

# Disparidad de criterios



Por Giancarlo Baella,  
asociado del estudio Payet, Rey, Cauvi, Pérez\*

**La falta de armonía entre los criterios del Indecopi y la Autoridad Nacional de Protección de Datos Personales genera mayor riesgo de sanción para las empresas.**

La legislación de consumo y de datos personales deberían ir de la mano. Sin embargo, recientes criterios del Indecopi y de la Autoridad Nacional de Protección de Datos Personales (ANPDP) evidencian una falta de coordinación que amenaza la seguridad jurídica y expone a riesgos de sanción a las empresas, considerando que las multas en consumo son de hasta S/1,935,000, mientras que las multas en datos personales son de hasta S/430,000.

Cuando un consumidor presenta un reclamo virtual en la web de una empresa, brinda cierta información en el Libro de Reclamaciones, como su nombre o teléfono.

Al calificar esa información como datos personales, la empresa debe informar cuáles serán los alcances del tratamiento de esa información a través de una política de privacidad. Al ser la empresa la que tiene la carga de acreditar que cumplió con su deber de informar, la ANPDP recomienda que el consumidor marque en un *check box* que “ha leído y acepta la política de privacidad”.

Sin embargo, para el Indecopi, incluir un *check box* que debe ser marcado de forma obligatoria antes de colocar un reclamo en el Libro de Reclamaciones Virtual es una conducta ilegal, pues se le exige al consumidor un requisito para ejercer su derecho a reclamar que no está previsto en la legislación de consumo.

De otro lado, enviar publicidad masiva sin el consentimiento del consumidor vulnera el Código de Consumo. Por ello,

el Indecopi ordenó a las empresas que incurrieron en esa práctica implementar una “lista prohibida”, que incluya a los consumidores que contactaron sin su

consentimiento, así como a los que ya no desean recibir publicidad.

La medida, que podría aplicarse en los casos en que el consumidor es cliente de la empresa, debido a que este se encuentra legitimado para conservar los datos personales de sus clientes mientras dure el vínculo contractual, no podría aplicarse —sin riesgo de sanción por la ANPDP— en aquellos casos en los que no exista dicha relación. Ello es así porque si el titular del dato personal revoca su consentimiento (o si este nunca fue proporcionado), no existe legitimidad para mantener almacenada su información personal. Así, la empresa se encuentra expuesta a una sanción en cualquier escenario. ■

**Las multas en consumo son de hasta S/1,935,000 y en datos personales de hasta S/430,000**



\*Carlos Patrón, socio del mismo estudio, es coautor de este artículo.