trabajadores con riesgo de exposición a covid 2019*. Recuperado de https://www.gob.pe/institucion/minsa/informes-publicaciones/543249-lineamientos-para-la-vigilancia-de-la-salud-de-los-trabajadores-con-riesgo-de-exposicion-a-covid-19

ANEXOS

ANEXO 01: MATRIZ DE CONSISTENCIA

"COMUNICACIONES COMERCIALES NO CONSENTIDAS Y LA LIBERTAD EMPRESARIAL EN LA CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA 2020"							
PROBLEMA	**OBJETIVOS**	**HIPOTESIS**	**VARIABLES**	**DIMENSIONES**	**INDICADORES**	**ITEM**	**METODO**
Problema general	**Objetivo general**	**Hipótesis general**	comunicaciones comerciales no consentidas	Infracciones administrativas	Reconsideraciones	1,2	METODO DEDUCTIVO
PG.- ¿De qué manera se relaciona la ley de comunicaciones comerciales no consentidas y la transgresión a la libertad de empresas en la Cámara de Comercio	OG.- Determinar de qué manera se relaciona la ley de comunicaciones comerciales no consentidas y la transgresión a la libertad de empresas en la Cámara de Comercio de Lima 2020?	. HG.- Existe relación significativa entre la ley de comunicaciones comercialesno consentidas y la transgresión a la libertad de empresas en la Cámara de Comercio de Lima 2020.			Apelaciones	3,4	ENFOQUE CUANTITATIVO TIPO
					Inconstitucional	5	BASICO
				Procesos judiciales	Procesos Contencioso Administrativo	6,7	DISEÑO NO EXPERIMENTAL NIVEL CORRELACIONAL TÉCNICA ENCUESTA INSTRUMENTO

de Lima 2020?							CUESTIONARIO
Problema específico	**Objetivos específicos**	**Hipótesis especificas**				8,9	POBLACIÓN Y MUESTRA 57 TRABAJADORES DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA
PE1.- ¿De qué manera se relacionan las infracciones administrativas derivadas de la Ley N° 29571 y la disminución de oferta laboral en la Cámara de Comercio de Lima 2020?	OE1.- Determinar de qué manera se relacionan las infracciones administrativas derivadas de la Ley N° 29571 y la disminución de oferta laboral en la Cámara de Comercio de Lima 2020. OE2.- Determinar de qué manera se relacionan los procesos judiciales que afronten las empresas y la deficiencia de	Existe relación significativa entre las infracciones administrativas derivadas de la Ley N° 29571 y la disminución de oferta laboral en la Cámara de Comercio de Lima 2020. Existe relación significativa entre los procesos judiciales que			Derivadas de la Ley N° 29571		
					Procesos Laborales	10	
			La libertad empresarial	Disminución de oferta laboral	Derecho constitucional al trabajo	1,2	
					Sueldos Bajos	3	
					Nivel inadecuado del trabajo	4, 5	
				La deficiencia de productividad	Disminución de ingresos para la empresa	6	

PE2.- ¿De qué manera se relacionan los procesos judiciales que afronten las empresas y la deficiencia de productividad en la Cámara de Comercio de Lima 2020?	productividad en la Cámara de Comercio de Lima 2020	afronten las empresas y la deficiencia de productividad en la Cámara de Comercio de Lima 2020.			Afectación a la libre competencia	7,8	
					Protección a la empresa	9, 10	

ANEXO 02: DOCUMENTOS PARA VALIDAR LOS INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor:

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Es grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que, en mi calidad de Bachiller, egresado de la Universidad Autónoma del Perú, he elaborado mi tesis titulada: **"Comunicaciones comerciales no consentidas y la libertad empresarial en la Cámara de Comercio de Lima 2020"**, cuyo desarrollo me permitirá optar por el título de abogado.

En tal sentido, es imprescindible validar el(los) instrumento(s) con los cuales recogeré los datos pertinentes, para lo cual es necesario contar con la aprobación de especialistas y llevar a cabo la aplicación del(los) instrumento(s) en mención. Conocedor(a) de su connotada experiencia en temas de investigación jurídica, he considerado conveniente recurrir a su persona.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definición conceptual(es) de la(s) variable(s) y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de la(s) variable(s).
- Certificado de validez de contenido del(los) instrumento(s).

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle la atención que dispense presente.

Atentamente,

Milagros Guadalupe Farromeque Mora

DNI 70032284

DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LA VARIABLE Y DIMENSIONES

Variable 1: Comunicaciones comerciales no consentidas

Definición conceptual

Frente a esto, en setiembre del 2018 el Ejecutivo aprobó la modificación de la Ley N°29571 , Código de Protección y Defensa del Consumidor con respecto a las actividades empresariales en la industria de Call Centers en el Perú., La norma categoriza al uso de prácticas comerciales a través de llamadas telefónicas y mensajes masivos como un método comercial agresivo y engañoso que implica que los proveedores disminuyan de forma significativa la libertad de elección del consumidor, a través de figuras como el acoso, la coacción, la influencia indebida o el dolo (Pascual, 2019, p.34).

Dimensiones de la variable 1:

- Infracciones administrativas
- Procesos judiciales

Variable 2: Libertad de empresarial

Definición conceptual.-.

La investigación torna en función de la afectación de Derechos Fundamentales en este caso a la libertad de empresa, libre iniciativa privada y el derecho al trabajo en función a que el Decreto Legislativo N°1390 que modifica el Código de Protección y Defensa del Consumidor afecta en sobremanera la capacidad económica de esta industria para poder generar puestos de trabajo. Antes de poder determinar estos derechos como tal y poder enmarcar la investigación en una descripción sobre la industria de los Call centers en el Perú es importante definir para la doctrina que son derechos fundamentales los inherentes a la persona. (Álvarez, 2018, p.34)

Dimensiones de la variable 2:

- Disminución de oferta laboral
- La deficiencia de productividad

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO QUE MIDE LAS COMUNICACIONES COMERCIALES NO CONSENTIDAS

Dicotómica	**SI / NO**

Ítems	J-1	J-2	J-3	J-4	J-5	Suma	Valor (V)
¿Ud. cree que, con la prohibición de las comunicaciones comerciales no consentidas se incrementarán las infracciones administrativas para las empresas de Call Center?							
¿Ud. cree que, se deba de realizar recursos de reconsideraciones para las sanciones administrativas de las empresas de Call Center?							
¿Ud. cree que, las apelaciones							

a las sanciones administrativas son el mejor mecanismo de defensa para las empresas de Call Center?							
¿Ud. cree que, en el Perú las apelaciones son el reclamo con más frecuencia por parte de los administrados?							
¿Ud. cree que, se deba reclamar la inconstitucionalidad de la norma que prohíbe las comunicaciones comerciales no consentidas, por vulnerar el derecho a la libertad de empresa?							
¿Ud. cree que, los reclamos administrativos por lo general terminan en procesos contenciosos administrativos?							

¿Ud. cree que, la vía contenciosa administrativa es la más idónea para reclamar sanciones a las empresas de Call Center?							
¿Considera usted que, la nueva modificación de la Ley N° 29571 (prohibición de comunicaciones y promociones comerciales) afecta los derechos fundamentales de la empresa?							
¿Considera usted que, con la instauración de la nueva modificación de la Ley N° 29571, se reducirían los empleos en el Perú?							
¿Ud. cree que, con la instauración de la nueva modificación de							

la Ley N° 29571, aumentarán los procesos laborales en las empresas de Call Center?							

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO QUE MIDE LA LIBERTAD EMPRESARIAL

Dicotómica	**SI / NO**

Ítems	J-1	J-2	J-3	J-4	J-5	Suma	Valor (V)
¿Ud. cree que, el derecho fundamental al trabajo se ve perjudicado por la modificación de la ley de prohibición de comunicaciones comerciales no consentidas en el Perú?							
¿Ud. cree que, las empresas de Call Center son negocios que brindan trabajo a una gran parte del							

sector en el Perú?							
¿Ud. cree que, con la instauración de la ley de prohibición de comunicaciones comerciales no consentidas, los sueldos de los operadores disminuirán considerablemente?							
¿Ud. cree que, con la disminución de sueldos en este sector, generará más crisis en el Perú?							
¿Ud. cree que, con la instauración de la ley de prohibición de comunicaciones comerciales no consentidas, las condiciones de							

trabajo disminuirán?							
¿Ud. cree que, han disminuido los ingresos de la empresa de call center por el Decreto Legislativo N°1390?							
¿Considera que la nueva modificatoria de la Ley N° 29571 afecta el derecho a la libre competencia en los centros de contacto call center?							
¿Considera que la nueva modificatoria de la Ley N° 29571, influye en la desvaloración empresarial del sector dedicado al call center?							
¿Ud. cree que el estado debe de proteger las							

pequeñas empresas dedicadas a los call center con la finalidad de incrementar la economía?							
¿Considera que la legislación peruana en la actualidad, debería proteger al consumidor, pero también a la empresa?							

OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE 1

DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	DICOTÓMICA
Infracciones administrativas	Reconsideraciones	1. ¿Ud. cree que, con la prohibición de las comunicaciones comerciales no consentidas se incrementarán las infracciones administrativas para las empresas de Call Center? 2. ¿Ud. cree que, se deba de realizar recursos de reconsideraciones para las sanciones administrativas de las empresas de Call Center?	1. Si 2. No
	Apelaciones	3. ¿Ud. cree que, las apelaciones a las sanciones administrativas son el mejor mecanismo de defensa para las empresas de Call Center? 4. ¿Ud. cree que, en el Perú las apelaciones son el reclamo con más frecuencia por parte de los administrados?	
	Inconstitucional	5. ¿Ud. cree que, se deba reclamar la inconstitucionalidad de la norma que prohíbe las comunicaciones comerciales no consentidas, por vulnerar el derecho a la libertad de empresa?	
Procesos judiciales	Procesos Contencioso administrativo	6. ¿Ud. cree que, los reclamos administrativos por lo general terminan en procesos contenciosos administrativos?	

		7. ¿Ud. cree que, la vía contenciosa administrativa es la más idónea para reclamar sanciones a las empresas de Call Center?	
	Derivadas de la Ley N° 29571	8. ¿Considera usted que, la nueva modificación de la Ley N° 29571 (prohibición de comunicaciones y promociones comerciales) afecta los derechos fundamentales de la empresa? 9. ¿Considera usted que, con la instauración de la nueva modificación de la Ley N° 29571, se reducirían los empleos en el Perú?	
	Procesos Laborales	10. ¿Ud. cree que, con la instauración de la nueva modificación de la Ley N° 29571, aumentarán los procesos laborales en las empresas de Call Center?	

OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE 2

DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	DICOTÓMICA
Disminución de oferta laboral	Derecho constitucional al trabajo	1. ¿Ud. cree que, el derecho fundamental al trabajo se ve perjudicado por la modificación de la ley de prohibición de comunicaciones comerciales no consentidas en el Perú? 2. ¿Ud. cree que, las empresas de Call Center son negocios que brindan trabajo a una gran parte del sector en el Perú?	1. Si 2. No
	Sueldos Bajos	3. ¿Ud. cree que, con la instauración de la ley de prohibición de comunicaciones comerciales no consentidas, los sueldos de los operadores disminuirán considerablemente? 4. ¿Ud. cree que, con la disminución de sueldos en este sector, generará más crisis en el Perú?	
	Nivel inadecuado del trabajo	5. ¿Ud. cree que, con la instauración de la ley de prohibición de comunicaciones comerciales no consentidas, las condiciones de trabajo disminuirán?	

La deficiencia de productividad	Disminución de ingresos para la empresa	6. ¿Ud. cree que, han disminuido los ingresos de la empresa de call center por el Decreto Legislativo N°1390?	
	Afectación a la libre competencia	7. ¿Considera que la nueva modificatoria de la Ley N° 29571 afecta el derecho a la libre competencia en los centros de contacto call center? 8. ¿Considera que la nueva modificatoria de la Ley N° 29571, influye en la desvaloración empresarial del sector dedicado al call center?	
	Protección a la empresa	9. ¿Ud. cree que el estado debe de proteger las pequeñas empresas dedicadas a los call center con la finalidad de incrementar la economía? 10. ¿Considera que la legislación peruana en la actualidad, debería proteger al consumidor, pero también a la empresa?	

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE "COMUNICACIONES COMERCIALES NO CONSENTIDAS"

N°	DIMENSIONES/ ítems	Pertinencia[1]		Relevancia[2]		Claridad[3]		Suficiencia[4]		Sugerencias
	DIMENSIÓN 1	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	
1	Infracciones administrativas	**X**		**X**		**X**		**X**		
1	**DIMENSIÓN 2**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	
	Procesos judiciales	**X**		**X**		**X**		**X**		

Observaciones(precisar si hay suficiencia[4]):SI HAY SUFICIENCIA_____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [ ] No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador: Mg. LUIS A. ESPINOZA PAJUELO. **DNI:** 10594662……

Especialidad del validador: GESTIÓN PÚBLICA……

Lima sur, 05 de JULIO de 2020

[1]**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

[2]**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o Dimensión especifica del constructo.

[3]**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es Conciso, exacto, y directo.

[4]**Suficiencia:** Los ítems son suficientes para medir la dimensión.

_____

Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE "LIBERTAD EMPRESARIAL"

N°	DIMENSIONES/ ítems	Pertinencia[1]		Relevancia[2]		Claridad[3]		Suficiencia[4]		Sugerencias
	DIMENSIÓN 1	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	
1	Disminución de oferta laboral	**X**		**X**		**X**		**X**		
1	**DIMENSIÓN 2**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	
	La deficiencia de productividad	**X**		**X**		**X**		**X**		

Observaciones (precisar si hay suficiencia[4]): SI HAY SUFICIENCIA_____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [ ] No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador: Mg :LUIS A. ESPINOZA PAJUELO……. **DNI:** 10594662……

Especialidad del validador: GESTIÓN PÚBLICA……

Lima sur, 05 de JULIO de 2020

[1]**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

[2]**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o Dimensión especifica del constructo.

[3]**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es Conciso, exacto, y directo.

[4]**Suficiencia:** Los ítems son suficientes para medir la dimensión.

_____

Firma del Experto Informante

CUESTIONARIO DE LA VARIABLE: COMUNICACIONES COMERCIALES NO CONSENTIDAS

Buenos días /tardes:

Tengo a bien comunicarle que la presente encuesta se está realizando con la finalidad de recopilar datos referentes al tema: "COMUNICACIONES COMERCIALES NO CONSENTIDAS Y LA LIBERTAD EMPRESARIAL EN LA CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA 2020". Las respuestas que se obtengan de la presente encuesta serán debidamente procesadas, con el fin de contribuir a la investigación que se está realizando.

Quiero manifestarle las gracias por colaborar con esta investigación al responder las preguntas que se plantean a continuación:

INSTRUCCIONES:

Marcar con un aspa (x) la alternativa que Ud. considere conveniente.
Las alternativas son: 1 = SI, 2= NO

1. Infracciones administrativas		**Escala**	
		SI	**N0**
01	¿Ud. cree que, con la prohibición de las comunicaciones comerciales no consentidas se incrementarán las infracciones administrativas para las empresas de Call Center?		
02.	¿Ud. cree que, se deba de realizar recursos de reconsideraciones para las		

	sanciones administrativas de las empresas de Call Center?		
03.	¿Ud. cree que, las apelaciones a las sanciones administrativas son el mejor mecanismo de defensa para las empresas de Call Center?		
04.	¿Ud. cree que, en el Perú las apelaciones son el reclamo con más frecuencia por parte de los administrados?		
05.	¿Ud. cree que, se deba reclamar la inconstitucionalidad de la norma que prohíbe las comunicaciones comerciales no consentidas, por vulnerar el derecho a la libertad de empresa?		
2. Procesos judiciales		**Escala**	
06.	¿Ud. cree que, los reclamos administrativos por lo general terminan en procesos contenciosos administrativos?		
07.	¿Ud. cree que, la vía contenciosa administrativa es la más idónea para reclamar sanciones a las empresas de Call Center?		
08.	¿Considera usted que, la nueva modificación de la Ley N° 29571 (prohibición de comunicaciones y promociones comerciales) afecta los derechos fundamentales de la empresa?		

09.	¿Considera usted que, con la instauración de la nueva modificación de la Ley N° 29571, se reducirían los empleos en el Perú?		
10	¿Ud. cree que, con la instauración de la nueva modificación de la Ley N° 29571, aumentarán los procesos laborales en las empresas de Call Center?		

CUESTIONARIO DE LA SEGUNDA VARIABLE: LIBERTAD EMPRESARIAL

Buenos días /tardes:

Tengo a bien comunicarle que la presente encuesta se está realizando con la finalidad de recopilar datos referentes al tema: ""COMUNICACIONES COMERCIALES NO CONSENTIDAS Y LA LIBERTAD EMPRESARIAL EN LA CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA 2020". Las respuestas que se obtengan de la presente encuesta serán debidamente procesadas, con el fin de contribuir a la investigación que se está realizando.

Quiero manifestarle las gracias por colaborar con esta investigación al responder las preguntas que se plantean a continuación:

INSTRUCCIONES:

Marcar con un aspa (x) la alternativa que Ud. considere conveniente.

Las alternativas son: 1 = SI, 2= NO

1. Disminución de oferta laboral		**Escala**	
		SI	**N0**
01	¿Ud. cree que, el derecho fundamental al trabajo se ve perjudicado por la modificación de la ley de prohibición de comunicaciones comerciales no consentidas en el Perú?		
02.	¿Ud. cree que, las empresas de Call Center son negocios que brindan trabajo a una gran parte del sector en el Perú?		

03.	¿Ud. cree que, con la instauración de la ley de prohibición de comunicaciones comerciales no consentidas, los sueldos de los operadores disminuirán considerablemente?		
04.	¿Ud. cree que, con la disminución de sueldos en este sector, generará más crisis en el Perú?		
05.	¿Ud. cree que, con la instauración de la ley de prohibición de comunicaciones comerciales no consentidas, las condiciones de trabajo disminuirán?		
2. La deficiencia de productividad		**Escala**	
06.	¿Ud. cree que, han disminuido los ingresos de la empresa de call center por el Decreto Legislativo N°1390?		
07.	¿Considera que la nueva modificatoria de la Ley N° 29571 afecta el derecho a la libre competencia en los centros de contacto call center?		
08.	¿Considera que la nueva modificatoria de la Ley N° 29571, influye en la desvaloración empresarial del sector dedicado al call center?		
09.	¿Ud. cree que el estado debe de proteger las pequeñas empresas dedicadas a los call center con la finalidad de incrementar la economía?		

10	¿Considera que la legislación peruana en la actualidad, debería proteger al consumidor, pero también a la empresa?		