

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE DERECHO
ESCUELA DE DERECHO



**Publicidad de la sucesión intestada en redes sociales cuando no hay
testamento con relación a la legislación peruana**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
ABOGADO**

AUTOR

Xiomara Leslie Malca Corrales

ASESOR

Manuel Jesus Fernando Bulnes Tello

<https://orcid.org/0000-0002-9623-5036>

Chiclayo, 2024

**Publicidad de la sucesión intestada en redes sociales cuando no hay
testamento con relación a la legislación peruana**

PRESENTADA POR

Xiomara Leslie Malca Corrales

A la Facultad de Derecho de la
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo
para optar el título de

ABOGADO

APROBADA POR

Victor Javier Sanchez Seclen

PRESIDENTE

Dora Maria Ojeda Arriaran

SECRETARIO

Manuel Jesus Fernando Bulnes Tello

VOCAL

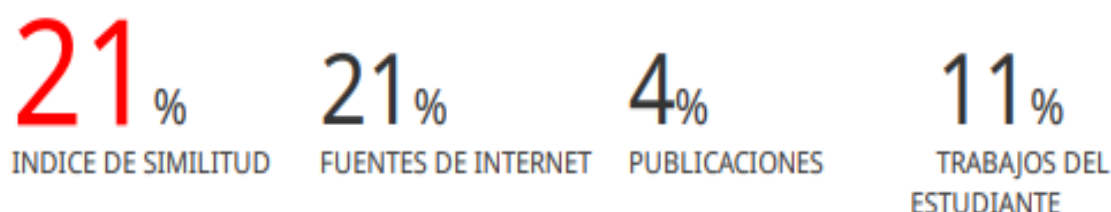
Dedicatoria

Dedico mi tesis principalmente a mis padres por todo su apoyo incondicional a lo largo de estos 6 años de carrera, dirigiéndome y motivándome con todo su amor y esfuerzo. También a mis hermanos por brindarme soporte emocional en mis largas amanecidas. Y se la dedico con mucha nostalgia a mi abuelo que siempre me impulso a ser la mejor y que desde el cielo me ha dado fuerzas para continuar por mi camino profesional.

Agradecimientos

En primer lugar, le agradezco a mis padres quienes siempre me han brindado un apoyo incondicional y económico para poder culminar con esta última etapa universitaria. Asimismo, le agradezco a mi asesor Manuel Jesús Bulnes Tello por su dedicación y paciencia en cada asesoría, pues sin sus correcciones y apoyo moral no hubiera podido culminar con el presente trabajo.

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	3%
2	Submitted to Universidad Tecnológica Indoamerica Trabajo del estudiante	1%
3	www.lexsoluciones.com Fuente de Internet	1%
4	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	revistas.uasb.edu.ec Fuente de Internet	1%
6	repositorio.unp.edu.pe Fuente de Internet	1%

Índice

Resumen	6
Abstract	7
Introducción	8
Revisión de literatura	10
Materiales y métodos	22
Resultados y discusión	23
Conclusiones	36
Recomendaciones	37
Referencias	38
Anexos	43

Resumen

La sucesión intestada en el Perú es una de las fuentes del derecho sucesorio más usadas por los peruanos y su procedimiento de publicidad es regulado por el Código Procesal Civil y la Ley de Competencia Notarial en Asuntos no Contenciosos- Ley N°. 26662, que establece como medios de divulgación la sección de avisos del Diario Oficial El Peruano y otro de amplia circulación, canales de información poco adquiridos por los peruanos, toda vez que, la mayoría posee una ausencia de cultura lectora en medios impresos prefiriendo los tecnológicos, como las redes sociales. En consecuencia, el presente trabajo desarrolla los siguientes objetivos; i) Analizar la doctrina y norma comparada del empleo de las diversas formas de la publicidad de la sucesión intestada, ii) Identificar las redes sociales más usadas por el Colegio de Notarios de Lambayeque y su correcta regulación en la legislación peruana, y iii) Explicar las razones que fundamenta la necesidad de la publicidad de la sucesión intestada en las redes sociales más usadas por los peruanos; lo cual conllevará a la formulación de una propuesta de implementación de la publicidad de sucesión intestada en redes sociales, a través de la metodología cuantitativa, obteniendo como resultado que la publicidad de la sucesión intestada al proteger el derecho fundamental de la herencia debe ejecutarse a través de las redes sociales para que la información sea conocida por todo heredero legítimo interesado.

Palabras clave: Derecho a la herencia, Publicidad de la Sucesión Intestada, Redes sociales.

Abstract

Intestate succession in Peru is one of the sources of inheritance law most used by Peruvians and its publicity procedure is regulated by the Civil Procedure Code and the Law of Notarial Competence in Non-Litigious Matters - Law No. 26662, which establishes as means of dissemination the notices section of the Official Gazette El Peruano and another widely circulated one, information channels little acquired by Peruvians, since the majority have an absence of reading culture in printed media, preferring technological ones. , like social networks. Consequently, this work develops the following objectives: i) Analyze the doctrine and comparative standard of the use of the various forms of publicity of intestate succession, ii) Identify the social networks most used by the College of Notaries of Lambayeque and their correct regulation in Peruvian legislation, and iii) Explain the reasons underlying the need to publicize the intestate succession on the social networks most used by Peruvians; which will lead to the formulation of a proposal for the implementation of advertising of intestate succession on social networks, through quantitative methodology, resulting in the advertising of intestate succession when protecting the fundamental right of inheritance must be executed through of social networks so that the information is known to all interested legitimate heirs.

Keywords: Right to inheritance, Publicity of Intestate Succession, Social networks.

I. Introducción

Al producirse un hecho jurídico de fallecimiento de una persona intestada, sus familiares se encuentran obligados a promover en aras de su beneficio patrimonial una acción que asegure que el patrimonio heredado sea distribuido a todos los herederos existentes que se consideren forzosos en línea recta, quienes acudirán al proceso de sucesión intestada. La sucesión intestada es la fuente del derecho sucesorio más usada para adquirir la masa hereditaria en el Perú debido a la falta de cultura testamentaria, es decir, el desconocimiento de los peruanos de los distintos tipos de testamento que existen en nuestra legislación peruana y que pueden usar.

La sucesión intestada le confiere la potestad a sus herederos para efectuar la liquidación de su masa hereditaria, regulando su publicidad con la finalidad que herederos que hayan sido excluidos de la misma puedan apersonarse y hacer valer su derecho fundamental de la herencia, pues Espinoza (2019) citando a Morales, nos dice que la publicidad es un instrumento que presenta el derecho para externalizar actos jurídicos de naturaleza patrimonial, entregándoles una presunción de pleno derecho, con lo cual, todo individuo puede acceder a dicha información y celebrar los negocios que por su interés pueda disponer (p.19); por lo que, el presente trabajo busca que dicha publicidad este regulada de acuerdo a la realidad actual, es decir, la era tecnológica y el masivo uso de redes sociales.

En el año 2021, los 125 361 trámites de sucesiones intestadas tramitadas a través de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (Sunarp) del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos, en el periodo comprendido entre enero y agosto del 2021. Asimismo, de conformidad con la información estadística institucional, la capital obtuvo el mayor índice de sucesiones intestadas, registrando hasta 47 939 trámites. En segundo lugar se encuentra Arequipa, con 9960; seguido por la Libertad con 9002; Lambayeque, con 6797; y por último, Piura, con 6587 (Oficina General de Comunicaciones- Sunarp, 2021).

El problema se presenta en la ausencia de adaptación de la actual realidad tecnológica y la publicidad de la demanda o solicitud de la sucesión intestada o su debida aprobación, la cual se realiza por medio del diario oficial El peruano, y por el de mayor circulación. Siendo incongruente, el uso exclusivo de estos medios escritos para su publicación, cuando la mayoría de peruanos no tienden a leer o comprar periódicos, pues prefieren ver televisión, escuchar radio, o en lo más arraigado, informarse por medio de redes sociales.

Siguiendo esta línea, en el año 2015, el Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica del Perú, preciso diversos factores que ocasionan que el peruano posea un índice muy bajo de lectura , es que el 70,2 % de personas no lee debido a que sus actividades diarias y sobretodo el trabajo no le permiten tener un espacio para consagrarse al hábito de la

lectura. El 29 % si tiene tiempo, sin embargo, no detentan un gusto por la lectura y optan por dedicarse en su tiempo libre a otras actividades (Federación de Periodistas del Perú, 2019).

Así, surge, la necesidad de implementar nuevas formas de publicidad en la sucesión intestada acorde con la realidad tecnológica, y la fácil accesibilidad de información que los peruanos buscan. Debido a esto, muchos herederos forzosos no tienen conocimiento de la posible sucesión intestada de un familiar, siendo, excluidos de la masa hereditaria por no presentarse en el plazo indicado por ley, y recurriendo a la petición de herencia, llevándolos a un proceso judicial de duración y gastos considerables.

Esta implementación es importante, porque, asegura el bienestar de los herederos forzosos que no tienen contacto con los familiares del causante, y por lo tanto, desconocen la realización por parte de éstos de la sucesión intestada. Además, ignoran los medios de publicación determinados en la ley, ya que, hoy en día, la mayoría de peruanos no lee el periódico, y muchos menos el diario oficial El Peruano, que por lo general solo es conocido por los juristas, siendo necesario que dicha publicación se ejecute por los medios mayormente usados por los peruanos, como las redes sociales. Considerando el análisis descrito, se plantea la siguiente problemática, que en el transcurso de la investigación se desarrollará: ¿Cómo deberá implementarse la publicidad en la sucesión intestada usando redes sociales en Perú?

Asimismo, para contestar la referida interrogante, la presente investigación nos servirá para adecuar la regulación de la publicidad de sucesión intestada a la actual era tecnológica, para ello, queda establecido como objetivo general: Formular el contenido jurídico para la implementación del uso de publicidad en redes sociales de la sucesión intestada en Perú. Por consiguiente, para lograr lo plasmado, se ha planteado tres objetivos específicos: analizar la doctrina y norma comparada del empleo de las diversas formas de la publicidad de la sucesión intestada; identificar las redes sociales más usadas por el Colegio de Notarios de Lambayeque y su correcta regulación en la legislación peruana; y explicar las razones que fundamenta la necesidad de la publicidad de la sucesión intestada en las redes sociales más usadas por los peruanos como falta de cultura de otorgamiento testamentario.

De este modo, se formuló la siguiente hipótesis: Si el Estado debe garantizar la adaptabilidad del derecho a los avances tecnológicos, sobre todo en la publicidad de la sucesión intestada cuando existe una falta de cultura lectora, siendo los medios impresos como los periodos, los menos idóneos para informar a los herederos forzosos sobre su posible exclusión de la herencia, entonces se debe implementar en el artículo 833° del Código Procesal Civil y en el artículo 13° de la Ley de Competencia en asuntos no Contenciosos la publicidad de la demanda

y/o solicitud, y aprobación de la sucesión intestada usando las redes sociales más concurridas por la población en Perú.

Por lo tanto, la presente investigación se centra en la importancia de la adecuación del derecho sucesorio a la actual realidad tecnológica y el uso masivo de redes sociales, toda vez que, su normatividad se encuentra atrapada en el tiempo, donde se regula la publicidad de sucesión intestada a través de medios impresos, generando una desprotección del derecho fundamental de herencia de los peruanos que mayormente son excluidos del trámite de la sucesión intestada y que ante la falta de cultura lectora en medios impresos no toman conocimiento del hecho y no se apersonan a la entidad correspondiente para hacer valer su derecho.

En consecuencia, como aporte de la presente investigación se ha elaborado la propuesta de implementación de la publicidad de la sucesión intestada en redes sociales en el artículo 833 del Código Procesal Civil y la Ley de Competencia Notarial en Asuntos no Contenciosos- Ley N° 26662.

II. Revisión de literatura

II.1. Antecedentes

Como antecedentes de estudio se ha recopilado diversas tesis de grado relacionados con el presente trabajo de investigación. Dentro de estas, tenemos a **Del Aguila, S. (2020)**, en su tesis pregrado, Universidad César Vallejo – Perú, titulada: “La incorporación del testamento virtual en sistema sucesorio peruano”, concluye que es necesario incorporar y regular el testamento virtual en el Código Civil Peruano como consecuencia de los avances tecnológicos y formalidades testamentarias excesivas, siendo que, a través del testamento virtual ordinario, el proceso será menos tedioso. El estudio servirá para construir un antecedente específico de la incorporación en la normativa del derecho sucesorio de los distintos medios virtuales dejando atrás las nociones tradicionales y básicas que no contribuyen en el avance jurídico de la materia y la delimitación de conceptos básicos para una regulación correcta y acorde con el derecho.

En la misma línea, **García, L. (2021)**, en su tesis pregrado, Universidad Peruana de las Américas-Perú, titulada: “El uso de medios tecnológicos en la sucesión testamentaria por Covid-2019 en Lima, 2021” establece la relación existente entre la sucesión testamentaria y el empleo de medios tecnológicos e identifica la ausencia de normativa civil que regule el uso de las herramientas tecnológicas en los procesos de

sucesión hereditaria que adquirió mayor relevancia en la pandemia del Covid 19. La investigación coadyuvará a una correcta delimitación y análisis a través de estadísticas, donde se reconozca el problema de no adaptabilidad del derecho sucesorio a la era tecnológica, siendo necesario incluir nuevos medios como redes sociales para la publicidad de la sucesión intestada.

Bustamante, K. (2019), en su tesis de pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo- Perú titulada: “Análisis de la configuración estructural de la relación jurídica en los servicios prestados a través de plataformas virtuales: entre la laboralidad y el régimen civil” trata la importancia de la adaptabilidad del ámbito laboral a las nuevas tecnologías que han marcado un hito en nuestra realidad actual, donde se debe analizar nuevamente el arquetipo de la relación laboral en razón de las aplicaciones que han surgido: glovo y uber; relacionándose como antecedente, pues al igual que en el derecho laboral donde han surgido nuevas formas de configuración de relaciones laborales en razón a las recientes plataformas virtuales, el derecho sucesorio debe adaptarse a las nuevas formas virtuales de comunicación, específicamente las redes sociales.

Asimismo, **Durán, C. (2021)**, en su tesis de postgrado en la Universidad de Chile, titulada: “Herencia digital. Existencia y énfasis en el derecho”, busca incorporar otros activos que conformen la masa hereditaria, en este caso, los activos digitales, como saldos en aplicaciones, colecciones musicales, etc. De esta manera analiza su naturaleza jurídica, la identidad digital, y la posibilidad que se transmita por causa de muerte, dotándolos de una regulación jurídica para armonizarlos con los derechos constitucionales reconocidos. Contribuye a la investigación, pues se centra en que el derecho sucesorio y sus instituciones deben adaptarse a la nueva realidad tecnológica, como es el caso de los activos digitales configurando un paso adelante, que también debería realizar la legislación peruana en razón de la publicidad de la sucesión intestada por medio de redes sociales.

Por último, **Prettner, C. (2020)**, en su tesis de pregrado en la Universidad Internacional de Rioja, titulada: “El uso de datos personales para la publicidad en redes sociales y las opiniones políticas” plantea la importancia de tener presente que la publicidad en redes sociales se debe concebir siempre bajo el umbral de la protección de datos, los cuales son perceptibles de ser usados sin consentimiento. Siendo necesario implementar lo señalado por la tesis citada como un antecedente primordial para el desarrollo del presente trabajo de investigación, pues al buscar implementar publicidad

de la sucesión intestada en redes sociales también se deberá precisar las garantías necesarias para la protección de los datos específicos que serán publicados en la red.

II.2. Bases teóricas conceptuales.

2.2.1 Teorías

a. Teoría de legal tech: Avances tecnológicos y el derecho

Ante la demanda exigente del mercado legal actual, es necesario hacerle frente al derecho con la preeminencia de la tecnología, toda vez que, gracias a este cambio se puede mejorar en la prestación de servicios jurídicos, como el disminuir en las tarifas de costo, y mantener las mismas utilidades, además que las gestiones se realizarán de forma más rápida y eficaz. Además, ante la masificación de su uso, y como profesionales del derecho, en vez de rehusarse al cambio, debemos sumarnos a esta revolución. Por lo tanto, si bien no existe un concepto definido del término legal tech ni tampoco encontramos una vasta información sobre el mismo, se puede entender como aquella tendencia de la utilización de la tecnología en el desarrollo de controversias en el ámbito jurídico. En la misma línea, The Boston Consulting Group junto con la Universidad alemana Bucerius Law School, publicaron el artículo “How Legal Technology Will Change The Business of Law” donde clasifican las soluciones tecnológicas en tres categorías. La primera es Enabler Technologies o tecnologías habilitadoras, orientada en favorecer el proceso de digitalización, es decir, acoge las soluciones tecnológicas orientadas al procesamiento de información jurídica. La segunda es support-process solutions o soluciones de procesos de soportes orientados en mejorar el trabajo en los estudios jurídicos a través del uso de la tecnología. Y la tercera categoría es substantive law solutions o soluciones del derecho sustantivo, que se refiere a las herramientas que apoyan o llegan a reemplazar a los juristas en labores centrales de transacciones o litigios (Godoy, 2020).

Aboso et al. (2022) señalan que legal tech no es otra cosa que potenciar o incluso transformar la actividad jurídica mediante la tecnología, en especial los medios digitales, desde un software hasta la inteligencia artificial, en sectores como la educación jurídica, la abogacía, la actividad judicial, etc., es decir tanto para el ámbito público como privado (p.117)

b. Teoría del realismo jurídico estadounidense.

La teoría del realismo jurídico se centra en que el derecho se desarrolla en una sociedad en constante transformación que necesita que las normas sean reexaminadas constantemente para que estén acorde a la realidad. Del mismo modo, Campos y

Sepúlveda (2013) nos dice que los presupuestos del realismo se centra en los siguientes: i) La concepción del derecho como un fluir, del derecho en movimiento y de la creación judicial del derecho; ii) La concepción del derecho como un medio para fines sociales, y no como un fin en sí mismo; de manera que cada parte del mismo ha de ser constantemente examinada por su propósito, y por su efecto, y ser juzgada a la luz de ambos y de la relación entre uno y otro; iii) La concepción de la sociedad como un fluir, y como un fluir típicamente más rápido que el derecho, de manera que siempre existe la probabilidad de que cualquier porción del derecho necesite ser reexaminada, para determinar hasta qué punto se adecua a la sociedad a la que pretende servir (p.21).

2.2.2. La sucesión intestada.

La sucesión intestada, también llamada ab intestato o legítima se realiza cuando la ley determina la forma en que va suceder los herederos legítimos sobre la masa hereditaria conformada por el patrimonio del causante, por ende, se atribuye el término legítima en razón que es ejecutada por ley. Dicha sucesión se efectúa ante la falta de la voluntad expresada del causante al no haber dejado testamento o éste haya sido nulo o ineficaz (Gonzales, 2020).

De este modo, la sucesión intestada o legal poseen diversas características según nuestro ordenamiento jurídico; la primera es que nos encontramos ante una sucesión subsidiaria, pues solo se aplicará cuando nos encontramos ante la ausencia de la voluntad testamentaria, o si existiendo testamento, no esté completo o no resulte válido; por ende, la sucesión intestada sustituye la insuficiencia del testamento. Otra característica se fundamenta en que la sucesión legal siempre se orienta a título hereditario, por ende, es universal pues la vocación hereditaria versa sobre todos los bienes patrimoniales que conforman un solo bloque y por un mismo título. En la misma línea, dentro de la mencionada sucesión se cuenta con el derecho de acrecer las partes alícuotas, es decir que, la sucesión legal se aplicará solo a los activos que no se dispusieron en el legado.

Por ende, para que proceda la sucesión intestada debe cumplirse con los requisitos plasmado en el artículo 815 del Código Civil- Casos de la sucesión intestada: *“La herencia corresponde a los herederos legales cuando: 1. El causante muere sin dejar testamento; el que otorgó ha sido declarado nulo total o parcialmente; ha caducado por falta de comprobación judicial; o se declara inválida la desheredación; 2. El testamento no contiene institución de heredero, o se ha declarado la caducidad o invalidez de la disposición que lo instituye; 3. El heredero forzoso muere antes que el*

testador, renuncia a la herencia o la pierde por indignidad o desheredación y no tiene descendientes; 4. El heredero voluntario o el legatario muere antes que el testador; o por no haberse cumplido la condición establecida por éste; o por renuncia, o por haberse declarado indignos a estos sucesores sin sustitutos designados; 5. El testador que no tiene herederos forzosos o voluntarios instituidos en testamento, no ha dispuesto de todos sus bienes en legados, en cuyo caso la sucesión legal sólo funciona con respecto a los bienes de que no dispuso(...) ”.

2.2.3. Principios reguladores.

a. Principio de publicidad.

Se asocia a la divulgación, toda vez que, a través de la publicidad se comunican situaciones con el propósito de que sean conocidas para evitar vulneraciones o desinformación en diversos aspectos de la vida cotidiana. Un claro ejemplo, y el que nos interesa, es en el ámbito jurídico; y Espinoza (2019) citando a Morales, nos dice que la publicidad es un instrumento que presenta el derecho para externalizar actos jurídicos de naturaleza patrimonial, entregándoles una presunción de pleno derecho, con lo cual, todo individuo puede acceder a dicha información y celebrar los negocios que por su interés pueda disponer, es decir, es la manifestación externa de un evento jurídico, la cual se establece como disposición erga omnes para todas las instituciones o negocios jurídicos de similar naturaleza (p.19).

Asimismo, dicho principio se encuentra tipificado de manera literal en el artículo 3° de la Ley 27806- Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública, que nos dice: “Todas las actividades y disposiciones de las entidades comprendidas en la presente Ley están sometidas al principio de publicidad (...)”. Por lo que, se entiende que se aplicará este principio a todo acto jurídico que sea necesario publicitar, sea porque uno o todos los intervinientes conceden dicho acceso, o por mandato expreso de ley.

b. Principio de economía.

Su finalidad es obtener la construcción de un procedimiento rápido, ágil y efectivo con la finalidad que las partes del mismo ahorren tiempo, gasto y esfuerzo dentro del proceso, así como prevenir la ejecución de actos innecesarios que obstaculicen llegar a un resultado en el menor tiempo posible (García. A, 2019). Es decir, busca agilizar el proceso evadiendo tramites superfluos o ineficaces.

c. Principio de contradicción.

Es aquel principio base que otorga a las partes o interesados de una situación jurídica la posibilidad de conocerlas y contradecirlas. Del mismo modo, según Loor (citado en Fajardo & Pozo, 2022) nos dice que garantiza e influye en la contienda entre las partes de un proceso, puesto que a través de este la parte demandante como la demandada tiene la posibilidad de contradecir o discrepar en relación con las acciones que la parte contraria haya realizado (p.422). Es decir, se advierte la aplicación de este principio cuando ambas partes se apersonan a un proceso y/o procedimiento para hacer valer sus pretensiones a través de alegaciones y medios probatorios que defiendan la veracidad de su posición.

Por lo tanto, este principio es esencial en la publicidad de la sucesión intestada, toda vez que, al divulgar la solicitud de la sucesión intestada a través de medios idóneos como son las redes sociales, el ciudadano interesado podrá acceder de una forma más fácil a los datos necesarios para poder utilizar su derecho de contradicción con las pruebas necesarias para exigir su inclusión en la partición de la masa hereditaria.

d. **Principio de precaución**

El principio de precaución parte del principio de responsabilidad del Estado, según el cual las autoridades deben responder por sus omisiones. En este sentido, el principio de precaución busca que las omisiones no se consoliden ante un peligro o riesgo que pueda ser evitado, sino por el contrario, se tomen las medidas previas necesarias para evitar la afectación o el daño. Del mismo modo, vale mencionar que este principio es una manifestación absoluta del principio de economía procesal, por cuanto con el mismo se alcanza obtener el mayor resultado con el menor esfuerzo posible (Ortega, 2021, p.137).

Por lo que, se entiende que el principio de precaución busca identificar omisiones que puedan causar riesgos para tomar medidas anticipadas y prevenir futuras vulneraciones de derechos fundamentales como el derecho a la herencia donde herederos al no lograr tener conocimiento de la sucesión intestada son excluidos de la masa hereditaria, por ende, el Estado debe prevenir tal situación y brindar una solución acorde a la actual realidad tecnológica.

e. **Principio de máxima divulgación.**

Este principio establece la presunción que toda información debe ser accesible, donde el Estado se encontrará bajo la dirección del principio de publicidad y transparencia en su actuar público, es decir, para que el ciudadano ejerza el derecho de acceder a información de la gestión gubernamental cuando lo considere necesario sin

ninguna prohibición y que cumpla con la publicidad de sus actos siempre al margen del bien común y protección de los derechos de la población (Venencia, E., 2020). Asimismo, dicho principio tiene como fundamento el artículo 13 de la CADH, que protege el derecho de que toda persona tiene la libertad sin prohibición de buscar, recibir, y difundir información, por lo que, el Estado tiene la obligación de ser transparente y dotar a la ciudadanía de acceso a toda información pública sobre su actuación y/o datos que puedan afectar derechos.

No obstante, dicha difusión de información debe ser eficaz, pues no basta con la ejecución de la publicidad por parte del Estado a través de sus propios medios impresos (Diario El Peruano), o canales de televisión como TVPERU, toda vez que, según el Pleno Jurisdiccional- Exp. N° 0012-2018-PI/TC y 0013-2018-PI/TC, la audiencia del mencionado canal de televisión con señal abierta no supera el 3%, evitando que esa información llegue a toda la población.

2.2.4. La publicidad en redes sociales.

La nueva era digital ha traído consigo los avances tecnológicos, primordialmente en el esquema de las telecomunicaciones, de manera específica las redes sociales como medios de comunicaciones y acceso a la información mundial, las cuales son definidas por Candela (como se cita en Galvez & Rega, 2022), como aquellas redes que “permite una interconexión entre las personas para la creación de comunidades online afines con las que se pueden compartir diversos contenidos a través de las múltiples modalidades ofrecidas por el medio virtual” (s.p).

Si bien, la publicidad en redes sociales no ha sido normada en el Perú, en España se ha configurado la Ley 34/1988- Ley General de Publicidad, que la define en su artículo 2° como: “Toda forma de comunicación realizada por una persona física o jurídica, pública o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación de bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones”.

Se advierte que, la publicidad en redes sociales está centrada en el ámbito empresarial, la norma española citada también regula la publicidad de derechos y obligaciones, por lo que, se puede aplicar en la protección del derecho de herencia plasmado en la solicitud y/o demanda de la sucesión intestada, donde su publicidad ya no se ejecutará a través de medios impresos sino por las redes sociales, información publicada en razón del interés público, siendo la forma más idónea para la misma contar con la autorización del interesado y que la misma se base en categorías especiales de datos (Prettner, 2020).

En la actualidad, las redes sociales en la última década se han convertido en una forma establecida de comunicación en los distintos sectores de la sociedad: turismo, educación, salud, y empresas, siendo necesaria en el ámbito judicial y administrativo, toda vez que han posibilitado una ventana de oportunidad que quizá los medios tradicionales generalmente no ha cumplido, pues plataformas como Facebook pueden proveer un espacio de producción compartida de sentido sobre la diáspora y los viajes de un país a otro, en las universidades a través de Twitter o grupos de Facebook donde surgen temas de debate (Matassi & Boczkowski, 2020, s.p)

2.2.5. La doctrina nacional y comparada respecto a las formas de publicación de la sucesión intestada.

a. Sucesión intestada vía notarial y judicial.

Los herederos legítimos después de la muerte del causante sin testamento de manera voluntaria acuden a una notaría para elabore un acuerdo donde por ley se establezca la repartición de la masa hereditaria y sea elevado posteriormente a escritura pública, asimismo, es considerado como la opción más rápida de obtener la declaratoria de herederos, limitado al domicilio del causante (Lohmann, 2018). En consecuencia, se entiende que los herederos forzosos acuden a esta vía en búsqueda de una forma más célere para repartir la masa hereditaria dejada por el causante, por lo que, se apersonan a una notaría para constituir una sucesión intestada debidamente legalizada.

Otra forma es mediante la interposición de una demanda para que se disponga la declaratoria de herederos a través de la vía judicial no contenciosa, es decir, que no habrá un enfrentamiento entre las contrapartes (no hay litis), pues el Juez sólo evoca su decisión en determinar si el demandante es legítimo para participar de la masa hereditaria dejada por el causante (Lohmann, 2018).

c. Normativa Nacional.

El procedimiento de publicidad de la sucesión intestada está regulado en el Código Procesal Civil y la Ley de Competencia Notarial en Asuntos no Contenciosos- Ley N°. 26662. En la primera normativa, el inciso 10 de su artículo 749 indica como vía de tramitación el proceso no contencioso, regulado en el subcapítulo 10° del Título II de la sección sexta, de los artículos 830 a 836 del C.P.C. En la segunda normativa, la sucesión intestada se encuentra regulada en su Título VII del artículo 38 al 44 del mismo. Es importante indicar que de conformidad con el inciso 6 de su primer artículo, los herederos interesados pueden acudir según elección tanto al Poder judicial como ante un Notario para tramitar la solicitud de la sucesión intestada (Jara, 2018).

En el caso que los herederos acudan a un órgano jurisdiccional, la publicidad de la sucesión intestada se encuentra regulada en el artículo 833° del Código Procesal Civil, donde regulan que admitida su solicitud por lo herederos legítimos, el Juez dispondrá su publicación en la sección avisos del Diario Oficial El Peruano y en otro de amplia circulación. No obstante, si en el lugar donde se interpone la solicitud no hubiera diario, el aviso se realiza por medio de cualquier forma de notificación edictal a criterio del Juez, en el supuesto mencionado, puede ordenar la publicación de edictos por radiodifusión de conformidad con el artículo 169 del mismo texto normativo. Asimismo, en el artículo 834°, el juzgador otorgará 30 días contados desde la publicación, para que cualquier sujeto que se considere heredero pueda apersonarse con su partida de nacimiento o resolución judicial que declare su filiación paternal, de no hacerlo dentro del plazo, el juez resolverá la causa en razón de las pruebas aportadas por los solicitantes.

Por otro lado, en vía notarial, la normativa aplicable será la Ley de Competencia Notarial en Asuntos no Contenciosos- Ley N° 26662, específicamente lo dispuesto por el artículo 13° que regula la publicidad de la solicitud de la sucesión intestada por única vez a través del diario oficial El Peruano y en otro de amplia circulación, registrándose el nombre y dirección del notario responsable de la referida solicitud, así como, un extracto de la misma (nombre de los solicitantes y del causante). Asimismo, regula que a falta de diario se aplicará lo regulado por el Código Procesal Civil, y el plazo que otorga en su artículo 43 es de 15 días hábiles transcurridos desde el último aviso en que los interesados pueden apersonarse, ante la ausencia de éstos, el notario ejecutará un acta declarando como únicos herederos a los solicitantes.

Se debe precisar que el artículo 39° de la Ley N° 26662 regula los requisitos que debe contener la solicitud de sucesión intestada:

“1.Nombre del causante; 2. Copia certificada de la partida de defunción o de la declaración judicial de muerte presunta; 3. Copia certificada de la partida de nacimiento del presunto heredero o herederos, o documento público que contenga el reconocimiento o la declaración judicial, si se trata de hijo extramatrimonial o adoptivo; 4. Partida de matrimonio si fuera el caso; 5. Relación de los bienes conocidos; 6. Certificación Registral en la que conste que no hay inscrito testamento u otro proceso de sucesión intestada; en el lugar del último domicilio del causante y en aquél donde hubiera tenido bienes inscritos.”

b. Normativa comparada.

En España el trámite de publicidad de la sucesión intestada es regulada por la ley del Notariado del 28 de mayo de 1862 en el capítulo III, específicamente en el inciso 2 del artículo 56°: *“Si no lograrse averiguar la identidad o el domicilio de alguno de los interesados, el*

Notario deberá dar publicidad a la tramitación del acta mediante anuncio publicado en el “Boletín Oficial del Estado” y podrá, si lo considera conveniente, utilizar otros medios adicionales de comunicación. También deberá exponer el anuncio del acta en los tableros de anuncios de los Ayuntamientos correspondientes al último domicilio del causante, al del lugar del fallecimiento, si fuera distinto, o al del lugar donde radiquen la mayor parte de sus bienes inmuebles.” [lo subrayado es mío].

En consecuencia, se advierte que la legislación española deja la posibilidad abierta que el notario encargado del proceso de sucesión intestada utilice otros medios de comunicación para su publicidad; como los impresos, electrónicos, audiovisuales, entre otros, y así en el plazo de un mes se apersonen los interesados en ser incluidos en la repartición de la masa hereditaria, siempre y cuando sean herederos legítimos. Por ende, en la legislación española si el Notario en razón de la era de la digitalización le parece más conveniente de acuerdo a la realidad publicitar dicho requerimiento en redes sociales, no tendrá ningún impedimento normativo para hacerlo.

Del mismo modo, en Colombia se regula la liquidación de herencia y sociedades conyugales, tanto vía notarial como judicial en el Decreto Ley N° de 1988 modificado por el D.L. N° 1729 de 1989, siendo de importancia para el presente trabajo lo modificado en el artículo 3° inciso 2 que determina que los edictos de emplazamiento se publicarán por dos medios: por el periódico de circulación nacional, y por única vez por emisora (radiodifusora) en un plazo de 10 días. Por consiguiente, al igual que en la normativa española se ha establecido otros medios de publicidad de la solicitud de sucesión intestada como la radio difusión las emisoras radiales de mayor audiencia; tal como sucedió en la Casación de la Sala de Casación Penal N° 51539 de fecha 30 de enero de 2019 en Colombia, donde se pide la nulidad de la publicidad de la sucesión intestada al haber incurrido en falsificar el documento “Aló Ibagué” emitido por el coordinador del programa radial “Ecos del Combeima”, en el que certifica que se publicito el edicto del Juzgado Quinto de Familia de la ciudad de Ibagué donde se informa sobre la demanda de sucesión intestada para que todos los que se consideren herederos acudan.

2.2.6. La adecuación de la publicidad de la sucesión intestada en redes sociales en el artículo 833° del Código Procesal Civil, y artículo 13° de la Ley 26662 - Ley de Competencia en asuntos no Contenciosos.

a. El uso de las redes sociales y su correcta regulación en la legislación peruana.

El hit de la nueva era tecnológica no fue indiferente a la población peruana, sobre todo en el uso de redes sociales pues según un estudio realizado por Statista Research Departamento (2023) en los meses abril y junio del presente año se ha obtenido que un 13% de los peruanos

usan las redes sociales varias veces por semana y un 80% a diario. Y entendiendo que la publicidad de la solicitud y/o demanda de la sucesión intestada se centra en la divulgación de los datos personales consignados en los referidos documentos, es necesario indicar que los datos personales son considerados toda información que identifica a una persona natural, por ejemplo, el nombre, imagen, documento nacional de identidad, domicilio, firma, correo electrónico; los cuales están ligados al derecho de intimidad.

Por lo que, es fundamental reconocer que la protección de los datos personales constituye un derecho fundamental que ampara a toda persona en la preservación de su esfera íntima y la de su núcleo familiar ante cualquier forma de tratamiento de datos personales que sea desproporcionada, abusiva o irregular, siendo imperativo otorgar un nivel mínimo de salvaguardia a dichos datos (Defensoría del Pueblo, 2019); garantía que será custodiado con la aplicación de los siguientes principios; i) legalidad que dispone el uso de datos personales debe llevarse a cabo en estricto cumplimiento de las normativas establecidas por ley; ii) consentimiento, es obligatorio la autorización expresa del titular de los datos para llevar a cabo cualquier tipo de tratamiento de sus datos personales; iii) finalidad, la información deben ser recopilados y tratados únicamente con un propósito específico y lícito; iv) proporcionalidad, el tratamiento de datos personales debe ser adecuado y relevante para la finalidad establecida, evitando cualquier tipo de exceso en su utilización; v) calidad, los datos deben ser veraces, precisos y estar actualizados, garantizando su fiabilidad; vi) Disposición de recurso; es necesario las vías administrativas y jurisdiccionales que permitan a los titulares de datos personales presentar reclamos en caso de tratamiento irregular o indebido; vii) nivel de protección adecuado, en el caso de transferencias transfronterizas de datos personales, se debe asegurar un nivel mínimo de protección de acuerdo a las normativas aplicables; y, viii) seguridad, tanto el titular del banco de datos personales como el encargado del tratamiento tienen la responsabilidad de brindar seguridad y protección a los datos que administra evitando cualquier riesgo de acceso no autorizado o pérdida de información (Defensoría del Pueblo, 2019).

2.2.7. Razones que fundamentan la necesidad de la publicidad de la sucesión intestada en las redes sociales más usadas.

a. La creciente incorporación y desarrollo del legaltech en el mundo.

A lo largo de la historia, el mundo ha sido testigo de hitos que han marcado un precedente importante en las distintas áreas de desarrollo de la persona humana, una de ellas, es la revolución tecnológica, donde se encuentra la invención del internet, las redes sociales, el primer iPhone que nació en junio del 2007, las redes sociales como Facebook, entre otros. De

este modo, la tecnología actualmente se verifica en que cada aspecto de la vida del ser humano, incorporándose también en el Derecho, como se advierte en las audiencias virtuales realizadas a partir de la pandemia, notificación electrónica, y aplicativos como “el juez te escucha”.

Sin embargo, algunos juristas se rehúsan a aplicar en su campo el progreso de la tecnología artificial, blockchain, internet, cloud o machine learning manifestando que no es su labor, pues dichos avances son tarea específica de la rama de ingeniería, profesionales que se encargan de crear e interpretar algoritmos mediante el método experimental ensayo-error. De manera que, en la actualidad es extraño encontrar a juristas abogados al llamado legal tech o legal technology (Aboso et al., 2022). No obstante, la propia demanda del mercado legal actual exige la adaptabilidad del derecho frente a la preeminencia de la tecnología, toda vez que, gracias a este cambio se puede mejorar en la prestación de servicios jurídicos, como el disminuir en las tarifas de costo, y mantener las mismas utilidades, además que las gestiones se realizarán de forma más rápida y eficaz.

b. Falta de cultura de lectura de medios impresos de los peruanos.

Uno de los fundamentos del presente trabajo es la falta de cultura de lectura de medios impresos de los peruanos, medios que son utilizados para publicitar la solicitud y/o demanda de sucesión intestada, siendo necesario conocer el actual porcentaje de la cultura lectura de los peruanos, lo cual se evidencia, según Business Empresarial (2021), que en Perú el 26% de la población afirmó que diariamente lee periódicos, el 50% lo hace una vez a la semana, y el 11% nunca lo ha revisado. Asimismo, se ha establecido que, en la actualidad, el medio que lidera es la TV con un 39%, los portales web con 20%, redes sociales con 16%, radio con 14%, medios impresos con un 10% y los podcasts con el 1%. En la misma línea, según la Federación de Periodistas del Perú, el peruano promedio sólo lee el 0,86 % de un libro al año. Del mismo modo, INEI (2023) realizó una encuesta en los 24 departamentos y la provincia constitucional del Callao, con la colaboración de 67 800 personas de 0 a 64 años de edad, donde se determina que lo que más leen los peruanos del rango de 18 a 64 años son contenidos digitales con un 82,7% como en redes sociales, correos electrónicos, páginas web, entre otros; asimismo, se advierte que la misma población tiene la tendencia a leer mensajes de textos en WhatsApp con un 74,3% y textos en Facebook con un 71,3%.

c. El proceso de acción petitoria de herencia como causa del desconocimiento de la sucesión intestada.

Villena (como se cita en Cieza, 2021) define a la petición de herencia como el derecho otorgado al heredero que no detenta en su posesión los bienes que considera legítimamente suyos. Este derecho se ejerce contra aquella persona que ostente la posesión total o parcial de

dichos bienes en virtud de un título sucesorio, ya sea a través de un testamento o por designación de herederos por sucesión intestada. La finalidad de esta acción es la de excluirla del proceso sucesorio o, en su caso, para concursar con dicha persona en la sucesión de los bienes. Esta pretensión se somete a tramitación ante el órgano jurisdiccional competente, siendo considerada como un proceso de conocimiento de conformidad con las normativas procesales aplicables. Asimismo, según la administradora del Módulo Civil Corporativo de Litigación Oral de la Corte de Arequipa, Fabiola Bernaola Díaz indico que el proceso de conocimiento en el sistema tradicional tiene la duración de 17 meses y 15 días, es decir, un plazo mayor de 2 años, no obstante, al aplicar el modelo oral dicho proceso durará 04 meses y 28 días (Portal Web Poder Judicial, 2020).

III. Materiales y métodos

En la presente investigación se utilizó un enfoque cuantitativo, toda vez que, se empleó la recolección de datos de público en general a través de datos estadísticos recogidos de páginas web, así como la aplicación de encuestas a los miembros del Colegio de Notarios de Lambayeque con el objetivo de identificar las redes sociales más usadas por la población en general y por los notarios integrantes del referido colegio. Asimismo, se utilizó la investigación aplicada, pues a través de las bases teóricas como el legaltech, la publicidad en redes sociales, y lo relacionado con la adaptabilidad del derecho a los avances tecnológicos, se dio respuesta a la problemática identificada en la publicidad de la sucesión intestada con la finalidad de beneficiar a todos los herederos forzosos excluidos del referido proceso.

III.1. Técnicas e instrumentos

a. Técnica de análisis de documentos.

En razón del tipo de investigación documental que se va trabajar a lo largo del presente trabajo, se utilizará la técnica de análisis de documentos en la que se revisará diversos materiales para la obtención de fuentes principales que habilita al investigador a recoger datos que conformen los resultados de su investigación (Arias, 2020). Por lo tanto, se realizará análisis bibliográficos, estadísticos ya plasmados en estudios elaborados, bases teóricas relacionadas con el derecho tecnológico, legislación comparada con respecto a la publicidad de la sucesión intestada en España y Colombia, y jurisprudencia comparada.

b. Técnica de Encuesta

Las encuestas son mayormente aplicadas en las ciencias sociales, siendo la técnica más usada en trabajos de investigación, orientadas a las personas, quienes facilitan a través de cuestionarios sus opiniones, conocimiento y comportamientos. Por ende, las preguntas que se realizan en éstas son predeterminadas con un orden lógico y una técnica de respuestas

escalonadas (Arias, 2020). A través de las encuestas que se aplicó se recopiló datos estadísticos de las redes sociales más usados por los miembros del Colegio de Notarios de Lambayeque.

c. Instrumentos: Cuestionarios.

Son documentos tipeados a través de formularios Google, por los cuales se realizó la encuesta a la población integrante del Colegio de Notarios de Lambayeque, contando con un adecuado legado de preguntas sencillas y objetivas con el fin que el encuestado tenga la disponibilidad de responder las cuestiones planteadas.

IV. Resultados y discusión

Actualmente la publicidad de la sucesión intestada en el Ordenamiento Jurídico Peruano se aborda a través de medios impresos clásicos como son los periódicos, conllevando a que sea ineficaz y no acorde con la realidad tecnológica vigente y nivel cultura lector de los peruanos, generando de este modo, efectos jurídicos contrarios, es decir, el desconocimiento de los herederos forzosos que son excluidos de la herencia. Por lo que, en el presente capítulo se desarrollaran los tres objetivos específicos planteados con base en la doctrina y norma comparada, así como, identificar las redes sociales más usadas por los peruanos para su correcta regulación en nuestro ordenamiento jurídico fundamentado en la necesidad actual de una nueva forma de publicidad de la referida figura testamentaria. Finalmente, se busca desarrollar la propuesta de implementación en el ordenamiento jurídico nacional de la publicidad de la sucesión intestada en redes sociales.

3.1. Las diversas formas de publicidad de la sucesión intestada en la doctrina y norma comparada.

En el presente apartado se analiza las diversas formas de la publicidad de la sucesión intestada en la doctrina, en el ordenamiento jurídico nacional y comparada, así como los principios reguladores de la misma, esto centrado en la necesidad de una adecuada publicidad acorde con la realidad tecnológica implantada a nivel global en nuestra sociedad, generando una seguridad jurídica actualizada y adaptable a los cambios en el ámbito del derecho.

3.1.1. Importancia de la publicidad de la sucesión intestada en la doctrina y norma comparada.

La importancia de la publicidad de la sucesión intestada se centra en la protección del derecho fundamental de toda persona a la herencia tipificado en el artículo 2 numeral 16 de la Constitución Política del Perú, por lo que, busca evitar la exclusión de los herederos legítimos de la masa hereditaria del causante como consecuencia del desconocimiento de su fallecimiento

y el inicio del procedimiento de sucesión intestada por parte de los otros herederos legítimos, dicha importancia es advertida por Espinoza (2019) citando a Morales, quien nos dice que la publicidad es un instrumento con el cual todo individuo puede acceder a dicha información y celebrar los negocios que por su interés pueda disponer (p.19). En consecuencia, al radicar la importancia de la publicidad de la sucesión intestada en la protección del derecho fundamental de la herencia, es menester que se desarrolle en el contexto de la realidad tecnológica actual, a través de las redes sociales como los medios más frecuentados por la población para acceder a la información.

Del mismo modo, la importancia de la sucesión intestada y su publicidad se ve reflejada en diversos trabajos de investigación, donde identifican un problema en el trámite del referido procedimiento testamentario, lo cual conlleva a la afectación del derecho de herencia de los herederos legítimos excluidos; problema que identifica Aguilar, D. (2021), en su tesis pregrado, Universidad Peruana de las Américas – Perú, titulada: “ La ineficiencia del trámite de sucesión intestada notarial en los casos de los herederos legítimos excluidos, Lima 2021”, advirtiendo que el motivo de la exclusión es la defectuosa normativa del procedimiento notarial, destacando la necesidad de integrar mecanismos apropiados para corregir las ineficiencias de la sucesión intestada.

Cuadro 1

La publicidad de la sucesión intestada en la normativa nacional y comparada

<u>Normativa nacional</u>		<u>Normativa comparada</u>	
Código procesal civil (artículo 833°)	Ley de competencia notarial en asuntos no contencioso-ley n.º 26662 (artículo 13°)	España: Ley del notariado del 28 de mayo de 1862	Colombia: Decreto ley N°. 1729 de 1989 que modifica y adiciona al D.L.N.º 902 de 1988
Dispone como único medio de publicidad de la sucesión intestada en primera instancia, la sección de avisos del Diario Oficial El Peruano y otro de amplia circulación. A falta de diario se utiliza la notificación edictal más idónea a criterio del Juez.	Establece que la publicidad de avisos se realiza por única vez en el diario oficial El Peruano y otro de amplia circulación del territorio donde se efectúa el trámite.	Artículo 56°: La publicidad de avisos se realiza en el Boletín Oficial del Estado , pero, también que el notario tiene la libertad de utilizar otros medios adicionales de comunicación que crea conveniente.	Artículo 3° plantea que la publicidad de los edictos se realizará por el periódico de circulación nacional y por única vez por radiodifusión.
Última instancia (art.169): Mediante radiodifusión, (emisora oficial o la que determine el Consejo Ejecutivo de cada Corte Superior)	A falta de diario en dicho territorio, se efectuará en el del lugar más próximo.		

Nota. Elaboración propia.

Del cuadro 01 se advierte que mientras la normativa nacional regula como única forma de publicidad en primer orden , el Diario Oficial El Peruano y otro de mayor circulación, dejando como última alternativa la publicidad mediante radiodifusión; en la normativa Colombiana se deja la posibilidad abierta que el Notario pueda utilizar como primera opción la publicidad de sucesión intestada la radiodifusión y en España, la libertad para utilizar cualquier medio de comunicación idóneo que publicite el referido trámite, vale decir, a través de su canal de YouTube o mediante redes sociales de la Notaria encargada del proceso.

En conclusión, la importancia de la publicidad de la sucesión intestada radica en la protección del derecho fundamental de toda persona a la herencia, toda vez que, es la figura jurídica en el ámbito sucesorio más usada por los peruanos debiéndose evitar que su procedimiento quede atrapado en el tiempo, tal como se puede observar al comparar la normativa peruana con la legislación española y colombiana, donde el primero no ha logrado adaptarse a la nueva realidad tecnológica.

3.1.1.1. Principios reguladores de la publicidad de la sucesión intestada

En este ítem se busca analizar cuáles son los principios reguladores de la publicidad de la sucesión intestada, así como aquellos que fundamentan su publicidad a través de medios idóneos y acordes a la realidad tecnológica, estos son las redes sociales. Esto tiene como base diversos trabajos de investigación que han analizado la importancia de la correcta regulación del derecho sucesorio en nuestra actual era tecnológica, siendo que, García, L. (2021), en su tesis pregrado, Universidad Peruana de las Américas – Perú, titulada: “ El uso de medios tecnológicos en la sucesión testamentaria por Covid-2019 en Lima, 2021”, fija la existente relación entre el derecho sucesorio con la implementación de medios tecnológicos, como consecuencia de la ineficiencia de las formalidades tradicionales y obsoletas, siendo necesario que la publicidad debe ser adaptadas a la realidad actual.

Mencionado esto, se ha determinado que la divulgación de la solicitud y /o demanda de la sucesión intestada tiene como fundamento el principio de publicidad, el cual tiene como objetivo difundir situaciones jurídicas de relevancia a toda la población con la finalidad que sean conocidas y evitar el desconocimiento de procedimientos, hechos, u otra situación jurídica que tenga implicación en el ejercicio de los derechos, teniendo como fundamento que un Estado de Derecho democrático debe permitir el desarrollo y fortalecimiento de una sociedad más abierta e informada (Sánchez , 2019). Por lo que, este principio se encuentra expresamente tipificado en el artículo 3 de la Ley 27806- Ley de Transparencia y Acceso a la Información

Pública: *“Todas las actividades y disposiciones de las entidades comprendidas en la presente Ley están sometidas al principio de publicidad (...)”*.

Otro principio que va conectado con la publicidad, es el de máxima divulgación, el cual se encuentra tipificado en el artículo 13 de la CADH- Convención Americana sobre Derechos Humanos que ampara el derecho de todo individuo de buscar, recibir y difundir información, es decir, que el Estado debe dar las facilidades para que el ciudadano acceda a la información de su interés en la búsqueda de la protección de sus derechos; sin embargo, el acceso a la información con relevancia jurídica debe darse a través de medios idóneos y acorde con la era de la globalización tecnológica, toda vez que según INEI (2022), en el primer trimestre de 2022, el 95,0% de los hogares del país tienen al menos una tecnología de información y comunicación.

Los principios que fundamenta la propuesta que se busca implementar es el de economía, contradicción y precaución; el primero, se centra en que la publicidad de la sucesión intestada debe regularse a través de las redes sociales, pues lo que se busca es que sea conocida en un tiempo corto por aquellos herederos interesados que no han sido incluidos en los referidos documentos. Ahora bien, el principio de contradicción se va centrar en la razón que los herederos legítimos al enterarse mediante redes sociales que han sido excluidos de la sucesión intestadas podrán contradecir presentando documentos idóneos para ser incluidos como beneficiarios de la masa hereditaria.

Por último, el principio de precaución es una acción de cuidado en atención a hechos, circunstancias, situaciones que perturben, alteren, perjudiquen un orden dentro o en un contexto de un hecho concreto (Silva, 2019, p.100). Por ende, el Estado tiene la obligación de responder ante sus omisiones que generen un riesgo en la esfera de protección de los derechos de las personas, toda vez que, al solo regular como medios de divulgación del proceso de sucesión intestada, los diarios(periódicos) medio poco concurrido por la población, genera el riesgo que herederos legítimos no conozcan sobre la existencia de referido proceso y sean excluidos de la masa hereditaria.

En conclusión, al analizar la doctrina y norma comparada del empleo de las diversas formas de la publicidad de la sucesión intestada se determina que el Perú debe adecuar y actualizar su regulación en el marco de la era tecnológica como lo ha hecho España y Colombia, y tener en cuenta los medios de comunicación más usados por los peruanos, siendo las redes

sociales los canales idóneos para su eficaz publicidad teniendo como fundamento el principio de contradicción, máxima divulgación, precaución y economía procesal.

3.2. Las redes sociales más usadas por el Colegio de Notarios de Lambayeque y su correcta regulación en la legislación peruana.

En el presente apartado se identificará las redes sociales más usadas por el Colegio de Notarios de Lambayeque para la publicidad de la sucesión intestada, para ello la presente investigación cuenta con un instrumento que nos ayudará validar la información proporcionada en la siguientes páginas, datos que se obtuvieron al realizar una encuesta dirigida a los notarios pertenecientes al Colegio de Notarios de Lambayeque (aplicadas a 08 notarios); además se determinará su correcta regulación en la legislación peruana en base a la protección de datos personales de los herederos solicitantes/ beneficiarios para evitar la vulneración de su derecho a la intimidad o extralimitación del uso de información que ha sido difundida a través de las redes sociales.

3.2.1. Las redes sociales más usadas por los peruanos y el Colegio de Notarios de Lambayeque para la publicidad de la sucesión intestada.

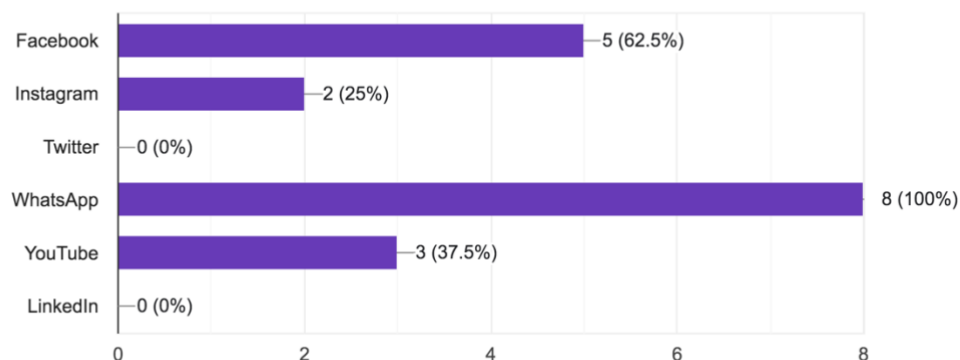
A fin de poder identificar las redes sociales más usadas por el Colegio de Notarios de Lambayeque, es necesario primero hacer referencia al aumento del uso de estas plataformas digitales por los peruanos, quienes según el estudio de IMS by Aleph realizado a una población de 12,350 usuarios, revela que en el Perú las redes sociales y videos online son los medios más consumidos con más del 95%, y supera en un 36% a los países como Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Panamá, y Uruguay (El Peruano, 2023). En la misma línea, se advierte que, entre los 18 y 70 años en la zona urbana, la red social más usada por los peruanos es Facebook con 84%, siguiendo YouTube con 60%, Instagram con un 46%, TikTok con un 37%, Twitter con un 13%, y LinkedIn con un 6%. Por otro lado, en aplicación de mensajería se encuentra WhatsApp con un 89%, Messenger con 44% y Telegram con un 18%; además se ha evidenciado que el 71% utiliza las redes sociales para divertirse, el 69% para informarse sobre los hechos actuales nacionales e internacionales y el 53% para disfrutar su tiempo libre (Ipsos, 2022).

Ya habiéndose advertido que, en el Perú la mayoría de la población utiliza las redes sociales, mediante encuesta realizada a 08 notarios con 04 a 37 años de experiencia pertenecientes al Colegio de Notarios de Lambayeque, quienes en la primera pregunta planteada: “¿Cuáles de las siguientes redes sociales utiliza con mayor frecuencia?” se obtiene Facebook con 62.5 %, Instagram 25% , WhatsApp 100%, y YouTube con 37.5%.

Figura 1*Redes sociales utilizados por Notarios.*

¿Cuáles de las siguientes redes sociales utiliza con mayor frecuencia?

8 respuestas

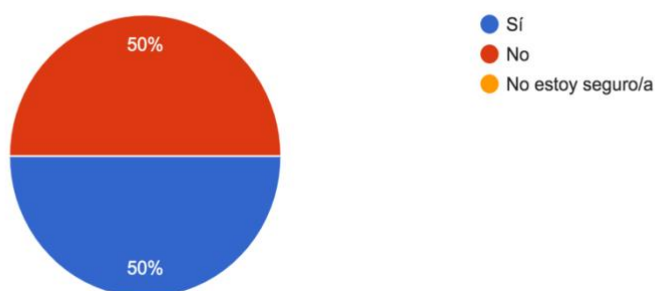


De igual manera, al preguntarles: “¿Ha utilizado las redes sociales para publicar información o asesoramiento sobre temas legales?”, se determina que el 50% si utiliza las redes sociales para publicar información o asesoramiento legal, sin embargo, un 50% no lo hace, advirtiéndose que aún existe juristas que no se han adaptado a la era tecnológica.

Figura 2*Información o asesoramiento legal en redes sociales.*

¿Ha utilizado las redes sociales para publicar información o asesoramiento sobre temas legales?

8 respuestas



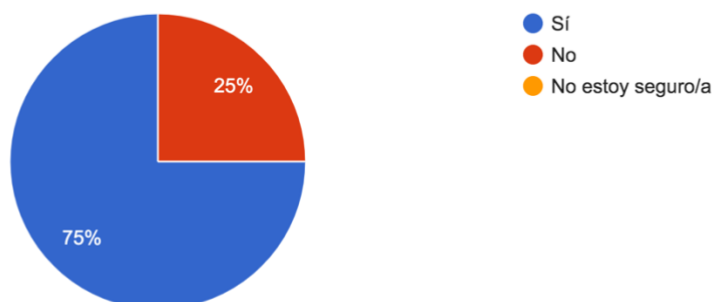
Sin embargo, al realizarles la pregunta “¿Cree usted que las redes sociales son una herramienta efectiva para la publicidad de sucesiones intestadas en Perú?”, se obtiene una respuesta positiva del 75%, advirtiéndose que la mayoría de los notarios encuestados consideran idónea la propuesta planteada del presente trabajo de investigación.

Figura 3

Las redes sociales son una herramienta efectiva para la publicidad de la sucesión intestada.

¿Cree usted que las redes sociales son una herramienta efectiva para la publicidad de sucesiones intestadas en Perú?

8 respuestas



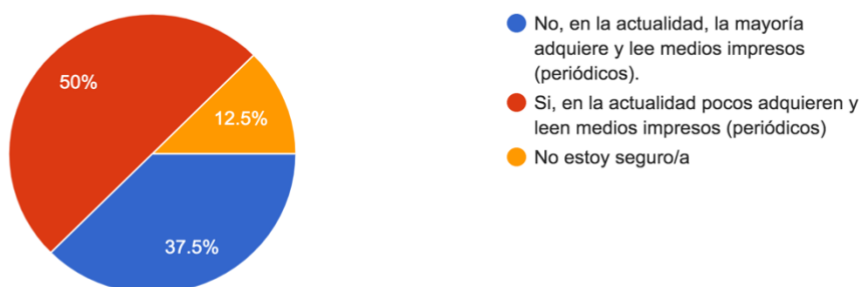
Siguiendo la misma línea, se realizó la última pregunta: “¿Ha enfrentado desafíos o problemas legales relacionados con la actual regulación de la publicidad de sucesiones intestadas?”, donde se obtuvo que el 12.5% de los notarios encuestados no están seguros, y el 50% de los mismos consideran que en la actualidad pocos usuarios adquieren y leen medios impresos generando que el procedimiento de la publicidad de la sucesión intestada enfrente dificultades.

Figura 4.

Desafíos relacionados con la actual regulación de la publicidad de sucesión intestada.

¿Ha enfrentado desafíos o problemas legales relacionados con la actual regulación de la publicidad de sucesiones intestadas?

8 respuestas



En conclusión, se ha identificado que a nivel nacional, una de las redes sociales más usada por los peruanos para acceder a información relevante es Facebook, Instagram y tiktok; mientras que de la encuesta realizada al Colegio de Notarios de Lambayeque se ha obtenido que las redes sociales más usadas por los mismos es Facebook y WhatsApp, además que un 50% considera que la regulación de la publicidad de la sucesión enfrenta dificultades a

consecuencia que la mayoría de la población no adquiere medios impresos actualmente, por lo tanto, debe realizarse a través de las referidas redes sociales al considerarse como información con relevancia jurídica y de acceso público, pues ampara a cualquier interesado y beneficiario de informarse sobre la liquidación de la masa hereditaria de un familiar y apersonarse al órgano jurisdiccional o notaría que este llevando el trámite de la misma y proteja su derecho fundamental a la herencia

3.2.2. Adecuación de la publicidad de la sucesión intestada en redes sociales en la legislación peruana.

Después de identificar las redes sociales más usadas por los peruanos según Ipsos y las encuestas realizadas a los miembros del Colegio de Notarios de Lambayeque, es menester establecer una correcta adecuación de la publicidad de la sucesión intestada en las redes sociales en la legislación peruana siguiendo lineamientos que procuren la protección de datos específicos con la finalidad evitar la vulneración del derecho fundamental de toda persona a preservar su intimidad y la de su familia, cuya información serán expuestas a través de las redes sociales, siendo perceptibles de ser utilizadas sin consentimiento del titular, esto tiene como antecedente a Prettnner, C. (2020), quien en su tesis de pregrado, Universidad Internacional de Rioja, titulada: “El uso de datos personales para la publicidad en redes sociales y las opiniones políticas” plantea la importancia de tener presente que la publicidad en redes sociales se debe concebir siempre bajo el umbral de la protección de datos.

Imagen 1

Avisos Notariales- Judiciales de solicitudes de sucesión intestada.

<p>EDICTO.- Ante JUZGADO PAZ LETRADO LIMA ESTE Chacacayo Expediente 05877-20227-CI Especialista Dra Rene Ccori ADMITIR solicitud SUCESION INTESTADA de EDSON NILTON TORRES LOZANO interpuesta por JANETH FABIOLA CHAVEZ BUSTAMANTE en Representación de sus hijos JUNIOR ALEXANDER, ANNY RAQUEL y ELIZABETH GRECIA TORRES CHAVEZ VIA PROCESO NO CONTENCIOSO. Ate 10 Mayo 2023.- JUAN PABLO ELIAS C. - ABOGADO - CAL 41963</p>	<p>SUCESION INTESTADA: ROSA ADELA SWAYNE LLAQUE VDA. DE VEGA, SOLICITA LA SUCESIÓN INTESTADA DE QUIEN EN VIDA FUE SU CÓNYUGE: MARIO AUGUSTO VEGA SARRIA, FALLECIDO EL 15 DE AGOSTO DE 2021. LOS INTERESADOS TIENEN 15 DÍAS HÁBILES PARA HACER VALER SU DERECHO CONFORME A LEY. OFICIO NOTARIAL: AVENIDA JAVIER PRADO ESTE N° 1451, URBANIZACIÓN SANTA CATALINA, DISTRITO DE LA VICTORIA. LIMA, 11 DE MAYO DE 2023. MANUEL ALIPIO ROMÁN OLIVAS. ABOGADO - NOTARIO DE LIMA</p>
--	--

Nota. Diario la Razón a Nivel Nacional Oficina Principal Lima (15 de mayo 2023)

<https://www.sbs.gob.pe/Portals/0/Archivos/2023/Segundo-aviso-Prex-Peru.pdf>

Actualmente, los avisos de diversos diarios impresos publicitan la solicitud de la sucesión intestada, indicando el nombre completo de causante, fecha y lugar de fallecimiento, los herederos solicitantes/beneficiarios y el lugar donde los interesados podrán apersonarse para hacer valer su derecho, tal como se acredita con la imagen 01. Mismos datos que se divulgarán a través de redes sociales siempre bajo la protección de la Ley 29733-Ley de Protección de Datos Personales, que se interpreta en base a ocho principios fundamentales para

evitar vacíos al momento de su aplicación. Estos son señalados por la Defensoría del Pueblo (2019) en su Manual de Protección de Datos Personales como legalidad, consentimiento, finalidad, proporcionalidad, calidad, disposición de recurso y seguridad.

Estos principios deben ser adaptados a la regulación de la publicidad de la sucesión intestada en redes sociales, por lo que, en base a la legalidad los datos personales que se proporcionen en los avisos serán de acuerdo a lo normado en el artículo 833° del Código Procesal Civil y el artículo 13° de la Ley N.º 26662; también se deberá exigir el consentimiento de los herederos solicitantes para que manifiesten que datos serán divulgados a través del aviso; con el principio de finalidad, se acreditará que los datos personales que se publicitan sean tratados para un finalidad lícita, esto es, la divulgación de la solicitud de la sucesión intestada para evitar la exclusión de herederos que no hayan participado en ella; con la proporcionalidad se va medir que los datos que se difundan sean suficientes para su finalidad y así evitar un exceso que ponga en riesgo la intimidad de la persona.

Con la adecuación del principio de calidad, se va asegurar que los datos que se proporcionen en el aviso de la solicitud de la sucesión intestada sean veraces, exactos y actualizados, tal como lo plasmado en la imagen 01; es importante también implementar un vía administrativa o judicial donde los herederos solicitantes puedan hacer un reclamo frente a un tratamiento irregular de sus datos como un exceso de información o la divulgación de los mismos sin autorización, y la persona jurídica (notaría) o funcionario público responsable sea sancionado con un multa equivalente a una (01) UIT, siendo que la referida implementación brindará seguridad y protección a los datos de los solicitantes.

En conclusión, para que se efectúe la correcta adecuación de la publicidad de la sucesión intestada en redes sociales en la legislación peruana se debe tener en cuenta la protección de los datos personales de los herederos solicitantes/beneficiarios para evitar la vulneración de su derecho a la intimidad y de sus familiares, como consecuencia de la extralimitación de información divulgada, siendo necesario que se proteja bajo el lumbral de la Ley N.º. 29733- Ley de Protección de Datos Personales específicamente en los principios de legalidad, el consentimiento de los solicitantes, finalidad, proporcionalidad y calidad de la información difundida, disposición de recursos que posibiliten a los titulares para reclamar frente a una vulneración que los dotes de protección y seguridad.

3.3. Razones que fundamenta la necesidad de la publicidad de la sucesión intestada en las redes sociales más usadas por los peruanos.

En el presente apartado se explica las diversas razones que fundamentan la necesidad de la publicidad de la sucesión intestada en las redes sociales más usadas por los peruanos, esto

en razón a la creciente adaptación de la tecnología en el ámbito del derecho peruano, la ausencia de cultura lectora de los peruanos, el ascendente número de trámites de sucesión intestada en Registros Públicos y un gran número de procesos de acción petitoria de herencia en la Corte Superior de Justicia de Lambayeque.

3.3.1. La creciente adaptación de la tecnología en el derecho peruano.

En el ámbito del derecho peruano se advierte la creciente adaptación de la era tecnológica reflejado en las recientes leyes promulgadas sobre el uso de medios tecnológicos en sus diversas ramas, como la notificación electrónica tanto en el área jurisdiccional y fiscal promulgado por la Ley N° 31736, con la resolución administrativa N° 000213-2023-CE-PJ que dispone el uso audiencias virtuales en Google Meet, aplicaciones como págalo.pe, el juez te escucha, la incorporación de delitos informáticos al Código Penal Peruano mediante la Ley N° 27309, la incorporación de firmas y certificados digitales- Ley N° 27269, y diversas herramientas tecnológicas que han sido adaptadas para brindar soluciones más céleres a la población peruana.

Una de las más importantes es el Reglamento de la Ley de Gobierno Digital aprobado por el Decreto Supremo N° 029-2012-PCM, que según la página gob.pe, la norma promueve la articulación de las tecnologías digitales, la identidad digital, los servicios digitales, etc; con el objetivo de mejorar la prestación de servicios centrados en la ciudadanía, la gestión interna de las entidades públicas y la relación entre estas. Asimismo, en el mes de julio del presente año se promulgo la Ley N° 31814 que promueve el uso de inteligencia artificial (IA) en favor del desarrollo económico y social del país, donde se busca promover la sociedad digital de la mano con el desarrollo ético y privacidad en la gestión segura de datos.

En conclusión, se advierte que a lo largo de los últimos años se ha ido promulgando leyes y normas que buscan adecuar la actual era tecnológica a los diferentes ámbitos del derecho para proteger y contribuir a la protección de derechos de los peruanos, siendo también necesario la mencionada adaptabilidad en el área del derecho sucesorio con la finalidad de proteger el derecho fundamental de herencia.

3.3.2. Ausencia de cultura lectora de los peruanos.

Una de las razones de la publicidad de la sucesión intestada en redes sociales es la decadente cultura lectora de los peruanos de medios impresos, pues en el Perú el 26% de la población afirmó que diariamente lee periódicos, el 50% lo hace una vez a la semana, y el 11% nunca lo ha revisado. Asimismo, se ha establecido que en la actualidad, el medio que lidera es la TV con un 39%, los portales web con 20%, redes sociales con 16%, radio con 14%, medios impresos con un 10% y los podcasts con el 1%. En la misma línea, según la Federación de

Periodistas del Perú, el peruano promedio sólo lee el 0,86 % de un libro al año (Business Empresarial, 2021).

Del mismo modo, INEI (2023) realizó una encuesta en los 24 departamentos y la provincia constitucional del Callao, con la colaboración de 67 800 personas de 0 a 64 años de edad, donde se determina que lo que más leen los peruanos del rango de 18 a 64 años son contenidos digitales con un 82,7% como en redes sociales, correos electrónicos, páginas web, entre otros; asimismo, se advierte que la misma población tiene la tendencia a leer mensajes de textos en WhatsApp con un 74,3% y textos en Facebook con un 71,3%.

De este modo, se concluye que, la mayoría de la población prefiere leer e informarse a través de medios digitales y no impresos, siendo necesario que publicidad de la sucesión intestada se adecue a dicha realidad determinada estadísticamente, pues la información contenida en el mencionado trámite es de relevancia jurídica y acceso público para todo ciudadano que considere ser beneficiario de la masa hereditaria que se busca liquidar con la aprobación de la solicitud de la sucesión intestada.

3.3.3. Mayor uso de sucesiones intestadas.

La Oficina General de Comunicaciones- Sunarp (2021) como consecuencia de la pandemia por COVID-19 evidencio el aumento de tramites de sucesiones intestadas con un número de 125 361 de procedimiento gestionados a través de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos en los meses de enero y agosto, donde Lima lidera con 47 939 trámites, Arequipa con 9 960, la Libertad con 9002, Lambayeque con 6797 y Piura con 6587. Del mismo, durante el periodo del mes de enero a mayo de 2023, Sunarp ha registrado 55 328 sucesiones intestadas.

En conclusión, es necesario implementar una regulación adecuada para la publicidad de la sucesión intestada, toda vez que, es una de las figuras testamentarias más usadas por los peruanos, sobre todo en nuestra región Lambayeque, por lo que, su normatividad debe adecuarse a la actual era tecnológica con la finalidad que herederos legítimos que hayan sido excluidos del referido trámite tomen conocimiento y acudan a la notaría o poder judicial para proteger su derecho fundamental de herencia.

3.3.4. Aumento de figura de acción petitoria de herencia en juzgado

De la información obtenida por la oficina de acceso a la información pública de la Corte Superior de Justicia a través de la carta N° 000241-2023-USJ-GAD-CSJLA-PJ, se ha determinado que durante el periodo del año 2022 hasta el 2023, el número de procesos de acción petitoria de herencia ascienden en un total de 620 procesos de la referida materia, sea como demanda de petición de herencia e inclusión de herederos como medidas cautelares que

se han dado en forma de anotación de demanda, aumentando de manera ascendente desde el primer mes del 2022 hasta el 05 de octubre del presente año.

Cuadro 2.

Procesos de petición de herencia año 2020-05/10/2023.

AÑO	2020	2021	2022	05/10/2023
Cautelar anotación de demanda	24	28	41	18
Demanda petición de herencia y declaración de herederos, división	71	135	163	127

Nota. Elaboración propia de información recogida a través del reporte de procesos de acción petitoria de herencia de los años 2020-2023 emitido por la Carta N° 000241- 2023-USJ-GAD-CSJLA-PJ.

De este modo, se concluye que los procesos de acción petitoria de herencia han aumentado durante el periodo del año 2020-2023, es decir, que las situaciones donde herederos legítimos excluidos de la sucesión intestada no han tomado conocimiento de la liquidación de la masa hereditaria en el plazo establecido han tenido que recurrir a la vía judicial para reclamar su derecho a la herencia, generando una mayor e innecesaria carga procesal en los diversos órganos jurisdiccionales, pues dicha exclusión se puede resolver durante el proceso de aprobación de la sucesión intestada al informar a todos los interesados y que estos puedan acudir vía administrativa para hacer valer su derecho en el menor tiempo posible.

3.4. Propuesta de implementación de la publicidad de sucesión intestada en redes sociales en Perú.

En base a lo desarrollado en el presente trabajo de investigación, se ha determinado que el Estado tiene el deber de garantizar la adaptabilidad del derecho a los avances tecnológicos como son las redes sociales y el empleo de estas herramientas en la publicidad de la instauración del proceso de sucesión intestada, sobre todo cuando existe falta de cultura lectora, siendo los medios impresos como los periódicos los menos idóneos para informar y hacer conocer a los herederos forzosos para que procedan a exigir su derecho sucesorio, entonces se debe implementar en el artículo 833° del Código Procesal Civil y en el artículo 13° de la Ley de Competencia en asuntos no Contenciosos, la publicidad de la demanda y/o solicitud y aprobación de la sucesión intestada usando las redes sociales más concurridas por la población.

La mencionada propuesta tiene como fundamento dos teorías jurídicas distintas pero que en la actualidad deben ser relacionadas. Estas son la teoría del realismo jurídico norteamericano y la teoría del legal tech, donde la primera concibe al derecho como aquel ámbito en constante movimiento con fines sociales, por lo que, cada parte del mismo ha de ser constantemente

examinada para determinar hasta qué punto se adecua a la sociedad que procura proteger, y la segunda advierte la necesidad que tiene el derecho de responder a la demanda del actual mercado legal; por ende, en base a estas dos teorías, la regulación de la publicidad de la sucesión intestada debe adecuarse a la realidad tecnológica actual, es decir, a los medios de información más usados por los peruanos que son las redes sociales. La propuesta normativa es la siguiente.

Cuadro 3.

Propuesta normativa de publicidad de la sucesión intestada en redes sociales.

NORMA ACTUAL		PROPUESTA DE NORMA	
Código Procesal Civil	Ley de Competencia Notarial en Asuntos no Contenciosos- Ley N° 26662	Código Procesal Civil	Ley de Competencia Notarial en Asuntos no Contenciosos- Ley N° 26662
<p>Artículo 833.- Notificación por diario, edictos e inscripción registral</p> <p>Admitida la solicitud, el Juez dispone:</p> <p>1.- La publicación de un aviso tanto en el diario de los anuncios judiciales como en otro de amplia circulación. Si en el lugar no hubiera diario, se utilizará la forma de notificación edictal más adecuada a criterio del Juez.</p>	<p>Artículo 13.- Publicaciones.- La publicación de avisos a que se refiere la presente ley, se realiza por una sola vez en el diario oficial y en otro de amplia circulación del lugar donde se realiza el trámite, y, a falta de diario en dicho lugar, en el de la localidad más próxima. Si fuera el caso, se observará lo dispuesto en el Artículo 169 del Código Procesal Civil. En el aviso debe indicarse el nombre y la dirección del notario ante quien se hace el trámite.</p>	<p>Artículo 833.- Notificación por diario, edictos e inscripción registral</p> <p>Admitida la solicitud, el Juez dispone:</p> <p>1.- La publicación de un aviso en el diario de los anuncios judiciales, otro de amplia circulación, y en las redes sociales de la Corte Superior de Justicia o que el Juez considere pertinente.</p> <p>2.- La publicación en redes sociales se ejecutará bajo la forma de publicidad pagada (anuncios) bajo los términos de cada red social que mantienen las sedes del poder judicial.</p>	<p>Artículo 13.- Publicaciones.- La publicación de avisos a que se refiere la presente ley, se realiza por una sola vez en el diario oficial, en otro de amplia circulación del lugar donde se realiza el trámite, asimismo, el notario dispondrá su publicación en sus redes sociales que considere pertinente. En el aviso debe indicarse el nombre y la dirección del notario ante quien se hace el trámite. La publicación en redes sociales se ejecutará bajo la forma de publicidad pagada (anuncios) bajo los términos de cada red social que mantienen las sedes notariales.</p>

Nota. Elaboración propia.

Conclusiones

- De este modo, se concluye que, al analizar la doctrina y norma comparada del empleo de las diversas formas de la publicidad de la sucesión intestada, el Perú debe adecuar y actualizar su regulación en el marco de la era tecnológica, toda vez, que en otros países como en la normativa española en su Ley del Notariado del 28 de mayo de 1862 y

Colombia en el Decreto Ley N°. 1729 de 1989 que modifica y adiciona al D.L.N.° 902 de 1988, se deja abierta la posibilidad que el notario utilice cualquier medio de comunicación que considere idóneo o medio de radio fusión como primera opción para la publicidad de la sucesión intestada, con la finalidad que ningún heredero legítimo quede excluido de la masa hereditaria; por lo que, se debe tener en cuenta los medios de comunicación más usados por los peruanos, siendo las redes sociales los canales idóneos para su eficaz publicidad teniendo como fundamento el principio de contradicción, máxima divulgación, precaución y economía procesal.

- Se concluye que, en el ámbito nacional, Facebook, Instagram y TikTok son las redes sociales más utilizadas por los peruanos para acceder a información relevante, mientras que entre los miembros del Colegio de Notarios de Lambayeque, Facebook y WhatsApp son las más populares. La encuesta reveló que un 50% de los encuestados considera que la regulación de la publicidad de la sucesión enfrenta desafíos, ya que la mayoría de la población ya no adquiere medios impresos, lo que hace necesario utilizar las redes sociales como medio de difusión de información relevante desde una perspectiva legal teniendo como fundamento la protección de los datos personales de los herederos solicitantes/beneficiarios, alineado con la Ley N° 29733 sobre Protección de Datos Personales, en particular, los principios de legalidad, consentimiento, finalidad, proporcionalidad y calidad de la información divulgada; principios que son esenciales para preservar la privacidad y seguridad de los titulares de datos y permitirles reclamar en caso de vulneraciones.
- Se concluye que, a lo largo de los últimos años, se ha promulgado una serie de leyes y normas destinadas a adaptar el entorno legal a la era tecnológica actual, con el objetivo de proteger los derechos de los peruanos, siendo imperativo extender esta adaptabilidad al ámbito del derecho sucesorio para preservar el derecho fundamental a la herencia, dado que la mayoría de la población prefiere acceder a la información a través de medios digitales en lugar de medios impresos, por lo que, es esencial que la publicidad de la sucesión intestada se ajuste a esta realidad. Asimismo, es necesario implementar una regulación adecuada especialmente en la región de Lambayeque, donde esta figura testamentaria es ampliamente utilizada, por lo tanto, debe adaptarse a la era tecnológica actual, con el propósito de asegurar que los herederos legítimos, que podrían haber sido excluidos del proceso, tengan conocimiento y la oportunidad de proteger su derecho fundamental a la herencia sin necesidad de recurrir al proceso de acción petitoria de herencia que tiene una duración promedio de 3 años, ya que, esto reduciría la carga

procesal en los órganos jurisdiccionales y permitiría una resolución más eficiente y celeridad.

Recomendaciones

- Al determinar que la normativa nacional no se ha adaptado a la realidad tecnológica que se vive actualmente, es necesario que las ramas del derecho analicen posibles propuestas normativas que doten de seguridad a las nuevas formas de comunicación y acceso a la información, toda vez que el predominio de las redes sociales como medios de divulgación, se advierte un creciente uso de la inteligencia artificial como facilitador de tareas que los humanos pueden utilizar, por lo que, en el campo del derecho dichas IA deben estar normadas para limitarlas únicamente a una función jurídica documental y de gestión, es decir como auxilio a jueces, abogados, fiscales, y no como un reemplazo de ellos.
- Es necesario que la información plasmada en la publicidad de la sucesión intestada sea limitada con datos específicos como actualmente se realiza en los edictos publicados en medios impresos, asimismo, dicha información que publicará tanto la Notaría encargada del proceso como el órgano jurisdiccional en las redes sociales que considere pertinente deben darse en el contexto de publicidad de pago, monto que se incluirá como parte del procedimiento con la finalidad que el edicto tenga más exposición y velocidad para alcanzar a la población en general.
- Es recomendable que los espacios de estudios como universidades incluyan en su plan académico un curso de legaltech para orientar a los estudiantes del derecho sobre la nueva era tecnológica y la implicancia jurídica que ésta tiene actualmente, adaptando su actuación y posibles situaciones que como sujetos de derecho deberán enfrentar cuando ejerzan su profesión.
- Por último, se sugiere implementar en el artículo 833° del Código Procesal Civil y artículo 13° de la Ley de Competencia en asuntos no Contenciosos, la publicidad de la demanda y/o solicitud sucesión intestada usando las redes sociales más usadas por los peruanos como es Facebook, Instagram y Tiktok con la formalidad de publicidad pago y siempre bajo la normativa de protección de datos personales.

Referencias

TESIS

Aguilar, D. (2021). *La ineficiencia del trámite de sucesión intestada notarial en los casos de los herederos legítimos excluidos*, Lima 2021. [Tesis de pregrado, Universidad Peruana

de las Américas].
<https://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/1483/AGUILAR.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Bustamante, K. (2019). *Análisis de la configuración estructural de la relación jurídica en los servicios prestados a través de plataformas virtuales: entre la laboralidad y el régimen civil*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo].
https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/2275/1/TL_BustamanteTorresK_risthel.pdf

Cieza, L. (2021). *La exigibilidad del derecho de petición de herencia y la vulneración del derecho a la libre disposición testamentaria en el ordenamiento jurídico peruano, año 2020*. [Tesis de pregrado, Universidad Peruana de las Américas].
<http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/1755/TESIS%20-%20CIEZA%20ALVA%20LUDI.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Del Aguila, G. (2020). *La incorporación del testamento virtual en el sistema sucesorio peruano*. [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo].
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/56502/Del%20Aguila_S_G-SD.pdf?sequence=4&isAllowed=y

García, A. (2019). *El principio de celeridad y la afectación al principio de economía procesal en el proceso civil*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo].
https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/8261/Garc%C3%ADa_Le%C3%B3n_Alvaro_Antonio.pdf?sequence=5&isAllowed=y

Prettner, C.(2020).*El uso de datos personales para la publicidad en redes sociales y las opiniones políticas*. [Tesis de pregrado, Universidad Internacional de la Rioja].
<https://reunir.unir.net/bitstream/handle/123456789/9910/Prettner%2C%20Claudia%20Maria%20Julia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Venencia, E. (2020). *El principio de máxima divulgación: un análisis del fallo “Savoia”*. Córdoba. Universidad siglo 21.
<https://repositorio.21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/21026/TFG%20-%20Emanuel%20Venencia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

LIBROS

Aboso et al.(2022).*Ciberseguridad, cibercrimen y nuevas tecnologías. Riesgos y respuestas jurídicas*. Derecho Global Perú SAC.

Jara, R. (2018). *Manual de Derechos de Sucesiones*. Jurista Editores E.I.R.L.

Lohmann, J. (2018). *Derecho de sucesiones*. Lima: Gaceta Jurídica

Arias, J. (2020). Técnicas e instrumentos de investigación científica. ENFOQUES CONSULTING EIRL.

https://repositorio.concytec.gob.pe/bitstream/20.500.12390/2238/1/AriasGonzales_TecnicasEInstrumentosDeInvestigacion_libro.pdf

REVISTAS Y ARTICULOS

Fajardo, C. & Pozo, E. (2022). Vulneración del principio de contradicción con la práctica probatoria. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonia*. Vol VII. N°2 , 417-433. <http://dx.doi.org/10.35381/r.k.v7i2.1963>

Godoy, F. (2020). Legal Tech: Una visión de cambio para el mercado legal. *Actualidad jurídica* n°. 42- Julio 2020. *Universidad del Desarrollo*. <https://derecho.udd.cl/actualidad-juridica/files/2021/01/AJ42-P159.pdf>

Gonzales, J. (2020). Los procesos notariales. Los asuntos no contenciosos de competencia notarial como procesos alternativos a los procesos judiciales. En L.Castillo (Ed.), *Los procesos en el sistema jurídico peruano* (pp. 342-442). Palestra Editores. https://app-vlexcom.usat.lookproxy.com/#search/jurisdiction:PE+inPlanOnly:1+fulltext_in_plan:1+content_type:4/Sucesi%C3%B3n+intestada+concepto/WW/vid/906560165

Santa Cruz, L. (2022, 02 de septiembre). *¿Qué es legaltech y para qué sirve?* <https://www.scielo.org.mx/pdf/ride/v11n21/2007-7467-ride-11-21-e064.pdf>

S.a. (2021, 04 de septiembre). Consumidores peruanos confían más en televisión y medios online para informarse. *Andina*. <https://andina.pe/agencia/noticia-consumidores-peruanos-confian-mas-television-y-medios-online-para-informarse-860360.aspx#:~:text=En%20Per%C3%BA%2C%20el%2026%25%20asegur%C3%B3n,m%C3%A1s%20bajo%20de%20la%20regi%C3%B3n>

Oficina General de Comunicaciones- Sunarp. (2023, 12 de junio). Sunarp: ¿sabes qué hacer si no dejaron un testamento a tu nombre siendo un heredero legal?. *Plataforma digital única del Estado Peruano*. <https://www.elperuano.pe/noticia/215169-sunarp-sabes-que-hacer-si-no-dejaron-un-testamento-a-tu-nombre-siendo-un-heredero-legal>

Oficina General de Comunicaciones- Sunarp. (2021, 17 de septiembre). Sunarp: Más de 125 mil peruanos realizaron trámites de sucesión intestada durante el presente año. *Plataforma digital única del Estado Peruano*. <https://www.gob.pe/institucion/sunarp/noticias/523308-sunarp-mas-de-125-milperuanos-realizaron-tramites-de-sucesion-intestada-durante-el-presente-ano>

- Natividad, C. (2019, 10 de julio). ¿Por qué el peruano promedio lee muy poco?. *Federación de Periodistas del Perú*. <https://fpp.org.pe/por-que-el-peruanopromedio-lee-muy-poco/>
- Business Empresarial. (2021, 11 de agosto). Peruanos confían más en televisión y medios online para informarse, según informe de Sherlock Communications. *Business empresarial*. <https://www.businessempresarial.com.pe/peruanosconfian-mas-en-television-y-medios-online-para-informarse-segun-informe-desherlock-communications/>
- Defensoría del Pueblo (2019, noviembre). Manual de protección de datos personales. *Adjuntía en asuntos constitucionales. Defensoría del Pueblo*. <https://www.defensoria.gob.pe/wp-content/uploads/2019/11/Manual-de-Protecci%C3%B3n-de-Datos-Personales.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática- INEI (2023). Encuesta Nacional de Lectura. Perú: Características del comportamiento lector de las personas de 0 a 64 años. *Ministerio de Cultura*. <https://cerlalc.org/wp-content/uploads/2023/05/DOC-20230426-WA0031..pdf>
- Gálvez, I. & Rega, E. (2022). Las redes sociales y los derechos inherentes a la personalidad. Reflexiones desde el ámbito del Derecho Penal. *Estudios del Desarrollo Social vol.10 no.3. La Habana*. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2308-01322022000300019
- Infografías Ipsos. (2021, 28 de octubre). Redes sociales 2021. *Ipsos*. <https://www.ipsos.com/es-pe/redes-sociales-2021>
- Matassi, Mora; Boczkowski, Pablo J. (2020). “Redes sociales en Iberoamérica. Artículo de revisión”. *El profesional de la información*, v. 29, n. 1, e290204. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.ene.04>
- Oficina Técnica de Difusión (2022, 27 de junio). El 72,5% de la población de 6 y más años de edad del país accedió a Internet en el primer trimestre de 2022. *Instituto Nacional de Estadística e Informática- INEI*. <https://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/el-725-de-la-poblacion-de-6-y-mas-anos-de-edad-del-pais-accedio-a-internet-en-el-primer-trimestre-de-2022-13767/#:~:text=De%20enero%20a%20marzo%20del,%25%20a%2085%2C8%25>
- Poder judicial del Perú (2020, 22 de diciembre). Tiempo de duración de juicios civiles con oralidad disminuye en más del 90 % en corte de Arequipa. *Portal del Estado Peruano*.

https://www.pj.gob.pe/wps/wcm/connect/cortesuprema/s_cortes_suprema_home/as_inicio/as_enlaces_destacados/as_imagen_prensa/as_notas_noticias/2020/cs_n-tiempo-de-duracion-de-juecios-oralidad-civil-disminuyen-en-mas-del-90-porciento-22122020

Statista Research Department (2022, 15 de octubre). Frecuencia de uso de las redes sociales en Perú en 2023. *Statista*. <https://es.statista.com/estadisticas/1412986/uso-de-redes-sociales-por-frecuencia-en-peru/#:~:text=Seg%C3%BAn%20una%20encuesta%20realizada%20entre,social%20media%20en%20el%20pa%C3%ADs.>

NORMA LEGAL Y JURISPRUDENCIA

Código Procesal Civil. <https://lpderecho.pe/texto-unico-ordenado-codigo-procesal-civilactualizado/>

Ley N°. 26662, Ley de Competencia Notarial en Asuntos No Contenciosos. (22 de septiembre del 1996). <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1795447/Ley%20N%C2%B0%2026662-1996.pdf>

Auto Interlocutorio de Corte Suprema de Justicia- Sala de Casación Penal N°. 51539(Colombia). (30 de enero de 2019). Corte Suprema de Justicia. https://appvlexcom.usat.lookproxy.com/#search/inPlanOnly:1+fulltext_in_plan:1+content_type:2/PUBLICACION+DE+LA+SUCESION+INTESTADA/WW/vid/842293390

Pleno Jurisdiccional, Expedientes 0012-2018-PI/TC y 0013-2018-PI/ TC. 11 de octubre de 2018. https://static.legis.pe/wp-content/uploads/2018/10/Expedientes-0012-2018-TC-y-0013-2018-TC-Publicidad-estatal-Legis.pe_.pdf

Ley del Notariado de 28 de mayo de 1862. España. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1862-4073>

Decreto 1729 de 1989. Colombia. <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=1338729>

Anexos

ANEXO 01: Matriz de consistencia y cuadro de marco teórico.

TESISTA : XIOMARA MALCA CORRALES	
ORIENTADOR : DR. MANUEL BULNES TELLO	
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN : ORDENAMIENTO JURÍDICO NACIONAL	
TÍTULO :PUBLICIDAD DE LA SUCESIÓN INTESTADA EN REDES SOCIALES CUANDO NO HAY TESTAMENTO CON RELACIÓN A LA LEGISLACIÓN PERUANA	
PROBLEMA : ¿Cómo deberá implementarse la publicidad en la sucesión intestada usando redes sociales en Perú?	
CATEGORÍAS CONCEPTUALES	
La sucesión intestada	la publicidad en redes sociales por sucesión intestada
OBJETIVOS	
GENERAL : Formular el contenido jurídico para la implementación del uso de publicidad en redes sociales de la sucesión intestada en Perú	
ESPECÍFICOS	Analizar la doctrina y norma comparada del empleo de las diversas formas de la publicación de la sucesión intestada.
	Identificar las redes sociales más usadas por los peruanos y Colegio de Notarios de Lambayeque, y su correcta regulación para la publicidad de la sucesión intestada en la legislación peruana
	Explicar las razones que fundamenta la necesidad de la publicidad de la sucesión intestada en las redes sociales más usadas por los peruanos como falta de cultura de otorgamiento testamentario
HIPÓTESIS	Si el Estado garantiza la adaptabilidad del derecho a los avances tecnológicos, como son las redes sociales y el empleo de estas herramientas en la publicidad de la instauración del proceso de sucesión intestada, sobre todo cuando existe falta de cultura lectora, siendo los medios impresos como los periódicos, los menos idóneos para informar y hacer conocer a los herederos forzosos para que procedan a exigir su derecho sucesorio, entonces debe implementarse en el artículo 833° del Código Procesal Civil y en el artículo 13° de la Ley de Competencia en asuntos no Contenciosos la publicidad de la demanda y/o solicitud, y aprobación de la sucesión intestada usando las redes sociales más concurridas por la población en Perú.
APORTE	

Objetivos Específicos	Marco Teórico
Analizar la doctrina y norma comparada del empleo de las diversas formas de la publicidad de la sucesión intestada.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Teorías 2. La sucesión intestada 3. Principios reguladores 4. La publicidad en redes sociales 5. La doctrina nacional y comparada respecto a las formas de publicación de la sucesión intestada.
Identificar las redes sociales más usadas por los peruanos y Colegio de Notarios de Lambayeque, y su correcta regulación para la publicidad de la sucesión intestada en la legislación peruana	<p>La adecuación de la publicidad de la sucesión intestada en redes sociales en el artículo 833° del Código Procesal Civil, y artículo 13° de la Ley 26662 - Ley de Competencia en asuntos no Contenciosos.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El uso de las redes sociales y su correcta regulación en la legislación peruana.
Explicar las razones que fundamenta la necesidad de la publicidad de la sucesión intestada en las redes sociales más usadas por los peruanos como falta de cultura de otorgamiento testamentario.	<p>Razones que fundamenta la necesidad de la publicidad de la sucesión intestada en las redes sociales más usadas por los peruanos.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La creciente incorporación y desarrollo del legaltech en el mundo 2. Falta de cultura lectora de medios impresos de los peruanos 3. El proceso de acción petitoria de herencia como causa del desconocimiento de la sucesión intestada.

ANEXO 02: Validación del instrumento por juicio de expertos

a) Dra. Dora María Ojeda

USAT UNIVERSIDAD CATOLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO FACULTAD DE DERECHO ESCUELA DE DERECHO

FORMATO PARA LA VALIDACIÓN MEDIANTE LA TÉCNICA DELPHI

ENCUESTA PARA LOS EXPERTOS

I. PARTE: DATOS GENERALES Y AUTOEVALUACIÓN DE LOS EXPERTOS

Respetado jurado: Usted ha sido seleccionado para evaluar el diagnóstico de la "PUBLICIDAD DE LA SUCESIÓN INTERSTADA EN REDES SOCIALES CUANDO NO EXISTE TESTAMENTO CON RELACIÓN A LA LEGISLACIÓN PERUANA". La evaluación del diagnóstico es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de estos sean utilizados eficientemente, aportando tanto al área investigativa de la Facultad de Derecho como a sus aplicaciones.

Siendo así que resultará de gran utilidad toda la información que al respecto nos pudiera brindar, en calidad de experto en la materia.

Objetivo: Valorar su grado de experiencia en la temática referida.

En consecuencia, solicitamos muy atentamente, responder a las siguientes interrogantes:

1. Datos generales del experto encuestado:

1.1 Nombres y apellidos: Dora María Ojeda Amorós
 1.2 Formación académica: Abogada
 1.3 Áreas de experiencia profesional: Sector Público, Docente
 1.4 Tiempo: 25 años
 1.5 Cargo actual: Docente
 1.6 Institución: USAT

2. Test de autoevaluación del experto:

2.1 Por favor evalúe su nivel de dominio acerca de la esfera la cual se consultó marcando con una cruz o xpa sobre la siguiente escala (Dominio mínimo = 1 y dominio máximo = 10)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
									X

2.2 Evalúe la influencia de las siguientes fuentes de argumentación en los criterios valorativos aportados por usted:

Fuentes de argumentación	Grado de influencia en las fuentes de argumentación		
	Alto	Medio	Bajo
Análisis teóricos realizados por Ud.	X		
Su propia experiencia	X		

USAT UNIVERSIDAD CATOLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO FACULTAD DE DERECHO ESCUELA DE DERECHO

Trabajos de sucesiones nacionales	X		
Trabajos de sucesiones extranjeras	X		
Su conocimiento del estado del problema en su trabajo propio	X		
Su intuición	X		

II. PARTE: EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA POR LOS EXPERTOS- ENCUESTA PARA NOTARIOS DEL COLEGIO DE NOTARIOS DE LAMBAYEQUE

Nombres y apellidos del experto: Dora María Ojeda Amorós

Por las particularidades de la indicada propuesta es necesario someter a su valoración, en calidad de experto:

Por tanto, le agradecemos se sirva otorgar y brindar su opinión, una categoría a cada ítem que aparece a continuación, marcando con una X en la columna correspondiente.

Las categorías son:

- Muy adecuado (MA)
- Bastante adecuado (BA)
- Adecuado (A)
- Poco adecuado (PA)
- Inadecuado (I)

2.1. ASPECTOS GENERALES:

Nº	Aspectos a evaluar	MA	BA	A	PA	I
1	Nombres y Apellidos	X				
2	Sexo	X				
3	Dirección	X				
4	Edad	X				
5	Dni	X				

2.2. CONTENIDO


Nº	Aspecto a evaluar	MA	BA	A	PA	I
1	¿Cuántos años de experiencia tiene como notario en Perú?	X				
2	¿Cuáles de las siguientes redes sociales utiliza con mayor frecuencia?	X				

USAT UNIVERSIDAD CATOLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO FACULTAD DE DERECHO ESCUELA DE DERECHO

3	¿Ha utilizado las redes sociales para publicar información o asesoramiento sobre temas legales?	X			
4	¿Cree usted que las redes sociales son una herramienta efectiva para la publicidad de sucesiones intestadas en Perú?	X			
5	¿Ha enfrentado desafíos o problemas legales relaciones con la actual regulación de la publicidad de sucesiones intestadas?	X			

2.3. VALORACIÓN INTEGRAL DE LA PROPUESTA

Nº	Aspectos a evaluar	MA	BA	A	PA	I
1	Pertinencia	X				
2	Actualidad: La propuesta tiene relación con el conocimiento científico del tema de estudio de investigación	X				
3	Congruencia interna de los diversos elementos propios del estudio de investigación.	X				
4	El aporte de validación de la propuesta favorecerá el propósito de la tesis para su aplicación	X				

Firma: 

Le agradecemos nuestra gratitud a sus valiosas consideraciones: ninguna

b) Dra. Ana María Llanos Baltonado



UNIVERSIDAD CATOLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE DERECHO
ESCUELA DE DERECHO

FORMATO PARA LA VALIDACIÓN MEDIANTE LA TÉCNICA DELPHI

ENCUESTA PARA LOS EXPERTOS

I. PARTE: DATOS GENERALES Y AUTOEVALUACIÓN DE LOS EXPERTOS

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el diagnóstico de la "PUBLICIDAD DE LA SUCESIÓN INTESADA EN REDES SOCIALES CUANDO NO EXISTE TESTAMENTO CON RELACIÓN A LA LEGISLACIÓN PERUANA". La evaluación del diagnóstico es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de estos sean utilizados eficientemente, aportando tanto al área investigativa de la Facultad de Derecho como a sus aplicaciones.

Siendo así que resultará de gran utilidad toda la información que al respecto nos pudiera brindar, en calidad de experto en la materia.

Objetivo: Valorar su grado de experiencia en la temática referida.

En consecuencia, solicitamos muy amablemente, responda a las siguientes interrogantes:

1. Datos generales del experto encuestado:

- 1.1 Nombres y apellidos: Ana Llanos Baltonado
- 1.2 Formación académica: Universitaria
- 1.3 Áreas de experiencia profesional: Derecho de Familia
- 1.4 Tiempo: 28 años
- 1.5 Cargo actual: docente
- 1.6 Institución: USAT

2. Test de autoevaluación del experto:

2.1 Por favor evalúe su nivel de dominio acerca de la esfera la cual se consultó marcando con una cruz o aspa sobre la siguiente escala (Dominio mínimo = 1 y dominio máximo = 10)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

2.2 Evalúe la influencia de las siguientes fuentes de argumentación en los criterios valorativos aportados por usted:

Fuentes de argumentación	Grado de influencia en las fuentes de argumentación		
	Alto	Medio	Bajo
Análisis teóricos realizados por Ud.	/		
En propia experiencia	/		



UNIVERSIDAD CATOLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE DERECHO
ESCUELA DE DERECHO

Trabajos de autores nacionales	/		
Trabajos de autores extranjeros	/		
Su conocimiento del estado del problema en su trabajo propio.	/		
Su institución	/		

II. PARTE: EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA POR LOS EXPERTOS- ENCUESTA PARA NOTARIOS DEL COLEGIO DE NOTARIOS DE LAMBAYEQUE

Nombres y apellidos del experto	<u>Ana Llanos Baltonado</u>
---------------------------------	-----------------------------

Por las particularidades de la indicada propuesta es necesario seleccionar a su valoración, en calidad de experto.

Por tanto, le agradeceremos se sirva otorgar y brindar su opinión, una categoría a cada ítem que aparece a continuación, marcando con una X en la columna correspondiente.

Las categorías son:

- Muy adecuado (MA)
- Bastante adecuado (BA)
- Adecuado (A)
- Poco adecuado (PA)
- Inadecuado (I)

2.1. ASPECTOS GENERALES:

Nº	Aspectos a evaluar	MA	BA	A	PA	I
1	Nombres y Apellidos	/				
2	Sexo			/		
3	Dirección			/		
4	Edad	/				
5	Dni			/		

2.2. CONTENIDO

Nº	Aspecto a evaluar	MA	BA	A	PA	I
1	¿Cuántos años de experiencia tiene como notario en Perú?	/				
2	¿Cuáles de las siguientes redes sociales utiliza con mayor frecuencia?	/				



UNIVERSIDAD CATOLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE DERECHO
ESCUELA DE DERECHO

3	¿Ha utilizado las redes sociales para publicar información o asesoramiento sobre temas legales?	/				
4	¿Cree usted que las redes sociales son una herramienta efectiva para la publicidad de sucesiones intestadas en Perú?	/				
5	¿Ha enfrentado desafíos o problemas legales relacionados con la actual regulación de la publicidad de sucesiones intestadas?	/				

2.3. VALORACIÓN INTEGRAL DE LA PROPUESTA

Nº	Aspectos a evaluar	MA	BA	A	PA	I
1	Pertinencia					
2	Actualidad: La propuesta tiene rotación con el conocimiento científico del tema de estudio de investigación	/				
3	Congruencia interna de los diversos elementos propios del estudio de investigación.	/				
4	El aspecto de validación de la propuesta favorecerá el propósito de la tesis para su aplicación.	/				

Celso
Firma

Le agradeceremos su buena gratitud a su valiosa consideración:

c) Dr. Igor Eduardo Zapata Velez



UNIVERSIDAD CATOLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE DERECHO
ESCUELA DE DERECHO

FORMATO PARA LA VALIDACIÓN MEDIANTE LA TÉCNICA DELPHI

ENCUESTA PARA LOS EXPERTOS

I. PARTE: DATOS GENERALES Y AUTOEVALUACIÓN DE LOS EXPERTOS

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el diagnóstico de la "PUBLICIDAD DE LA SUCESIÓN INTESTADA EN REDES SOCIALES CUANDO NO EXISTE TESTAMENTO CON RELACIÓN A LA LEGISLACIÓN PERUANA". La evaluación del diagnóstico es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de estos sean utilizados eficientemente, aportando tanto al área investigativa de la Facultad de Derecho como a sus aplicaciones.

Siendo así que resultará de gran utilidad toda la información que al respecto nos pudiera brindar, en calidad de experto en la materia.

Objetivo: Valorar su grado de experiencia en la temática referida.

En consecuencia, solicitamos muy amablemente, responda a las siguientes interrogantes:

1. Datos generales del experto encuestado:

- 1.1 Nombres y apellidos: Igor Eduardo Zapata Velez
- 1.2 Formación académica: Magister
- 1.3 Áreas de experiencia profesional: Abogado Litigante - Laboralista
- 1.4 Tiempo: 20 años
- 1.5 Cargo actual: Docente tiempo completo
- 1.6 Institución: Univ. Católica Santo Toribio de Mogrovejo

2. Test de autoevaluación del experto:

2.1 Por favor evalúe su nivel de dominio acerca de la esfera la cual se consultará marcando con una cruz o aspa sobre la siguiente escala (Dominio mínimo = 1 y dominio máximo = 10)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

2.2 Evalúe la influencia de las siguientes fuentes de argumentación en los criterios valorativos aportados por usted:

Fuentes de argumentación	Grado de influencia en las fuentes de argumentación		
	Alto	Medio	Bajo
Análisis teóricos realizados por Ud.	<input checked="" type="checkbox"/>		
Su propia experiencia	<input checked="" type="checkbox"/>		



UNIVERSIDAD CATOLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE DERECHO
ESCUELA DE DERECHO

Trabajos de autores nacionales	<input checked="" type="checkbox"/>			
Trabajos de autores extranjeros	<input checked="" type="checkbox"/>			
Su conocimiento del estado del problema en su trabajo propio.	<input checked="" type="checkbox"/>			
Su intuición	<input checked="" type="checkbox"/>			

II. PARTE: EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA POR LOS EXPERTOS- ENCUESTA PARA NOTARIOS DEL COLEGIO DE NOTARIOS DE LAMBAYEQUE

Nombres y apellidos del experto

Por las particularidades de la indicada propuesta es necesario someter a su valoración, en calidad de experto.

Por tanto, le agradecemos se sirva otorgar y brindar su opinión, una categoría a cada ítem que aparezca a continuación, marcando con una X en la columna correspondiente.

Las categorías son:

- Muy adecuado (MA)
- Bastante adecuado (BA)
- Adecuado (A)
- Poco adecuado (PA)
- Inadecuado (I)

2.1. ASPECTOS GENERALES:

Nº	Aspectos a evaluar	MA	BA	A	PA	I
1	Nombres y Apellidos	<input checked="" type="checkbox"/>				
2	Sexo				<input checked="" type="checkbox"/>	
3	Dirección				<input checked="" type="checkbox"/>	
4	Educación	<input checked="" type="checkbox"/>				
5	Edad				<input checked="" type="checkbox"/>	

2.2. CONTENIDO

Nº	Aspecto a evaluar	MA	BA	A	PA	I
1	¿Cuántos años de experiencia tiene como notario en Perú?	<input checked="" type="checkbox"/>				
2	¿Cuáles de las siguientes redes sociales utiliza con mayor frecuencia?	<input checked="" type="checkbox"/>				



UNIVERSIDAD CATOLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE DERECHO
ESCUELA DE DERECHO

3	¿Ha utilizado las redes sociales para publicar información o asesoramiento sobre temas legales?	<input checked="" type="checkbox"/>				
4	¿Cree usted que las redes sociales son una herramienta efectiva para la publicidad de sucesiones intestadas en Perú?	<input checked="" type="checkbox"/>				
5	¿Ha enfrentado desafíos o problemas legales relaciones con la actual regulación de la publicidad de sucesiones intestadas?	<input checked="" type="checkbox"/>				

2.3. VALORACIÓN INTEGRAL DE LA PROPUESTA

Nº	Aspectos a evaluar	MA	BA	A	PA	I
1	Relevancia					
2	Actualidad: La propuesta tiene relación con el conocimiento científico del tema de estudio de investigación	<input checked="" type="checkbox"/>				
3	Congruencia interna de los diversos elementos propios del estudio de investigación.	<input checked="" type="checkbox"/>				
4	El aporte de validación de la propuesta favorecerá el propósito de la tesis para su aplicación	<input checked="" type="checkbox"/>				

Firma

Le agradecemos su pronta gratitud o sus valiosas consideraciones:

d) Dr. Manuel Jesús Bulnes Tello



UNIVERSIDAD CATOLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE DERECHO
ESCUELA DE DERECHO

FORMATO PARA LA VALIDACION MEDIANTE LA TÉCNICA DELPHI

ENCUESTA PARA LOS EXPERTOS

I. PARTE: DATOS GENERALES Y AUTOEVALUACIÓN DE LOS EXPERTOS

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el diagnóstico de la "PUBLICIDAD DE LA SUCESION INTESTADA EN REDES SOCIALES CUANDO NO EXISTE TESTAMENTO CON RELACION A LA LEGISLACION PERUANA". La evaluación del diagnóstico es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de estos sean utilizados eficientemente, aportando tanto al área investigativa de la Facultad de Derecho como a sus aplicaciones.

Siendo así que resultara de gran utilidad toda la información que al respecto nos pudiera brindar, en calidad de experto en la materia.

Objetivo: Valorar su grado de experiencia en la temática referida.

En consecuencia, solicitamos muy amablemente, responda a las siguientes interrogantes:

1. Datos generales del experto encuestado:

- 1.1 Nombres y apellidos: MANUEL JESUS FERNANDO BULNES TELLO
- 1.2 Formación académica: ABOGADO - INGENIERO EN EDIFICACION
- 1.3 Áreas de experiencia profesional: PROCESO DE SUCESION INTESTADA - LEGISLACION PERUANA
- 1.4 Tiempo: 10 AÑOS
- 1.5 Cargo actual: DOCENTE
- 1.6 Institución: UNIVERSIDAD CATOLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO - USAT

2. Test de autoevaluación del experto:

- 2.1 Por favor evalúe su nivel de dominio acerca de la esfera la cual se consultará marcando con una cruz o xpa sobre la siguiente escala (Dominio mínimo = 1 y dominio máximo = 10)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

- 2.2 Evalúe la influencia de las siguientes fuentes de argumentación en los criterios valorativos aportados por usted:

Fuentes de argumentación	Grado de influencia en las fuentes de argumentación		
	Alto	Medio	Bajo
Análisis teóricos realizados por Ud.	<input checked="" type="checkbox"/>		
Su propia experiencia	<input checked="" type="checkbox"/>		
Trabajos de autores nacionales	<input checked="" type="checkbox"/>		



UNIVERSIDAD CATOLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE DERECHO
ESCUELA DE DERECHO

Trabajos de autores extranjeros	<input checked="" type="checkbox"/>		
Su conocimiento del estado del problema en su trabajo propio.	<input checked="" type="checkbox"/>		
Su iteración	<input checked="" type="checkbox"/>		

II. PARTE: EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA POR LOS EXPERTOS- ENCUESTA PARA NOTARIOS DEL COLEGIO DE NOTARIOS DE LAMBAYEQUE

Nombres y apellidos del experto	<u>MANUEL JESUS FERNANDO BULNES TELLO</u>
---------------------------------	---

Por las particularidades de la indicada propuesta es necesario someter a su valoración, en calidad de experto.

Por tanto, le agradeceremos se sirva otorgar y brindar su opinión, una categoría a cada ítem que aparece a continuación, marcando con una X en la columna correspondiente.

Las categorías son:

- Muy adecuado (MA)
- Bastante adecuado (BA)
- Adecuado (A)
- Poco adecuado (PA)
- Inadecuado (I)

2.1. ASPECTOS GENERALES:

Nº	Aspectos a evaluar	MA	BA	A	PA	I
1	Nombres y Apellidos	<input checked="" type="checkbox"/>				
2	Sexo	<input checked="" type="checkbox"/>				
3	Dirección	<input checked="" type="checkbox"/>				
4	Edad	<input checked="" type="checkbox"/>				
5	Dni	<input checked="" type="checkbox"/>				

2.2. CONTENIDO

Nº	Aspecto a evaluar	MA	BA	A	PA	I
1	¿Cuántos años de experiencia tiene como notario en Perú?	<input checked="" type="checkbox"/>				
2	¿Cuáles de las siguientes redes sociales utiliza con mayor frecuencia?	<input checked="" type="checkbox"/>				
3	¿Ha utilizado las redes sociales para publicar información o asesoramiento sobre temas legales?	<input checked="" type="checkbox"/>				



UNIVERSIDAD CATOLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE DERECHO
ESCUELA DE DERECHO

4	¿Cree usted que las redes sociales son un herramienta efectiva para la publicidad de sucesiones intestadas en Perú?	<input checked="" type="checkbox"/>				
5	¿Ha enfrentado desafíos o problemas legales relaciones con la actual regulación de la publicidad de sucesiones intestadas?	<input checked="" type="checkbox"/>				

2.3. VALORACIÓN INTEGRAL DE LA PROPUESTA

Nº	Aspectos a evaluar	MA	BA	A	PA	I
1	Pertinencia	<input checked="" type="checkbox"/>				
2	Actualidad: La propuesta tiene relación con el conocimiento científico del tema de estudio de investigación	<input checked="" type="checkbox"/>				
3	Congruencia interna de los diversos elementos propios del estudio de investigación.	<input checked="" type="checkbox"/>				
4	El aporte de validación de la propuesta favorecerá el número de la tesis para su aplicación.	<input checked="" type="checkbox"/>				

[Firma]
Firma


Le agradecemos nuestra gratitud a sus valiosas consideraciones:


ANEXO 03: Instrumento aplicado a Notarios del Colegio de Notarios de Lambayeque

ENCUESTA -NOTARIOS DEL COLEGIO DE NOTARIOS DE LAMBAYEQUE

Tema de tesis: "Publicidad de la sucesión intestada en redes sociales cuando no existe testamento con relación a la legislación peruana"

Leer detenidamente cada pregunta formulada, marcar con (X) o responder de ser el caso con total honestidad.

xiomaramalca91@gmail.com [Cambiar cuenta](#) 

 No compartido

Nombres y Apellidos:

Tu respuesta

Sexo:

Masculino

Femenino

Otro

Edad:

Tu respuesta

¿Cuántos años de experiencia tiene como notario en Perú?

Tu respuesta

3, 6:58 ENCUESTA -NOTARIOS DEL COLEGIO DE NOTARIOS DE LAMBAYEQUE

¿Cuáles de las siguientes redes sociales utiliza con mayor frecuencia?

Facebook

Instagram

Twitter

WhatsApp

YouTube

LinkedIn

¿Ha utilizado las redes sociales para publicar información o asesoramiento sobre temas legales?

Sí

No

No estoy seguro/a

¿Cree usted que las redes sociales son una herramienta efectiva para la publicidad de sucesiones intestadas en Perú?

Sí

No

No estoy seguro/a

¿Ha enfrentado desafíos o problemas legales relacionados con la actual regulación de la publicidad de sucesiones intestadas?

No, en la actualidad, la mayoría adquiere y lee medios impresos (periódicos).

Sí, en la actualidad pocos adquieren y leen medios impresos (periódicos)

No estoy seguro/a