



**“ESTRATEGIA QUE PERMITA A LOS CONSUMIDORES
ADQUIRIR SATISFACTORIAMENTE VIVIENDAS EN LIMA
METROPOLITANA”**

**Trabajo de Investigación presentado
para optar al Grado Académico de
Magíster en Gestión Pública**

Presentado por

**Sr. Miguel Justo Arista Palomino
Srta. Jeannette Maritza Sifuentes Espinal
Srta. Elva Milagros Urbano Jiménez**

Asesor: Profesor José Díaz Ísmodes

2017

A mi hija Valeria, que con su sonrisa fue mi principal motor para concluir con el objetivo planteado. A mi pequeño tocayo, que con sus siete meses me transmitía alegría con cada mirada.

Miguel Justo Arista Palomino

A mis padres Marcelina y Reynerio, por sus consejos y por motivarme a seguir siempre adelante. A mis sobrinitos Favio y Rodrigo, quienes son el motor de mi vida.

Jeannette Sifuentes Espinal

A mis padres Marlena y Máximo, por ser el motivo de mis triunfos. A mis hermanos, quienes me acompañaron con sus frases de aliento para lograr el objetivo trazado.

Elva Milagros Urbano Jiménez

Agradezco el invaluable apoyo de mi esposa Romina; y también agradezco a nuestro asesor y a mis compañeras por los debates y profesionalismo, gracias a los cuales pudimos consolidar la tesis.

Miguel Justo Arista Palomino

Agradezco a Dios, por darme salud y fe para lograr mis objetivos; a mi familia y amigos, por su apoyo continuo; a Miguel y Elva porque, gracias al equipo que formamos, logramos esta meta.

Jeannette Sifuentes Espinal

Agradezco a mi familia por su apoyo incondicional; a Miguel y a Jeannette, por su invaluable aporte y a J.R., colega y amigo.

Elva Milagros Urbano Jiménez

Resumen ejecutivo

El boom inmobiliario se puede analizar desde muchas perspectivas. No solo ha facilitado una nueva vivienda a muchas familias, también ha generado serios problemas a otras tantas.

En efecto, los autores de la presente investigación han verificado que, en la realidad, se vienen presentando hechos que van contra el derecho de los consumidores que adquirieron viviendas en Lima Metropolitana, toda vez que algunos se enfrentan a incumplimientos por parte de las inmobiliarias que se expresan en la demora o falta de entrega de sus inmuebles, falta de saneamiento registral, o bienes entregados con distintas características y medidas a las contratadas, entre otros.

Por ello, la presente investigación se centró en determinar las acciones necesarias para que los consumidores puedan adquirir viviendas satisfactoriamente. Para tal finalidad, se recurrió a las instituciones más importantes involucradas, esto es, al Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi), para solicitar información sobre la casuística relacionada y al Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento (MVCS) para verificar si se cumplían ciertos mandatos normativos. De otro lado, se realizaron entrevistas con altos funcionarios del Indecopi y representantes de actos privados claves. Fue importante el análisis de la normativa vigente y las funciones de cada institución vinculada con el tema.

Para determinar la estrategia, los autores de la presente investigación se guiaron de la metodología del marco lógico, que les ayudó a construir el árbol de problemas y el de objetivos y, a partir de su análisis, identificar que el punto clave en este problema es la información y educación de los propios consumidores. A partir de esto se articuló una estrategia adecuada para lograr el objetivo que sería reducir la incidencia de estos problemas que sufren los consumidores que adquieren su vivienda en Lima Metropolitana.

Finalmente, la estrategia definida consiste en:

- Difundir información inmobiliaria a nivel preventivo; esto implica el desarrollo de una campaña educacional y preparar un documento denominado “Guía del consumidor inmobiliario”.
- Relanzar el servicio “Mira a quien le compras”.

- Constituir una Comisión Consultiva que estudie la problemática inmobiliaria y que pueda proponer medidas adicionales que contribuyan a reducir los factores que generan los inconvenientes a los consumidores al adquirir su vivienda en Lima Metropolitana.

Índice

Índice de tablas.....	ix
Índice de gráficos	x
Índice de anexos	xi
Resumen ejecutivo.....	iv
Capítulo I. Introducción	1
1. El problema.....	1
1.1 Delimitación del problema.....	1
1.1.1 Espacial.....	2
1.1.2 Temporal.....	2
1.1.3 Social	2
1.2 Formulación del problema	2
2. Objetivo de la investigación.....	3
2.1 Objetivo principal	3
2.2 Objetivos específicos	3
3. Finalidad e importancia.....	4
4. Limitaciones.....	4
4.1 Realización de entrevistas y encuestas.....	4
4.2 Temporalidad	5
5. Viabilidad de la investigación.....	5
Capítulo II. Marco teórico y metodología.....	6
1. Revisión bibliográfica, definiciones y dispositivos legales	6
1.1 Revisión bibliográfica.....	6
1.2 Definiciones	7
1.2.1 Consumidor.....	7
1.2.2 Demanda inmobiliaria.....	7
1.2.3. Oferta inmobiliaria	7
1.2.4 Multa administrativa	8
1.2.5 Medida correctiva	8
1.2.6 Ejecución coactiva	9
1.3 Dispositivos legales	9

2. Metodología de la investigación	11
2.1 Metodología	11
2.2 Diseño de la investigación	12
2.2.1 No experimental.....	12
2.2.2 Población	13
2.2.3 Entrevistas.....	13
2.2.4 Encuestas.....	13
2.2.5 Casos resueltos.....	14
2.3 Instrumentos para el recojo de información.....	14
Capítulo III. Características del sector	15
1. Sector inmobiliario.....	15
2. Problemática del consumidor.....	16
3. Mecanismos alternativos de solución de controversias	19
3.1 Arbitraje de consumo.....	19
3.2 Defensorías gremiales.....	19
3.3 Libro de reclamaciones	20
3.4 Reclamo en el Servicio de Atención al Ciudadano del Indecopi.....	20
3.5 Denuncia en Indecopi	21
4. Actores involucrados	21
4.1 Instituciones públicas y del sector privado relacionadas al sector inmobiliario	22
4.1.1 Municipalidad	22
4.1.2 Indecopi	22
4.1.3 Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento (MVCS).....	22
4.1.4 Gremios y asociaciones vinculadas al sector inmobiliario	23
Capítulo IV. Análisis del problema y alternativas de solución	25
1. Resultados de la investigación	25
1.1 Revisión normativa	25
1.1.1 Código de Protección y Defensa al Consumidor	25
1.1.2 Ley N°29203, Ley que crea la Central de Información Inmobiliaria	26
1.2 Resultado de encuestas	27
1.3 Resultado de las entrevistas	29
1.4 Visitas de campo a ferias inmobiliarias	30
2. Diagnóstico y alternativas con la herramienta del marco lógico	31

2.1 Análisis de involucrados	31
2.2 Análisis del problema	32
2.3 Análisis de objetivos	35
2.4 Definición de la estrategia y objetivo	37
2.5 Análisis de alternativas y de su viabilidad.....	38
2.5.1 Viabilidad	40
Capítulo V. Acciones estratégicas para que los consumidores adquieran viviendas a través del esquema del marco lógico	41
1. Propuesta de mejora e implementación	41
2. Difusión de información inmobiliaria a nivel preventivo, esto implica desarrollar una campaña educativa y preparar un documento denominado la “Guía del Consumidor Inmobiliario”	41
2.1 Costo general	43
2.2 Finalidad	43
2.3 Alcance	43
3. Difundir el registro o base de datos “Mira a quién le compras” alojado en el portal del Indecopi	44
4. Constituir una Comisión Consultiva para el estudio de la problemática inmobiliaria, bajo el amparo del artículo 37 de la Ley N°29158, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo, en la cual participen activamente las asociaciones de consumidores, las empresas inmobiliarias, las instituciones estatales y las municipalidades	44
Conclusiones y recomendaciones	46
1.	Co
nclusiones.....	46
2. Recomendaciones	46
Bibliografía	48
Anexos	56
Nota biográfica	73

Índice de tablas

Tabla 1.	Reseña de normas	10
Tabla 2.	Gremios y asociaciones vinculadas al sector inmobiliario	23
Tabla 3.	Sexo de la población encuestada	27
Tabla 4.	Respuesta a la pregunta ¿a dónde acudiría si tuviera un problema con el inmueble o problema con la entrega del inmueble?	27
Tabla 5.	Respuesta a la pregunta “¿conoce el portal ‘Mira a quién le compras’”	28
Tabla 6.	Síntesis de las respuestas de los entrevistados.....	29
Tabla 7.	Posición de los involucrados frente al problema	32

Índice de gráficos

Gráfico 1.	Distribución de respuesta a la pregunta “¿a dónde acudiría si tuviera un problema con el inmueble o problema con la entrega del inmueble?”.....	28
Gráfico 2.	Distribución de respuesta a la pregunta “¿Conoce el servicio “Mira a quién le compras’?”.....	29
Gráfico 3.	Análisis de involucrados.....	31
Gráfico 4.	Árbol de problemas	33
Gráfico 5.	Árbol de objetivos	36
Gráfico 6.	Identificación de alternativas.....	38

Índice de anexos

Anexo 1.	Oferta total de vivienda según rango de precios en Lima	57
Anexo 2.	Reclamos presentados en el SAC a nivel nacional en el rubro “Inmueble, corretaje, alquiler de departamentos” por años	57
Anexo 3.	Solicitud de acceso a la información pública	58
Anexo 4.	Guía para entrevistas	68
Anexo 5.	Lineamientos para una guía del consumidor inmobiliario	70
Anexo 6.	Compra de viviendas en planos	72

Capítulo I. Introducción

Uno de los sectores económicos más dinámicos desde hace poco más de una década es el inmobiliario, que no solo impacta favorablemente en la economía local sino que contribuye a fortalecer el tejido social por las decisiones que el empresario y el consumidor toman; siendo esto último uno de los motivos que impulsó a los autores de la presente tesis para investigar el rol que desempeña el Indecopi como organismo público que vela por la competencia del país y la protección a los consumidores; en especial, el impacto de las acciones que lleva a cabo para mejorar el comportamiento de los agentes inmobiliarios.

El propósito inicial de la investigación fue determinar si la ejecución coactiva de las multas impuestas por Indecopi a las empresas inmobiliarias lograba desincentivar las conductas comerciales que perjudicaban a los consumidores que adquirirían inmuebles en Lima Metropolitana.

Sin embargo, la investigación tuvo un giro importante. A partir de las entrevistas realizadas a funcionarios públicos y a algunos agentes involucrados se advirtió que el perjuicio que estaba afectando a ciertos consumidores no iba a reducirse significativamente si se aumentaba la efectividad de un procedimiento administrativo específico, sino que sería más valioso el aporte de la presente tesis si se identificaban -desde un enfoque más integral- alternativas estratégicas que reduzcan la incidencia de problemas que afectan a los consumidores cuando adquieren sus viviendas. Es decir, no evaluar el efecto de la respuesta del Estado después del problema sino enfocar el trabajo para evitar que éste ocurra.

En ese sentido, la investigación se reorientó a analizar por qué existen consumidores cuya demanda efectiva por un inmueble no es satisfecha plenamente ya que algunos promotores inmobiliarios y/o constructores incumplen con sus obligaciones o con los términos de sus ofertas. A partir de allí se decidió plantear la estrategia más adecuada para que el consumidor y su familia eviten las consecuencias que derivan de estas contingencias.

1. El problema

1.1 Delimitación del problema

1.1.1 Espacial

El presente trabajo se llevará a cabo en la ciudad de Lima Metropolitana.

1.1.2 Temporal

La investigación fue desarrollada entre los meses de junio de 2016 a enero de 2017.

1.1.3 Social

La población objetivo de esta investigación son todos aquellos consumidores interesados en comprar una vivienda y que cuentan con recursos para ello.

1.2 Formulación del problema

Uno de los mercados más dinámicos del país es el de la actividad inmobiliaria, que se concentra –principalmente- en la construcción, venta y alquiler de viviendas, tanto en el mercado primario que comprende la primera venta del inmueble, como en el secundario que comprende las reventas o alquileres por parte de agentes inmobiliarios o propietarios. En el sector intervienen tres grupos importantes de actores: las autoridades, el sector privado y los usuarios (Indecopi 2015:2).

El escenario en el cual se desenvuelve el problema se inicia con el interés de un consumidor¹ y su familia de adquirir un inmueble para vivir; por tanto, se incorporan al sector de la demanda inmobiliaria que acude al grupo de personas naturales o jurídicas que ofertan inmuebles en el mercado local.

El proceso de negociación entre demandante y ofertante se desenvuelve en un contexto en el cual también participan una serie de instituciones públicas y privadas. La participación de las instituciones públicas se restringe básicamente a un rol de regulación y fiscalización, y la de las privadas como la Asociación de Desarrolladores Inmobiliarios (ADI), Asociación Peruana de

¹ Para el Código de Protección y Defensa del Consumidor, en su artículo IV del Título Preliminar, se entiende como consumidor a:

«1.1. Las personas naturales o jurídicas que adquieren, utilizan o disfrutan como destinatarios finales productos o servicios materiales e inmateriales, en beneficio propio o de su grupo familiar o social, actuando así en un ámbito ajeno a una actividad empresarial o profesional. No se considera consumidor por efectos de este Código a quien adquiere, utiliza o disfruta de un producto o servicio normalmente destinado para los fines de su actividad como proveedor.

1.2. Los microempresarios que evidencien una situación de asimetría informativa con el proveedor respecto de aquellos productos o servicios que no formen parte del giro propio del negocio.

1.3. En caso de duda sobre el destino final de determinado producto o servicio, se califica como consumidor a quien lo adquiere, usa o disfruta» (Congreso de la República, 2010).

Consumidores y Usuarios (ASPEC), entre otros, intervienen haciendo cada una defensa y difusión de sus propios intereses.

Posteriormente, al producirse la adquisición del inmueble -ya sea al contado o al crédito- en algunos casos se presentan problemas derivados de dicha adquisición, tales como disconformidad con los acabados, diferencias entre el metraje adquirido con el entregado, demora en el plazo de entrega y en los casos más álgidos, falta de entrega del inmueble. Esto genera insatisfacción² a los consumidores del mercado de las viviendas de Lima Metropolitana.

Ante esta situación, los consumidores tratan de solucionar directamente con el proveedor estos problemas, o recurren al Indecopi para que mediante los mecanismos de solución de controversias puedan obtener una solución acorde con su afectación.

Bajo las condiciones actuales, las denuncias presentadas por el consumidor ante el Indecopi finalizan con la imposición de una sanción y/o el establecimiento de una medida correctiva (en Indecopi), o con un acuerdo entre las partes, un laudo arbitral u otra resolución si acudiera el consumidor afectado a otras instancias.

Esto implica que, finalmente la satisfacción o reparación a las contingencias sufridas por el consumidor queda enteramente supeditada a la voluntad y capacidad de la misma empresa infractora para cumplir el mandato emanado del órgano público o del acuerdo asumido con la parte afectada.

2. Objetivo de la investigación

2.1 Objetivo principal

Determinar las acciones necesarias para que los consumidores puedan satisfactoriamente adquirir viviendas en Lima Metropolitana.

2.2 Objetivos específicos

Los objetivos específicos de la presente investigación son:

² Esta insatisfacción se refleja en la actitud del consumidor de presentar reclamos y denuncias en el Indecopi en contra de las empresas inmobiliarias.

- Analizar los motivos que determinan la existencia de consumidores insatisfechos al adquirir viviendas bienes inmuebles ofertadas por determinados promotores inmobiliarios y/o constructores en Lima Metropolitana.
- Identificar las instituciones públicas vinculadas al proceso de adquisición de viviendas.
- Proponer acciones de mejoras estratégicas en las instituciones públicas vinculadas al proceso de adquisición de viviendas.

3. Finalidad e importancia

El tema de investigación seleccionado tiene una relevancia social porque va a contribuir significativamente en el bienestar a largo plazo de muchas familias ya que la compra de un inmueble donde vivir es, probablemente, una de las decisiones más importantes que una persona puede efectuar.

Asimismo, la investigación es conveniente considerando la coyuntura económica actual ya que, si bien el volumen de ventas de viviendas de estos últimos años no se equipara a los picos experimentados en los años 2011 al 2013, tampoco se ha llegado a los niveles iniciales del 2002³. Incluso, existen opiniones que proyectan alguna mejoría a partir del segundo trimestre del 2017, en especial en los niveles socioeconómicos (NSE) C y D porque tienen el empuje de los programas MiVivienda⁴.

4. Limitaciones

4.1 Realización de entrevistas y encuestas

La investigación tuvo ciertas limitaciones, principalmente al momento de seleccionar y contactar a los expertos para aplicar los diversos cuestionarios que los autores de la presente investigación habían elaborado según el perfil del entrevistado. Si bien se concretaron entrevistas con altos funcionarios del Indecopi, el presidente de ASPEC y el presidente de ASPAI, no se concretaron entrevistas con funcionarios del Ministerio de Vivienda,

³ Según una publicación del diario Gestión (2016a) del 24 de agosto de 2016, cuya fuente es la Cámara Peruana de la Construcción (CAPECO), en el 2011, 2012 y 2013, se vendieron 21.441, 21.990, 22.220 viviendas, respectivamente, y en el 2002, solo 3.153 viviendas.

⁴ Para mayor detalle consultar la publicación del 13 de diciembre de 2016 del diario Gestión (2016b). Ricardo Arbulú, director en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado de la Construcción de CAPECO, señaló que las expectativas son altas para el 2017 pero aún se verán reflejadas en el segundo trimestre del 2017. Por su lado, el economista Jorge González Izquierdo refirió que el sector inmobiliario debería crecer 5% pero será sostenido por los segmentos C y D a razón del empuje que les da el programa MiVivienda.

Construcción y Saneamiento, y desde el sector privado, solo tres inmobiliarias accedieron anónimamente a responder las preguntas. Asimismo, se identificaron cuatro organizaciones gremiales que nunca respondieron la solicitud de entrevista pese a la reiteración de los autores.

4.2 Temporalidad

La investigación también incluyó el análisis de diversos casos resueltos en Indecopi (sedes de Lima con competencia en Callao), específicamente durante los años 2013 a 2015.

Se realizó una encuesta los días 11, 12 y 13 de noviembre de 2016 a potenciales consumidores adquirente de viviendas que asistieron a ExpoUrbania⁵, pero la muestra mínima (370 encuestados) no fue alcanzada, llegándose a un total de 222 encuestados porque los asistentes a dicho evento no mostraron disposición a responder, además que el ambiente en donde se llevó a cabo se encontraba saturado de personas que a viva voz ofrecían inmuebles y otros productos relacionados.

5. Viabilidad de la investigación

La presente investigación es viable porque, a pesar de las limitaciones, es factible obtener información sobre la casuística que sustenta el problema desde fuente de información pública y, a su vez, gestionar la realización de entrevistas a funcionarios públicos claves del Indecopi.

⁵ Feria inmobiliaria organizada por el portal Urbania del grupo El Comercio.

Capítulo II. Marco teórico y metodología

1. Revisión bibliográfica, definiciones y dispositivos legales

1.1 Revisión bibliográfica

La tesis “La protección al consumidor en la compra de una vivienda en verde” (Ulloa y Salazar 2014) tuvo como objetivo sistematizar la respuesta de la regulación ante las vulneraciones más comunes a los derechos del consumidor en el proceso de la compra de una vivienda “en verde”⁶. Las conclusiones son que no hay un cuerpo orgánico y consistente que regule la compra en verde y proteja los intereses de los adquirentes. A pesar de los avances normativos en la materia, la práctica contractual impuesta por las empresas del rubro está muy lejos de acoger los derechos de los consumidores como un ítem a considerar dentro de su modelo de negocios.

El objetivo de la tesis “Estudio de la calidad en la entrega de las obras de vivienda en la República Dominicana” (Leguisamón 2012) fue determinar los parámetros que influyen en la aparición de vicios constructivos luego de ser entregado el inmueble. Las conclusiones son que los vicios en las construcciones no aparecen por falta de reglamentos; asimismo, en las reclamaciones se puede apreciar que los defectos que aparecen en las obras son por negligencia, mala práctica de los constructores y falta de calidad de los materiales de construcción, concluyendo que se requiere de un mejor sistema de supervisión de las obras, tanto por parte de los constructores como de las instituciones públicas. Esta es la mejor forma de garantizar que las construcciones se hagan con un nivel de calidad y que se puedan llevar a cabo de acuerdo con los requisitos de los reglamentos y las especificaciones del proyecto.

Ortiz y Samamé (2015), en la tesis “Comportamiento del consumidor de viviendas en el mercado inmobiliario En la ciudad de Chiclayo. Una visión etnográfica”, tuvieron como objetivo conocer el comportamiento del consumidor de viviendas en una empresa inmobiliaria en la ciudad de Chiclayo. Concluyeron que las familias tienen características, percepción del valor, y niveles de ingresos económicos diferentes, por lo que determinaron la clasificación en tres tipos: F1, F2, F3. Las familias de tipo F1 buscan maximizar su valor con los recursos que cuentan, orientándose a mejorar la calidad de vida de sus hijos; los del tipo F2 buscan sobre

⁶ La compra en verde consiste en adquirir una vivienda que se está construyendo o se proyecta construir (Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios [Conadecus] 2011).

todo vivir solo con su familia (independiente) debido a que tienen una solvencia económicamente estable, mientras que el tipo F3 se enfoca en mantener su estatus, con mayores comodidades de acuerdo a su estilo de vida.

1.2 Definiciones

1.2.1 Consumidor

Carbonell (2015:47) señala que anteriormente el consumidor final era entendido como «[...] la persona natural o jurídica que ocupa el último eslabón de la cadena producción-consumo, luego se decidió mediante jurisprudencia administrativa que el consumidor es la persona natural o jurídica que adquiere, utiliza o disfruta un producto, ya sea un bien o servicio, para fines personales, familiares o de su entorno social inmediato, y que las personas naturales y jurídicas pertenecientes a la categoría profesional de los pequeños empresarios son también sujetos afectados por la desigualdad informativa en la relación de consumo».

1.2.2 Demanda inmobiliaria

Demanda potencial inmobiliaria es aquella conformada por la totalidad de los hogares residentes en el área urbana de Lima Metropolitana independientemente de su actitud frente al mercado, sus condiciones de tenencia de la vivienda y sus características socioeconómicas (Capeco 2015).

La demanda efectiva está constituida por los hogares que están interesados en comprar una solución de vivienda en el mercado inmobiliario y que, además, cuentan con los recursos suficientes para pagar la cuota inicial y con los ingresos necesarios para asumir la cuota mensual del crédito (Indecopi 2015:7).

Para esta investigación, la demanda de vivienda estará referida a la demanda efectiva de viviendas; es decir, la intención de compra de viviendas por parte de los consumidores.

1.2.3 Oferta inmobiliaria

La oferta inmediata constituye el área o número de unidades de las edificaciones en venta, estando en proceso de construcción o totalmente terminadas. Asimismo, se tiene una oferta futura que comprende el área o número de unidades de las edificaciones en construcción que ingresarán al mercado en los próximos meses (Cámara Peruana de la Construcción [Capeco] e Instituto de la Construcción y el Desarrollo [ICD] 2015).

Así, una característica de la oferta inmobiliaria actual es la migración de la oferta de segmentos altos con precios de más de S/ 800.000 a segmentos medios altos con precios de S/ 500.000⁷. La oferta de departamentos registró un incremento del 3%, pero el nivel se mantiene por debajo de lo alcanzado hace dos años (BBVA Research 2016).

Capeco (2016), en su Informe Económico de la Construcción de diciembre de 2016 describe la oferta total inmobiliaria en Lima según rango de precios (ver anexo 1).

1.2.4 Multa administrativa

Para Cabanellas (2003:488, tomo V) una multa es una «[...] pena pecuniaria que se impone por una falta delictiva, administrativa o de Policía o por incumplimiento contractual». El autor indica que existen multas penales, administrativas y civiles.

El Documento de Trabajo N° 01-2012/GEE, Propuesta metodológica para la determinación de multas en el Indecopi (Gerencia de Estudios Económicos de Indecopi 2013) señala que las multas son una herramienta de suma importancia para la corrección de conductas ilícitas que atentan contra la libre y leal competencia, los derechos de consumidores y la propiedad intelectual. En este sentido, el principal objetivo que debe buscar la autoridad con la imposición de una multa es disuadir la realización de conductas ilícitas –en este caso, cometidas por empresas inmobiliarias-, lo que se logra calibrando la multa de forma tal que resulte más rentable o beneficioso para el infractor no cometer la infracción que realizar la infracción y pagar la multa.

Las multas en Indecopi se imponen en cantidad de unidades impositivas tributarias (UIT), que es un valor de referencia establecido todos los años por el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF).

1.2.5 Medida correctiva

La medida correctiva busca corregir los efectos negativos sobre el consumidor que se hubieran producido con la infracción; es decir, busca reponer la legalidad al estado previo a la vulneración al consumidor⁸. Son medidas distintas de las indemnizaciones por daños y perjuicios ocasionados que éste podría conseguir en el Poder Judicial. Pueden ser medidas

⁷ Conforme a una publicación del diario Gestión (2016c) del 30 de noviembre de 2016, según declaró el Sr. Ricardo Arbulú, en el marco del 21 Estudio del Mercado de Edificaciones Urbanas en Lima Metropolitana.

⁸ Artículo 232.1 de la Ley N°27444, Ley del Procedimiento Administrativo General” (Congreso de la República, 2001).

correctivas reparadoras y complementarias; las primeras tienen como objetivo resarcir las consecuencias patrimoniales directas e inmediatas sufridas por el consumidor, como pedir la reparación o cambio del producto, entregar otro producto con idénticas características, el cumplimiento de obligaciones legales o asumidas (incluyendo las dinerarias), entre otras⁹.

Las medidas correctivas complementarias¹⁰ buscan revertir los efectos producidos por la infracción o evitar que ésta se produzca nuevamente en el futuro; por ejemplo, que se declaren inexigibles algunas cláusulas abusivas, solicitar a la autoridad la clausura temporal (máximo seis meses) del establecimiento, solicitar la inhabilitación temporal o permanente del proveedor, publicación de avisos rectificatorios o informativos, entre otros.

1.2.6 Ejecución coactiva

Cuando el Indecopi impone una multa a alguna empresa inmobiliaria, procede a exigir su pago a través de la ejecución coactiva, la que se define como «[...] el procedimiento que utilizan las entidades públicas frente a los administrados para hacer efectivas las consecuencias jurídicas del acto administrativo que ésta emita» (Danós y Zegarra 1999:13). En esa línea, si un proveedor no cumple con el pago de la multa impuesta, el ejecutor coactivo del Indecopi puede dictar alguna medida de embargo sobre los bienes de la infractora (tales como embargo en forma de retención bancaria, inscripción sobre sus bienes inmuebles o muebles registrados, etcétera), sin intervención del Poder Judicial.

1.3 Dispositivos legales

Considerando que la presente tesis versa sobre los problemas que surgen cuando un consumidor adquiere un inmueble a un determinado promotor inmobiliario y/o constructora, resulta pertinente describir brevemente las siguientes normas jurídicas para tener en claro el escenario jurídico en el cual se desenvuelve el consumidor y los agentes involucrados:

⁹ Artículo 115 del Código de Protección y Defensa del Consumidor (Congreso de la República, 2010).

¹⁰ Artículo 116 del Código de Protección y Defensa del Consumidor (Congreso de la República, 2010).

Tabla 1. Reseña de normas

Nombre de la norma	Aspectos pertinentes de la norma
Código Civil¹¹	En el artículo 949 se establece que la propiedad inmueble se transfiere con la sola obligación de enajenarlo, salvo disposición legal diferente en contrario.
Código de Protección y Defensa del Consumidor	<p>Este código contiene un capítulo¹² que regula los productos o servicios inmobiliarios en el cual se establece lo siguiente:</p> <p>En el artículo 76 se señala que en toda publicidad escrita del bien inmueble futuro de primer uso, las promotoras inmobiliarias y las empresas constructoras de unidades inmobiliarias deben consignar la información establecida en el artículo 77. Vale indicar que el artículo 76 fue recientemente modificado por Ley N°30534¹³, ello con la intención de resolver los problemas de asimetría informativa que caracteriza el sector por su propia complejidad. Asimismo, el artículo 76 indica que en atención al derecho a la información del consumidor, éste debería ser informado sobre las características del inmueble que está adquiriendo, como su área, el proceso de titulación, materiales empleados, etcétera.</p> <p>El artículo 77, en su numeral 1, regula la información mínima, veraz y clara que los proveedores deben brindar a sus clientes, con ello se refiere a la siguiente información: identificación del proveedor inmobiliario, del representante legal, dirección completa del inmueble, teléfono de contacto, dirección de correo electrónico o página web; la descripción del inmueble, cantidad de unidades inmobiliarias y características relevantes tales como el área exclusiva y común; los antecedentes del proveedor y su comportamiento en el mercado de productos y servicios inmobiliarios; la existencia de la Central de Información de Promotores Inmobiliarios y/o Empresas Constructoras de Unidades Inmobiliarias; del registro de infracciones y sanciones por el incumplimiento de las disposiciones del Código de Protección y Defensa del Consumidor; la existencia del portal “Mira a quién le compras¹⁴”; los canales de atención de quejas, reclamos o denuncias ante las autoridades competentes.</p>
Ley y Reglamento del Agente Inmobiliario	<p>Mediante la Ley N°29080 se creó el Registro del Agente Inmobiliario del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento¹⁵ que, para efectos de dicha ley, es el que desarrolla servicios de intermediación destinados a la adquisición, administración, arrendamiento, comercialización, asesoramiento, consultoría, transferencia, venta, cesión, uso, usufructo, permuta u otra operación inmobiliaria, a título oneroso, de inmuebles o sobre los derechos que recaigan en ellos, a cambio de una contraprestación económica. En esa línea, el intermediado (para efectos de la presente investigación entenderemos que es el consumidor) es aquel que contrata los servicios de intermediación con el objeto de realizar operaciones inmobiliarias.</p> <p>En cuanto a los efectos del registro, la ley señalada busca dotar de mayor seguridad jurídica a las operaciones en la que interviene.</p> <p>En julio del 2016 se publicó el nuevo Reglamento de esta ley, que derogó el anterior reglamento del año 2008, y básicamente se establecen en detalle los requisitos, impedimentos y procedimiento para la inscripción, entre otros.</p>
Ley¹⁶ y Reglamento¹⁷ que crea Central de Información de Promotores Inmobiliarios y/o Empresas Constructoras de Unidades Inmobiliarias	El año 2008 se publicó la Ley N°29203, que crea la Central de Información de Promotores Inmobiliarios y/o Empresas Constructoras de Unidades Inmobiliarias, la cual está a cargo del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento (MVCS), siendo su objetivo la recopilación, procesamiento y difusión de información sobre los antecedentes y evolución de los promotores inmobiliarios y/o empresas constructoras de unidades inmobiliarias, indicando el nombre de los accionistas, la frecuencia y calidad de las transacciones comerciales, la existencia de las sanciones impuestas, los indicadores de calidad o el cumplimiento de normas técnicas, y otros criterios de similar naturaleza precisados por el reglamento.

Fuente: Elaboración propia, 2017.

¹¹ Ministerio de Justicia y Derechos Humanos (Minjus), 2015.

¹² Capítulo IV sobre los productos o servicios inmobiliarios del Título IV sobre la protección del consumidor en productos o servicios específicos (Congreso de la República, 2010).

¹³ La Ley N°30534 fue publicada el 10 de enero de 2017, en base al Dictamen aprobado por unanimidad aprobado en la Comisión de Defensa del Consumidor y Organismos Reguladores de los Servicios Públicos (2016).

¹⁴ Éstos últimos tres ítems fueron agregados por Ley N°30534 (Congreso de la República, 2017).

¹⁵ Congreso de la República, 2007.

¹⁶ Comisión Permanente del Congreso de la República, 2008.

¹⁷ MVCS, 2016.

Tabla 1. Reseña de normas (continúa de la página anterior)

Nombre de la norma	Aspectos pertinentes de la norma
<p>Ley¹⁸ y Reglamento¹⁹ que crea Central de Información de Promotores Inmobiliarios y/o Empresas Constructoras de Unidades Inmobiliarias</p>	<p>La información que contenga esta central es de acceso gratuito y público, y manda la ley que esté disponible en los portales electrónicos del MVCS y del Indecopi. Si se trata de información de sanciones, ésta deberá conservarse por un periodo de cuatro años como máximo.</p> <p>Es importante aquí citar tres importantes definiciones, que son también acogidas para el desarrollo del presente trabajo. La ley define lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • «Promotor inmobiliario: Persona natural o jurídica, pública o privada, que administra, promueve, habilita y comercializa unidades inmobiliarias²⁰. • Constructor: Persona natural o jurídica, pública o privada, que ejecuta unidades inmobiliarias directamente o bajo contrato con terceros. • Unidades inmobiliarias: Son los departamentos en edificios, quintas, casas en copropiedad, centros y galerías comerciales o campos feriales, otras unidades inmobiliarias con bienes comunes y construcciones de inmuebles en propiedad exclusiva» (Comisión Permanente del Congreso de la República 2008). <p>No obstante esta ley manda que en 30 días hábiles posteriores a su publicación, el Poder Ejecutivo la reglamente. Es recién el 22 de junio de 2016 que el MVCS publicó el Reglamento aprobado por Decreto Supremo N°006-2016-VIVIENDA, el cual contempla los mecanismos de recolección, conservación y acceso de la información contenida en la Central de Información de Promotores Inmobiliarios y/o Empresas Constructoras de Unidades Inmobiliarias.</p> <p>En ese sentido, el reglamento establece cuales son las entidades informantes de esta Central son Indecopi (sobre multas), Fondo MiVivienda S.A., Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS) (sobre la frecuencia y calidad de las transacciones comerciales), Superintendencia Nacional de Fiscalización Laboral (Sunafil) (sobre sanciones en temas de seguridad y salud en el ambiente de la construcción), Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (Sunarp) (datos de la partida registral y otros), Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT) (sobre RUC, domicilio fiscal), Cámara Peruana de la Construcción (Capeco) (sobre la certificación Capeco), las cámaras de comercio (sobre reconocimientos), los colegios profesionales (premios y sanciones a profesionales de los proyectos inmobiliarios).</p>

Fuente: Elaboración propia, 2017.

2. Metodología de la investigación

2.1 Metodología

La teoría de la investigación señala que existen diversos métodos de investigación: investigación cualitativa, investigación cuantitativa, investigación mixta (enfoques cualitativo y cuantitativo) (Hernández *et al.* 2010).

La investigación realizada es del tipo descriptivo y correlacional. Descriptivo porque a través de ella se puede indicar todas las características del problema que se estudia. Esto significa que contiene un planteamiento abierto al momento de explorar las causas que determinan la existencia del problema, y está basada en las entrevistas a los expertos jurídicos y privados y en la casuística contenida en las resoluciones del Indecopi. Para Hernández y otros (2010) esto

¹⁸ Comisión Permanente del Congreso de la República, 2008.

¹⁹ MVCS, 2016.

²⁰ En el desarrollo de la tesis se aplicará también el término inmobiliarias a manera de sinónimo.

significa que «[...] desde el punto de vista científico, describir es medir»; es decir, los autores de la presente investigación han podido evaluar y exponer en forma detallada las características del objeto de estudio.

La investigación descriptiva permite poner de manifiesto los conocimientos teóricos y metodológicos acerca del objeto. Para Ander-Egg (1982) los «[...] estudios formulativos o exploratorios y los estudios descriptivos son los dos niveles en los que habitualmente han de trabajar quienes están preocupados por la acción, puesto que permiten elaborar un marco de estudio a partir el cual se deduce una problemática ulterior, o bien formular un diagnóstico con el fin de conocer carencias esenciales y sugerir una acción posterior».

La presente investigación pretende describir en ese sentido las características y perfiles de los diversos actores involucrados en la problemática: consumidores, actores estatales y sector privado así como la normatividad, procesos y cualquier otro fenómeno sujeto al análisis de la investigación.

Tal como señala Malhotra, la investigación descriptiva pretende «[...] describir algo, por lo regular las características o funciones del mercado» (Malhotra 2008:82).

La investigación es correlacional dado que su propósito es conocer la relación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular; en este caso, la relación entre consumidores y la adquisición de viviendas en términos satisfactorios.

2.2 Diseño de la investigación

2.2.1 No experimental

Según Hernández y otros (2010), el diseño no experimental se divide tomando en cuenta el tiempo durante el cual se recolectan los datos, pudiendo ser de diseño transversal cuando los datos se recolectan en un solo momento con el propósito de describir variables y su incidencia de interrelación en un momento dado, y el diseño longitudinal, cuando los datos se recolectan a través de un período de tiempo para hacer inferencia respecto al cambio, sus determinantes y sus consecuencias.

La presente investigación ha empleado el diseño no experimental longitudinal debido a que se recolectarán datos durante un tiempo en puntos o periodos.

2.2.2 Población

La investigación pretende describir conocimientos, casos respecto a los problemas que se presentan cuando consumidores adquieren inmuebles en Lima Metropolitana a determinados promotores inmobiliarios y/o constructoras.

La población, según Hurtado y Toro (1998) es «[...] el total de los individuos o elementos a quienes se refiere la investigación, es decir, todos los elementos que vamos a estudiar, por ello también se llama universo». Para Balestrini (2006) la población resulta ser «[...] el conjunto finito o infinito de personas, casos o elementos que representan características comunes».

2.2.3 Entrevistas

En un primer momento de la investigación se realizaron entrevistas a expertos entre septiembre a octubre 2016 para conocer los problemas y alternativas de solución.

La población investigada estuvo conformada por siete profesionales, expertos en el sector inmobiliario, así como a representantes de tres empresas inmobiliarias ubicadas en Lima Metropolitana, siendo la muestra igual a la población.

La selección de expertos fue realizada a través del muestreo no probabilístico; es decir, los autores de la presente investigación utilizaron su juicio como investigadores para seleccionar a los elementos de la muestra (Malhotra 2008:340), a través de la técnica de “muestreo por juicio”, que es una forma de muestreo por conveniencia, eligiendo a los expertos de la muestra (cantidad y calificaciones) según nuestro juicio o experiencia al considerarlos representativos (Malhotra 2008:343).

2.2.4 Encuestas

Con la finalidad de conocer si los consumidores conocían herramientas y/o procesos que les permitan mejorar su experiencia al adquirir viviendas, y dentro del marco de la “ExpoUrbanía” entre el 11 al 13 de noviembre 2016, se realizaron encuestas aleatorias a los concurrentes a dicho evento.

Si bien el tamaño de la muestra se estimó en 370 personas bajo el supuesto de un universo de 35.000 visitantes a ferias inmobiliarias en la capital, solo se logró encuestar a 222 personas, un 40% menos de lo previsto debido a la resistencia a participar por parte de los concurrentes dado que la encuesta fue percibida como una estrategia de marketing inmobiliario.

De otro lado, a través del “acceso a la información pública”, se solicitó información puntual a cuatro entidades estatales, tanto para conocer la operación de herramientas en favor del consumidor inmobiliario así como aspectos primordiales del sector.

A través de la metodología del marco lógico empleada (Ortegón *et al.* 2005) se ha realizado el análisis del problema investigado a través de la elaboración del árbol de problema y el árbol de objetivos, para finalmente llegar a plantear las acciones que los autores consideran que podrían representar una solución al problema.

2.2.5 Casos resueltos

En base a la información del Indecopi, se pudieron analizar 540 casos partiendo de las resoluciones de la Comisión de Consumidor N°2 de Indecopi Lima Sur y de la Comisión de Consumidor de Indecopi Lima Norte, donde se identificó la problemática de los consumidores.

2.3 Instrumentos para el recojo de información

La captura o recojo de la información cualitativa se realizará a través de un cuestionario aplicado durante las entrevistas seleccionadas. Las preguntas son del tipo abiertas para que el entrevistado pueda dar mayores alcances sobre su experiencia. Luego de la recolección de los datos, se realizará un análisis simple para conseguir conclusiones de la información obtenida.

Para complementar la recolección de datos se ha recurrido a las fuentes periodísticas (periódicos y revistas), así como a la fuente oficial a través del ejercicio del derecho de acceso a la información pública garantizada por la ley.

Capítulo III. Características del sector

1. Sector inmobiliario

En la última década, el Perú destacó como una de las economías de más rápido crecimiento en América Latina y el Caribe. La tasa de crecimiento promedio del Producto Bruto Interno (PBI) fue del 5,9%, en un entorno de baja inflación (2,9% en promedio). A comparación de otras economías emergentes, el Perú seguirá creciendo económicamente, previéndose que para el período 2017-2018 crezca en alrededor del 3,8%, y ello contribuirá a dinamizar la demanda e inversión interna, en la cual se incluye el sector inmobiliario, entre otros (Banco Mundial 2016).

A pesar de un panorama económico favorable, el sector inmobiliario tiene un dinamismo particular. Según la Cámara Peruana de la Construcción (Capeco), para el año 2016 existe optimismo respecto al desempeño del sector, dado que los precios de las viviendas (en soles) y de los materiales de construcción se incrementarían levemente, y también se produciría un aumento de las inversiones en nuevos proyectos inmobiliarios (Capeco 2016:10); de otro lado, el informe del BBVA Research (2016) sobre la situación inmobiliaria del 2016 indicó que la venta de departamentos en Lima se contrajo un 12%.

De acuerdo al Diario Gestión (2017), para el año 2016 la demanda insatisfecha superó las 450.000 viviendas, siendo las más buscadas las que se ubican en un rango del mercado de hasta S/ 80.000 (22% del total de demanda), seguido por viviendas entre S/ 130.000 a S/ 190.000 (20% del total demandado). A ello le sigue el 17% de demanda insatisfecha de viviendas con un rango de precios entre S/ 110.000 a S/ 130.000, mientras que la demanda de las viviendas más caras (entre S/ 240.000 a más de S/ 450.000) asciende solo al 14%.

Organismos internacionales como la OECD y el BID, señalan que la mejor prestación de servicios y las prácticas de gestión pública contribuyen a la capacidad de un gobierno de alcanzar sus objetivos (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos [OECD] y Banco Interamericano de Desarrollo [BID] 2014) y en este caso particular, el Indecopi cumple con la defensa de los derechos de los consumidores no solo es parte de su misión sino un imperativo para elevar la calidad de su gerencia.

Para Indecopi, en ese sentido, lograr que su actuación pública sea percibida para satisfacer las expectativas de los consumidores, significa entender que:

- En el Perú, el consumidor de hoy es más exigente, está empoderado, es más crítico que antes.
- Cada sector vive un contexto distinto. Sus consumidores tienen diferentes niveles de expectativas en función al estado de la oferta, por lo tanto, tienen distinto nivel de exigencia. (Indecopi, Centrum Católica y Arellano Marketing 2016).

2. Problemática del consumidor

De acuerdo al Observatorio de Mercados, Año 9, N° 23, junio 2015, elaborado por la Gerencia de Estudios Económicos de Indecopi (Indecopi 2015) se ha determinado que los principales reclamos para el consumidor inmobiliario se presenta por incumplimiento contractual de lo ofrecido, no entrega del producto, idoneidad del producto, producto defectuoso, problemas con los acabados, información y publicidad.

Las estadísticas del Observatorio establecen que el «[...] el 83,67% de los reclamos se producen por problemas de idoneidad del servicio prestado, que se define como la correspondencia entre lo que el consumidor espera y lo que efectivamente recibe, en función de lo que se hubiera ofrecido, la publicidad e información transmitida o a las características y naturaleza del producto. El 16,33% por problemas de información. Entre los problemas más comunes de idoneidad identificables, idoneidad (33,22%), destacan el incumplimiento contractual respecto de lo ofrecido (28,23%), la no entrega del producto (9,22%) y la idoneidad del producto (6,50%), entre otros» (Indecopi 2015).

Asimismo, las causas principales que motivaron la imposición de las multas a las empresas del sector destacan la falta de idoneidad por defectos en construcción y acabados de inmuebles (31,35%) y la falta de idoneidad en general (28,50%). En tercer lugar, la demora en la entrega (9%), le siguen la falta de cumplimiento de medida correctiva, falta de atención de reclamo, etcétera.

Cabe indicar que al adquirir un inmueble, el consumidor espera que el proveedor cumpla con las condiciones y con las características pactadas en el contrato con la inmobiliaria, como lo son el metraje, áreas comunes, acabados, fecha de entrega, entre otros.

A continuación se podrá apreciar, a manera de ejemplo, una síntesis de varios casos presentados y resueltos por los Órganos Resolutivos del Indecopi en materia de protección al consumidor:

- **Metraje contratado difiere del entregado por la inmobiliaria.** Al respecto es importante tener en cuenta que el artículo II.C 28 del Reglamento Nacional de Tasaciones indica que la tolerancia máxima para las diferencias de medición con respecto a áreas menores de 200 m² es de 2,5% del área total²¹. En un caso resuelto por la Comisión de Protección al Consumidor N°2 (en adelante CC2) se sancionó con 2 UIT a un proveedor (en abril de 2014) ya que quedó acreditado que el área del estacionamiento según el informe de la Municipalidad de Magdalena del Mar es de 10 m², dimensiones menores a las adquiridas (12 m²) e incluso no contaba con las dimensiones mínimas establecidas por el Reglamento Nacional de Tasaciones²². Como medida correctiva se ordenó que adecue el estacionamiento a la medida ofrecida o que reembolse lo pagado más intereses legales, sin perjuicio de las acciones que pudiera iniciar por los perjuicios ocasionados. La sancionada tiene registrada en SUNAT su baja de oficio desde julio de 2014, y tiene la condición de no habido, además mantiene deuda en ejecución coactiva.
- **Saneamiento registral.** Un proveedor inmobiliario incumplió con efectuar la inscripción de la declaratoria de fábrica, reglamento interno, así como la independización de cada departamento ante Registros Públicos; pese a que estaba en la obligación de cumplirlo en un plazo no mayor de 12 meses de obtenida la conformidad de obra y al no acreditar el proveedor que existió una causa que califique como caso fortuito, fuerza mayor, hecho propio de tercero o negligencia del propio consumidor, la CC2 la sancionó con 14 UIT y ordenó como medida correctiva que cumpla con dar inicio a los trámites reclamados²³. La sancionada, en SUNAT, tiene registrada su baja de oficio desde el 2016 y tiene la condición de no habido.
- **Defectos en construcción.** La Sala Especializada en Protección al Consumidor sancionó con 2 UIT a una inmobiliaria porque evidenció que el inmueble adquirido por el consumidor presentó rajaduras en el piso del lobby y la pista del sótano del estacionamiento estaba sin terminar. Además, como medida correctiva, ordenó reparar las rajaduras y culminar con la pista pendiente²⁴.
- **Defectos en construcción.** En otro caso, el órgano resolutivo sancionó a una empresa por

²¹ Resolución Ministerial N° 266-2012-Vivienda, publicada en El Peruano el 05 de diciembre de 2012 (MVCS, 2012).

²² Resolución Final N°816-2014/CC2, seguido por Gladis Aurora Eguía Vargas contra I Constructora e Inmobiliaria Nugent S.A.C.

²³ Resolución Final N°1556-2014/ CC2, seguido por la sociedad conyugal Pedro Pablo Vásquez y Pía Mariana Vivanco Figallo y otros contra Ramos Murga y Moscol Project Management SAC.

²⁴ Resolución N°1150-2013/CC2-Indecopi, seguido por la Junta de Propietarios de Condominio Golf de Camacho contra Aventia Grupo Inmobiliario S.A.C.

entregar el inmueble con fisuras superficiales y fallas estructurales que la inmobiliaria no atendió. Por tanto, le impuso una multa de 10 UIT y, como medida correctiva, que repare las fallas además de pagar el alojamiento de la familia en una vivienda temporal mientras duren las reparaciones²⁵.

- **Demora en la entrega.** En un caso resuelto por la CC2 se sancionó a un proveedor inmobiliario ya que se acreditó que en una venta en planos señaló como fecha de entrega del inmueble el 28 de febrero de 2014, plazo que incumplió sin causa que lo justifique. En tal oportunidad la comisión declaró fundada la denuncia por infracción al artículo 19 del Código²⁶.
- **Incumplimiento de entrega de lote en planos.** En otros casos la inmobiliaria nunca entregó el inmueble futuro vendido ni el dinero pagado por el consumidor. Así la empresa Arcode S.A.C. argumentó que la Municipalidad de Lima había reorganizado la zonificación en el distrito de Lurín; por tanto, se suspendieron las obras y las ventas, dejando con ello de obtener ingresos para efectuar la devolución al denunciante (US\$ 21.000). Es decir, la empresa estaba avanzando la obra conforme recibía el dinero de los nuevos clientes, exponiéndoles a los riesgos que la misma empresa debe asumir. La constructora, además de ser sancionada, tuvo que devolver lo pagado como medida correctiva. Actualmente, según consulta de RUC en la SUNAT, tiene la condición de baja de oficio y se encuentra no habida, además arrastra deudas tributarias desde el año 2014²⁷.
- **Asimetría informativa.** La Comisión de Protección al Consumidor de la sede del Indecopi en Lima Norte decidió aplicar las máximas sanciones que establece el Código de Protección y Defensa del Consumidor a la empresa inmobiliaria Villa Club S.A. La Comisión verificó que la empresa afectó el derecho a la información de al menos 2.000 consumidores y sus familias al no informarles que las viviendas del proyecto inmobiliario no contaban con acceso a los servicios de agua potable y desagüe proveídos por Sedapal. Por ello la empresa fue multada con 450 UIT²⁸.

3. Mecanismos alternativos de solución de controversias

²⁵ Resolución Final N° 1709-2013/CC2, seguido por Gonzalo de Bracamonte Melgar contra Inmobiliaria Romaren S.A.C.

²⁶ Resolución Final N° 1419-2014/ILN-CPC, seguido por Esther Peña Canal contra Titania Constructora Inmobiliaria S.A.C. Ver también el caso de la Resolución Final N°888-2015/CC2 contra Grupo Inmobiliario AJR S.A.C.

²⁷ Resolución Final N°932-2015/CC2, denunciante Sr. Miguel Angel Urquiaga Salazar contra Arcode S.A.C.

²⁸ Resolución Final N°505-2015/CC2, Resolución Final N°765-2015/CC2, y otras. Más información en Gamboa, 2015.

En esta sección se resumen las opciones que tiene un consumidor frente a un problema que se presenta al adquirir un inmueble. Dichas opciones son brindadas tanto por el Indecopi (entidad del Estado) como por entidades del sector privado.

3.1 Arbitraje de consumo²⁹ (regulado por Indecopi)

Es un mecanismo a través del cual, de manera gratuita y rápida (máximo en 90 días), se pueden resolver los conflictos de consumo con carácter vinculante y con efectos de cosa juzgada entre los consumidores y proveedores; es decir, con efectos semejantes a los de una sentencia judicial pero solo en relación a los derechos reconocidos a los consumidores. Tiene la ventaja para el consumidor que se pueden establecer indemnizaciones y para el proveedor, que en dicho procedimiento no se imponen multas o sanciones. Para su aplicación se requiere que previamente el proveedor se haya adherido al sistema de manera gratuita.

Este sistema, en la actualidad, no ha alcanzado una importante aceptación en el mercado; ello se comprobó al verificar el Registro de Proveedores Adheridos al Sistema de Arbitraje de Consumo (Indecopi s.f.b), el cual solo considera a 29 proveedores de diversos rubros, de los cuales siete son del sector materia de investigación.

3.2 Defensorías gremiales³⁰ (sector privado)

Constituye un mecanismo basado en la autoregulación porque tiene la finalidad que los proveedores (inmobiliarias) atiendan y solucionen de manera directa y rápida los reclamos de los consumidores.

Como señala el Consejo Nacional de Protección del Consumidor³¹, la Defensoría Gremial constituye en algunos casos una vía alternativa a la solución de conflictos y, en otros, una segunda instancia, dando la posibilidad de que estos conflictos sean resueltos en la esfera privada, sin recurrir a la vía administrativa o judicial, promoviendo -de esta manera- la actuación responsable de los proveedores en el mercado y el respeto a los consumidores.

²⁹ Creado por el artículo 137 del Código de Protección y Defensa del Consumidor y se encuentra regulado por Decreto Supremo N° 046-2011-PCM (Indecopi, s.f.a).

³⁰ Código de Protección y Defensa del Consumidor, numeral 6 del artículo VI (Congreso de la República, 2010).

³¹ El Consejo Nacional de Protección al Consumidor aprobó el documento denominado “Recomendaciones Generales para la creación de Defensorías Gremiales del Consumidor”, publicado por disposición del Indecopi en el Diario Oficial El Peruano el 17 de diciembre de 2016 (Indecopi, 2016a).

Bajo este mecanismo, luego de presentado el reclamo del consumidor y en una audiencia de conciliación, el Defensor o Tribunal Gremial emite una resolución que no le vinculará al consumidor y que requerirá que el mismo exprese su voluntad de aceptarla; por el contrario, el proveedor se encontrará obligado a acatarla siempre y cuando el consumidor haya aceptado la resolución emitida. El incumplimiento de lo dispuesto en la resolución acarrea una sanción de amonestación (llamada de atención) que es puesta en conocimiento de la casa matriz y del público en general.

El incumplimiento de lo resuelto en la Defensoría puede dar lugar a una denuncia en el Indecopi. En este ámbito no resulta posible aplicar sanciones ni establecer responsabilidades.

3.3 Libro de reclamaciones³² (sector privado)

Es un medio por el cual los consumidores pueden registrar sus quejas o reclamos sobre los productos o servicios recibidos en un determinado establecimiento comercial abierto al público. Existe la obligación para todos los establecimientos comerciales de tenerlo, ya sea de manera virtual o física.

La queja del consumidor implica la disconformidad con una situación que no se encuentra vinculada a los bienes expendidos o suministrados o a los servicios prestados; más bien, implica el malestar o descontento del consumidor respecto a la atención al público³³. Por el contrario, el reclamo es una disconformidad del consumidor relacionado directamente con el bien o servicio recibido³⁴.

Una vez presentada la queja o reclamo, existe la obligación del proveedor de atenderle y darle respuesta en un plazo no mayor a 30 días hábiles de manera escrita (carta o correo electrónico). Este plazo puede extenderse por uno igual si la naturaleza del mismo lo justifica. No responder al reclamo constituye una de las infracciones sancionables por el Indecopi.

3.4 Reclamo en el Servicio de Atención al Ciudadano del Indecopi

³² Establecido mediante el artículo 150 del Código de Protección y Defensa del Consumidor, y se encuentra regulado mediante el Decreto Supremo N°011-2011-PCM (Congreso de la República, 2010).

³³ Conforme al numeral 3.4 del artículo 3 del Decreto Supremo N°011-2011-PCM (Presidencia del Consejo de Ministros [PCM], 2011).

³⁴ Conforme al numeral 3.3 del artículo 3 del Decreto Supremo N°011-2011-PCM (Presidencia del Consejo de Ministros [PCM], 2011).

El Servicio de Atención al Ciudadano (SAC) tiene entre sus funciones atender los reclamos presentados por los consumidores que consideran que sus derechos han sido vulnerados por algún proveedor, en el marco de una relación de consumo.

El SAC, frente a un reclamo presentado, puede ejercer un rol de mediador o de conciliador. En ambos casos, son servicios gratuitos y se ejercen de manera imparcial. Sin embargo, en el primer caso (Indecopi s.f.c), el SAC traslada al proveedor -vía una llamada telefónica o por correo electrónico- la molestia del consumidor, a fin que sea atendido el reclamo o aclarada la situación en caso se trate de un malentendido. En el segundo mecanismo, el SAC, a través de un conciliador (Indecopi s.f.d), ayudará a las partes, en el curso de una audiencia, a llegar a un acuerdo definitivo y satisfactorio. Los acuerdos quedan establecidos en un Acta de Conciliación y son de cumplimiento obligatorio.

La cifra de reclamos presentados ante Indecopi respecto a la actividad económica “Inmuebles, corretaje, alquiler de departamentos” se incrementó en los últimos años, siendo de 32,9%, 17% y 34,3% durante los años 2014, 2015 y 2016, respectivamente (ver anexo 2).

3.5 Denuncia en Indecopi

En el Indecopi existen dos canales para presentar una denuncia, diferenciados según la cuantía y naturaleza del hecho que se desea denunciar. En un caso, las denuncias se pueden dirigir ante el Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos, y en otro, a la Comisión de Protección al Consumidor. Si bien en ambos casos corresponde pagar una tasa administrativa y finalizan con una resolución apelable en la que se pueden imponer sanciones, aplicar medidas correctivas y ordenar el pago de costas y costos.

Corresponde el Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos cuando se trate de productos o servicios que no superen las 3 UIT; por ejemplo, para el año 2017, una cuantía equivalente a S/ 12.150 por demora en la entrega del producto, entre otros, y el plazo del procedimiento es de 30 días hábiles. Se puede recurrir ante la Comisión de Protección al Consumidor cuando el valor del producto o servicio supere las 3 UIT, por reclamos relacionados con productos o sustancias peligrosas, por discriminación o trato diferenciado, por servicios médicos, casos que afecten intereses colectivos o difusos, siendo el plazo del trámite máximo 120 días hábiles.

4. Actores involucrados

4.1 Instituciones públicas y del sector privado relacionadas al sector inmobiliario

A continuación se reseñan las principales instituciones públicas y del sector privado que están involucradas en algunas de las etapas del proceso de adquisición de una vivienda o que ostentan competencias que los autores de la presente investigación consideran vitales para que este proceso se realice bajo las expectativas del consumidor.

4.1.1 Municipalidad

La Constitución Política del Perú, en su artículo 194, señala que las municipalidades pueden ser provinciales o distritales y son consideradas órganos de gobierno local, con autonomía política, económica y administrativa en los asuntos de su competencia. Las municipalidades pueden normar, regular y otorgar autorizaciones, derechos y licencias, y realizar fiscalizaciones de habilitaciones urbanas, construcción, remodelación o demolición de inmuebles y declaratorias de fábrica³⁵. Asimismo, toda obra de construcción de un inmueble requiere licencia otorgada por esta institución³⁶.

4.1.2 Indecopi

El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi) es un organismo público especializado adscrito a la Presidencia del Consejo de Ministros y goza de autonomía funcional, técnica, económica, presupuestal y administrativa³⁷. El Indecopi, cumple, entre otros, un rol de defensor del consumidor, y dicho rol se encuentra a cargo de la Comisión de Protección al Consumidor.

La misión institucional, según su Plan Estratégico Institucional (PEI) (Indecopi 2016b) es «[...] defender y promover la libre y leal competencia, la propiedad intelectual y los derechos de los consumidores en beneficio de los ciudadanos, las empresas y el Estado, de manera eficiente, predecible y confiable».

4.1.3 Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento (MVCS)

Es el ente rector en materia de urbanismo, vivienda, construcción y saneamiento, responsable de diseñar, normar, promover, supervisar, evaluar y ejecutar la política sectorial, contribuyendo a la competitividad y al desarrollo territorial sostenible del país, en beneficio preferentemente de

³⁵ Ley N°27972, Ley Orgánica de Municipalidades, artículo 79, numeral 3.6 (Congreso de la República, 2003).

³⁶ Ley N°27972, Ley Orgánica de Municipalidades, artículo 92 (Congreso de la República, 2003).

³⁷ Decreto Legislativo N°1033, artículo 1 (Indecopi, 2008).

la población de menores recursos (MVCS s.f.a). Corresponde destacar que entre sus objetivos se encuentra impulsar la producción habitacional, reducir sus costos y facilitar su adquisición.

Asimismo, dicho ministerio tiene un Viceministerio de Vivienda y Urbanismo, responsable de formular y proponer las políticas nacionales y sectoriales en las materias de vivienda, urbanismo y desarrollo urbano.

Es preciso agregar que en el Viceministerio de Vivienda y Urbanismo se encuentra la Dirección de Vivienda, cuyas funciones más resaltantes, relacionadas con la presente investigación, son las siguientes (MVCS s.f.b):

- Elaborar y difundir normas, reglamentos, lineamientos, directivas y procedimientos, entre otros, de alcance nacional, en materia de vivienda y edificaciones.
- Organizar, fomentar, desarrollar y sistematizar la información sobre vivienda, en coordinación con las entidades vinculadas a esta materia.

4.1.4 Gremios y asociaciones vinculadas al sector inmobiliario

La siguiente tabla describe a algunas instituciones privadas que se desenvuelven en el sector inmobiliario.

Tabla 2. Gremios y asociaciones vinculadas al sector inmobiliario

Asociación de Empresas Inmobiliarias del Perú (ASEI) (s.f.).	Es una entidad gremial fundada en el año 2012 que agrupa a 58 desarrolladores inmobiliario. La Asociación tiene como misión contribuir al desarrollo, competitividad y sostenibilidad del sector inmobiliario con el fin de lograr el bienestar de los peruanos, siendo su visión ser reconocido como el gremio más representativo de desarrolladores inmobiliarios del país. Durante el 2016 organizaron la Feria Inmobiliaria del Perú (FIP), “3 días de locura inmobiliaria”, feria virtual.
Asociación de Desarrolladores Inmobiliarios (ADI s.f.).	Es el gremio que agrupa a las empresas inmobiliarias dedicadas a promover viviendas, lotes urbanos y oficinas. ADI Perú surge como respuesta a la necesidad de contar con un gremio que impulse la construcción formal y sostenible, proponiendo mejoras continuas en los diferentes ámbitos del quehacer inmobiliario, con la finalidad de que más familias peruanas accedan a viviendas de calidad. ADI Perú señala que representan el 40% de la oferta de viviendas del país, 100% de la oferta de lotes urbanos, y 75% de la oferta de oficinas.
Cámara Peruana de la Construcción (Capeco s.f.).	Es una asociación civil sin fines de lucro, de carácter gremial que agrupa y representa a parte de las empresas que se desenvuelven en la actividad constructora en el Perú. Inició sus actividades en 1958. Organiza la Feria de la Construcción - EXCON. Capeco tiene un Centro de Arbitraje y Conciliación de la Construcción.
Cámara de Comercio de Lima (CCL 2016).	Es una organización que agrupa a empresas provenientes de diversas actividades económicas. Fue fundada en 1888, y se está conformada por 15 comités gremiales, entre los cuales se encuentra el Gremio de Infraestructura, Edificaciones e Ingeniería.
Asociación Peruana de Agentes Inmobiliarios (Aspai) (s.f.).	Es una asociación civil cuyo fin es lograr la formalización y profesionalización de la industria inmobiliaria en el Perú y con el objetivo de reunir a los más capacitados agentes del medio para mantenerlos actualizados y así puedan brindar un servicio cada vez más eficiente para el desarrollo en el rubro. Actualmente cuenta con más de 400 asociados.

Fuente: Elaboración propia, 2017.

Tabla 2. Gremios y asociaciones vinculadas al sector inmobiliario (continúa de la página anterior)

Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios (Aspec) (s.f.).	Es una asociación civil sin fines de lucro, conformada en 1994 por consumidores y usuarios con la finalidad de defender y promocionar sus derechos. Realiza acciones de capacitación y mantiene alianzas con instituciones del sector público y privado.
--	--

Fuente: Elaboración propia, 2017.

Capítulo IV. Análisis del problema y alternativas de solución

1. Resultados de la investigación

1.1 Revisión normativa

1.1.1 Código de Protección y Defensa al Consumidor

Durante la investigación realizada se pudo encontrar el Dictamen de la Comisión de Defensa del Consumidor y Organismos Reguladores de los Servicios Públicos (2016) de fecha 22 de noviembre de 2016, que aprueba incorporar modificaciones a los artículos 76 y 77 del Código de Protección y Defensa del Consumidor. Como parte de su fundamento, refiere que el crecimiento de la demanda inmobiliaria ha originado una gran proliferación de empresas constructoras e inmobiliarias que compiten fuertemente, lo cual ha resultado también perjudicial para muchos de los consumidores debido al incumplimiento de las normas de construcción así como del Código de Protección y Defensa del Consumidor por «[...] parte de empresas inmobiliarias inescrupulosas». Por ello el Indecopi ha estado desarrollando acciones de supervisión y fiscalización en defensa de los consumidores, por lo que se considera que esta información debe estar al alcance de los consumidores antes de comprar un inmueble.

Asimismo, reconoce que no todos los consumidores son razonables (diligentes para buscar más información), y que la mayoría son consumidores ordinarios que solo irán a conocer las características básicas del producto. En ese sentido, «[...] resulta muy importante darles toda la información a los consumidores, no solo para que actuando informados puedan tomar una mejor decisión (*sic*)» (Comisión de Defensa del Consumidor y Organismos Reguladores de los Servicios Públicos 2016).

Se agrega en el desarrollo del dictamen la referencia a que el consumidor promedio tiende a desconocer los aspectos técnicos de los productos inmobiliarias que consume, lo cual hace de estas «[...] transacciones comerciales muy asimétricas en el campo informativo», aunado a ello, la complejidad de las actividades del sector. Esta «[...] brecha informativa entre quién ofrece productos inmobiliarios y quién los consume sustenta la necesidad de intervención estatal en las esferas de las modernas relaciones de consumo, de manera que se preste una efectiva tutela en la apertura al derecho a la información en las relaciones de consumo» (Comisión de Defensa del Consumidor y Organismos Reguladores de los Servicios Públicos 2016).

Se cita también una estimación del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento (MVCS) (El Comercio 2014) respecto a la existencia de 8.000 inmobiliarias y constructoras informales «[...] que están al acecho para vender predios sin garantías». Y que el mercado inmobiliario sigue «[...] dando muestras de comportamientos de malos proveedores que atentan contra los derechos de los consumidores». Por ello sostienen que «[...] resulta necesario adoptar mecanismos complementarios que permitan reducir –y acabar de ser posible- las malas prácticas en el mercado inmobiliario, empoderando a los consumidores con la mayor información posible».

De otro lado, se ha advertido que la transparencia que exige el artículo 77 del Código de Protección y Defensa del Consumidor en cuanto a informar al potencial consumidor sobre la identificación del proveedor inmobiliario, no se viene cumpliendo a cabalidad. Lo señalado se evidencia en el caso de la empresa de nombre comercial “Imagina”. Según lo verificado al 19 de febrero de 2016, dicha empresa inmobiliaria no muestra abiertamente su real denominación social, ya que ni en su aviso publicitario ni en su página web figura el nombre inscrito en los Registros Públicos. Por tanto, un consumidor diligente no podría ubicar fácilmente si tiene multas en Indecopi o su información en SUNAT; luego de la indagación respectiva se encontró que le correspondería la denominación Inversiones Inmobiliarias del Colca S.A.³⁸.

1.1.2 Ley N°29203, Ley que crea la Central de Información Inmobiliaria

En el curso de la investigación y ejerciendo el derecho de acceso a la información pública, los autores de la presente investigación obtuvieron la confirmación de parte del MVCS³⁹ que todavía no es posible acceder a la información de la Central porque la quinta disposición final del reglamento de la ley manda que entre en funcionamiento en un plazo no mayor a 90 días calendarios. Sin embargo a la fecha del informe (05 de octubre de 2016), éste plazo ya había transcurrido desde la publicación del reglamento (22 de junio de 2016), incumpléndose lo mandado en el reglamento de una ley que data de 2008.

Asimismo, indicaron que no pueden proporcionar la base de datos de la central porque al no estar en funcionamiento, las entidades informantes aún no han remitido toda la información pertinente. Finalmente, indicaron que no pueden brindar el procedimiento y formatos que se

³⁸ La denominación social señalada fue empleada para la venta de departamentos en el Condominio “Alto Colonial” ubicado en la Av. Colonial (u Oscar R. Benavides), en el Cercado de Lima. Ver el video elaborado por los autores de la presente investigación (Arista, 2017a).

³⁹ Informe Legal N° 022-2016-VIVIENDA/VMVU-DGPRVU-DV-JACV, emitido por el Director de Vivienda, Arq. Rubén Segura de la Peña. Ver anexo 3.

usarán para el tratamiento de la información porque serán distribuidos y publicados al momento de la puesta en funcionamiento de la Central.

1.2 Resultado de encuestas

Si bien la información obtenida, en atención a la cantidad de la muestra, no sustenta la posibilidad de realizar alguna inferencia estadística⁴⁰, los autores de la presente investigación consideran importante referirla para fines descriptivos considerando la naturaleza cualitativa de la investigación. Vale agregar que las respuestas esperables serían que la gran mayoría de personas acude al Indecopi si surgen inconvenientes en su relación de consumo, y que conozcan el portal “Mira a quién le compras”, a través del cual se pueden informar antes de tomar la decisión de adquirir un inmueble, pero los resultados muestran algo diferente:

Tabla 3. Sexo de la población encuestada

Sexo	Número de personas
Femenino	92
Masculino	130
Total	222

Fuente: Elaboración propia, 2017.

Tabla 4. Respuesta a la pregunta “¿a dónde acudiría si tuviera un problema con el inmueble o problema con la entrega del inmueble?”

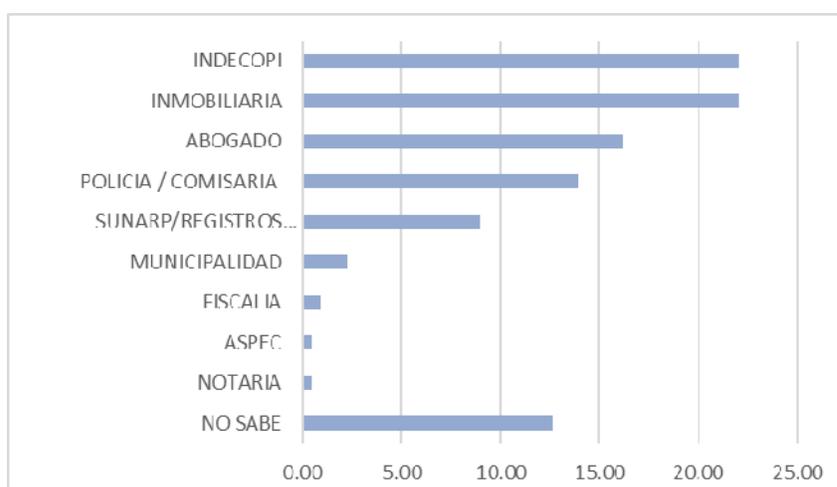
Detalle	Número de personas	%
Indecopi	49	22,07
Inmobiliaria	49	22,07
Abogado	36	16,22
Policía / Comisaría	31	13,96
Sunarp/Registros Públicos	20	9,01
Municipalidad	5	2,25
Fiscalía	2	0,90
Notaría	1	0,45
Aspec	1	0,45
No sabe	28	12,61
TOTAL	222	100

Fuente: Elaboración propia, 2017.

⁴⁰ La muestra mínima era 370 encuestados, cantidad que no fue alcanzada, llegándose a un total de 222 encuestados porque los asistentes a la feria no mostraron disposición a responder.

Al consultar a los encuestados “¿A dónde acudiría si tuviera un problema con el inmueble o problema con la entrega del inmueble?”, las respuestas fueron diversas siendo el Indecopi el primer lugar al que acudirían (22,07%), seguido de la inmobiliaria (22,07%). Los resultados muestran que los consumidores también acudirían a un abogado (16,22%), a la Policía/comisaría (13,96%) y en quinto lugar irían a la SUNARP (9,01%). Asimismo, se puede observar que existe un 12,61% de encuestados que no sabe a dónde recurrir en caso tuvieran problemas con su inmueble, tal como lo muestra el gráfico la figura 1.

Gráfico 1. Distribución de respuesta a la pregunta “¿a dónde acudiría si tuviera un problema con el inmueble o problema con la entrega del inmueble?”



Fuente: Elaboración propia, 2017.

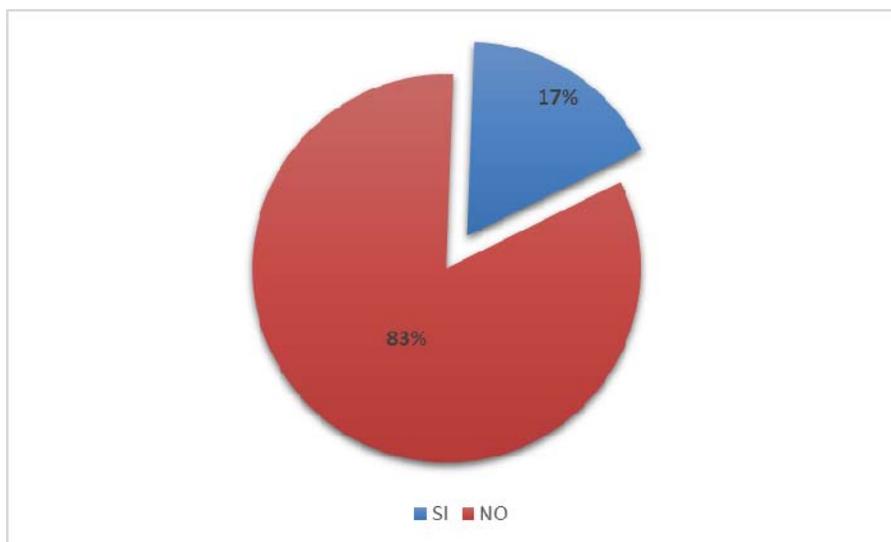
Tabla 5. Respuesta a la pregunta “¿conoce el portal ‘Mira a quién le compras’?”

PREGUNTA	SI	%	NO	%	TOTAL	%
¿Conoce el servicio Mira a quién le compras?	38	17,12	184	82,88	222	100,00

Fuente: Elaboración propia, 2017.

A la consulta “¿conoce el portal ‘Mira a quién le compras’?”, el 82,88% de los encuestados respondieron que no lo conocen y un 17,12% manifestó que sí lo conocen, tal como se muestra en el gráfico 2.

Gráfico 2. Distribución de respuesta a la pregunta “¿Conoce el servicio “Mira a quién le compras’?”



Fuente: Elaboración propia, 2017.

Tal resultado evidenciaría que los consumidores desconocen que desde la Administración Pública se ofrece información inmobiliaria para mejorar su decisión de compra, que estaría reflejando un inadecuado aprovechamiento de los servicios públicos o limitada capacidad de gestión para alcanzar a los consumidores.

1.3 Resultado de las entrevistas

En la siguiente tabla se describe una síntesis de las respuestas de los entrevistados, expertos en el sector inmobiliario.

Tabla 6. Síntesis de las respuestas de los entrevistados

Entrevistado	Síntesis
Anahí Chávez, directora de la Autoridad Nacional de Protección al Consumidor.	Indecopi tiene el servicio “Mira a quién le compras”. Ha presentado propuestas para modificar el Código de Protección al Consumidor. Refiere que existe una encuesta de Ipsos que concluye que Indecopi es la entidad que mejor defiende a los consumidores. Para lograr un mayor impacto entre las inmobiliarias se debería aplicar el reglamento de la Ley de Central de la Información e implementarse la Defensoría del Consumidor en los gremios.
José Vela, secretario técnico de la Junta Arbitral de Consumo.	Se debería de promover permanentemente mecanismos alternativos de resolución de conflictos. La imposición de multas no es la única opción para resolver los problemas generados por inmobiliarias, la autoregulación es una alternativa. Algunas empresas inmobiliarias incumplen la norma por desconocimiento e inexperiencia; esto genera inseguridad y sobrecostos a los consumidores.

Fuente: Elaboración propia, 2017.

Tabla 6. Síntesis de las respuestas de los entrevistados (continúa de la página anterior)

Entrevistado	Síntesis
Liliana Cerrón, secretaria técnica de la Sala de Protección al Consumidor.	Indecopi hace frente a las conductas infractoras a través de la información que difunde en el portal “Mira a quién le compras” y los procedimientos de oficio a fin de tutelar intereses colectivos. Los hechos infractores más recurrentes son la falta de saneamiento registral, la falta de entrega del inmueble en el plazo señalado, defectos en construcción, diferencias entre el metraje ofrecido y el entregado, falta de información relevante. Estos hechos devienen en mayores costos de transacción para los consumidores. Se debería de dar mayor difusión los casos de oficio y a las sanciones impuestas. Crear un reconocimiento a las empresas que dan mejor el servicio postventa (buenas prácticas comerciales).
Edwin Aldana, secretario técnico de la Comisión de Protección al Consumidor N° 2 – Lima	El Indecopi da pautas al mercado a través de sus resoluciones y las multas sirven para disuadir conductas cuando son asumidas efectivamente por las inmobiliarias. Indecopi viene haciendo mayor difusión de los derechos de los consumidores y de la participación de los proveedores. Las empresas sancionadas suelen ser aquellas con poca experiencia o aquellas con conductas fraudulentas. El impacto de estas conductas es desconfianza, pérdida de tiempo y dinero.
Crisólogo Cáceres, presidente del Aspec	Aspec ha presentado media docena de denuncias contra inmobiliarias por ofertas que no están siendo cumplidas a los consumidores, es el lado oscuro del boom inmobiliario. Indecopi no resuelve con sanciones drásticas. El consumidor tiene que aprender a comprar una vivienda. Las municipalidades no supervisan los temas de seguridad. Indecopi actúa reactivamente. Existe asimetría de información entre las inmobiliarias y los consumidores. También “asimetría de poder” porque las inmobiliarias tienen más poder en el mercado.
Paul Casanova, presidente del Aspai	Con el boom inmobiliario entraron empresas que no están preparadas, con poca experiencia, entra y salen del mercado fácilmente. Así como los agentes inmobiliarios, todas las empresas del sector deben estar dentro de una asociación y registradas en el MVCS y también recibir una calificación. Indecopi tiene un rol post venta, impone multas. Debe buscar una solución preventiva de información. Las personas deben informarse antes de comprar.
Miguel Cavero, abogado especializado en temas inmobiliarios	Las políticas públicas tienen que ir acompañadas de programas educativos. El problema es la falta de información no referida al inmueble sino al comportamiento o a los usos del mercado; la gente no sabe cómo funciona el mercado. Debería existir un tipo de seguro, como un Seguro Obligatorio contra Accidentes de Tránsito (SOAT) pero inmobiliario. La compra de un inmueble implica la compra de un estilo de vida, de calidad de vida. Las multas que impone Indecopi no son fuertes. El consumidor busca resarcimiento, satisfacción completa. El ciudadano no sabe que existe el “Mira a quién le compras”. La información es importante pero más importante es la prevención y la protección. Se deberían unificar las políticas, crear un sistema unificado entre entidades.

Fuente: Elaboración propia, 2017.

1.4 Visitas de campo a ferias inmobiliarias

Durante el desarrollo la investigación se realizaron tres ferias inmobiliarias presenciales y una virtual:

- Feria Inmobiliaria del Perú, del 22 al 25 de setiembre de 2016, organizada por las principales asociaciones inmobiliarias en coordinación con el Ministerio de Vivienda y el Fondo MiVivienda.
- Expoferia de oficinas y departamentos en el Colegio de Abogados de Lima, del 10 al 14 de octubre de 2016.

- ExpoUrbania, del 9 al 13 de noviembre de 2016.

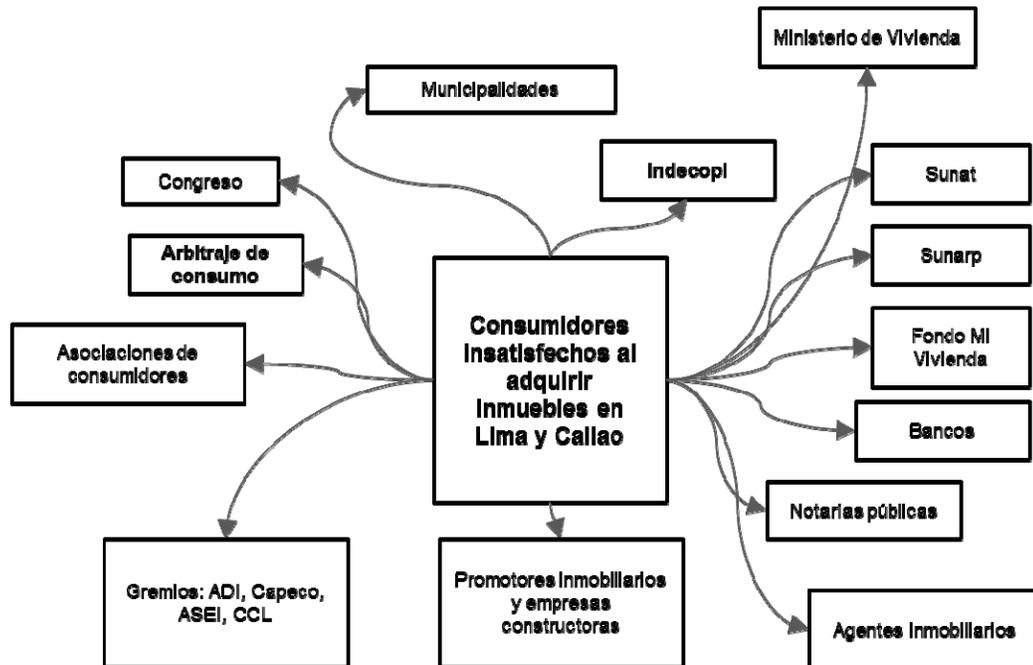
En ninguna de las tres ferias presenciales se verificó la participación del Indecopi, la Sunarp ni de alguna asociación del consumidor, pero sí de bancos y algunos agentes inmobiliarios. Se advierte esta ausencia porque siendo una feria un lugar adonde el consumidor acude para decidir la compra de su vivienda, debería de tener a su disposición canales de consulta o de información para indagar por la empresa constructora con la cual podría contratar.

2. Diagnóstico y alternativas con la herramienta del marco lógico

2.1 Análisis de involucrados

En el gráfico siguiente se puede apreciar a los involucrados que los autores consideran en relación con el problema de investigación.

Gráfico 3. Análisis de involucrados



Fuente: Elaboración propia, 2017.

Asimismo, mediante el proceso de recolección de datos y entrevistas, se pudo elaborar la siguiente tabla que refleja la posición de cada uno de los involucrados frente al problema.

Tabla 7. Posición de los involucrados frente al problema

Involucrados	Expectativa	Fuerza	Resultante
Asociaciones de consumidores	5	3	15
Agentes inmobiliarios	5	3	15
Bancos y entidades financieras	3	3	9
Congreso	3	4	12
Consumidores afectados en compras inmobiliarias	5	4	20
Fondo MiVivienda	3	3	9
Gremios del sector inmobiliario	4	3	12
Indecopi	5	4	20
Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento	5	3	15
Municipalidades	3	5	15
Notarías públicas	2	3	6
Promotores y empresas constructoras	5	3	15
Sistema de arbitraje de consumo	3	4	12
Sunarp	2	2	4
Sunat	1	2	2

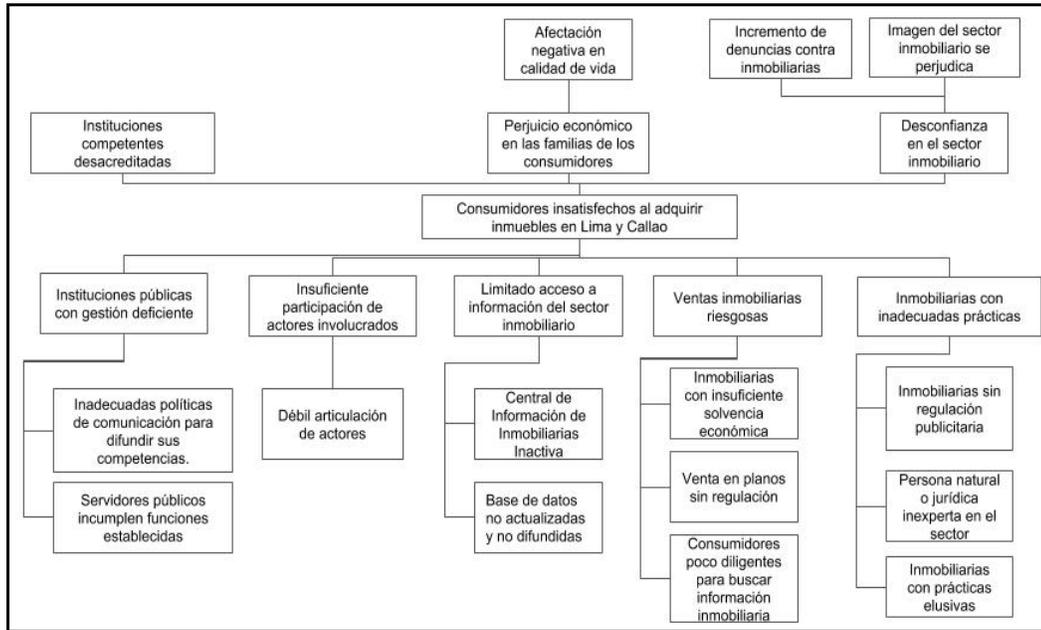
Fuente: Elaboración propia, 2017.

2.2 Análisis del problema

La situación problemática identificada en la presente investigación está referida a que existen “consumidores insatisfechos al adquirir inmuebles en Lima Metropolitana”; en ese sentido, mediante la herramienta del árbol de problemas se busca establecer una representación visual y concisa de este problema.

En base a la información obtenida y a la reflexión colectiva de los autores de la investigación, se pudieron establecer las causas y efectos del problema central, con relaciones y vínculos entre ellos.

Gráfico 4. Árbol de problemas



Fuente: Elaboración propia, 2017.

Siendo el problema central que los consumidores están insatisfechos al adquirir inmuebles en Lima Metropolitana, se identifican tres efectos directos de esta situación: instituciones competentes desacreditadas; perjuicio económico en las familias de los consumidores; y desconfianza en el sector inmobiliario.

Estos efectos directos influyen en establecer ciertas condiciones como afectación negativa en calidad de vida; incremento de denuncias contra inmobiliarias⁴¹, e imagen del sector inmobiliario perjudicada. Ello implica que al existir un sector inmobiliario que no satisface a sus consumidores apropiadamente se crean condiciones que afectan la calidad de vida de las personas, perjudicándolas económicamente y se genera un ambiente de desconfianza pública, deteriorándose la convivencia social y limitando el bienestar colectivo.

Respecto de las causas directas del problema central, se han identificado cinco características presentes para los consumidores insatisfechos inmobiliarios: instituciones públicas con gestión

⁴¹ Conforme al documento Observatorio de Mercados (Indecopi, 2015), los reclamos por el sector inmobiliario han ido en aumento. Asimismo, las denuncias en la Comisión de Protección al Consumidor, a nivel nacional, entre el 2011 y 2014, también han ido aumentando, de 271 a 750. Por tanto, si este problema no se soluciona, es previsible que se incrementen las denuncias en el futuro.

deficiente; insuficiente participación de actores involucrados; limitado acceso a información del sector inmobiliario; ventas inmobiliarias riesgosas; e inmobiliarias con inadecuadas prácticas.

Pero ellas presentan una línea de causalidad subyacente, tales como que las instituciones públicas son deficientes debido a que se presentan inadecuadas políticas de comunicación para difundir sus competencias y porque los servidores públicos incumplen funciones establecidas⁴²; es decir, existen circunstancias importantes que afectan la calidad del servicio público.

Del mismo modo, es posible explicar la baja participación de los actores involucrados por la débil articulación entre actores⁴³, mientras que el limitado acceso a información del sector inmobiliario tiene como causas que la Central de Información de Inmobiliarias está inactiva y no se cuenta con base de datos actualizadas y no difundidas⁴⁴, entendiéndose esto como que los consumidores no disponen de información oportuna sobre las actividades y hechos inmobiliarios.

Así también, se identifica como causa de las ventas inmobiliarias riesgosas la existencia de inmobiliarias con insuficiente solvencia económica⁴⁵ que ofertan la construcción de viviendas pero que no se concretan debido a que no logran contar con el capital que financie la construcción total de las edificaciones o que les permita asumir los riesgos que pueda involucrar⁴⁶; ello confluente en que se ha masificado la venta en planos sin regulación⁴⁷ y que existe una cultura de consumidores poco diligentes para buscar información inmobiliaria⁴⁸.

Otra causa directa está referida a que existen inmobiliarias con inadecuadas prácticas, explicándose esto porque se observa que las empresas inmobiliarias no regulan su publicidad⁴⁹, no existen barreras de entrada al mercado inmobiliario, lo que favorece que personas naturales o

⁴² Un ejemplo palpable es que luego de ocho años el Ministerio de Vivienda reglamentó la Ley de la Central de Información de Promotores Inmobiliarios y/o empresas constructoras, pese a que la ley había otorgado solo 30 días hábiles para su reglamentación en el año 2008.

⁴³ Ello se desprende de las visitas de campo a las ferias inmobiliarias realizadas recientemente.

⁴⁴ Existen resoluciones emitidas por los órganos resolutivos del Indecopi que no han sido cargadas al servicio “Mira a quién le compras”.

⁴⁵ Esta situación se agudiza cuando en el mercado financiero se ofrecen productos en los cuales se otorgan préstamos a promotores inmobiliarios y/o constructores que requieren acreditarse un determinado número de pre ventas, o se ofrece cubrir las necesidades de liquidez cuando el ritmo de ventas no es el esperado. Debería de haber mayores restricciones sobre este particular. Ver el préstamo a inmobiliarias que ofrece el BBVA Continental (s.f.).

⁴⁶ Un claro ejemplo de ello es el caso de la empresa Arcode S.A.C., citada en la presente investigación.

⁴⁷ La compra en planos fue la modalidad preferida por el 58% de los consumidores de viviendas en el año 2015, ello porque tienen precios más bajos que las viviendas terminadas. A la par, beneficia a las inmobiliarias porque les da una mejor estructura financiera al proyecto. Ver artículo en Diario Gestión (2016d). Ver anexo 6.

⁴⁸ Existen casos en los cuales las empresas inmobiliarias que tienen numerosas multas registradas en el servicio “Mira a quién le compras” siguen siendo las preferidas de los consumidores.

⁴⁹ Como en el caso de Inversiones Inmobiliarias del Colca S.A. referido anteriormente.

jurídicas inexpertas participen en el sector⁵⁰, lo cual conlleva a que se produzcan situaciones en las que los consumidores se ven perjudicados, no solo por la calidad de las edificaciones sino también por la inexistencia de garantías del bien comprado.

Esto también se refleja en que hay empresas inmobiliarias con estrategias elusivas⁵¹, entendiendo la elusión bajo la idea de Chanamé (2002) que es «[...] aquella acción que, sin infringir las disposiciones legales busca evitar (...lo normado) mediante la utilización de figuras legales atípicas», de manera que estas prácticas inadecuadas aunque no ilegales son usadas como tácticas o astucias por las inmobiliarias en el sector y no siempre favorables al consumidor.

2.3 Análisis de objetivos

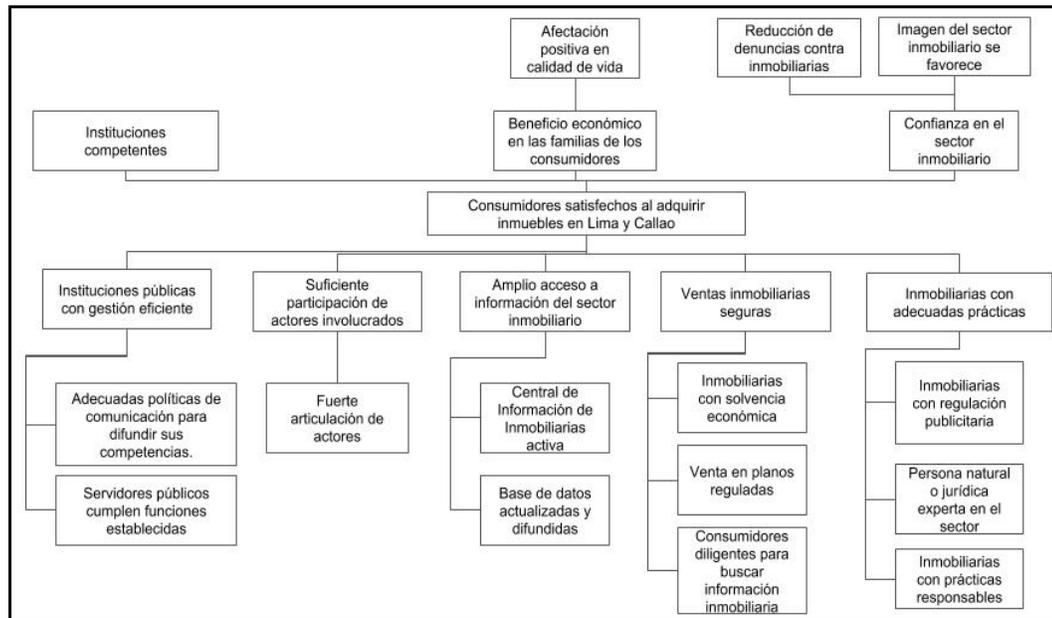
El análisis de la situación existente (árbol de problemas) permite desarrollar metodológicamente una situación futura deseada (árbol de objetivos), que es cuando se resuelven los problemas o causas identificadas.

A continuación se presenta el árbol de objetivos de la presente investigación:

⁵⁰ Se encontró el caso de una inmobiliaria “de nombre” cuya actividad económica declarada ante la SUNAT es la venta al por menor de productos farmacéuticos. Ver en Consulta en SUNAT el RUC N° 20477482598. Otro caso es el de la empresa Ingroup, matriz de Inmobiliari, un grupo que viene de los sectores pesqueros y agroindustriales que actualmente se encuentra en venta por colapsar financieramente (Orbezo y López, 2017).

⁵¹ Los autores consideran que un ejemplo de estas prácticas elusivas es cuando una empresa inmobiliaria crea, a su vez, varias otras empresas, una por cada proyecto inmobiliario que ejecuta. Ello hace que si algo sale mal con un determinado proyecto, la responsabilidad no alcanza a la matriz, solo queda en una empresa nueva y pequeña creada para un edificio en particular. Es el caso específico de la empresa Arteco que, como se puede ver en el video, tiene una publicidad que se unifica bajo el nombre de “Arteco Inmobiliaria”; sin embargo, durante la investigación tenía más de 16 empresas vinculadas. Ver video (Arista, 2017b).

Gráfico 5. Árbol de objetivos



Fuente: Elaboración propia, 2017.

Construir el árbol de objetivos es convertir en positivo cada una de las situaciones de carencia o dificultades que se han identificado en la situación existente, convirtiendo -de esa forma- a las causas en los medios a tomar en cuenta para solucionar el problema central, identificándose los efectos que se perseguirán con la solución del problema.

Es de esta manera que el problema central del árbol de problemas pasará a convertirse en el objetivo central o propósito que se quiere alcanzar (transformación positiva). En ese sentido, la aspiración central sería la de “consumidores satisfechos al adquirir inmuebles en Lima Metropolitana”, para los cuales existen cinco medios disponibles: instituciones públicas con gestión eficiente; suficiente participación de actores involucrados; amplio acceso a información del sector inmobiliario; ventas inmobiliarias seguras; e inmobiliarias con adecuadas prácticas.

Cada uno de estos medios tiene posibles situaciones futuras positivas, tales como la existencia de adecuadas políticas de comunicación para difundir sus competencias y que los servidores públicos cumplan sus funciones establecidas.

De otro lado, la fuerte articulación de los actores contribuirá a lograr una suficiente participación de los actores involucrados, mientras que al existir la Central de Información

Inmobiliaria activa y contar con base de datos actualizadas y difundidas debe permitir que exista un amplio acceso a información del sector inmobiliario.

Lograr ventas inmobiliarias seguras es consecuencia de que existan inmobiliarias con solvencia económica, que se logre una venta en planos regulada y que la cultura de los consumidores varíe hacia consumidores diligentes en buscar información inmobiliaria que les brinde conocimiento y seguridad respecto a sus inversiones habitacionales.

Del mismo modo, tener inmobiliarias con adecuadas prácticas implica que las inmobiliarias tengan alguna regulación publicitaria, también que las personas naturales o jurídicas que se dediquen al sector lo hagan con cierto conocimiento que les facilite desarrollar expertise, y que las empresas inmobiliarias tengan prácticas responsables. Ello permitirá que la situación futura esperada permita contar con instituciones competentes, se produzca un beneficio económico de largo plazo en las familias y que exista mayor confianza en el sector inmobiliario, lo cual -en su conjunto- afectará positivamente la calidad de vida, se reducirán las denuncias contra las inmobiliarias y la imagen de ellas se verá favorecida.

2.4 Definición de la estrategia y objetivo

Los autores de la presente investigación consideran que la estrategia para reducir la incidencia de problemas que sufren los consumidores al adquirir viviendas en Lima Metropolitana debe tomar en cuenta lo siguiente:

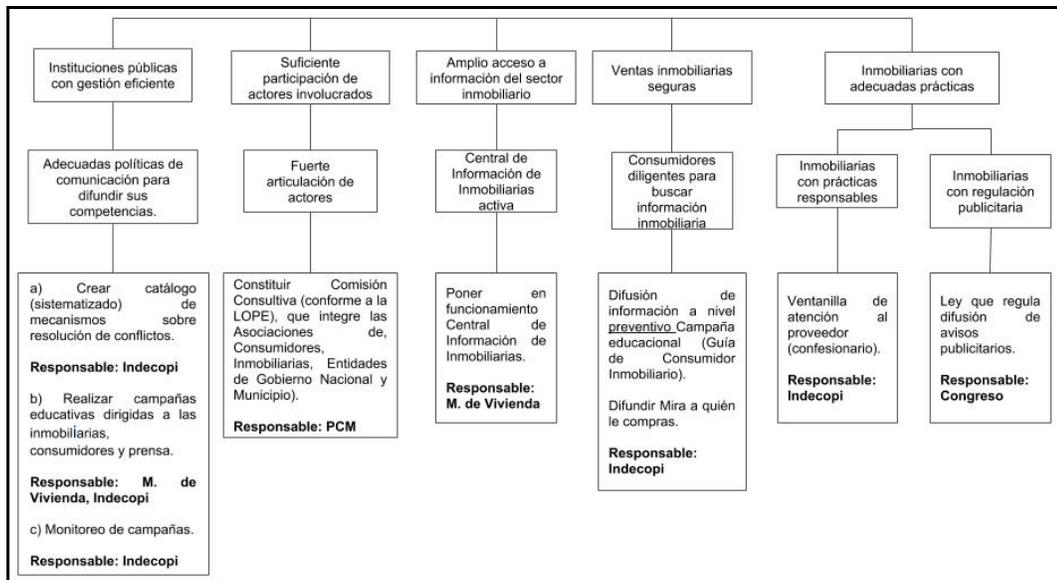
- Es evidente que la información es escasa durante el proceso de toma de decisión de compra de la vivienda.
- No obstante las actividades de supervisión y fiscalización realizadas por las entidades públicas como Indecopi, continúa creciendo la incidencia de infracciones que perjudican a los consumidores.
- Para que la sanción impuesta tenga el impacto esperado; es decir, la modificación de la conducta del infractor para el futuro, es indispensable que la multa tenga la cuantía idónea y que ésta sea efectivamente pagada.
- Establecer mayores y amplias regulaciones normativas para el proceso de compra de viviendas podría implicar el incremento de costos de transacción que serían finalmente asumidos por los consumidores en el precio de los inmuebles.

Tomando esto en consideración los autores de la investigación plantean que el objetivo principal de la estrategia es difundir la mayor información posible antes de la toma de decisión de compra y, en paralelo, es de vital importancia empoderar y educar a los propios consumidores para que tengan una conducta preventiva y diligente. Es decir, el enfoque debe de ir por prevenir los problemas antes que establecer medidas que procuren restablecer la situación al estado anterior de la afectación.

2.5 Análisis de alternativas y de su viabilidad

Con el propósito de identificar alternativas de solución para resolver el problema central identificado, la reflexión de los autores de la investigación destaca seis acciones o alternativas estratégicas derivadas de cinco medios seleccionados.

Gráfico 6. Identificación de alternativas



Fuente: Elaboración propia, 2017.

Para el medio fundamental “adecuadas políticas de comunicación para difundir sus competencias”, las acciones previstas se orientan a lograr que las instituciones públicas tengan una gestión eficiente, a través de:

- **Crear un catálogo (sistematizado) de mecanismos sobre resolución de conflictos.** Se refiere a ofrecer al consumidor un documento que resuma de manera organizada todos los canales que dispone para resolver su controversia con el promotor inmobiliario y/o

constructor, no solo los canales que están dentro de la competencia del Indecopi, sino de todos en general. Esta acción estaría a cargo de Indecopi.

- **Realizar campañas educativas dirigidas a las inmobiliarias, consumidores y prensa, sobre las competencias que tiene cada institución involucrada en el sector inmobiliario.** Principalmente, el Indecopi, el MVCS, los gremios (en especial ahora que van a crear defensorías gremiales), etcétera. Las entidades responsables son el MVCS y el Indecopi.
- **Monitoreo de las campañas de comunicación.** Es decir, supervisar que se cumplan los objetivos de las campañas que se puedan organizar, revisar los resultados para concluir si la inversión realizada tuvo los retornos sociales esperados, siendo responsable el Indecopi.

Respecto al medio fundamental “fuerte articulación entre actores”, la acción prevista está referida a:

- Constituir una Comisión Consultiva para el estudio de la problemática inmobiliaria, bajo el amparo del artículo 37 de la Ley N° 29158, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo (Congreso de la República 2007), en la cual participen activamente las asociaciones de consumidores, las empresas inmobiliarias, las instituciones estatales y las municipalidades.

Para el medio fundamental “Central de Información Inmobiliaria Activa” la acción prevista se enmarca en:

- Poner en funcionamiento la Central de Información Inmobiliaria a través del MVCS.

Acerca del medio “Consumidores diligentes para buscar información inmobiliaria”, la responsabilidad le atañe al Indecopi a través de las siguientes acciones estratégicas:

- Difusión de información inmobiliaria a nivel preventivo; esto implica desarrollar una campaña educacional y preparar un documento denominado la “Guía del Consumidor Inmobiliario”.
- Difundir el registro o base de datos “Mira a quién le compras” alojado en el portal del Indecopi.

Considerando el medio fundamental “empresas inmobiliarias con prácticas responsables”, estarían a cargo del Indecopi las siguientes acciones:

- Puesta en funcionamiento de la ventanilla de atención al proveedor, que serviría para la atención de consultas diversas del promotor inmobiliario y/o constructor; a efectos que consulte y se le oriente sobre sus deberes como proveedor de manera transparente, que consulte sobre la procedencia de sus prácticas actuales, y en el Servicio de Atención al Ciudadano se le oriente para que continúe o deje de aplicar determinadas acciones.

Acerca del medio fundamental “empresas inmobiliarias con regulación publicitaria”, los autores de la investigación consideran que debe generarse a través del Congreso de la República una ley que regule la difusión de avisos publicitarios, de manera que en cada aviso se coloque el nombre completo (según los Registros Públicos) y el número de Registro Único de Contribuyente (RUC) de la empresa ofertante de los inmuebles, ya que existen empresas que se valen de su nombre comercial solamente para publicitar sus proyectos inmobiliarios, y esto dificulta que un consumidor diligente pueda ubicar los antecedentes antes de decidir su compra.

Es importante señalar que las acciones estratégicas priorizadas han sido producto de las consultas especializadas con actores claves entrevistados que han podido validar los productos de los autores de la investigación.

2.5.1 Viabilidad

- **Viabilidad administrativa.** Los autores consideran viable que se implementen las propuestas de solución en tanto ello no implica que las instituciones públicas involucradas deban asumir nuevas competencias sino que se fortalezcan las que tienen asignadas por ley.
- **Viabilidad económica.** La implementación de las propuestas es viable dada la existencia en las diversas entidades públicas de recursos suficientes para desarrollar campañas informativas y educativas en beneficio de los consumidores. Un factor clave para obtener financiamiento es fijar resultados y metas a alcanzar anualmente e incorporarlas como acciones estratégicas en sus planes operativos institucionales. Además que parte de las acciones también dependerán de los actores privados que no reciben presupuesto público. Del mismo modo la Comisión Consultiva que se plantea no irrogará gastos al Estado en tanto los comisionados ejercerán el cargo de manera honoraria.

Capítulo V. Acciones estratégicas para que los consumidores adquieran viviendas a través del esquema del marco lógico

1. Propuesta de mejora e implementación

A partir de la información recolectada, el análisis de la misma y las entrevistas realizadas, los autores consideran que las acciones más importantes a desarrollar son:

- Difusión de información inmobiliaria a nivel preventivo; esto implica desarrollar una campaña educacional y preparar un documento denominado la “Guía del Consumidor Inmobiliario”.
- Difundir el registro o base de datos “Mira a quién le compras” alojado en el portal del Indecopi.
- Constituir una Comisión Consultiva para el estudio de la problemática inmobiliaria, bajo el amparo del artículo 37 de la Ley N°29158, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo (Congreso de la República 2007), en la cual participen activamente las asociaciones de consumidores, las empresas inmobiliarias, las instituciones estatales y las municipalidades.

A continuación se presentan las acciones que los autores consideran complementarias entre sí y que cuya implementación favorecería la reducción de problemas que sufren los consumidores al adquirir inmuebles en Lima Metropolitana.

2. Difusión de información inmobiliaria a nivel preventivo, esto implica desarrollar una campaña educacional y preparar un documento denominado la “Guía del Consumidor Inmobiliario”

Conforme a las estadísticas y entrevistas efectuadas, es claro que fortalecer una política punitiva en el Indecopi de manera que se incremente la cantidad y cuantía de las multas a las empresas inmobiliarias no es una solución eficiente, por cuanto existen muchas facilidades jurídicas y procesales para evadir las consecuencias económicas que ello implica. Por ello, es indispensable que se construya una potente campaña publicitaria que tenga un enfoque claramente preventivo.

Es importante recordar que el Indecopi, al ser reconocido por el Código de Protección y Defensa del Consumidor como la Autoridad Nacional de Protección al Consumidor tiene entre sus

principales funciones fortalecer la protección al consumidor y los mecanismos para su defensa; implementar mecanismos de prevención y solución de conflictos; coordinar y presidir el Sistema Nacional Integrado de Protección al Consumidor (Siprocom)⁵², entre otras, todas ellas de interés común para la población.

En ese sentido, tal como se ha mencionado anteriormente en el árbol de objetivos, se busca como propuesta de mejora realizar un plan de difusión de información a través de una campaña publicitaria promocional referida a la “adquisición de un inmueble”, para tener como resultado consumidores satisfechos en el sector inmobiliario.

La propuesta de la campaña educativa tendrá como objetivo informar a los ciudadanos, priorizando los niveles socioeconómicos más vulnerables⁵³, sobre cómo efectuar una exitosa “adquisición de un inmueble”, buscando la participación de los actores involucrados del sector inmobiliario; motivando en el proceso un cambio en el aspecto cognitivo de las personas al contar con información efectiva que les oriente a solucionar contingencias que se presenten entre consumidores y proveedores. Las acciones estratégicas serían las siguientes:

- Difusión de información inmobiliaria a nivel preventivo, esto implica desarrollar una campaña educacional.
- Desarrollar instructivos o guía con recomendaciones bastante ágiles, gráficos y sucintos sobre situaciones comerciales con las inmobiliarias, los derechos del consumidor, sus deberes, consejos para una mejor toma de decisión.

Para ello, se potenciará la campaña con publicidad en medios de comunicación masiva, especialmente en televisión, radio, prensa escrita. Asimismo, buscar alternar la publicidad con otros medios de comunicación que resulten beneficiosos, tales como la vía pública, Internet, cines.

El contenido básico de la Guía del Consumidor Inmobiliario sería el siguiente:

- Derechos del consumidor.

⁵² El Siprocom son un conjunto de principios, normas, procedimientos, técnicas e instrumentos destinados a armonizar las Políticas Públicas. Algunas son la protección de la salud y seguridad, garantía del derecho a la información de los consumidores, defender los derechos de los consumidores contra aquellas prácticas que afecten sus intereses y que, en su perjuicio, distorsionen el mercado. Mayor detalle ver Autoridad Nacional de Protección al Consumidor, 2015.

⁵³ Los sectores más vulnerables los entendemos como los NSE C y D, en particular ahora que el mercado para los NSE A y B está desacelerado.

- Qué debe preguntar el consumidor ante de elegir el departamento.
- Cómo buscar los antecedentes de la empresa inmobiliaria y/o constructora.
- Información obligatoria que deben brindar las inmobiliarias antes y durante el proceso de compra.
- Garantías y servicio postventa.
- Canales para resolver las controversias (dentro y fuera del Indecopi).
- Errores más frecuentes de los proveedores inmobiliarios.

2.1 Costo general

El presupuesto aproximado de la campaña de difusión sería de S/ 2 millones, tal como fue la contratación realizada por el Indecopi en el año 2015 para los servicios de difusión de la campaña publicitaria a través de diversos medios de comunicación, cuyo objetivo fue la promoción del uso adecuado del Libro de Reclamaciones y los beneficios derivados del mismo⁵⁴.

2.2 Finalidad

Con la propuesta de la campaña publicitaria, el apoyo del gobierno nacional y del sector inmobiliario, se tendrá consumidores diligentes y preventivos para contar con la información adecuada antes de la adquisición de un inmueble y no tener ciudadanos afectados por algunos proveedores de mala conducta.

2.3 Alcance

Esta campaña publicitaria, cuyo objetivo principal es el de difundir información, alcanzará no solo a los consumidores sino también a los proveedores, agentes inmobiliarios, autoridades del sector inmobiliario, buscando articular todos los niveles del mismo.

El impacto en el público objetivo es el de contar con un nivel óptimo de información que garantice que tanto el ciudadano como el proveedor se encuentren totalmente informados y puedan realizar una transacción de adquirir un inmueble de manera eficiente.

⁵⁴ Contratación aprobada, mediante Resolución de Presidencia del Consejo Directivo del Indecopi N°178-2015-INDECOPI/COD.

3. Difundir el registro o base de datos “Mira a quién le compras” alojado en el portal del Indecopi

El servicio “Mira a quién le compras” tiene que ser relanzado porque a las personas potenciales clientes del mercado inmobiliario no les resulta familiar. Este relanzamiento debería formar parte de la campaña preventiva que se señaló en el punto anterior.

De otro lado, si bien con las últimas modificaciones en el Código de Protección y Defensa del Consumidor se obliga al proveedor inmobiliario que informe sobre la existencia de este portal, no es de fácil acceso, salvo que se disponga de una computadora.

Por ello, para ir de acuerdo al desarrollo tecnológico actual, es menester que el Indecopi desarrolle una aplicación para teléfonos inteligentes, a fin que cualquier interesado pueda ingresar de manera “amigable” a realizar las consultas que estime necesarias. De la verificación efectuada actualmente no existe dicha aplicación, incluso no existe tampoco una versión de del portal para pantalla móvil⁵⁵.

4. Constituir una Comisión Consultiva para el estudio de la problemática inmobiliaria, bajo el amparo del artículo 37 de la Ley N°29158, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo, en la cual participen activamente las asociaciones de consumidores, las empresas inmobiliarias, las instituciones estatales y las municipalidades

A efectos de lograr un permanente estudio de la problemática inmobiliaria se propone que la Presidencia del Consejo de Ministros (PCM) constituya una Comisión Consultiva que dependerá del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento (MVCS), y que estará encargada de informar semestralmente a la PCM con copia al Ministerio indicado sobre el cumplimiento de las competencias asignadas a cada institución pública involucrada en la problemática inmobiliaria desde el enfoque del consumidor. Asimismo, que analice y proponga medidas para reducir o eliminar factores que generan insatisfacción al consumidor cuando adquiere inmuebles. La Comisión puede emitir recomendaciones directas a instituciones cuando se detecte incumplimiento grave de sus funciones.

Esta Comisión será integrada por:

⁵⁵ Se debe desarrollar una página web especial para pantalla de teléfono inteligente, lo cual es independiente de la aplicación especial (programa) que se pueda construir.

- Un representante del Viceministerio de Vivienda, quien lo presidirá.
- Un representante del Indecopi.
- Un representante de la Municipalidad de Lima.
- Un representante de la Sunarp.
- Un representante de cada uno de los gremios existentes: Capeco, ADI, ASEI, CCL.
- Un representante de Aspec.
- Un representante de Aspai (Agentes inmobiliarios).
- Un representante del Colegio de Ingenieros del Perú.
- Un representante del Colegio de Arquitectos del Perú.

Conclusiones y recomendaciones

1. Conclusiones

- 1.1 De las entrevistas con expertos y las resoluciones e informes de Indecopi se determina que existen consumidores que al adquirir viviendas se perjudican por incumplimientos de algunas empresas inmobiliarias, lo cual deviene en consecuencias negativas que afectan su calidad de vida y generan un ambiente de desconfianza en las empresas del sector inmobiliario.
- 1.2 Los mecanismos de resolución de conflictos existentes, tales como la conciliación entre consumidor e inmobiliaria y los procedimientos sancionadores ante el Indecopi, no han sido suficientes para mitigar la incidencia de infracciones al derecho de los consumidores, lo cual se ve reflejado en el incremento de los reclamos presentados ante dicho organismo, los cuales fueron del 32,9%, 17% y 34,3% durante los años 2014, 2015 y 2016, respectivamente.
- 1.3 Hemos comprobado que la información disponible sobre los bienes inmuebles y sobre el perfil de las empresas inmobiliarias es escasa y desactualizada, lo que no facilita a los consumidores diligentes tomar una decisión de compra adecuada. De otro lado, existen consumidores que no toman las previsiones correspondientes, para obtener más información antes de la adquisición de su vivienda.
- 1.4 Como una alternativa de solución a esta problemática, corresponde diseñar una estrategia básicamente preventiva y que implique el empoderamiento del consumidor a través de información actualizada y educación, con la finalidad de reducir la incidencia de problemas que generan los incumplimientos de algunas inmobiliarias.
- 1.5 Falta articulación entre los actores más importantes del sector inmobiliario; por ello, resulta relevante constituir una Comisión Consultiva que los agrupe y promueva el análisis del sector, su problemática y emita informes conteniendo propuestas para su consolidación.

2. Recomendaciones

- 2.1 Que el Indecopi, en calidad de defensor de los derechos del consumidor, realice campañas educativas cuyo objetivo sea informar y educar a los ciudadanos, priorizando los niveles socioeconómicos más vulnerables, sobre cómo efectuar una exitosa “adquisición de una vivienda”, buscando la participación de los actores involucrados del sector inmobiliario;

motivando en el proceso un cambio en el aspecto cognitivo de las personas al contar con información efectiva que les oriente a solucionar contingencias que se presenten entre consumidores y proveedores.

- 2.2 Que el Indecopi desarrolle un instructivo o guía con recomendaciones bastante ágiles, gráficos y sucintos sobre situaciones comerciales con las inmobiliarias, los derechos del consumidor, sus deberes, consejos para una mejor toma de decisión.
- 2.3 Que el Indecopi promueva una mayor consulta a su base de datos en línea “Mira a quién le compras” como medio de información sobre las empresas inmobiliarias sancionadas por malas prácticas a los consumidores.
- 2.4 Asimismo y para ir de acuerdo al desarrollo tecnológico actual, es importante que se desarrolle una aplicación para teléfonos inteligentes, a fin que cualquier interesado pueda ingresar de manera “amigable” a realizar las consultas que estime necesarias.
- 2.5 Que la PCM constituya una Comisión Consultiva para el estudio de la problemática inmobiliaria, bajo el amparo del artículo 37 de la Ley N°29158, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo, la cual dependerá del MVCS, y que estará encargada de informar semestralmente a la PCM con copia al ministerio indicado sobre el cumplimiento de las competencias asignadas a cada institución pública involucrada en la problemática inmobiliaria desde el enfoque del consumidor; asimismo, que analice y proponga medidas para reducir o eliminar factores que generan insatisfacción al consumidor cuando adquiere inmuebles.

Bibliografía

- Ander-Egg, E. (1982). *Técnicas de investigación social*. Buenos Aires: Editorial Humanitas.
- Arista, Miguel. (2017a). “Imagina”. En: *youtube.com*. [Video]. 16 de febrero de 2017. Fecha de consulta: 16/02/2017. Disponible en: <<https://www.youtube.com/watch?v=4qgGDT2sm4w>>.
- Arista, Miguel. (2017b). “ARTECO”. En: *youtube.com*. [Video]. 16 de febrero de 2017. Fecha de consulta: 16/02/2017. Disponible en: <<https://www.youtube.com/watch?v=a813KGFiT0X0>>.
- Asociación de Desarrolladores Inmobiliarios (ADI). (s.f.). “Asociación”. En: *adiperu.pe*. [En línea]. Fecha de consulta: 16/01/2017. Disponible en: <<http://www.adiperu.pe/asociacion/>>.
- Asociación de Empresas Inmobiliarias del Perú (ASEI). (s.f.). “La Asociación de Empresas Inmobiliarias del Perú (ASEI)”. En: *asei.com.pe*. [En línea]. Fecha de consulta: 16/01/2017. Disponible en: <<http://www.asei.com.pe/quienes-somos>>.
- Asociación Peruana de Agentes Inmobiliarios (Aspai). (s.f.). “Quienes somos”. En: *aspai.pe*. [En línea]. Fecha de consulta: 17/01/2017. Disponible en: <<http://aspai.pe/quienes-somos>>.
- Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios (Aspec). (s.f.). “Quienes somos”. En: *aspec.org.pe*. [En línea]. Fecha de consulta: 18/01/2017. Disponible en: <<http://www.aspec.org.pe/>>.
- Autoridad Nacional de Protección al Consumidor. (2015). “Sistema Integrado”. En: *consumidor.gob.pe*. [En línea]. Fecha de consulta: 20/02/2017. Disponible en: <<https://www.consumidor.gob.pe/sistema-integrado>>.
- Ballestrini, M. (2006). *Cómo se elabora el Proyecto de Investigación*. Caracas: Editorial BL Consultores Asociados.
- Banco Mundial. (2016). “Perú Panorama General”. En: *bancomundial.org*. [En línea]. Fecha de consulta: 10/03/2017. Disponible en: <<http://www.bancomundial.org/es/country/peru/overview#1>>.
- BBVA Continental. (s.f.). “Línea de Financiamiento Promotor”. En: *bbvacontinental.pe*. [PDF]. Fecha de consulta: 06/02/2017. Disponible en: <<https://www.bbvacontinental.pe/empresas/financiacion-y-cobertura-de-riesgo/financiacion/linea-de-financiamiento-promotor/#pane2>>.
- BBVA Research. (2016). “Situación Inmobiliaria Perú, Diciembre 2016”. En: *bbvaresearch.com*. [PDF]. Diciembre de 2016. Fecha de consulta: 19/02/2017. Disponible en:

<<https://www.bbvaresearch.com/wp-content/uploads/2017/02/Situacion-Inmobiliaria-2016-F.pdf>>.

Cabanellas, G. (2003). “Multa”. En: *Diccionario Enciclopédico de Derecho Usual*. Vigésima octava edición. Buenos Aires: Editorial Heliasta S.R.L.

Cámara de Comercio de Lima (CCL). (2016). “Historia”. En: *camaralima.org.pe*. [En línea]. Fecha de consulta: 18/01/2017. Disponible en: <<http://www.camaralima.org.pe/principal>>.

Cámara Peruana de la Construcción (Capeco) e Instituto de la Construcción y el Desarrollo (ICD). (2015). “XIX Estudio. El mercado de edificaciones urbanas en Lima Metropolitana y el Callao 2014”. En: *icd.org.pe*. [PDF]. Fecha de consulta: 06/02/2017 Disponible en: <<http://www.icd.org.pe/estudios/lima/19/docs/terminologia.pdf>>.

Cámara Peruana de la Construcción (Capeco). (2015). “3.0 Demanda de Vivienda”. En: *El mercado de edificaciones urbanas en Lima Metropolitana y el Callao 2014*. [PDF]. Lima: Capeco. Fecha de consulta: 06/02/2017. Disponible en: <http://www.icd.org.pe/estudios/lima/20/docs/ejecutivo_demanda.pdf>.

Cámara Peruana de la Construcción (Capeco). (2016). *Informe Económico de la Construcción (IEC). N°11. Diciembre 2016*. Lima: Capeco.

Cámara Peruana de la Construcción (Capeco). (s.f.). “Acerca de nosotros”. En: *capeco.org*. [En línea]. Fecha de consulta: 18/01/2017. Disponible en: <<http://www.capeco.org/nosotros/>>.

Carbonell, E. (2015). *Análisis al Código de Protección y Defensa del Consumidor*. Lima: Juristas Editores E.I.R.L.

Chanamé, Raúl. (2002). “Elusión”. En: *Diccionario Jurídico Moderno*. Tercera edición. Lima: Editorial Gráfica Horizonte S.A.

Comisión de Defensa del Consumidor y Organismos Reguladores de los Servicios Públicos. (2016). “Dictamen recaído en los Proyectos de Ley 111/2016-CR y 224/2016-CR que, con un texto sustitutorio, proponen una ley que modifica la Ley N°29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, a fin de facilitar la información y fortalecer la protección del consumidor de bienes y servicios inmobiliarios”. En: *congreso.gob.pe*. [PDF]. Fecha de consulta: 01/01/2017. Disponible en: <[http://www2.congreso.gob.pe/Sicr/ApoyComisiones/comision2011.nsf/4574613B9A7B11620525807C005792D1/\\$FILE/DEFENSA.CONSUMIDOR_111.224-2016-CR_Fav.Sust.Unanimidad.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/Sicr/ApoyComisiones/comision2011.nsf/4574613B9A7B11620525807C005792D1/$FILE/DEFENSA.CONSUMIDOR_111.224-2016-CR_Fav.Sust.Unanimidad.pdf)>.

Comisión Permanente del Congreso de la República. (2008). “Ley N°29203, que crea la Central de Información de Promotores Inmobiliarios y/o Empresas Constructoras de Unidades Inmobiliarias”. En: *docs.peru.justia.com*. [En línea]. Fecha de consulta: 10/02/2017. Disponible en: <<http://docs.peru.justia.com/federales/leyes/29203-mar-4-2008.pdf>>.

Congreso de la República. (2001). “Ley N°27444. Ley del Procedimiento Administrativo General”. En: *Diario Oficial El Peruano*. [En línea]. 10 de abril de 2001. Fecha de consulta: 03/01/2017. Disponible en: <http://www4.congreso.gob.pe/historico/cip/materiales/delitos_omision/ley27444.pdf>.

Congreso de la República. (2003). “Ley N°27972, Ley Orgánica de Municipalidades”. En: *munlima.gob.pe*. [En línea]. 27 de mayo de 2003. Fecha de consulta: 27/03/2017. Disponible en: <<http://spij.minjus.gob.pe/libre/main.asp>>.

Congreso de la República. (2007). “Ley N° 29158, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo”. En: *leyes.congreso.gob.pe*. [PDF]. Fecha de consulta: 27/03/2017. Disponible en: <<http://spij.minjus.gob.pe/libre/main.asp>>.

Congreso de la República. (2007). “Ley N°29080, Ley de Registro del Agente Inmobiliario del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento”. En: *Diario Oficial El Peruano*. [En línea]. 11 de setiembre de 2007. Fecha de consulta: 20/02/2017. Disponible en: <http://www.iagperu.com/ley_29080.pdf>.

Congreso de la República. (2010). “Ley N°29571. Código de Protección y Defensa del Consumidor”. En: *Diario Oficial El Peruano*. [En línea]. 02 de setiembre de 2010. Fecha de consulta: 27/03/2017. Disponible en: <<http://spij.minjus.gob.pe/libre/main.asp>>.

Congreso de la República. (2017). “Ley N°30534, Ley que modifica los artículos 76, 77 y 80 de la Ley N°29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, para fortalecer la protección del consumidor de bienes y servicios inmobiliarios”. En: *Diario Oficial El Peruano*. [En línea]. Fecha de consulta: 01/03/2017. Disponible en: <<http://busquedas.elperuano.com.pe/normaslegales/ley-que-modifica-los-articulos-76-77-y-80-de-la-ley-29571-ley-n-30534-1472086-1/>>.

Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios (Conadecus). (2011). “¿Que es comprar en verde?”. En: *conadecus.cl*. [En línea]. 12 de setiembre de 2011. Fecha de consulta: 01/02/2017. Disponible en: <<http://www.conadecus.cl/conadecus/?p=403>>.

Danós, J. y Zegarra, D. (1999). *El procedimiento de ejecución coactiva*. Lima: Gaceta Jurídica Editores.

Diario El Comercio. (2014). “Hay 8 mil inmobiliarias y constructoras informales en el Perú”. En: *elcomercio.pe*. [En línea]. 14 de diciembre de 2014. Fecha de consulta: 15/02/2017. Disponible en: <<http://elcomercio.pe/sociedad/lima/hay-8-mil-inmobiliarias-y-constructoras-informales-peru-noticia-1778690>>.

Diario Gestión. (2016a). “Venta de viviendas en Lima crecerá 7% este año”. En: *gestión.pe*. 24 de agosto de 2016. P.4.

Diario Gestión. (2016b). “Sector inmobiliario podría repuntar a partir del segundo trimestre del 2017”. En: *gestión.pe*. 13 de diciembre de 2016.

Diario Gestión. (2016c). “Inmobiliarias adecuan su oferta de viviendas a S/ 500,000 para clase media”. En: *gestión.pe*. [En línea]. 30 de noviembre de 2016.

Diario Gestión. (2016d). “Sube preferencia de limeños por comprar viviendas en planos”. En: *gestión.pe*. [En línea]. 12 de febrero de 2016. P.8.

Diario Gestión. (2017). “Déficit habitacional en Lima Metropolitana es de 612,464 viviendas al 2016”. En: *gestión.pe*. [En línea]. 25 de enero de 2017. Fecha de consulta: 15/02/2017. Disponible en: <<http://gestion.pe/economia/deficit-habitacional-lima-metropolitana-612464-viviendas-al-2016-2180584>>.

Gamboa, Edgar. (2015). “Dos mil familias viven sin agua en un condominio de Carabayllo”. En: *larepublica.pe*. [En línea]. 07 de diciembre de 2015. Fecha de consulta: 27/02/2017. Disponible en: <<http://larepublica.pe/impresa/sociedad/724006-dos-mil-familias-viven-sin-agua-en-un-condominio-de-carabayllo>>.

Gerencia de Estudios Económicos de Indecopi. (2013). “Documento de Trabajo N°01-2012/GEE, Propuesta metodológica para la determinación de multas en el Indecopi”. En: *indecopi.gob.pe*. [PDF]. Abril 2013. Fecha de consulta: 12/12/2016. Disponible en: <<https://www.indecopi.gob.pe/documents/20182/196933/ResumenComentariosRecibidos.pdf>>.

Hernández, R.; Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. Quinta Edición. México, D.F.: McGraw-Hill.

Hurtado, I y Toro, J. (1988). *Paradigmas y Métodos de Investigación en tiempos de cambio*. Carabobo: Editorial Episteme Consultores Asociados C.A.

Informe Legal N° 022-2016-VIVIENDA/VMVU-DGPRVU-DV-JACV.

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi). (2015). “Análisis del mercado inmobiliario, con enfoque en la protección al consumidor”. En: *Observatorio de Mercados*. Año 9, N° 23, Junio 2015. [En línea]. Lima:

Gerencia de Estudios Económicos. Fecha de consulta: 24/01/2017. Disponible en: <<http://www.indecopi.gob.pe/documents/20182>>.

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi), Centrum Católica y Arellano Marketing. (2016). “Índice de satisfacción del consumidor”. [PPT]. Documento interno.

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi). (s.f.b). “Registro de Proveedores adheridos al Sistema de Arbitraje de Consumo”. En: *indecopi.gob.pe*. [En línea]. Fecha de consulta: 26-01-2017. Disponible en: <https://www.indecopi.gob.pe/documents/51084/402080/RPA-SISAC_2017/f17e8af4-7d14-a0ff-759a-e27c266f59de>.

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi). (s.f.a). “Sistema de Arbitraje de Consumo en el Perú”. En: *indecopi.gob.pe*. [En línea]. Fecha de consulta: 25-01-2017. Disponible en: <<https://www.indecopi.gob.pe/sistema-arbitraje>>.

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi). (2016a). “Resolución de la Presidencia del Consejo Directivo del Indecopi N° 216-2016-Indecopi/Cod. Recomendaciones Generales para la creación de Defensorías Gremiales del Consumidor”. En: *Diario Oficial El Peruano*. [En línea]. 17 de diciembre de 2016. Fecha de consulta: 10/02/2017. Disponible en: <<http://busquedas.elperuano.com.pe/normaslegales/disponen-publicacion-del-documento-recomendaciones-generale-resolucion-no-216-2016-indecopicod-1464287-1/>>.

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi). (s.f.d). “La conciliación”. En: *indecopi.gob.pe*. [En línea]. Fecha de consulta: 24/01/2017. Disponible en: <<https://www.indecopi.gob.pe/documents/20182/174346/conciliaci%C3%B3n.pdf>>.

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi). (s.f.c). “La mediación”. En: *indecopi.gob.pe*. [En línea]. Fecha de consulta: 24/01/2017. Disponible en: <<https://www.indecopi.gob.pe/documents/20182/174346/Mediacion.pdf>>.

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi). (2016b). “Resolución de la Presidencia del Consejo Directivo del Indecopi N°223-2016-Indecopi/COD. Aprueba el Plan Estratégico Institucional (PEI) 2017-2019”. En: *indecopi.gob.pe*. [En línea]. 22 de diciembre de 2016. Fecha de consulta: 14/01/2017.

Disponible en:
<<http://www.indecopi.gob.pe/documents/20182/470444/Resolucion+que+aprueba+el+PEI+2017-2019.pdf/ac08b827-3262-6631-fbca-4f6da6d1feba>>.

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi). (2008). “Decreto Legislativo N°1033, Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Organización y Funciones del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – Indecopi”. En: *indecopi.gob.pe*. [En línea]. 24 de junio de 2008. Fecha de consulta: 27/02/2017. Disponible en: <<https://www.indecopi.gob.pe/documents/20182/143803/dl1033.pdf>>.

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi). (s.f.e). “Estadísticas institucionales”. En: *indecopi.gob.pe*. [En línea]. Fecha de consulta: 20/02/2017. Disponible en: <<http://www.indecopi.gob.pe/estadisticas>>.

Leguisamón, F. (2012). “Estudio de la calidad en la entrega de las obras de vivienda en la República Dominicana”. Tesis elaborada para obtener el grado académico de Máster en Ingeniería Estructural y de la Construcción. España: Universidad Politécnica de Cataluña.

Malhotra, N. (2008). *Investigación de Mercados*. Quinta edición. México D.F.: Pearson Educación.

Ministerio de Justicia y Derechos Humanos (Minjus). (2015). *Código Civil. Decreto Legislativo N°295*. Décimo sexta edición oficial. Marzo 2015. Lima: Minjus. [En línea]. Fecha de consulta: 20/02/2017. Disponible en: <<http://spij.minjus.gob.pe/notificacion/guias/CODIGO-CIVIL.pdf>>.

Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento (MVCS). (2012). “Resolución Ministerial N° 266-2012-Vivienda. Modificación del Reglamento Nacional de Tasaciones”. En: *Diario Oficial El Peruano*. [En línea]. 05 de diciembre de 2007. Fecha de consulta: 20/02/2017. Disponible en: <http://busquedas.elperuano.com.pe/download/full/AEZc_kEawkAOwHvOw7T5O>.

Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento (MVCS). (2016). “Decreto Supremo N°006-2016-VIVIENDA. Decreto Supremo que aprueba el Reglamento de la Ley N° 29203, Ley que crea la Central de Información de Promotores Inmobiliarios y/o Empresas Constructoras de Unidades Inmobiliarias”. En: *Diario Oficial El Peruano*. [En línea]. Fecha de consulta: 20/09/2016. Disponible en: <<http://busquedas.elperuano.com.pe/normaslegales/decreto-supremo-que-aprueba-el-reglamento-de-la-ley-no-29203-decreto-supremo-n-006-2016-vivienda-1395655-7/>>.

Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento (MVCS). (s.f.a). “Misión, Visión y Valores”. En: *vivienda.gob.pe*. [En línea]. Fecha de consulta: 14/01/2017. Disponible en: <<http://www.vivienda.gob.pe/ministerio/mision-vision-y-valores>>.

Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento (MVCS). (s.f.b). “Funciones de la Dirección de Vivienda”. En: *vivienda.gob.pe*. [En línea]. Fecha de consulta: 16/01/2017. Disponible en: <<http://www3.vivienda.gob.pe/dgprvu/direccionvivienda.html>>.

Orbezo, Y. y López, S. (2017). “Colapso Inmobiliario”. En: *caretas.pe*. [En línea]. 02 de febrero de 2017. Fecha de consulta: 20/02/2017. Disponible en: <http://caretas.pe/sociedad/78085-colapso_inmobiliario>.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OECD) y Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (2014). *Panorama de las Administraciones Públicas: América Latina y El Caribe 2014 – Innovación en la gestión financiera*. Estados Unidos: OED Publishing. Fecha de consulta: 03/06/2016. Disponible en: <<https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/6597/Panorama%20de%20las%20Administraciones%20P%C3%BAblicas%20Am%C3%A9rica%20Latina%20y%20el%20Caribe%2014.pdf?sequence=1>>.

Ortegón, E.; Pacheco, J.; Prieto, A. (2005). *Metodología del marco lógico para la planificación, el seguimiento y la evaluación de proyectos y programas*. Serie Manuales. Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) y Naciones Unidas.

Ortiz, C. y Samamé, M. (2015). “Comportamiento del consumidor de viviendas en el mercado inmobiliario en la ciudad de Chiclayo, una visión etnográfica”. Tesis elaborada para obtener el grado académico de Licenciado en Administración de Empresas. Chiclayo: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Escuela de Administración de Empresas.

Presidencia del Consejo de Ministros (PCM). (2011). “Decreto Supremo N° 011-2011-PCM, Decreto Supremo que aprueba el Reglamento del Libro de Reclamaciones del Código de Protección y Defensa del Consumidor”. En: *indecopi.gob.pe*. [En línea]. 19 de febrero de 2011. Fecha de consulta: 15/02/2017. Disponible en: <<https://www.indecopi.gob.pe/documents/36537/201735/Reglamento+del+Libro+de+Reclamaciones.pdf/c329188f-a42d-4216-b1e6-a0df2a66d55c>>.

Resolución Final N° 1419-2014/ILN-CPC, seguido por Esther Peña Canal contra Titania Constructora Inmobiliaria S.A.C.

Resolución Final N° 1709-2013/CC2, seguido por Gonzalo de Bracamonte Melgar contra Inmobiliaria Romaren S.A.C.

Resolución Final N°1556-2014/ CC2, seguido por la sociedad conyugal Pedro Pablo Vásquez y Pía Mariana Vivanco Figallo y otros contra Ramos Murga y Moscol Project Management SAC.

Resolución Final N°505-2015/CC2.

Resolución Final N°765-2015/CC2.

Resolución Final N°816-2014/CC2, seguido por Gladis Aurora Eguía Vargas contra I Constructora e Inmobiliaria Nugent S.A.C.

Resolución Final N°888-2015/CC2 contra Grupo Inmobiliario AJR S.A.C.

Resolución Final N°932-2015/CC2, denunciante Sr. Miguel Angel Urquiaga Salazar contra Arcode S.A.C.

Resolución N°1150-2013/CC2-Indecopi, seguido por la Junta de Propietarios de Condominio Golf de Camacho contra Aventura Grupo Inmobiliario S.A.C.

Ulloa, F. y Salazar, H. (2014). “La protección al consumidor en la compra de una vivienda en verde”. Tesis elaborada para obtener el grado académico de Licenciado en Ciencias Jurídicas y Sociales. Santiago de Chile: Universidad de Chile, Facultad de Derecho, Departamento de Derecho Privado.

Anexos

Anexo 1. Oferta total de vivienda según rango de precios en Lima

Rango de precios	Lima	
	Unidades	%
Hasta 20 UIT (Techo Propio)	130	0,5%
Más de 20 UIT hasta 38 UIT	2.190	8,9%
Más de 38 UIT hasta 50 UIT	2.536	10,3%
Más de 50 UIT hasta 70 UIT	4.490	18,3%
Más de 70 UIT hasta 100 UIT	5.758	23,5%
Más de 100 UIT	9.415	38,4%
Total	24.519	100%

Fuente: Capeco, 2016.

Anexo 2. Reclamos presentados en el SAC a nivel nacional en el rubro “Inmueble, corretaje, alquiler de departamentos” por años

Años	Reclamos presentados
2011	284
2012	462
2013	425
2014	565
2015	661
2016	888

Fuente: Indecopi, s.f.e.
Elaboración: Propia, 2017.

Anexo 3. Solicitud de acceso a la información pública

A. Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento

"Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú"
"Año de la consolidación del Mar de Grau"

Dirección General de Políticas y
Regulación en Vivienda y Urbanismo
7049
RECIBIDO
Hora: 12

INFORME LEGAL N° 022-2016-VIVIENDA/VMVU-DGPRVU=DV-JACV

A : **ARQ. LUIS O. TAGLE PIZARRO**
Director General
Dirección General de Políticas y Regulación
en Vivienda y Urbanismo

ASUNTO : Atención a consulta formulada por administrada

REFERENCIA : HT - 167555-2016
Memorandum N° 654-2016/VIVIENDA-SG-OAC-AIP

FECHA : Lima, 05 de octubre de 2016

Por medio del presente Informe me dirijo a usted en relación al documento de la referencia a través del cual el Responsable de Acceso a la Información Pública remite la consulta formulada por Jeannette Maritza Sifuentes Espinal, quien solicita que se le indique el acceso para realizar consulta a la central de información de promotores inmobiliarios y/o empresas constructoras de unidades inmobiliarias.

I. BASE LEGAL:

- Ley N° 29203, Ley que crea la central de información de promotores inmobiliarios y/o empresas constructoras de unidades inmobiliarias.
- Reglamento de la Ley N° 29203, Ley que crea la Central de Información de Promotores Inmobiliarios y/o Empresas Constructoras de Unidades Inmobiliarias, aprobado por Decreto Supremo N° 006-2016-VIVIENDA.
- Ley N° 30156 - Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento.
- Decreto Supremo N° 010-2014-VIVIENDA – Aprueban el Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento.

II. ANÁLISIS

Mediante Ley N° 29203, se creó la central de información de promotores inmobiliarios y/o empresas constructoras de unidades inmobiliarias, estableciendo en su artículo 1 que la organización y funcionamiento de dicha central estará a cargo del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento.

A través del Decreto Supremo N° 006-2016-VIVIENDA, se aprueba el Reglamento de la Ley N° 29203, Ley que crea la Central de Información de Promotores Inmobiliarios y/o Empresas Constructoras de Unidades Inmobiliarias, en adelante el Reglamento, el mismo que fue publicado en el diario oficial El Peruano con fecha 22 de junio de 2016.

Ahora bien, la solicitud formulada por la administrada, al amparo de lo regulado en el Texto Único Ordenado de la Ley N° 27806, Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública, aprobado por Decreto Supremo N° 043-2003-PCM, tiene por finalidad que el Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento atienda las siguientes consultas, las cuales pasamos a absolver:



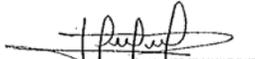
Anexo 3. Solicitud de acceso a la información pública (continúa de la página anterior)

El atención a la primera consulta, sobre proporcionar el acceso a la central de información, es necesario indicar que conforme la quinta Disposición Complementaria Final la Central de Información entrará en funcionamiento en un plazo no mayor de noventa (90) días calendario, contado desde el día siguiente de publicado el Reglamento, por lo cual, a la fecha no es posible acceder a dicha información.

En relación a la solicitud de proporcionar las tablas o data que las entidades informantes hayan remitido, se debe informar que al no estar en funcionamiento la Central de Información, las entidades informantes, indicadas en el inciso d) del artículo 3 del Reglamento, aún no han remitido la información pertinente; por lo tanto, de acuerdo a lo dispuesto en el artículo 13 del Texto Único Ordenado de la Ley N° 27806, Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública, aprobado por Decreto Supremo N° 043-2003-PCM, que dispone que las solicitudes de información no implican que las instituciones de la Administración Pública estén obligadas a crear o producir información con la que no cuenten o no tengan la obligación de poseerla al momento de efectuarse el pedido, esta Dirección no puede atender lo solicitado por la administrada.

Finalmente, respecto a la solicitud de remisión de copias del procedimiento o formato que existen para el tratamiento o procedimiento de la data de las entidades informantes, debemos precisar que los formatos aprobados mediante Resolución Directoral emitida por la DGPRVU, serán distribuidos y publicados al momento de la entrada en funcionamiento de la Central de Información.

Atentamente,



José Antonio Cerón Valdivia
Abogado

El presente informe cuenta con la conformidad del suscrito.



Arq. RUBEN E. SEGURA DE LA PEÑA
Director
Dirección de Vivienda
DGPRVU



Anexo 3. Solicitud de acceso a la información pública (continúa de la página anterior)

Consulta sobre la Central de Información de Promotores Inmobiliarios

	PERÚ	Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento	Viceministerio de Vivienda y Urbanismo	Dirección General de Políticas y Regulación de Vivienda y Urbanismo
---	-------------	--	--	---

"Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú"
"Año de la consolidación del Mar de Grau"

Lima, **29 DIC. 2016**

OFICIO N° 3158-2016-VIVIENDA-VMVU-DGPRVU

Señorita
JEANNETTE MARITZA SIFUENTES ESPINAL
Jr. Enrique Barrón N° 869
Lima.-

Asunto: Consulta sobre Central de Información de Promotores Inmobiliarios

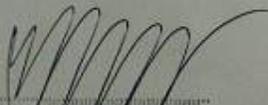
Referencia: (H.T. 195782-2016)

Es grato dirigirme a usted, en relación a la consulta que presentara vía correo electrónico, en la que solicita se le indique la dirección web donde se pueda acceder a la Central de Información de Promotores Inmobiliarios, así como también requiere copia de la Resolución Directoral que aprueba los correspondientes formatos.

Al respecto, debo indicarle que en la actualidad, los proyectos de los formatos vienen siendo evaluados por la Oficina General de Estadística e Informática del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento, para la correcta y debida implementación. Una vez que sean derivados a esta Dirección, se procederá con las coordinaciones respectivas para la emisión de la resolución correspondiente que aprueba los formatos a la brevedad.

Sin otro particular, aprovecho la oportunidad para expresarle las muestras de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente,


Arq. **Luis O. TRUJILLO PIZARRO**
Director General
Dirección General de Políticas y Regulación de Vivienda y Urbanismo

C.C.: Oficina de Atención al Ciudadano

Jr. Casco N° 177 - 2do. Piso
Lima 01, Perú
T 0311-476-9686 - 163 - 167

Anexo 3. Solicitud de acceso a la información pública (continúa de la página anterior)

B. Indecopi

CARGO



"Año de la Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación"

Dirección de la Autoridad Nacional
de Protección del Consumidor
Anexo 3901

07 ABR 2015

CARTA N° 043-2015/DPC-INDECOPI



Señor
LUIS TAGLE PIZARRO
Director General
Dirección General de Políticas y Regulación en Vivienda y Urbanismo
Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento
Jr Cusco N° 177 – 2do piso
Lima, Lima.-

06 de abril de 2015

Referencia: Oficio N° 631-2015-VIVIENDA/VMVU-DGPRVU

De mi consideración:

Tengo el agrado de dirigirme a usted a fin de saludarlo, y dar respuesta a la comunicación de la referencia mediante la cual atendieron las consideraciones remitidas mediante Carta N° 023-2015/DPC-INDECOPI relacionada al proyecto de Decreto Supremo que aprueba el Reglamento de la Ley N° 29203, Ley que crea la Central de Información de Promotores Inmobiliarios y/o Empresas Constructoras de Unidades Inmobiliarias.

En el oficio de la referencia nos manifestaron que las consideraciones que efectuáramos mediante Carta N° 023-2015/DPC-INDECOPI habían sido consideradas en el proyecto de reglamento, por lo que luego de verificar las modificaciones hechas al mismo, manifestamos lo siguiente:

1) Respecto a la información que las entidades informantes deben reportar a la Central (artículo 9° del proyecto)

Las observaciones hechas por el Indecopi se centran en dos aspectos: (i) El proyecto no precisaba que entidades estarían obligadas a proporcionar información respecto a las buenas prácticas de las empresas sujetas a registro en la central; y, (ii) El proyecto no señala para todas las entidades el tipo de información que deberá ser remitida a la Central, por ejemplo en los casos de SBS, SUNARP, SUNAT y SMV. Precisándose que, de no indicarse expresamente qué tipo de información deberá ser reportada por cada entidad, no resultará exigible legalmente el suministro de la información.

De acuerdo al oficio de la referencia y de la revisión del nuevo texto del Proyecto de Reglamento, el numeral 9.2 del mismo precisa que entidades serán las encargadas de remitir la información referida a las Buenas Prácticas, así dicha obligación deberá ser cumplida por: la Superintendencia del Mercado de Valores – SMV, la Cámara Peruana de la Construcción- CAPECO, Cámara de Comercio y Colegios Profesionales.

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú / Telf.: 224 7800
e-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

INDECOPI - UCI
2015-DPC-0000666



Anexo 3. Solicitud de acceso a la información pública (continúa de la página anterior)



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros



Sin embargo, es de tener en cuenta que la información relacionada a "Buenas Prácticas" está circunscrita a los criterios establecidos en el literal b) del artículo 12° del propio proyecto de Reglamento, por lo que si bien se ha establecido que:

- La SMV remitirá: información sobre Buenas Prácticas relacionadas con la frecuencia y calidad de las transacciones comerciales, sanciones impuestas respecto al ámbito de su competencia.
- La CAPECO remitirá: información sobre Buenas Prácticas relacionadas con la certificación CAPECO.
- Las cámaras de comercio remitirán: información sobre Buenas Prácticas relacionadas con el ámbito de su competencia.
- Los colegios profesionales remitirán: información sobre Buenas Prácticas relacionadas con premios y condecoraciones otorgados; así como, respecto a su habilitación profesional y las sanciones impuestas.

Consideramos que dicha redacción no resulta precisa para los fines que persigue la Central, toda vez que:

- a) SMV: ¿A qué se hace referencia cuando se solicita información sobre "frecuencia" y "calidad" de las transacciones comerciales? ¿A qué tipo de transacciones comerciales se hace referencia en el marco de las funciones de la SMV? ¿Cuál es el criterio para establecer la "calidad" de una transacción comercial?

De otro lado, teniendo en cuenta la definición establecida en el artículo 3° del proyecto ¿qué sanciones podría imponer la SMV en el marco de sus competencias a un Promotor Inmobiliario y/o Empresa constructora por una infracción "en el ejercicio de sus actividades de construcción y de promoción"?

- b) La CAPECO: Si bien la certificación CAPECO si resulta una información objetiva que refleje Buenas Prácticas, la redacción del literal h) del numeral 9.2 del Reglamento precisa que CAPECO deberá remitir "información sobre Buenas Prácticas relacionadas con la certificación CAPECO", no quedando claro si corresponde a CAPECO remitir los nombres de las empresas que cuentan con su certificación o si deberá remitir otra información "relacionada con la certificación", información "relacionada" que el Proyecto no precisa.



- c) La Cámaras de Comercio: En tanto la información sobre buenas prácticas se circunscribe a los criterios determinados en el literal b) del artículo 12° del Proyecto, debe indicarse con precisión qué información con la que puedan contar las cámaras de comercio deberá ser remitida a la Central.

- d) Colegios Profesionales: No se precisa a la habilitación profesional de quienes se está haciendo referencia, toda vez que la Central recoge información del Promotor Inmobiliario y/o Empresa constructora. ¿De los representantes legales? ¿De los profesionales que participan en el proyecto?

De otro lado, el Ministerio no incluye dentro del texto del referido numeral 9.2 del proyecto de Reglamento el tipo de información que deberá ser remitido por entidades como: SBS, SUNARP y SUNAT (el caso de SMV ha sido desarrollado

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prasa 104, San Borja, Lima 41 - Perú / Telf: 224 7800
e-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

Anexo 3. Solicitud de acceso a la información pública (continúa de la página anterior)



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

en literal a) precedente), ni cumple con sustentar en el oficio de la referencia por qué no acoge la observación hecha por el Indecopi.

Adicionalmente, el Proyecto menciona que la SBS deberá remitir información sobre las sanciones impuestas en el ámbito de su competencia, por lo que teniendo en cuenta la definición de sanción desarrollada en el artículo 3° del Proyecto de Reglamento, deberá determinarse que sanciones pueden ser impuestas por la SBS a un Promotor Inmobiliario y/o Empresa Constructora "en el ejercicio de sus actividades de construcción y de promoción".

Por las razones expuestas consideramos que la modificación realizada al Proyecto no recoge las preocupaciones manifestadas por el Indecopi en la Carta N° 023-2015/DPC-INDECOPI, persistiendo las mismas de acuerdo a lo desarrollado.

2) Del contenido de la información detallada en la Central (artículo 12° del proyecto)

Lo observado por el Indecopi en este punto se encuentra referido a que si bien el artículo 12° del Proyecto de Reglamento indica que la información que contenga la central incluirá la frecuencia y calidad de las transacciones comerciales, indicadores de calidad, cumplimiento de las normas técnicas, certificaciones, acreditaciones, reconocimientos a su labor, etc, no se cumplió con especificar ni las entidades que brindarían la información ni el procedimiento a seguir para obtenerla.

En este punto, conforme a lo desarrollado extensamente en el numeral 1) de la presente Carta, entendemos que la preocupación manifestada por el Indecopi no ha sido absuelta.

3) Sobre la periodicidad de la remisión de la información

Al respecto el Indecopi considera que es importante establecer un plazo de remisión de información a la Central por parte de las entidades encargadas de suministrarla, permitiéndose así: (i) remisión programada de información por parte de las entidades; y, (ii) se garantiza al usuario el acceso a una información actualizada hasta determinada fecha en todos los aspectos relacionados a la información de la central.

En este punto, en el oficio de la referencia se nos manifiesta que se ha previsto en el primer párrafo del numeral 9.2 del proyecto, el plazo con el que contarán las entidades informantes para cumplir con la remisión de la información: diez (10) días hábiles de recibida la solicitud.



Es pertinente precisar que la preocupación del Indecopi no se encontró relacionada a la existencia de un plazo contado en días hábiles con los que pudiera contar la entidad informante para remitir la información a la Central luego de que le sea solicitada por esta, sino a la existencia de un plazo de remisión que permita cumplir con los criterios establecidos en el primer párrafo del presente numeral, es decir la existencia de fechas límites durante el año (por ejemplo 31 de marzo, 30 de junio, 30 de setiembre, 31 de diciembre, etc) para que todas las entidades informantes puedan hacer llegar la información que le corresponda, lo que evidentemente permitirá (i) una programación por parte de cada una de las

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prota 104, San Borja, Lima 41 - Perú / Telf.: 224 7800
e-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

Anexo 3. Solicitud de acceso a la información pública (continúa de la página anterior)



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

entidades informantes; y, (ii) que el consumidor que acceda a la información sepa hasta que fecha se encuentra actualizada la información a la que accede en la Central. Así por ejemplo, de decidirse como primera fecha límite el 31 de marzo de cada año, un consumidor que acceda a la Central el 28 de mayo, podrá ser informado que la información ahí registrada se encuentra actualizada al 31 de marzo.

Toda vez que la inclusión de un plazo administrativo de respuesta por parte de la entidad informante no cumple con los criterios que preocupan al Indecopi, entendemos no atendida nuestra observación.

Sin otro particular, agradeciendo anticipadamente la atención brindada a la presente, reiteramos nuestra disposición a continuar con las coordinaciones que coadyuven a la redacción del proyecto final de Decreto Supremo que apruebe el Reglamento de la Ley N° 29203, quedo de usted.

Atentamente,

Anahí Chávez Ruesta
Directora
Dirección de la Autoridad Nacional
de Protección del Consumidor

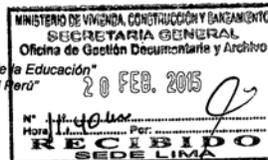
Anexo 3. Solicitud de acceso a la información pública (continúa de la página anterior)

CARGO



"Año de la Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación"
"Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú"

Dirección de la Autoridad Nacional
de Protección del Consumidor
Anexo 3901



CARTA N°023 -2015 /DPC-INDECOP

Lima, 18 de febrero del 2015

Señor
Arq. Luis Tagle Pizarro
Dirección General de Políticas y Regulación en Vivienda y Urbanismo
Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento
Jr. Cusco N° 177 – 2do piso
Lima 01

Referencia: Oficio N° 115-2015-VIVIENDA/VMVU-DGPRVU

De mi consideración:

Tengo el agrado de dirigirme a usted, en relación a la comunicación de la referencia, mediante el cual atiende las consideraciones remitidas mediante Carta N° 0791-2014-PRE-INDECOP relacionadas a comentarios al proyecto de Decreto Supremo que aprueba el Reglamento de la Ley N° 29203, Ley que crea la Central de Información de Promotores Inmobiliarios y/o Empresas Constructoras de Unidades Inmobiliarias.

Sobre el particular le indicamos que el Indecopi promueve las iniciativas que pretendan dotar a los consumidores de herramientas eficaces para la protección de sus derechos; por ello consideramos positiva la implementación de la mencionada Central dado que podrá coadyuvar a los consumidores a efectuar adecuadas decisiones de consumo que se ajusten a sus intereses.

No obstante, a fin de asegurar que la Central cumpla con los objetivos perseguidos plasmados a la Ley 29203 Ley que crea la Central de Información de Promotores Inmobiliarios y/o empresas constructoras de Unidades Inmobiliarias, le manifestamos lo siguiente:

1) Respecto a la información que las entidades informantes deben reportar a la Central (artículo 9° del proyecto).

- Sobre este punto el proyecto a pesar de incluir la definición de buenas prácticas no precisaba que entidades estarían obligadas a proporcionar dicha información.

Ante ello, su oficio señala que "en el numeral 9.2 se indican cuáles son las entidades que deben suministrar información a solicitud de Vivienda relacionada a los promotores inmobiliarios y/o empresas constructoras de unidades inmobiliarias. Entre estas entidades se encuentran la Cámara Peruana de Construcción –CAPECO, las Cámaras de Comercio, los Colegios Profesionales de Arquitectos e Ingenieros, entre otras; además podrán proporcionar información sobre premios, condecoraciones y habilitaciones.

(..)

Por lo que serán las entidades correspondientes descritas en el numeral 9.2 y los propios promotores inmobiliarios y/o empresas constructoras los que brindarán información sobre las buenas prácticas de estos últimos.



INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú / Telf.: 224 7800
e-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

Anexo 3. Solicitud de acceso a la información pública (continúa de la página anterior)



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

Al respecto, le manifestamos que si bien efectivamente las entidades informantes están mencionadas en el artículo 9º no se indica en este artículo ni en ninguno del proyecto de manera expresa la entidad o entidades que deberán reportar las buenas prácticas, no pudiendo entenderse o interpretarse tácitamente qué entidades estarían obligadas a remitir la mencionada información.

- De otro lado, el proyecto no señala para el caso de todas las entidades el tipo de información que deberá ser remitida al Ministerio. Por ejemplo, para los casos de la SBS, SUNARP, SUNAT y SMV el proyecto indica que remitirán información en general o respecto al ámbito de su actividad.
- Así, al señalarse que la SUNAT debe remitir "Información General con cumplimiento de la reserva tributaria" esta podría referirse a información de empresas constructoras e inmobiliarias tan vasta como: procesos de ejecución coactiva, recursos impugnatorios, deudas tributarias, información de la Ficha RUC, declaraciones informativas, declaraciones simplificadas, procedimientos aduaneros, etc. De igual forma la información de la SUNARP referida a "información general que obre en el Registro correspondiente" puede implicar la remisión de la información de las citadas empresas referidas al Registro de Personas Jurídicas, Registro de Propiedad Inmueble, Registro Vehicular o del Registro de Mandatos y Poderes.
- Consideramos que las imprecisiones descritas pueden ocasionar que la Central posea información que podría ser en muchos casos poco o nada relevante para los usuarios o incluso excesiva lo que podría generar confusión en los usuarios.

Asimismo, de no indicarse expresamente y de manera específica dentro del Reglamento qué tipo de información deben reportar cada una de las entidades, no podría ser exigible legalmente el suministro de dicha información. Este aspecto adquiere además especial relevancia teniendo en cuenta que el proyecto establece responsabilidad administrativa, civil y penal para los funcionarios y entidades informantes sobre la información que suministren a la central.¹

2) Del contenido de la información detallada en la Central (artículo 12º del proyecto)

- Al respecto, el artículo 12º del Proyecto señala que la información contenida en la Central sobre los promotores inmobiliario y/o empresas constructoras comprenderá la actividad de las mismas señalándose frecuencia y calidad de transacciones comerciales, indicadores de calidad, cumplimiento de las normas técnicas, certificaciones, acreditaciones, reconocimiento a su labor, etc. Sobre el particular manifestamos en la citada carta que el proyecto no especificaba ni las entidades que brindarían la información ni el procedimiento a seguir para obtenerla.



¹ Guía Técnica Legislativa para Elaboración de Proyectos normativos de las Entidades del Poder Ejecutivo. Ministerio de Justicia y Derechos Humano. 2013. 1era Edición. 54 p.

1.5. Principios básicos para la formulación de una propuesta normativa La formulación de una propuesta normativa debe sujetarse a los siguientes principios básicos :

(...)

Debe asegurar una lectura inequívoca del texto: Se debe asegurar que el texto permita una interpretación unívoca de su contenido, tanto por parte de los ciudadanos como de los aplicadores del Derecho. Esta es una condición sine qua non para garantizar los derechos elementales de seguridad jurídica y de igualdad ante la ley. Por ello, el texto debe ser redactado en un lenguaje claro y sencillo; ser estructurado y organizado de una manera adecuada; y especificar quién es el destinatario de la ley, cuál es el objetivo a alcanzar y de qué manera esto se llevará a cabo. En suma, se debe seguir las reglas de técnica legislativa establecidas en el ordenamiento.

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú / Telf.: 224 7800
e-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

Anexo 3. Solicitud de acceso a la información pública (continúa de la página anterior)



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

- Respecto a este punto, el oficio remitido señala que CAPECO, SBS, y otras instituciones públicas o privadas que posean información acorde a los fines de la Central, serán quienes brinden dicha información. Incluso, adicionalmente, los colegios profesionales y los propios promotores podrán ingresar información relacionada con estándares de calidad en concordancia con el numeral 9.2 y el artículo 16° del Reglamento.
- Respecto a este artículo, mantenemos lo comentado líneas arriba -vale decir- la falta de precisión respecto a qué información debe remitir cada entidad informante. Ello puede generar confusión respecto a las obligaciones que tienen cada una de las entidades informantes trayendo como consecuencia que muchas de ellas incumplan con remitir la información solicitada al no existir una norma legal que expresamente las obligue, lo cual sería originado por la falta de claridad del Registro

3) Sobre la periodicidad de la remisión de la información

- Al respecto, resaltamos el hecho de que el Reglamento no menciona la periodicidad del envío de la información de las entidades informantes al Ministerio. Sobre este punto su representada señala que *en el desarrollo del procedimiento que se propone reglamentar, VIVIENDA requerirá en plazos que permitan el ingreso de la información en forma ordenada y sin retrasos.*
- Sobre este punto consideramos importante establecer un plazo de remisión de la información, ello a fin de que las entidades informantes puedan remitir la información de manera programada y por tanto esta se encuentre disponible de manera oportuna para los usuarios.
- El establecer un plazo de remisión podrá garantizar al usuario el acceso a una información actualizada hasta determinada fecha en todos los aspectos relacionados a la información de la central.
- Asimismo, de optarse por determinar el plazo de remisión en otra norma de menor jerarquía- en este caso una Resolución Ministerial- esta opción debería estar expresamente indicada dentro del proyecto de Decreto Supremo

Sin otro particular, reitero los sentimientos de mi mayor consideración y estima, agradeciendo anticipadamente la atención brindada a la presente.

Anahí Chávez Ruesta
Directora
Dirección de la Autoridad Nacional
de Protección del Consumidor

ACR/rut

Anexo 4. Guía para entrevistas

Dirigida a: Órganos resolutivos (funcionarios)

Objetivo: Conocer las principales acciones y percepciones que Indecopi ha realizado o realiza para proteger los derechos de los consumidores/clientes ante la presencia de conductas comerciales ilícitas por parte de empresas proveedoras inmobiliarias.

PREGUNTAS GUÍA

1. ¿Cuál considera es el impacto de las conductas infractoras que algunas empresas inmobiliarias realizan contra consumidores de Lima Metropolitana?
2. ¿De qué manera indecopi está enfrentando estas conductas infractoras?
3. ¿Qué tipo de recursos Indecopi ha puesto a disposición de los consumidores en Lima Metropolitana para que puedan solucionar sus problemas con las empresas inmobiliarias?
4. ¿Cuáles serían los incentivos por los cuales las empresas inmobiliarias deciden adoptar conductas infractoras perjudicando a sus clientes?
5. De su experiencia ¿cuáles son los criterios y agravantes más recurrentes en los casos contra empresas inmobiliarias?
6. ¿Cree usted que las acciones que ha realizado o realiza el Indecopi para proteger los derechos de los consumidores son reconocidas por ellos o por la opinión pública?
7. Desde la perspectiva de la cantidad de multas impuestas entre todos los sectores económicos, ¿en qué posición se encuentra el sector inmobiliario? (¿el más multado, el segundo o tercero más multado?)
8. Dentro de las multas impuestas por incumplimiento de medida correctiva, ¿en qué posición se ubican las del sector inmobiliario?
9. ¿Qué cambios legales o de procedimientos serían necesarios para que Indecopi pueda lograr un mayor impacto en las empresas inmobiliarias que realizan conductas ilícitas?
10. Si la finalidad es lograr un real cambio en la conducta de las empresas infractoras, a partir de su percepción ¿considera usted que la multa es la única opción para hacerlo? ¿Existe o conoce cuáles son las evidencias de que las multas disuaden a las empresas infractoras?
11. En caso, considere que la multa no es el único mecanismo para disuadir a las empresas inmobiliarias que cometan infracciones, ¿podría sugerir alguno, en términos generales?
12. Considera Ud. que, mejorando los procesos de trabajo de la ejecución coactiva, ¿aumentaría el impacto de las multas impuestas en las empresas inmobiliarias?
13. ¿Existe alguna acción que desde los OR se podría realizar para coadyuvar a mejorar la ejecución coactiva?
14. Según su experiencia, ¿cuál es el perfil de las empresas inmobiliarias que infringen normas de protección al consumidor?

Anexo 4. Guía para entrevistas (continúa de la página anterior)

Dirigida a: Empresas Constructoras

Objetivo: Conocer las percepciones de las empresas constructoras acerca del papel de Indecopi en el cumplimiento para proteger los derechos de los consumidores/clientes ante la presencia de conductas comerciales ilícitas

PREGUNTAS GUÍA

1. ¿Considera que existen empresas constructoras en Lima Metropolitana que realizan conductas comerciales ilícitas en sus clientes? Si fuera afirmativa su respuesta ¿por qué cree que se produce esto?
2. De su experiencia ¿cuáles son los mecanismos disponibles por los clientes para evitar que se produzcan estas conductas comerciales ilícitas?
3. ¿Qué tipos de problemas o conductas comerciales ilícitas se producen con mayor frecuencia entre clientes y empresas constructoras?
4. ¿Cuáles son los criterios o cuidados que deben tener en cuenta los clientes de empresas constructoras para evitar ser víctimas de problemas o fraudes con ellas?
5. En su opinión ¿cree usted que el Indecopi protege los derechos de los consumidores frente a las conductas infractoras que algunas empresas constructoras realizan?
6. ¿Cuál es su opinión de la actuación del Indecopi para solucionar los problemas que surgen entre consumidores y las empresas constructoras?
7. ¿Considera apropiado que el Indecopi impongan multas como factor disuasivo de conductas comerciales ilícitas en el mercado inmobiliario?
8. ¿Cómo cree que se puede incentivar para que las empresas constructoras no realicen conductas infractoras?
9. ¿Cree que las multas que impone el Indecopi disuaden a las empresas inmobiliarias a cometer ilícitos comerciales?
10. Considera Ud. que la ejecución coactiva de las multas impuestas por el Indecopi ¿surten efecto disuasivo y/o son eficaces para cambiar el comportamiento de algunas empresas infractoras?
11. Considera Ud. que, mejorando los procesos de trabajo de la ejecución coactiva, ¿aumentaría el impacto de las multas impuestas en las empresas inmobiliarias?
12. En caso, considere que la multa no es el único mecanismo para disuadir a las empresas inmobiliarias que cometan infracciones, ¿podría sugerir alguno, en términos generales?
13. ¿Considera apropiado que el Indecopi establezca una alianza o acuerdo con las entidades representantes de las empresas constructoras para fomentar la protección de los derechos de los consumidores?
14. ¿Cree Ud. Que un mayor acercamiento del Indecopi hacia las empresas constructoras serviría de apoyo para reducir las malas prácticas comerciales que perjudican a los consumidores?

Anexo 5. Lineamientos para una guía del consumidor inmobiliario

OBJETIVO

Orientar a los ciudadanos sobre las acciones que deben realizar al adquirir un inmueble, debiéndose informar oportunamente con la finalidad de evitar problemas posteriores.

ALCANCE

El presente documento es administrado por la Sala Especializada en Protección al Consumidor, Comisión de Protección al Consumidor del Indecopi, que dará cumplimiento a las acciones correspondientes para que el ciudadano se encuentre informado al adquirir un inmueble.

Quién es un consumidor: Las personas naturales o jurídicas que adquieren, utilizan o disfrutan como destinatarios finales productos o servicios materiales e inmateriales, en beneficio propio o de su grupo familiar o social, actuando así en un ámbito ajeno a una actividad empresarial o profesional.

DESCRIPCIÓN DE LA GUÍA

1.1 Problemas al adquirir un inmueble

En primer lugar, al adquirir un inmueble es imprescindible saber qué se busca, dónde y de cuánto dinero se dispone. Hacer una pequeña lista de lo que se busca y así se ir descartando inmuebles que no cumplen con las expectativas del consumidor.

Algunos problemas más frecuentes al adquirir un inmueble:

- Los consumidores no conocen que documentos que deben exigir a las empresas inmobiliarias.
- Los consumidores no conocen términos jurídicos y suscriben contratos o pre contratos que van en contra de sus intereses.
- Los consumidores no conocen de las obligaciones postventa de las empresas inmobiliarias.
- Las empresas inmobiliarias solicitan datos bancarios o información personal por Internet.
- Las empresas inmobiliarias entregan volantes de ofertas de inmuebles con ciertas características que finalmente no se cumplen y el resultado es tener problemas, tales como: incumplimiento contractual respecto de lo ofrecido, la no entrega del producto, entrega fuera de plazo, idoneidad.

1.2 Recomendaciones para la adquisición de un inmueble

Recomendaciones:

- Cuando se va a adquirir un inmueble en planos, un bien futuro que no existe realmente y que está en ejecución, es necesario obtener más información como la relación de acabados, la memoria descriptiva, la licencia de construcción, solvencia de la empresa, exigir un aval a la empresa constructora que garantice los pagos a cuenta que se harán.
- Realizar la búsqueda del Certificado Registral Inmobiliario emitido por la Sunarp, donde precise el nombre de los propietarios del inmueble, las características del mismo, entre otros datos, con la finalidad de confirmar que la persona que está construyendo tenga el derecho de vender el inmueble. Averiguar los antecedentes de otros proyectos de la empresa constructora.
- Revisar minuciosamente el contrato, minuta de compra-venta (medidas del departamento, estacionamiento, que las áreas comunes estén debidamente detalladas, plazo de entrega, condiciones de venta)

Anexo 5. Lineamientos para una guía del consumidor inmobiliario (continúa de la página anterior)

- Consultar al Indecopi, Infocorp o la Superintendencia Nacional de Bienes Estatales para saber el récord de comportamiento de las empresas ante las instituciones financieras.
- Informarte a través de la página web “Mira a quién le compras”, que se encuentra en el portal institucional de Indecopi (www.indecopi.gob.pe), donde aparecen las empresas inmobiliarias que han sido sancionadas por dicha institución.
- El ciudadano debe verificar que la empresa inmobiliaria cuente con dos características principales: que el proyecto se encuentre financiado con un banco y que su trayectoria en el mercado sea mayor a cinco años. Adicionalmente deben tener un servicio postventa que incluya el trámite de titulación. Debe acercarse al banco y confirmar que la empresa efectivamente trabaja con la entidad.
- Es recomendable separar el inmueble con un monto mínimo y conforme se vayan realizando los avances, ir pagando la inicial.
- Acudir a los expertos en el tema, como agentes inmobiliarios, para buscar su asesoría, sobre todo en los aspectos legales.
- Cuando se adquiere un inmueble que ya ha sido habitado, se debe averiguar la inexistencia de embargos ante la Sunarp. En este caso, lo más importante es corroborar que las personas que ofrecen el inmueble tienen todo el derecho a venderlo.
- Una vez entregado el inmueble, revisar minuciosamente los acabados y las condiciones que se acordaron con la empresa, con la finalidad de exigir lo que no se encuentre de acuerdo.

Denuncias por quejas:

- Si luego de la adquisición del inmueble, tuviese alguna queja, debe acercarse al Indecopi y presentar una denuncia ante la Comisión de Protección al Consumidor.
- Sus reclamos se pueden presentar llamando al 224-7777, o al teléfono gratuito 0-800-4-4040, o escribiendo al correo electrónico sacreclamo@indecopi.gob.pe

Como se sabe, adquirir un inmueble es, sin duda, una de las mejores inversiones que una persona puede realizar y que implica -en algunos casos- un endeudamiento a futuro. Por ello, cualquier medida de seguridad y verificación que se pueda realizar nunca estará de más.

“Todos los días no se adquiere un inmueble, tome las medidas correspondientes para que su sueño no se convierta en una pesadilla”.

NEGOCIOS
25 años

REPORTAJE DE CAPECO

Sube preferencia de limeños por comprar viviendas en planos



Decisión. Comprar a través de un agente inmobiliario permite elegir número de plantas, acabados y otros.

—Clientes acceden así a propiedades de mejores precios. Tener a vivir en edificios nuevos con mejores condiciones en la capital. Cerca de un tercio de viviendas de tenerse listo.

ANEXOS COMO UN JARDÍN
compartir comodidades con los vecinos

Al iniciar la búsqueda de una vivienda, cada vez más limeños consideran que elegir una etapa previa a las obras puede ser una opción acertada. Así, al cierre del 2015, la compra en planos se convirtió en la preferida por el 58% de los compradores, según la Cámara Peruana de la Construcción (Capeco).

Por su parte, la demanda de viviendas ya construidas descendió de 37% a 33%.

Y aunque la venta en planos beneficia a los compradores con comodidades y precios bajos y les brinda flexibilidad, existen mejores opciones financieras en el proyecto. Además, el reportaje afirma que la preferencia por viviendas nuevas no condiciona la búsqueda de un sistema de protección a riesgos.

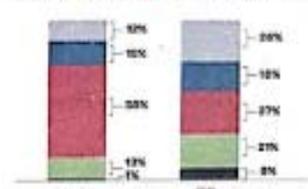
Tendencias
 De otro lado, Capeco registró un aumento en la poca posición a ocupar por cada vez más el sector edificado multifamiliar. La tendencia es favorecerlo por el menor precio y la visión de inversión que se contempla en los edificios.

Además, varió la preferencia respecto al tamaño de las viviendas, pues la demanda de unidades de más de 300

Cerámicas importadas ganan terreno en mercado

La reinvención de la actividad constructiva no afectó el consumo de baldosas cerámicas en los últimos años debido, en parte, a la demanda para el mejoramiento de viviendas y reposición de acabados. En esta oportunidad, los productos importados vieron su participación crecer, mientras que los fabricados nacionalmente han experimentado la fuerte incidencia de las nuevas condiciones de exportación. Así, las ventas nacionales cayeron un 48% en el 2015 y, al cierre del mes de marzo, representaron el 47,3% de la producción local; y la importación creció 18,9% (Cronómetro a su vez informó que en los últimos 6 años, mientras los precios suben en un rango por debajo de la inflación,

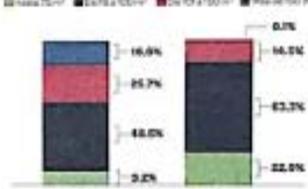
PREFERENCIA DE LA DEMANDA EFECTIVA POR EL NÚMERO DE PLANTAS EN UNA METROPOLITANA 2015 Y 2016



Categoría	2015 (%)	2016 (%)
1-2 plantas	1%	2%
3-4 plantas	13%	17%
5-6 plantas	38%	37%
7-9 plantas	18%	18%
10 plantas o más	28%	26%

FUENTE: CAPECO

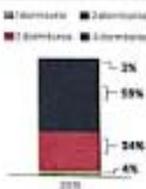
PREFERENCIA DE LA DEMANDA EFECTIVA POR ÁREA DE EDIFICACIÓN DE LAS VIVIENDAS EN UNA METROPOLITANA 2015 Y 2016



Categoría	2015 (%)	2016 (%)
25-50 m²	32%	22%
51-75 m²	48%	62%
76-100 m²	16%	14%
101-150 m²	4%	0%

FUENTE: CAPECO

PREFERENCIA DE LA DEMANDA EFECTIVA POR EL NÚMERO DE DOMINIOS



Categoría	2015 (%)	2016 (%)
1 dominio	4%	2%
2 dominios	24%	5%
3-4 dominios	59%	92%
5-6 dominios	13%	1%

FUENTE: CAPECO

INTERÉS DE LOS DOMINANTES EFECTIVOS POR COMPARTIR EL SERVICIO DE GASTAJERÍA



Respuesta	2015 (%)	2016 (%)
SI	62%	56%
NO	38%	44%

FUENTE: CAPECO

GOURMET

¡CELEBRA!

¡Infórmate pronto para obtener el mejor precio con la oferta especial!

Al Jantar Diner 100
 100 platos
 100 bebidas
 100 minutos

C.C. Plaza de Armas
 100 platos
 100 bebidas
 100 minutos

MAYAN TUNAN

El reporte revela una creciente preferencia por los acabados cerámicos en los más de 2.000 departamentos por vivienda, probablemente, por la suma de segmentos como personas solas y parejas sin hijos.

Acabados y servicios
 El reporte revela una creciente preferencia por los acabados cerámicos en los

más de 2.000 departamentos se redujo a 62%. Ahora, el promedio bajó de 2.03 a 2.01 departamentos por vivienda, probablemente, por la suma de segmentos como personas solas y parejas sin hijos.

El interés de los demandantes efectivos por compartir el servicio de catering en las nuevas viviendas se consolidó. Ahora, el 62% espera tener el servicio.

Fuente: Diario Gestión, 2016d.

Nota biográfica

Miguel Justo Arista Palomino

Nació en Bellavista, el 24 de marzo de 1979. Abogado colegiado, egresado de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega. Cuenta con estudios de maestría concluidos en Derecho Procesal en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos; un Post Título en Derecho Civil Patrimonial en la Pontificia Universidad Católica del Perú, y un diploma en Tributación de la Escuela de Post Grado de la Universidad de Lima. Tiene más de 14 años de experiencia profesional en el sector público, ha trabajado en la SUNAT como fedatario fiscalizador y a partir del 2005 ha servido para el Indecopi. Desde fines del 2013 desempeña el cargo de sub gerente de Ejecución Coactiva del Indecopi.

Jeannette Sifuentes Espinal

Nació en Lima, el 11 de abril de 1975. Licenciada en Administración de Empresas de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP). Cursó estudios de Postgrado en Contrataciones del Estado en la Universidad Continental, y en el Programa de Especialización en Gestión y Finanzas Públicas en la Escuela de Postgrado de la Universidad del Pacífico. Tiene 17 años de experiencia laboral en el sector público, con especialización en contrataciones del estado. Trabajó en el Seguro Social de Salud (EsSalud) por más de 12 años como analista de contrataciones y jefe de División en la Sub Gerencia de Adquisiciones de la Sede Central. Actualmente se desempeña como ejecutivo 1 de la Sub Gerencia de Logística y Control Patrimonial del Indecopi, supervisando las contrataciones de bienes y servicios de dicha entidad.

Elva Milagros Urbano Jiménez

Nació en Lima, el 30 de enero de 1968. Economista egresada de la Universidad Nacional del Callao (UNAC), cuenta con un Diploma en Gerencia de la Administración Pública de ESAN y un Diplomatura en Investigación Policial en el Nuevo Código Procesal Penal de la DIRINCRI Policía Nacional del Perú (PNP)-Sembrando Valores-Universidad Ricardo Palma, así como estudios en Derecho y Ciencias Políticas en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Tiene 20 años de experiencia profesional en el sector público, privado y organismos internacionales. Ha trabajado en la Organización Internacional del Trabajo (OIT); en los últimos cinco años se desempeñó como ejecutivo 1 en la Presidencia del Consejo Directivo de Indecopi, implementando mejoras en la gestión, desarrollo organizacional y gestión de personal.