

**FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIA POLÍTICA  
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE DERECHO**

**TESIS**

**PUBLICIDAD REGISTRAL Y EL DERECHO DE  
INCLUSION SOCIAL EN EL AÑO 2015 EN LA ZONA  
REGISTRAL N° IX-SEDE LIMA**

**PRESENTADO POR:**

**BR.**

**EMILY HELEN ALEMAN RODRIGUEZ**

**ASESORES:**

**DR. GODOFREDO JORGE CALLA COLANA  
MG. HADA CONSUELO SIFUENTES MINAYA DE CASTILLO**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE ABOGADO**

**LIMA, PERÚ**

**2017**

**DICTAMEN DE EXPEDITO DE TESIS N° 042-T- 2017-OIYPS-FDYCP-UAP**

Visto, el Oficio N° 143 -2017-OGYT-FDYCP-UAP, de fecha 15.08.2017 de la Oficina de Grados y Títulos, en el que se solicita la revisión final de trabajo de Investigación presentado por la bachiller **EMILY HELEN ALEMAN RODRIGUEZ**, a fin que se declare expedito para sustentar la tesis titulada **“PUBLICIDAD REGISTRAL Y EL DERECHO DE INCLUSIÓN SOCIAL EN EL AÑO 2015 EN LA ZONA REGISTRAL N° IX – SEDE LIMA”**

**CONSIDERANDO**

Que, las disposiciones normativas relacionadas con las funciones de la Oficina de Investigación de la Escuela Profesional de Derecho de la Facultad de Derecho y Ciencia Política de la Universidad Alas Peruanas, comprenden el Reglamento de Investigación Científica aprobado por Resolución N° 904-2000 de fecha 15/09/2000) y el Reglamento de Grados y títulos aprobado por Resolución N° 991-2001 de fecha 25/07/2001).

Que, de la revisión de la tesis, se aprecia que esta cuenta con el informe del asesor metodólogo Dr. Godofredo Calla Colana, de fecha 11 de agosto de 2017, y el informe del asesor temático Mg. Hada Sifuentes Minaya de Castillo, de fecha 11 de agosto de 2017, informes que señalan que la tesis ha sido desarrollada conforme a las exigencias requeridas para el trabajo de investigación correspondiente al aspecto temático y procedimiento metodológico.

**DICTAMEN**

Atendiendo a estas consideraciones y al pedido del bachiller **EMILY HELEN ALEMAN RODRIGUEZ**, esta Jefatura **DECLARA EXPEDITA LA TESIS**; titulada **“PUBLICIDAD REGISTRAL Y EL DERECHO DE INCLUSIÓN SOCIAL EN EL AÑO 2015 EN LA ZONA REGISTRAL N° IX – SEDE LIMA”** “debiendo la interesada continuar y cumplir con el proceso y procedimiento para que se le programe el examen oral de sustentación de Tesis.

La Victoria, 18 de agosto de 2017



**UNIVERSIDAD  
ALAS PERUANAS**  
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIA POLITICA  
ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO

.....  
Dra. FELISA ELVIRA MUÑOZ OSORIO  
Jefa de Investigación y Proyección Social

## INFORME N° 006-GJCC-T-2017

**AL :** Dr. Ricardo Alfredo Díaz Bazán Ph.d  
Decano de la Facultad de Derecho y Ciencia Política

**DE :** Dr. Godofredo Jorge Calla Colana  
Docente Asesor  
Código N° 045140

**REFERENCIA:** Resolución Decanal N°1777-2017-FDYCP-UAP

**ASUNTO :** Asesoría temática: Tesis

**BACHILLER :** **ALEMAN RODRIGUEZ, EMILY HELEN**  
Título: “Publicidad registral y el derecho de inclusión social en el años 2015 en la Zona Registral N° IX-Sede Lima”

**FECHA :** 11 de agosto de 2017

---

Tengo el agrado de dirigirme a Usted, con relación a la referencia, a fin de hacer de vuestro conocimiento el presente informe, la evaluación de los aspectos de forma y fondo:

### 1. DE LOS ASPECTOS DE FORMA

Se ha considerado la **Resolución Vicerrectoral N° 2342-2013-VIPG-UAP**, que regula la estructura del proyecto de Tesis, la estructura de la Tesis, y que hace referencia a las **normas del APA**.

### 2. DE LOS ASPECTOS DE FONDO

#### TÍTULO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Con relación al título del tema de investigación consideramos que este reúne los requisitos fundamentales establecidos, de acuerdo a las exigencias de la universidad por lo cual debe quedar expedito para la sustentación.

#### DEL CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

##### – Descripción de la realidad problemática

El alumno describe en forma objetiva y coherente la realidad del problema que se ha investigado, ya que de una manera específica va señalando los hechos, los acontecimientos que están en el entorno social y jurídico, reconociendo los datos empíricos e intelectuales, ubicándose en un contexto geopolítico, socioeconómico, histórico y político.

##### – Justificación e importancia de la investigación

La investigación analizó y esclareció la incidencia de la Publicidad Registral y el Derecho de Inclusión Social. La información recogida es fehaciente y útil, porque ello es esencial para el desarrollo del país,

porque permite esclarecer, fundamentar los hechos y realidades acontecidas, por ello es esencial saber y conocer la incidencia de la Publicidad Registral en el Derecho de Inclusión social.

## EL CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

### – Antecedente de la Investigación

#### – Bases Teóricas

Las bases teóricas de esta investigación se desarrollaron sobre las teorías de los sistemas registrales y los principios del registro en el país. Estas teorías permiten promover una política de inclusión social centrada en resultados, que permitirá renovar la confianza de la población hacia el Estado

#### – Bases Legales.

Declaración universal de los derechos humanos que considera que la libertad, la justicia y la paz en el mundo tienen por base el reconocimiento de la dignidad intrínseca y de los derechos iguales e inalienables de todos los miembros de la familia humana; que el desconocimiento y el menosprecio de los derechos humanos han originado actos de barbarie ultrajantes para la conciencia de la humanidad, y que se ha proclamado, como la aspiración más elevada del hombre, el advenimiento de un mundo en que los seres humanos, liberados del temor y de la miseria, disfruten de la libertad de palabra y de la libertad de creencias; así como que es esencial que los derechos humanos sean protegidos por un régimen de Derecho, a fin de que el hombre no se vea compelido al supremo recurso de la rebelión contra la tiranía y la opresión

Resolución del superintendente nacional de los registros públicos N° 281-2015-SUNARP/SN  
Reglamento del Servicio de Publicidad Registral El reglamento tiene por objeto establecer los requisitos de la publicidad formal, el procedimiento y las demás formalidades necesarias para su expedición, así como los efectos de la publicidad material.

### – Definición de Términos Básicos

Se consignan los términos de investigación más importantes de la investigación.

## DEL CAPÍTULO III: PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

### – Discusión de Resultados

En cuanto se refiere a los resultados y a los cuestionarios que son consignadas en gráficos, muy bien ordenados que ordenan el aporte de los encuestados a legitimar la investigación, se hacen a abogados-certificadores de la Zona N° IX- Sede Lima

– Conclusiones

Esta investigación consigna conclusiones que guardan relación lógica con el problema y el objetivo planteado, siendo importante las conclusiones a las que se ha llegado.

– Recomendaciones

Las recomendaciones consignadas tienen asidero con la realidad situacional de nuestro país.


– Fuentes de información

Hay un orden en las fuentes bibliográficas y cumple con la técnica APA.

### CONCLUSIÓN

Por lo expuesto, habiéndose cumplido con las sesiones de asesoramiento correspondiente al **aspecto metodológico** considero que el bachiller EMILY HELEN ALEMAN RODRIGUEZ ha realizado **la tesis** conforme exigencias establecidas por la Facultad, para su preparación y elaboración; el mismo que está concluido y listo para ser sustentado.

Atentamente,



Godofredo J. Calla Colana  
DOCTOR EN EDUCACIÓN

## INFORME N° 006-HCSMC-T-2017

AL : **Dr. Ricardo Alfredo Díaz Bazán Ph.d**  
Decano de la Facultad de Derecho y Ciencia Política

DE : **Mg. Hada Consuelo Sifuentes Minaya de Castillo**  
Docente Asesor  
Código N° 051210

REFERENCIA: Resolución Decanal N°1777-2017-FDYCP-UAP

ASUNTO : Asesoría temática: Tesis

BACHILLER : **ALEMAN RODRIGUEZ, EMILY HELEN**  
Título: "Publicidad registral y el derecho de inclusión social en el años 2015 en la Zona Registral N° IX-Sede Lima"

FECHA : 11 de agosto de 2017

---

Tengo el agrado de dirigirme a Usted, con relación a la referencia, a fin de hacer de vuestro conocimiento el presente informe, la evaluación de los aspectos de forma y fondo:

### 1. DE LOS ASPECTOS DE FORMA

Se ha considerado la **Resolución Vicerrectoral N° 2342-2013-VIPG-UAP**, que regula la estructura del proyecto de Tesis, la estructura de la Tesis, y que hace referencia a las **normas del APA**.

### 2. DE LOS ASPECTOS DE FONDO

#### TÍTULO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Con relación al título del tema de investigación consideramos que este reúne los requisitos fundamentales establecidos, de acuerdo a las exigencias de la universidad por lo cual debe quedar expedito para la sustentación.

#### DEL CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

##### – Descripción de la realidad problemática

El alumno describe en forma objetiva y coherente la realidad del problema que se ha investigado, ya que de una manera específica va señalando los hechos, los acontecimientos que están en el entorno social y jurídico, reconociendo los datos empíricos e intelectuales, ubicándose en un contexto geopolítico, socioeconómico, histórico y político.

##### – Justificación e importancia de la investigación

La investigación analizó y esclareció si la Publicidad Registral garantiza el Derecho de Inclusión Social. La información recogida es fehaciente y útil, porque ello es esencial para el desarrollo del país, porque

permite esclarecer, fundamentar los hechos y realidades acontecidas, por ello es esencial saber y conocer la naturaleza de la Publicidad Registral en el Derecho de Inclusión social.

## EL CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

### – Antecedente de la Investigación

#### – Bases Teóricas

Las bases teóricas de esta investigación se desarrollaron sobre las teorías de los sistemas registrales y los principios del registro en el país. Estas teorías permiten promover una política de inclusión social generando un mayor compromiso desde la sociedad civil de manera que tome conocimiento de sus derechos y deberes en la actividad registral.

#### – Bases Legales.

Resolución del superintendente nacional de los registros públicos N° 281-2015-SUNARP/SN  
Reglamento del Servicio de Publicidad Registral El reglamento tiene por objeto establecer los requisitos de la publicidad formal, el procedimiento y las demás formalidades necesarias para su expedición, así como los efectos de la publicidad material.

Ley de bases de descentralización N° 27783 en su Art. 17 Participación ciudadana: Promover la participación ciudadana en la formulación, debate y concertación de sus planes de desarrollo y presupuesto, y en la gestión pública.

Ley N° 29792 ley de creación, organización y funciones del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social. El sector e inclusión social comprende a todas las entidades del Estado, de los tres niveles de gobierno, vinculadas con el cumplimiento de las políticas nacionales en materia de promoción del desarrollo social, la inclusión y la equidad.

Constitución Política del Perú en el artículo 2 inciso 2 a la igualdad ante la ley. Nadie debe ser discriminado por motivo de origen, raza, sexo, idioma, religión, opinión, condición económica o de cualquiera otra índole. Inciso 5. A solicitar sin expresión de causa la información que requiera y a recibirla de cualquier entidad pública, en el plazo legal, con el costo que suponga el pedido. Se exceptúan las informaciones que afectan la intimidad personal y las que expresamente se excluyan por ley o por razones de seguridad nacional El secreto bancario y la reserva tributaria pueden levantarse a pedido del juez, del Fiscal de la Nación, o de una comisión investigadora del Congreso con arreglo a ley y siempre que se refieran al caso investigado. Inciso 6. A que los servicios informáticos, computarizados o no, públicos o privados, no suministren informaciones que afecten la intimidad personal y familiar. Inciso 17. A participar, en forma individual o asociada, en la vida política, económica, social y cultural de la Nación. Los ciudadanos tienen, conforme a ley, los derechos de elección, de remoción o revocación de autoridades, de iniciativa legislativa y de referéndum. Inciso 20

A formular peticiones, individual o colectivamente, por escrito ante la autoridad competente, la que está obligada a dar al interesado una respuesta también por escrito dentro del plazo legal, bajo responsabilidad. Los miembros de las Fuerzas Armadas y de la Policía Nacional sólo pueden ejercer individualmente el derecho de petición.

– Definición de Términos Básicos

Se consignan los términos de investigación más importantes de la investigación.

DEL CAPÍTULO III: PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

– Discusión de Resultados

En cuanto se refiere a los resultados y a los cuestionarios que son consignadas en gráficos, muy bien ordenados que ordenan el aporte de los encuestados a legitimar la investigación, se hacen a abogados-certificadores de la Zona N° IX- Sede Lima

– Conclusiones

Esta investigación consigna conclusiones que guardan relación lógica con el problema y el objetivo planteado, siendo importante las conclusiones a las que se ha llegado.

– Recomendaciones

Las recomendaciones consignadas tienen asidero con la realidad situacional de nuestro país.

– Fuentes de información

Hay un orden en las fuentes bibliográficas y cumple con la técnica APA.

**CONCLUSIÓN**

Por lo expuesto, habiéndose cumplido con las sesiones de asesoramiento correspondiente al **aspecto temático** considero que el bachiller EMILY HELEN ALEMAN RODRIGUEZ ha realizado la **tesis** conforme exigencias establecidas por la Facultad, para su preparación y elaboración; el mismo que está concluido y listo para ser sustentado.

Atentamente,

  
HADA SIFUENTES MINAYA  
ABOGADA  
C.A.L. 36065



## **Dedicatoria**

*Está dedicado a todos los peruanos para que nos sintamos parte de la sociedad y a su vez tomemos conciencia que toda mejora es deber del Estado y por ende de nosotros que somos parte de él.*

## **AGRADECIMIENTOS**

*A Dios por el don de la vida.*

*A mi familia por su inmenso amor.*

*A mis maestros por sus consejos.*

*A mis amigas por sus sonrisas.*

## ÍNDICE

<b>DEDICATORIA</b>	<b>ii</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b>	<b>iii</b>
<b>RESUMEN</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>viii</b>
<b>ÍNDICE</b>	<b>iv</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>09</b>
<b>CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b>	
1.1 Descripción de la Realidad Problemática	12
1.2 Delimitación de la Investigación	15
1.2.1 Social	15
1.2.2 Espacial	16
1.2.3 Temporal	16
1.3 Formulación del Problema.	16
1.3.1 Problema Principal.	16
1.3.2 Problemas Específicos	17
1.4 Objetivos de la Investigación.	17
1.4.1 Objetivo General	17
1.4.2 Objetivos Específicos	17
1.5 Hipótesis y variables de la Investigación	18
1.5.1. Hipótesis General	18
1.5.2. Hipótesis Específicos	18
1.5.3. Variables (Definición conceptual y operacional)	18
1.5.3.1. Operacionalización de las variables	20
1.6 Metodología de la Investigación	22

1.6.1. Tipo y Nivel de Investigación	22
a) Tipo de Investigación.	22
b) Nivel de Investigación.	22
1.6.2. Método y Diseño de investigación	23
a) Método de Investigación.	23
b) Diseño de Investigación.	24
1.6.3. Enfoque de la investigación	25
1.6.4. Población y Muestra de la Investigación.	25
a) Población	25
b) Muestra	26
1.6.5. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.	27
a) Técnicas	27
b) Instrumentos	27
c) Criterios de validez y Confiabilidad de los instrumentos	28
1.6.6. Justificación importancia y limitaciones de la investigación	31
a) Justificación	31
b) Importancia	32
c) Limitaciones	33

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

2.1 Antecedentes de la Investigación	35
2.2 Bases Legales	42
2.3 Bases Teóricas	45
2.3.1 Fundamentos Teóricos de publicidad registral	46
2.3.1.1 Dimensiones de publicidad registral	54
2.3.1.2 Medición de la variable	59
2.3.2 Fundamentos Teóricos de derecho de inclusión social	59
2.3.2.1 Dimensiones d derecho de inclusión social	60
2.3.2.2 Medición de la Variable	64
2.4 Definición de Términos Básicos	64

### **CAPÍTULO III: PRESENTACION ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADO**

3.1. Contrastación de Hipótesis	68
3.2. Análisis de Gráficos	69
3.3. Discusión de resultados	76
3.4. Conclusiones	78
3.5. Recomendaciones	79
3.6. Fuentes de Información	81

#### **ANEXOS:**

- Anexo 1: Matriz de Consistencia.
- Anexo 2: Instrumentos .
- Anexo 3: Validación de instrumentos

## RESUMEN

La presente investigación denominada: La publicidad registral y su relación con el Derecho de inclusión social, tuvo como objetivo determinar la relación entre la publicidad registral y su relación con el Derecho de inclusión social, en el año 2015

El método de investigación fue descriptivo, diseño correlacional. La muestra estuvo constituida por 40 abogados certificadores Zona N° IX- Sede Lima. Mediante la técnica de la encuesta se elaboró y aplicó un cuestionario, para recoger información sobre: La publicidad registral y su relación con el Derecho de inclusión social, en el año 2015.

Finalmente que existe una relación significativa positiva entre la publicidad registral y su relación con el Derecho de inclusión social.

**PALABRAS CLAVES:** publicidad formal, publicidad material, dimensión económica, participación ciudadana, dimensión social, registros públicos.

## **ABSTRAC**

The present research denominated: The publicity registry and its relation with the Right of social inclusion, had the objective to determine the relation between the publicity registry and its relation with the Right of social inclusion, in the year 2015

The research method was descriptive, correlational design. The sample consisted of 40 certifying lawyers Zone N<sup>o</sup>IX - Lima Headquarters. Through the survey technique, a questionnaire was developed and applied, to collect information on: Registration advertising and its relationship with the Law of social inclusion, in the year 2015.

Finally, there is a significant positive relationship between registration advertising and its relation to the right of social inclusion.

**KEY WORDS:** formal advertising, material advertising, economic dimension, citizen participation, social dimension, public records.

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación titulada: “Publicidad registral y el derecho de inclusión social en el año 2015 en la Zona Registral N° IX-Sede Lima”, tuvo como objetivo determinar la relación entre “la publicidad registral y el derecho de inclusión social en el año 2015.”

La presente investigación consta de tres capítulos:

En el Capítulo I: Planteamiento del problema, describimos la realidad problemática relacionada con la publicidad registral y su relación con el derecho de inclusión social, señalamos la delimitación de la investigación, formulamos los problemas de la investigación, planteamos los objetivos de la investigación, la justificación y las limitaciones de la investigación. Planteamos las hipótesis y variables, así como la operacionalización de las variables del problema. Desarrollamos el diseño, tipo y nivel de la investigación, así como el enfoque y métodos utilizados en la investigación, la población y muestra estudiada, señalamos también las técnicas e instrumentos de recolección de datos y finalmente, indicamos los criterios de validez y el criterio de confiabilidad de los instrumentos a través de una prueba de confiabilidad.

En el Capítulo II: Marco Teórico, comentamos los antecedentes de la investigación vinculados a la publicidad registral y su relación con el derecho de inclusión social, las bases teóricas que sustentan cada una de las variables, las bases legales que regulan el problema y la definición de términos básicos citados en la presente investigación.

En el Capítulo III: Análisis e Interpretación de los resultados, se esboza la presentación del estudio de campo realizado a los sujetos informantes con su respectivo análisis de datos y la contrastación de las hipótesis respectivas.



Además de las conclusiones y recomendaciones, referencias bibliográficas y los respectivos anexos considerados.

El Autor.

**CAPÍTULO I**  
**PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

## **1.1 Descripción de la Realidad Problemática**

La investigación surgió de la preocupación constante de mejorar la publicidad registral y su relación con el derecho de inclusión social teniendo en cuenta el interés que ha surgido en sobre este tema.

En los últimos años América latina vivió una época de crecimiento de productos básicos, sin embargo el promedio de personas en pobreza alcanza aun una numerosa cifra, convirtiéndose así en el continente con una de las mayores cargas de desigualdad social, ocasionado con esto el surgimiento de movimientos a favor de los derechos de los diferentes grupos sociales buscando con eso la construcción de la democracia.

En el Perú se incrementó la implementación de políticas de desarrollo, de lucha contra la pobreza y de inclusión social, implicando una considerable inversión en los sectores de trabajo, salud, seguridad social, educación, agricultura, minería y medio ambiente, así como también en proyectos orientados a la reducción de los niveles de pobreza y de atención de grupos vulnerables

La conducción de estas políticas demandaba el desarrollo de servicios, programas y proyectos sociales orientados a lograr óptimos niveles de productividad y calidad, razón por la cual, la gerencia social adquirió un valor preponderante. En tal sentido, los profesionales encargados de gerenciar dichas políticas debían contar con una formación que les permita afrontar y adecuarse a la variabilidad que plantean los diversos escenarios sociales y prepararse para asumir un rol estratégico y de liderazgo

Surgiendo así un desafío para las políticas públicas, particularmente las políticas sociales. Es una reflexión sobre el acontecer del país donde en los últimos años ha habido un impresionante despliegue de nuevas leyes especificando derechos apegados a esfuerzos sociales e institucionales dirigidos a reformular la política pública ,no hay duda que esta reflexión se orienta hacia los intersticios de una gerencia social que debe reacomodarse a la luz la visión de los derechos discutiendo los modelos de atención, las estrategias de fomento de participación social y comunitaria y los enfoques de reingeniería institucional, rediseñando los sistemas de información y evaluación

social impulsando políticas de comunicación y movilización social someter a la crítica epistemológica de los derechos humanos los de diferentes enfoques que alimentan las políticas públicas específicas. Esta tarea implica la desconstrucción y reconstrucción de la teoría social y el desarrollo de una nueva ingeniería social a la que se ha denominado Inclusión Social

Con el transcurrir de los años la demanda de los peruanos en referencia a los servicios otorgados por la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos-SUNARP como responsable de la seguridad jurídica de los derechos de las personas se ha incrementado generando así que la institución se haya visto en la necesidad de elaborar procesos de transformación en la forma de brindar los servicios de publicidad registral

Ahora bien entendemos por Publicidad Registral a la manifestación de forma sostenible e ininterrumpida de actos de derecho que protege el Estado a través de un órgano (Superintendencia Nacional de los Registros Públicos -SUNARP) generando así que estos actos sean de conocimiento de terceros con el objetivo de tutelar y dar seguridad jurídica al tráfico de los mismos.

Los servicios de Publicidad deben de ser seguros, transparentes, sencillos y de fácil acceso al ciudadano a través de la simplificación de los trámites con una norma de respaldo para asegurar que estos procesos se lleven de la mejor manera cumpliendo con los plazos y el objetivo proporcionando, enfocados en brindar una mejor atención al usuario.

Uno de los objetivos principales de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos es el de permitir que estos servicios sean más accesibles al ciudadano de a pie, es decir el de garantizar un servicio más humano que permita la inclusión social y a su vez el ejercicio autónomo y predecible de estos.

La inclusión social registral debe permitir al ciudadano obtener conocimiento sobre los servicios registrales y lo importante que es proteger sus derechos a través de la inscripción y publicidad registral, facilitar así también la formalización de los derechos, titularidades, actos y contratos que se dan en el día a día. Los programas deben de educar y fortalecer a la población teniendo

en cuenta cuáles son sus deberes y derechos como usuarios siendo participes así en la lucha contra la corrupción, manifestando su opinión mediante sugerencia, reclamos y quejas que serán atendidas por los jefes adoptando medidas necesarias para el cambio.

El registro debe de tener una presencia efectiva en la ciudadanía mediante programas de inclusión registral con el fin de facilitar el acceso a la seguridad jurídica sobre todo en aquellos que viven en zonas alejadas. A través de estos programas se debe brindar y fomentar el conocimiento de los servicios registrales promoviendo el desarrollo de las personas en el marco de una cultura de calidad, con el fin de crear condiciones básicas para el desarrollo de ciertos sectores de la población permitiendo la igualdad de oportunidades.

Por todo lo expuesto al caracterizar y contextualizar este problema en toda su extensión resultó posible plantearlo con exactitud y concreción:

- La actividad destinada a la publicidad se debe de dar de forma desconcentrada a través de la creación de más oficinas registrales ya que de esta manera se generan centros que brindan y promocionan los programas de inclusión social en los servicios registrales mejorando e implementando un mejor servicio.
- Los programas de inclusión social registral deben estar destinados a todo tipo de población con el objetivo de demostrar la importancia de SUNARP en su función de otorgar seguridad jurídica. Fomentando las capacitaciones sobre los diversos procedimientos de SUNARP, dando a conocer los diferentes trámites, requisitos, plazos llevados dentro de la institución.
- Uno de los inconvenientes dentro de los procesos de simplificación relacionados a los servicios de publicidad otorgados por la SUNARP es el de la corrupción ya que a través de esta restructuración de dichos procesos se van generando casos como las estafas a través de la falsificación documentaria poniendo en riesgo la seguridad jurídica.

Es por esta razón que el estudio de investigación sobre publicidad registral se hace primordial y necesario.

Por los problemas descritos, es importante, plantear el presente trabajo de investigación que busca determinar la relación que existe entre la publicidad registral y el derecho de inclusión social, a fin de mejorar el desarrollo social del país.

## **1.2 Delimitación de la Investigación**

### **1.2.1 Social**

La inclusión social, entendida como la situación en la que todos los ciudadanos y ciudadanas del conjunto del país puedan ejercer sus derechos, acceder a servicios públicos de calidad, participar en la comunidad nacional en condiciones de igualdad y contar con las capacidades esenciales para aprovechar las oportunidades que abre el crecimiento económico requiere el concurso articulado de todos los sectores y niveles de gobierno, así como de la comunidad organizada, con un marco normativo, organizacional y funcional que permita una acción efectiva, eficiente y de calidad de la política social.

Promover una política de inclusión social «desde las personas» y centrada en resultados, que permitirá renovar la confianza de la población hacia el Estado, sus instituciones y programas, lo que redundará en un mayor compromiso desde la sociedad civil en torno a objetivos comunes.

La investigación está destinada a proponer de manera jurídica que la sociedad peruana tome conocimiento de sus derechos y deberes como usuarios del registro.

### **1.2.2 Espacial**

Esta investigación se realizó en Departamento Lima - Provincia Lima, sin embargo la presente tesis no tiene un área geográfica determinada, puesto que el tema sobre la vinculación de la publicidad registral y el derecho de inclusión social es para todo el territorio peruano, ya que el procedimiento se llevara a cabo en cualquier parte del territorio nacional siempre que se requiera un servicio de publicidad registral.

### **1.2.3 Temporal**

El periodo que comprendió la investigación es el año 2015

### **1.2.4 Delimitación conceptual**

La investigación ha desarrollado dos conceptos fundamentales: La publicidad registral y el derecho de inclusión social; en cuanto a la publicidad la hemos comprendido a partir de estudio de la doctrina y la interpretación de la normatividad concordante como es el caso de la Resolución del superintendente nacional de los registros públicos N° 281-2015-SUNARP/SN donde se aprueba el Reglamento del Servicio de Publicidad Registral, asimismo en el derecho de inclusión social se ha comprendido el estudio de la Constitución Política del Perú; análisis derechos fundamentales y la interpretación de la doctrina

## **1.3 Problema de Investigación**

### **1.3.1 Problema Principal**

¿De que manera la publicidad registral garantiza el derecho de inclusión social en el año 2015 en la Zona Registral N° IX-Sede Lima?

### **1.3.2 Problemas Específicos**

¿De qué manera la publicidad registral material garantiza el derecho de inclusión social en el año 2015 en la Zona Registral N° IX-Sede Lima?

¿De qué manera la publicidad registral formal garantiza el derecho de inclusión social en el año 2015 en la Zona Registral N° IX-Sede Lima?

## **1.4 Objetivos de la Investigación**

### **1.4.1 Objetivo General**

Determinar que la publicidad registral garantiza el derecho de inclusión social en el año 2015 en la Zona Registral N° IX-Sede Lima

### **1.4.2 Objetivos Específicos**

Establecer que la publicidad registral material garantiza el derecho de inclusión social en el año 2015 en la Zona Registral N° IX-Sede Lima

Establecer que la publicidad registral formal garantiza el derecho de inclusión social en el año 2015 en la Zona Registral N° IX-Sede Lima



## **1.5 Hipótesis Y Variables de la investigación**

### **1.5.1 Hipótesis General**

HG la publicidad registral garantiza el derecho de inclusión social en el año 2015 en la Zona Registral N° IX-Sede Lima

### **1.5.2 Hipótesis Especificas**

H1 la publicidad registral material garantiza el derecho de inclusión social en el año 2015 en la Zona Registral N° IX-Sede Lima

H2 la publicidad registral formal garantiza el derecho de inclusión social en el año 2015 en la Zona Registral N° IX-Sede Lima

### **1.5.3 Variables**

Variable 1: Publicidad Registral

Variable 2: Derecho de inclusión social

### 1.5.3.1. Definición Conceptual de las variables

**Tabla 1**

Definición Conceptual de variable 1	
Variable 1	Definición conceptual
Publicidad Registral	Es el servicio brindado por el Estado en función mediante el Registro que contiene información de interés social. Es la manifestación constante de determinadas situaciones generando efectos jurídicos permitiendo la seguridad jurídica de los derechos.
Dimensiones	Definición conceptual
Publicidad Registral Material	Publicidad jurídica a los diversos actos o derechos inscritos. El contenido de las partidas registrales afecta a los terceros aun cuando éstos no hubieran tenido conocimiento efectivo del mismo
Publicidad Registral Formal	La publicidad que permite la posibilidad a un tercero de tomar conocimiento sobre los actos, derechos, contratos y titularidades que resguarda a través de la exhibición de la información

**Tabla 2**

Definición Conceptual de variable 2	
Variable 2	Definición conceptual
Derecho de Inclusión Social	Proceso que tiene como objeto asegurar que todos los integrantes de la sociedad tengan las mismas oportunidades de desarrollo
Dimensiones	Definición conceptual
Dimensión	Es la más importante para la

económica	inclusión, aquellas medidas que da la administración pública con el fin de evitar la pobreza.
Dimensión social	La inclusión social como fenómeno dinámico, multidimensional y heterogéneo, es un proceso con etapas y situaciones diversas por las que pasan un sector de individuos de cualquier clase y condición, en función de factores, muy variados.
Dimensión de ciudadanía participativa	La inclusión como participación es, condicionar el conjunto de la vida social a través del discurso y la acción de los miembros de la sociedad.

### 1.5.3.2. Definición Operacional de las Variables

**Tabla 3**

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	N° ITEMS	TÉCNICA E INSTRUMENT O	ESCALA
<b>PUBLICIDAD REGISTRAL</b>	<b>Publicidad Registral Material</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-índice de personas que reciben capacitaciones sobre publicidad registral</li> <li>-índice de personas que tiene acceso a la publicidad registral</li> <li>-índice de programas que fomenten la publicidad registral.</li> <li>-Nivel de personas que conocen los procedimientos de publicidad</li> <li>-Nivel de garantías los ciudadanos.</li> <li>-índice de personas u organizaciones de la sociedad que participan en la formulación o en la definición de aspectos claves sobre políticas</li> </ul>	6	Encuesta- Cuestionario	1=bajo 2=medio 3=alto

		públicas que generan inclusión social registral			
	<b>Publicidad Registral Formal</b>	<p>Índice de medio escrito, oral, audiovisual o virtual para hacer efectiva la publicidad.</p> <p>-índice de modificaciones al marco normativo que fomenten la inclusión registral</p> <p>-Índice de creación de espacios de comunicación e intercambio de información.</p> <p>-índice de personas que solicitan los servicios de publicidad</p> <p>Nivel de atención en los servicios de publicidad</p>	6	Encuesta- Cuestionario	<p>1=bajo</p> <p>2=medio</p> <p>3=alto</p>

**Tabla 4**

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTO	ESCALA
<b>DERECHO DE INCLUSION SOCIAL</b>	<b>Dimensión económica</b>	<p>Nivel de Carencia, insuficiencia, inseguridad de ingresos.</p> <p>Nivel de calidad y Facilidad de acceso actividades.</p> <p>Índices de concentración de los servicios de publicidad</p> <p>Índices de desempleo, subempleo,</p> <p>Índices de informalidad,</p> <p>Nivel de Precariedad del empleo.</p> <p>Nivel de Carencia de experiencia laboral.</p>	7	Encuesta- Cuestionario	<p>Alto= 3</p> <p>Medio= 2</p> <p>Bajo= 1</p>
	<b>Dimensión</b>	Índice de Analfabetismo,	3	Encuesta- Cuestionario	Alto= 3

	<b>social</b>	Índice de deserción escolar Nivel de acceso a las instituciones del Estado.			Medio= 2 Bajo= 1
	<b>Dimensión de ciudadanía participativa</b>	Nivel de Falta de membrecía a redes sociales. Nivel de Aislamiento, estigmatización racial, étnica, económica.. Nivel de Desconfianza en instituciones., Nivel de Percepción de corrupción. Nivel de Insuficiente transparencia Nivel de credibilidad de las instituciones.	6	Encuesta- Cuestionario	Alto= 3 Medio= 2 Bajo= 1

## 1.6 Metodología de la Investigación

### 1.6.1 Tipo y Nivel de la Investigación

#### a) Tipo de Investigación

Respecto al tipo de investigación, hemos tomado como referencia a Sánchez y Reyes (2002) investigación básica, mantiene como propósito recoger información de la realidad y enriquecer el conocimiento científico orientándonos al descubrimiento de principios y leyes. (p, 13)

El trabajo que presentamos es del tipo básico, en razón que hemos interpretado conceptos, características, elementos lo que nos ha permitido desarrollar conocimiento particular.

#### b) Nivel de Investigación

A efectos de comprender el nivel de la investigación citamos a Hernández, Roberto; Fernández, Carlos; Baptista, Pilar (2010)

refieren que la Investigación correlacional, asocia variables mediante un patrón predecible para un grupo o población. (p. 81).

De acuerdo a la naturaleza del estudio nuestra investigación reúne por su nivel las características de un estudio descriptivo correlacional que pertenecen a los niveles II y III; porque nuestras variables se han descompuesto en varias partes; es decir sus conceptos, características, clasificación, teorías y principio, respecto a publicidad registral y derecho de inclusión social.

## **1.6.2 Método y Diseño de la Investigación**

### **a) Método de la Investigación**

Para comprender el método de la investigación hemos citado a Ramírez (2013) señala que el método se inicia con el análisis de postulados, teoremas, leyes, principios, etcétera, de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares (p,114).

En el presente estudio se utilizaron diferentes métodos entre ellos:

#### **Métodos empíricos**

Se utilizaron los métodos empíricos como la observación, los cuales permitieron recoger los datos necesarios para nuestra investigación.

#### **Métodos teóricos**

Así mismo utilizamos teóricos como:

- **Inductivo-Deductivo:** Nos permitió explicar desde la realidad concreta hasta la teoría.
- **Hipotético-Deductivo:** Nos permitió verificar la hipótesis.
- **Analítico-Sintético:** Nos sirvió para realizar el análisis de resultados y elaboración de las conclusiones.

## Métodos descriptivos

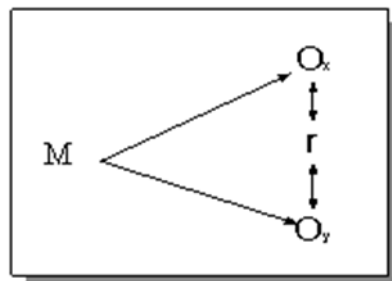
Sánchez y Reyes (2002) señalan que son los métodos que se encargan de describir cómo se presentan y qué existe con respecto a las variables o condiciones en una situación. (p, 79)

En nuestra investigación describimos, analizamos utilizando este método que nos permitió interpretar sistemáticamente un conjunto de hechos relacionados con otras variables tal como se dan en el presente trabajo de investigación.

### b) Diseño de Investigación

En la investigación el diseño es no experimental – transversal, no experimental ya que se realizó sin la manipulación deliberada de las variables publicidad registral y el derecho de inclusión social y en los que sólo se observaron los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos y es transversal porque recolectaron datos en un solo momento, en un tiempo único a su vez es una investigación correlacional porque como señala Sánchez y Reyes (2002) “se orienta a la determinación del grado de relación existente entre dos variables de interés en una misma muestra de sujeto o el grado de relación entre dos fenómenos o eventos observados”. (p, 79)

El diagrama correlacional es el siguiente:



M= Abogados certificadores

O1= Variable: publicidad registral

O2= Variable: derecho de inclusión social

### 1.6.3 Enfoque de la investigación

En cuanto al enfoque de investigación tenemos lo manifestado por Ramírez. (2013) refiere que el enfoque cuantitativo usa la recolección de datos para probar hipótesis sobre la base de la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías (p,116), Hernández, Fernández y Baptista. (2007) señala que este tipo de enfoque, la presentación de resultados finales se realiza mediante diagramas, modelos estadísticos y tablas. (p, 61).

La investigación que presentamos es cuantitativa porque pretendió medir las variables de estudio: Publicidad Registral y su relación con el Derecho de Inclusión Social a través de las estadísticas los datos obtenidos de la aplicación del cuestionario de preguntas.

### 1.6.4 Población y Muestra de la Investigación

#### a) Población

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010), “la población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones (....) Las poblaciones deben situarse claramente en torno a sus características de contenido, de lugar y en el tiempo”. (p, 174), Tenemos que la población en la investigación se conformó por 120 abogados certificadores de la Zona Registral N° IX-Sede Limacorroborado por la sección de Recursos Humanos SUNARP Zona N° IX

**Tabla 5**

<b>ZONA</b>	<b>ABOGADOS CERTIFICADORES</b>
<b>Zona Registral N°IX-Sede Lima</b>	<b>120</b>

Fuente: SUNARP-Zona Registral N° IX



## b) Muestra

Según Hernández, Fernández y Baptista (2006), “la muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población (...) Básicamente categorizamos las muestras en dos grandes ramas, las muestras no probabilísticas y las muestras probabilísticas. En estas últimas todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra (...) en las muestras no probabilísticas, la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o de quien hace la muestra. Aquí el procedimiento no es mecánico, ni con base en fórmulas de probabilidad, sino depende del proceso de toma de decisiones de una persona o de un grupo de personas, y desde luego las muestras seleccionadas obedecen a otros criterios de investigación”. (p, 235) La muestra es no probabilístico intencionado o por conveniencia; la misma que se utiliza por economía de tiempo y recurso; en el presente caso hemos seleccionado 40 abogados-certificadores tomando en cuenta los criterios de inclusión que se han considerado para determinar la muestra que son:

- a) Roles que cumplen los abogados-certificadores
- b) Tipo de publicidad que emiten

**Tabla 6**

<b>ZONA</b>	<b>ABOGADOS CERTIFICADORES</b>
<b>Zona Registral N°IX-Sede Lima</b>	<b>40</b>

F

Fuente: Elaboración propia

### **1.6.5 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.**

#### **a) Técnicas**

Para realizar el acopio de información relevante y objetiva, que contribuya al tema de investigación se emplearon las siguientes técnicas:

- Ramírez. (2006). La encuesta se fundamenta en un cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas (p, 177). Técnica de la encuesta para indagar la opinión acerca de las variables: Publicidad Registral y su relación con el Derecho de Inclusión Social.
- Técnica de procesamiento de datos para procesar los resultados de las encuestas a los Abogados-Certificadores de Zona Registral N° IX-Sede Lima
- Técnica del Fichaje para registrar la indagación de bases teóricas del estudio.
- Técnica de Opinión de expertos para validar la encuesta-cuestionario.
- Técnica del Software SPSS, para validar, procesar y contrastar hipótesis.

#### **b) Instrumentos**

Hernández Sampieri (1998) manifiesta que “El cuestionario es un instrumento de investigación. Este instrumento se utiliza, de un modo preferente, en el desarrollo de una investigación en el campo de las ciencias sociales, para la obtención y registro de datos. Es una técnica ampliamente aplicada en la investigación de carácter cualitativa”.

El instrumento que utilizamos es el cuestionario de preguntas que se aplicó a los Abogados-Certificadores de Zona Registral N° IX-Sede

Lima, tiene carácter dicotómico, elaboradas considerando las dimensiones y propuestas de las dos variables:

Los instrumentos constaron de 12 ítems y 16 ítems distribuidos en sus dimensiones de las variables 1 variable 2 respectivamente.

### **c) Criterios de validez y Confiabilidad de los instrumentos**

#### **Validación a través del Juicio de expertos**

Se verificó la validez de los instrumentos sobre: mediante los siguientes pasos:

#### **Validez Interna**

Se verificó que el instrumento fue construido de la concepción técnica desglosando en dimensiones, indicadores e ítems así como el establecimiento de su sistema de evaluación en base al objetivo de investigación logrando medir lo que realmente se indicaba en la investigación.

#### **Validez de constructo**

Este procedimiento se efectuó en base a la teoría de Hernández(2010). Se precisa que los instrumentos sobre: publicidad registral y el derecho de inclusión social fueron elaborados en base a una teoría respondiendo al objetivo de la investigación esta se operacionalizó en áreas, dimensiones, indicadores e ítems.

#### **i. Opinión de Expertos**

Asimismo los instrumentos sobre publicidad registral y el derecho de inclusión social fueron expuestos a un grupo de expertos todos ellos doctores de la Universidad Alas Peruanas,

especialistas en el curso de Diseño y Desarrollo de Investigación: Dr. Godofredo Jorge Calla Colona y especialista en DerechMg. Hada Consuelo Sifuentes Minaya de Castillo por lo que sus opiniones fueron importantes y determinaron que el instrumento presente alta validez. Los expertos en su conjunto dictaminaron un promedio de 85 % frente a un calificativo de 90% por lo que se considera óptimo para ser aplicado al grupo muestral para obtener datos.

## ii. **Prueba de confiabilidad de los instrumentos**

El criterio de confiabilidad del instrumento, se determina en presente investigación, por el coeficiente de Alfa Cronbach, desarrollado por J. L. Cronbach, requiere de una sola administración del instrumento de medición y produce valores que oscilan entre uno y cero. Es aplicable a escalas de varios valores posibles, por lo que puede ser utilizado para determinar la confiabilidad en escalas cuyos ítems tienen como respuesta más de dos alternativas. Su fórmula determina el grado de consistencia y precisión; la escala de valores que determina la confiabilidad está dada por los siguientes valores:

Criterio de Confiabilidad Valores:

No es confiable -1 a 0

Baja confiabilidad 0.01 a 0.49

Moderada confiabilidad 0.5 a 0.75

Fuerte confiabilidad 0.76 a 0.89

Alta confiabilidad 0.9 a 1

**Tabla 7**  
**CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO SOBRE PUBLICIDAD REGISTRAL**

ALFA DE CRONBACH	N° DE ELEMENTOS (ÍTEMS)
0.82	12

**Interpretación:**

En el presente estudio, el alfa de Cronbach obtenido es de 0.82; lo que significa que los resultados de opinión de los Abogados-Certificadores de Zona Registral N° IX-Sede Lima, respecto a los ítems considerados en el cuestionario sobre Publicidad Registral en su versión de 12 ítems, los cuales se encuentran correlacionados de Fuerte Confiabilidad y muy aceptable.

**Tabla 8**  
**CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO SOBRE DERECHO DE INCLUSION SOCIAL**

ALFA DE CRONBACH	N° DE ELEMENTOS (ÍTEMS)
0.82	16

**Interpretación:**

En el presente estudio, el alfa de Cronbach obtenido es de 0.82; lo que significa que los resultados de opinión de los Abogados-Certificadores de Zona Registral N° IX-Sede Lima, respecto a los ítems considerados en el cuestionario sobre Derecho de Inclusión Social en su versión de 16 ítems, los cuales se encuentran correlacionados de Fuerte Confiabilidad y muy aceptable.

## **1.6.6 Justificación Importancia y Limitaciones de la Investigación**

### **a) Justificación de la Investigación**

Bisquerra (2009).La justificación de la investigación responde el “por qué” y el “para qué” de la investigación, exponiendo las razones que tiene el investigador para plantear una investigación. Hay que justificar por qué es importante que se lleve a cabo la justificación como respuesta al problema planteado. Se trata de un paso más, pero igualmente necesario, que permite calibrar tanto el valor del problema en sí mismo, como el valor potencial de cualquier proyecto de investigación para darle respuesta (p,. 96). Sin embargo generalmente existen cuatro tipos de justificación: teórica, práctica, metodológica y legal.

#### **Justificación teórica**

Para el caso de la justificación teórica Bernal, (2006)nos dice que en la investigación hay una justificación teórica cuando el propósito del estudio es general reflexión y debate académico sobre el conocimiento existente, confrontar una teoría, contrastar resultados o hacer epistemología del conocimiento existente. (p, 103). En la investigación se ha considerado la doctrina sobre el tema, a fin argumentar la propuesta resultado de la investigación, la misma que puede generar por un lado discusiones, y por otro el complementos del mismo por otros estudios interesados en el tema.

#### **Justificación práctica**

A efectos de analizar la justificación practica Ramírez (2013)señala queuna investigación tiene justificación práctica cuando su desarrollo ayuda a resolver un problema o, por lo menos propone estrategias que al aplicarse contribuirán a resolver. (p,105).Con el aporte del presente trabajo se podrá plantear acciones concretas, con la intención de mejorar la publicidad registral y el derecho de inclusión social

## **Justificación metodológica**

Ramírez. (2013). Nos dice que en la investigación científica, la justificación metodológica del estudio se da cuando el proyecto por realizar propone un nuevo método o una nueva estrategia para generar conocimiento válido y confiable. (p, 105). En la presente investigación hemos logrado elaborar un cuestionario de preguntas que podría servir de guía, ello resultado de considerar las etapas de la investigación.

## **Justificación legal**

La justificación legal es una características de las investigaciones jurídicas, en trabajo que presentamos tiene como marco legal básico la Constitución Política del Perú, que vela por los derechos fundamentales de los ciudadanos y la Resolución del superintendente nacional de los registros públicos N° 281-2015-SUNARP/SN donde se aprueba el Reglamento del Servicio de Publicidad Registral

## **b) Importanciade la Investigación**

Al respecto Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio.(2010 señalan que los criterios para evaluar la importancia potencia de una investigación. Una investigación llega a ser conveniente por diversos motivos: tal vez ayude a resolver un problema social, a construir una nueva treoría o a generar nuevas inquietudes de investigación. (p, 40). Identificamos de manera precisa que son los sectores más relegados de la sociedad quienes se benefician con el trabajo de investigación, la SUNARP respecto a su compromiso con la sociedad. Se resuelve de manera parcial la problemática de la publicidad registral y el derecho de inclusión social.

### c) Limitaciones de la Investigación

Sobre las limitaciones nos precisa Ñaupas, Mejía, Novoa, & Villagómez. (2013)son las condiciones materiales, económicas, personales, e institucionales que pueden frenar la investigación o restarle confiabilidad. (p, 132). En el proceso de la investigación nos hemos encontrado con una serie de dificultades que hemos ido superando a lo largo del presente trabajo. Sin embargo cabe mencionar algunos de ellos.

**Espacial:**El estudio de la investigación sólo se delimitará a la Zona Registral N° IX-Sede Lima y abarcará sólo a los juristas especializados de dicha institución.

**Temporal:** La falta de tiempo del investigador para realizar la investigación. Así mismo el tiempo que el operador necesita para responder a las encuestas es limitado por la naturaleza de su trabajo.

**Recursos:** Los recursos de financiamiento son bastante escasos; normalmente es el investigador quien debe autofinanciarse, como en la presente investigación, sin embargo, se llevará adelante con la economía del tesista y con eventuales apoyos familiares.



**CAPÍTULO II**  
**MARCO TEÓRICO**

## **2.1 Antecedentes de la Investigación**

Se hizo la revisión a nivel nacional e internacional encontrándose los siguientes estudios relacionados con el tema, los cuales contribuyeron a sustentar la situación problemática, diseño metodológico y la elaboración del instrumento.

### **2.1.1. Antecedentes nacionales**

**Lino (2015) en la tesis titulada “El establecimiento del carácter constitutivo de inscripción sobre transferencia de bienes inmuebles en el registro de predios garantiza la seguridad jurídica” para optar el título profesional de abogado en la Universidad Privada Antenor Orrego.**

El objetivo de esta investigación fue determinar “¿De qué manera el establecimiento del carácter constitutivo de inscripción sobre transferencia de bienes inmuebles en el Registro de Predios garantiza la seguridad jurídica de los usuarios en el Perú 2014?”, haciendo uso de la interpretación de la legislación vigente y entrevistas a expertos se llegó a aceptar la hipótesis de investigación, llegando a la siguiente conclusión: El establecimiento del carácter constitutivo de inscripción sobre transferencia de bienes inmuebles en el Registro de Predios garantiza la seguridad jurídica de los usuarios en el Perú 2014.

El trabajo de investigación ha centrado su atención en determinar que a pesar de que nuestra legislación se basa un Sistema registral declarativo, este no da seguridad jurídica frente a terceros planteando así que si el registro fuera obligatorio no existiría en la realidad informalidad evitando así perjuicio a terceros

**Tarrillo (2013) en la tesis titulada “Publicidad Registral y Derecho a la Intimidad” para optar el grado de Magister en Derecho por la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP).**

El objetivo de esta investigación fue determinar que existe conflicto entre el derecho a la intimidad y la libertad de información, y tras los avances tecnológicos y el tratamiento que se ha ido dando a los datos personales se hace más difícil cuales son aquellos que se encuentran dentro de los que forman parte de la esfera privada y cuales en la pública.

Este problema se manifiesta en los Registros Públicos a raíz del crecimiento económico en la sociedad y en la búsqueda de seguridad que brinda la institución.

El trabajo de investigación ha centrado su atención en observar el conflicto que existe entre la seguridad jurídica y el derecho a la intimidad que se presenta en el Registro Personal, siendo que SUNARP adquiere un rol importante en la publicidad que brinda respecto a la información sobre los derechos y titularidades que resguarda.

**Tuyume (2016) en la tesis titulada “La vulneración del derecho de propiedad ante los casos de doble venta y la fe pública registral” para optar el título profesional de abogado en la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.**

El principal objetivo de esta investigación ha sido encontrar criterios determinantes así como una estrategia legal que contribuya a la defensa del derecho de propiedad en uno de sus aspectos sustanciales como es la posesión, ante los particulares casos de doble venta. Para ello se realiza el análisis del supuesto en el cual el enajenante transfiere un bien inmueble al adquirente quien, pese a convertirse en un legítimo propietario, ve mellado su derecho como consecuencia de la decisión del aparente vendedor de transferir

nuevamente el bien a un tercero generándose así nuevas adquisiciones que al amparo de los artículos 2022 y 2014 del Código Civil pasan a ser propietarios formales.

El trabajo de investigación ha centrado su atención en observar que para una adecuada protección es necesaria la incorporación de la posesión como elemento adicional del artículo 2014 del Código Civil, más aún cuando el referido artículo es considerado piedra angular en las contrataciones inmobiliarias.

**Rosales (2014) en la tesis titulada “Política de Comunicación para la Inclusión Social: Gestión de la Comunicación Gubernamental en los dos primeros años del Gobierno de Ollanta Humala (Julio 2011 – Julio 2013)” para optar el grado de Magister en Comunicaciones por la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP).**

El objetivo de esta investigación fue determinar que la comunicación es un proceso integral que vincula y articula a las personas. Tomándose como objeto a estudiar la experiencia en comunicaciones emprendida por la Oficina General de Comunicación Social de la Presidencia del Consejo de Ministros, en los dos primeros años del gobierno de Ollanta Humala, así como los mecanismos de interacción entre el Estado, los medios y la sociedad civil a partir del uso del concepto de inclusión social en las comunicaciones, a la luz de las dinámicas sociales y las tecnologías de la información.

El trabajo de investigación ha centrado su atención en observar que para la realización de una política de comunicación para la inclusión social es necesario tener bien en claro el concepto de gestión gubernamental con uno de gestión comunicativa, permitiendo poner relevancia el fomento de valores democráticos en el ejercicio político y contribuyendo al desarrollo ciudadano.

**Medina (2012) en la tesis titulada “Contribución de los programas de formación ciudadana desarrollados por ONGs, en los procesos de participación ciudadana de sus egresados, en Ayacucho del 2004 al 2010” para optar el grado de Magister en Gerencia Social por la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP).**

El objetivo de esta investigación fue determinar que las ONGs, están contribuyendo a la construcción de la gobernabilidad democrática; mediante programas, proyectos, cursos de Formación Ciudadana, que tienen como propósito fortalecer el liderazgo de los ciudadanos, para que reconozcan como prioritario su involucramiento en asuntos públicos. Se realizó en la ciudad de Ayacucho, teniendo como finalidad conocer la contribución de los programas de formación ciudadana promovidos por las ONGs en el período 2004-2010 a través de una investigación exploratoria y descriptiva que utiliza el método cualitativo cuantitativo, para alcanzar los objetivos de conocimiento, que permiten reafirmar la importancia de continuar brindando y ofertando capacitación- educación ciudadana y acompañamiento a poblaciones rurales.

El trabajo de investigación ha centrado su atención en observar que las propuestas de mejora en la promoción de la formación ciudadana promovida por las ONGs requiere la creación de una Red Interorganizacional abierta a los egresados y egresadas de Programas de Formación Ciudadana, que constituya una estructura de encuentro, debate, información y acompañamiento, cuya finalidad sea el fortalecimiento de la ciudadanía como medio de desarrollo.

### **2.1.2. Antecedentes internacionales**

**Rezaval (2008) en la tesis titulada “Políticas de inclusión Políticas de inclusión social la educación la educación superior en Argentina, Chile y Perú” para optar por el grado de Magíster en la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales” en Argentina.**

El objetivo de esta investigación ha sido determinar que en las sociedades actuales el acceso al conocimiento, a la información y a la calificación a través de la educación superior constituye una herramienta altamente valiosa para el crecimiento individual y colectivo de la ciudadanía. Sin embargo aún existen sectores que han quedado fuera de la educación superior o que no logran concluir sus estudios, evidenciando un problema de equidad en el acceso, permanencia y graduación universitaria. Se seleccionaron tres casos de estudio en Argentina, Chile y Perú dirigidos a la mejora del acceso, la retención y la graduación de la población indígena. Se empleó una estrategia teórico-metodológica cualitativa basada en el análisis de entrevistas en profundidad realizadas a referentes importantes del tema.

El trabajo de investigación ha centrado su atención en observar que para generar inclusión social se deben formular políticas en el ámbito de educación a través de estrategias empleadas por las instituciones que brinden este servicio.

**Pérez (2014) en la tesis titulada “El presupuesto participativo. Política para la construcción de ciudadanía y la inclusión social. Condiciones para su implementación en monterrey.” para optar por el grado de Maestro en Ciencias Sociales con orientación en desarrollo sustentable en Universidad Autónoma de Nuevo León México.**

El objetivo de esta investigación ha sido determinar que la perspectiva de la democracia incluye la necesidad de construir una ciudadanía participativa en la gestión pública, generando así una mayor inclusión social. La gestión pública es la forma en la que los gobiernos llevan a cabo su funcionamiento basados en criterios más flexibles buscando dejar atrás estructuras burocráticas y jerarquizadas. La democracia como una forma de organización de la sociedad que debe reconocer la pluralidad humana para así lograr la participación de los ciudadanos en la labor del Estado.

El trabajo de investigación ha centrado su atención en establecer que la participación ciudadana en las políticas públicas como parte del enfoque de la gobernanza es la forma de construir una ciudadanía y generar inclusión social en aquellos sectores de la población que se encuentran marginados.

**Morgado (2013), en su tesis titulada “Participación ciudadana y visiones sobre la política social”, para obtener el Título de Sociología en la Universidad de Chile, dice lo siguiente:**

El objetivo de esta investigación ha sido determinar que la participación ciudadana es esencial a la hora de elaborar las políticas públicas. Desde la institucionalidad se asume que a través de esta forma de involucramiento de los actores sociales es posible mejorar la gestión pública; estableciendo una relación entre el Estado y la sociedad civil. En esta investigación se indaga sobre los canales de participación ciudadana que operan durante la implementación de los programas sociales.

El trabajo de investigación ha centrado su atención en establecer que la política social debe incluir una activa participación ciudadana solo así se lograra una mejora en el funcionamiento de la gestión pública.

**Pilot (2012), en su tesis titulada “Consideraciones entorno a la errónea toma de razón por parte del registro de la propiedad inmueble”, para obtener el Título de Abogado en la Universidad Abierta Interamericana en Argentina, dice lo siguiente:**

El objetivo de esta investigación ha sido determinar que la Publicidad Registral trae como consecuencia responsabilidad del Registro, que en su carácter de público tiene un legítimo interés en averiguar sobre la situación jurídica de los bienes, documentos y otros teniendo por ende un importante grado de responsabilidad.

El trabajo de investigación ha centrado su atención en establecer que existen diversas formas de responsabilidad dependiendo de cómo este regulado el Registro en cada país, siendo el punto coincidente en estos que toda la información que se maneje en el Registro manifestada por la publicidad registral tienen como efectos situaciones jurídicas que afecta a los titulares de los derechos como al resto de la comunidad.

**Arroyave (2014), en su tesis titulada “La fé pública registral enfocada en la que se ejerce en el registro de la propiedad”, para obtener el grado académico de licenciada en ciencias jurídicas y sociales en la Universidad Rafael Landívar en Guatemala, dice lo siguiente:**

El objetivo de esta investigación ha sido determinar que el Derecho Registral es un conjunto de normas reguladoras de las relaciones jurídicas relativas a aquellos bienes aptos para engendrar titularidades “erga omnes”, mediante la publicidad del Registro. El objetivo general es el estudio doctrinario de la Fe Pública Registral enfocada a la que se ejerce en el Registro de la Propiedad. El diseño que se utilizó es la investigación descriptiva.



El trabajo de investigación ha centrado su atención en establecer que La finalidad del Derecho Registral es fortalecer la seguridad jurídica en el tráfico de inmuebles. Esa finalidad logra el Derecho Registral mediante la atribución de efectos a los asientos del Registro, referentes a la constitución, transmisión, modificación, extinción, etc. Los efectos que se atribuyen al registro son más o menos contundentes según el sistema que se adopte por la legislación. Sin embargo, podría decirse que todas las legislaciones tienen como denominador común un efecto de hecho que consiste en informar a toda persona que quiera consultarlo, poniendo a su disposición los libros con los asientos respectivos. Por eso se llama Registro Público.

## **2.2 Bases Legales**

### **Declaración universal de los derechos humanos**

Considera que la libertad, la justicia y la paz en el mundo tienen por base el reconocimiento de la dignidad intrínseca y de los derechos iguales e inalienables de todos los miembros de la familia humana; que el desconocimiento y el menosprecio de los derechos humanos han originado actos de barbarie ultrajantes para la conciencia de la humanidad, y que se ha proclamado, como la aspiración más elevada del hombre, el advenimiento de un mundo en que los seres humanos, liberados del temor y de la miseria, disfruten de la libertad de palabra y de la libertad de creencias; así como que es esencial que los derechos humanos sean protegidos por un régimen de Derecho, a fin de que el hombre no se vea compelido al supremo recurso de la rebelión contra la tiranía y la opresión;

### **Ley internacional de los derechos humanos**

Los países miembros de las Naciones Unidas se comprometieron a trabajar juntos para promover los 30 Artículos de los derechos humanos

que, por primera vez en la historia, se habían reunido y codificado en un solo documento. En consecuencia, muchos de estos derechos, en diferentes formas, son hoy parte de las leyes constitucionales de las naciones democráticas.

### **Pacto internacional de los derechos civiles y políticos**

Considera que, conforme a los principios enunciados en la Carta de las Naciones Unidas, la libertad, la justicia y la paz en el mundo tienen por base el reconocimiento de la dignidad inherente a todos los miembros de la familia humana y de sus derechos iguales e inalienables, Reconoce que estos derechos se derivan de la dignidad inherente a la persona humana, que, con arreglo a la Declaración Universal de Derechos Humanos, no puede realizarse el ideal del ser humano libre en el disfrute de las libertades civiles y políticas y liberado del temor y de la miseria, a menos que se creen condiciones que permitan a cada persona gozar de sus derechos civiles y políticos, tanto como de sus derechos económicos, sociales y culturales,

Considerando que la Carta de las Naciones Unidas impone a los Estados la obligación de promover el respeto universal y efectivo de los derechos y libertades humanos, comprendiendo que el individuo, por tener deberes respecto de otros individuos y de la comunidad a que pertenece, tiene la obligación de esforzarse por la consecución y la observancia de los derechos reconocidos en este Pacto,

### **Ley de bases de descentralización N° 27783**

Art. 17 Participación ciudadana: Promover la participación ciudadana en la formulación, debate y concertación de sus planes de desarrollo y presupuesto, y en la gestión pública.

## **Ley N° 29792**

Ley de creación, organización y funciones del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social. El sector e inclusión social comprende a todas las entidades del Estado, de los tres niveles de gobierno, vinculadas con el cumplimiento de las políticas nacionales en materia de promoción del desarrollo social, la inclusión y la equidad.

## **Resolución N° 022-2013-SUNARP/SN Brigada Registral**

Promueve el cercamiento directo del personal de SUNARP a cada ciudadano en su propia vivienda u organización social. Especialmente en aquellos distritos o sectores vulnerables por factores de pobreza o pobreza extrema

## **Resolución N° 023-2013-SUNARP/SN Talleres en organizaciones sociales de base**

Se dirige a aquellos sectores en una situación de vulnerabilidad para ejecutarse a través de talleres focalizados a organizaciones sociales de base domicilias dentro del mismo distrito o localidad.

## **Resolución 171-2013-SUNARP/SN SUNARP te Escucha**

Brinda información especializada de los servicios registrales y recibe inquietudes, consultas, sugerencias o reclamos acerca de los trámites iniciados o por iniciar ante la institución mediante la comunicación directa con los usuarios y representantes de las organizaciones de la sociedad civil.

## **Resolución N° 104-2014-SUNARP/SN SUNARP te Educa**

Es una campaña de educación registral dirigida a estudiantes desde la etapa escolar hasta la educación superior con la finalidad de dar a

conocer el sistema registral o ampliar el conocimiento que se pudiera tener acerca del mismo.

### **Resolución del superintendente nacional de los registros públicos N° 281-2015-SUNARP/SN Reglamento del Servicio de Publicidad Registral**

El reglamento tiene por objeto establecer los requisitos de la publicidad formal, el procedimiento y las demás formalidades necesarias para su expedición, así como los efectos de la publicidad material.

### **Constitución Política del Perú**

Artículo 2 inciso 2 a la igualdad ante la ley. Nadie debe ser discriminado por motivo de origen, raza, sexo, idioma, religión, opinión, condición económica o de cualquiera otra índole. Inciso 5. A solicitar sin expresión de causa la información que requiera y a recibirla de cualquier entidad pública, en el plazo legal, con el costo que suponga el pedido. Se exceptúan las informaciones que afectan la intimidad personal y las que expresamente se excluyan por ley o por razones de seguridad nacional El secreto bancario y la reserva tributaria pueden levantarse a pedido del juez, del Fiscal de la Nación, o de una comisión investigadora del Congreso con arreglo a ley y siempre que se refieran al caso investigado. Inciso 6. A que los servicios informáticos, computarizados o no, públicos o privados, no suministren informaciones que afecten la intimidad personal y familiar. Inciso 17. A participar, en forma individual o asociada, en la vida política, económica, social y cultural de la Nación. Los ciudadanos tienen, conforme a ley, los derechos de elección, de remoción o revocación de autoridades, de iniciativa legislativa y de referéndum. Inciso 20 A formular peticiones, individual o colectivamente, por escrito ante la autoridad competente, la que está obligada a dar al interesado una respuesta también por escrito dentro del plazo legal, bajo responsabilidad. Los miembros de las Fuerzas Armadas y de la Policía Nacional sólo pueden ejercer individualmente el derecho de petición.

## **2.3 Bases Teóricas**

### **2.3.1 Fundamentos Teóricos de Publicidad Registral**

#### **Sistemas Registrales**

Para efectos de la investigación, ha sido necesario partir de la definición del sistema registral entendiendo por este al conjunto de normas que se encargan de regular la organización registral, así como los efectos que surgen de la inscripción tanto en la declaración, constitución y protección de los derechos, actos, contratos o titularidades que contenga el registro.

Hemos Podido encontrar en el desarrollo de la doctrina tres sistemas los cuales influyeron para tener el sistema registral actual, entre ellos esta: el francés, el alemán y el australiano.

El Sistema Registral Francés según Manzano (2008) recibe el nombre de Conservation des hypotheques u Oficinas de Hipotecas, a cuyo frente están los Conservadores de las Hipotecas o Registradores. Dentro de las características de este se encuentran: a) Organiza un sistema de Registro como requisito de oponibilidad. b) Sigue el sistema de folio o fichero personal, sin perjuicio de la llevanza de un fichero inmobiliario, para facilitar las buscas de fincas. c) La técnica utilizada en la práctica de los asientos es de transcripción, archivo o colección de los documentos inscribibles. d) Adopta el principio de publicidad registral cerrada o de numerus clausus, de actos y derechos inscribibles. (p, 76)

El Sistema registral Alemán tiene como referencia el Código Civil de 1900 en donde se expone que el requisito formal para adquirir una propiedad es la inscripción de lo contrario solo se originan obligaciones personales, es así que el Sistema Registral es de naturaleza constitutiva, puesto que no solo es necesario el acuerdo de las partes para constituir un derecho real sino que es necesario el registro. Este sistema sigue el sistema de folio real, sobre la

base de abrir un folio o registro particular a cada finca que concentra todo su historial jurídico. Es un Registro de numerus clausus, en el que los derechos inscribibles no sólo están tasados o limitados, sino que, además, son derechos tipificados y la voluntad no puede alterados. Formula con terminología técnica las reglas básicas o principios registrales que constituyen la esencia jurídica del sistema.

Para Casado (1959) el sistema australiano tiene como elemento esencial a la matriculación de inmuebles, permitiéndole así coexistir con otros sistemas. Una vez matriculado el inmueble para proceder a inscribir otras transferencias el registro debe verificar el acto causal y el certificado de título, en cada transferencia se entiende que el dominio vuelve al Estado y es éste quien lo transfiere al adquirente. (p, 300)

Por esta razón podemos entender que nuestro sistema registral es el resultado de la mezcla de los diversos sistemas aplicando las figuras a nuestra realidad. Asimismo tomando en cuenta lo mencionado en nuestro Código Civil podemos determinar que el Sistema Registral Peruano presenta como características la oponibilidad frente a terceros (art. 2022) utiliza el principio de legitimación (art. 2013) el de la fe pública y el principio de tracto sucesivo (art. 2015), así como utiliza el sistema de folio real extendidos en asientos en donde se manifiesta el resumen del título que fue presentado.

### **Principios Registrales**

Para García (1988) los principios registrales son las características básicas que tiene un determinado sistema registral estos rasgos deben ser básicos para ser considerados como tal, permitiendo perfeccionar la legislación registral, asimismo a través de estos podemos conocer los lineamientos del ordenamiento registral, siendo las directrices que deben servir de base para la ley (p, 533)

Según Lacruz y Sancho (1984) los principios registrales se clasifican en aquellos llamados formales y los materiales, estando dentro de la primera clasificación los de tracto sucesivo, rogación, legalidad y especialidad. En la segunda clasificación el principio de publicidad, legitimación, fe pública y prioridad. (p, 48)

Para Chico y Ortiz (1994) los principios registrales se clasifican en los principios previos a la inscripción que son el de rogación y legalidad, los principios simultáneos a la inscripción el de prioridad, especialidad y tracto sucesivo y por último los principios posteriores a la inscripción la legitimación, la fe pública registral. (p, 251).

Los principios registrales de nuestro ordenamiento jurídico se encuentran consagrados en el Título Preliminar del Reglamento General de los Registros Públicos y en el Título I del Libro IX del Código Civil los cuales son:

Principio de Rogación y titulación autentica también denominado Principio de Instancia. Según la Resolución N° 386-97-ORLC/TR. La rogatoria de inscripción implica a todos aquellos actos inscribibles contenidos en el título y no sólo aquél o aquellos que estén consignados en el formulario de solicitud de inscripción. Asimismo en la Resolución N° 025-96-ORLC/TR. La inscripción se efectúa en virtud de título que conste en instrumento público y solamente en los casos en que la ley expresamente lo autorice, pueden extenderse inscripciones en virtud de documentos privados, acorde a lo prescrito en el artículo 2010 del Código Civil y lo dispuesto en los artículos 122 y 124 del Reglamento General de los Registros Públicos.

Principio de especialidad para García (1988) el principio de especialidad es necesario para dar claridad al registro, accediendo a este aquellas situaciones jurídicas que estén perfectamente determinadas. (p, 552). En ese sentido Gómez (1995) refiere que no es posible llegar a la certeza de un derecho sin la certeza de su

objeto (especialidad) existe el folio real en donde el registro se organiza en función al objeto y el folio personal donde no se toma en cuenta al objeto sino el archivo de documentos complementados por un índice alfabético.

Principio de legalidad para Amoros (1996) este principio implica que los títulos que van a ser inscritos deben de cumplir con los requisitos legales necesarios para poder ser publicitados, solo es posible inscribir un título jurídicamente válido y eficaz (p, 616). Este principio genera la obligación al registrador de contrastar el título que se presentó con el ordenamiento jurídico con la finalidad de que existe concordancia para así solo inscribir aquellos que sean válidos y eficaces. En ese sentido Peña (1986) señala que para poder determinar si un título cumple con la legalidad e necesario verificar la naturaleza del mismo así como los efectos jurídicos, es decir un “juicio de crítica jurídica” proceso al que se conoce como calificación registral (p, 543)

Principio de Tracto sucesivo también conocido como principio de continuidad o tracto continuo, consiste en la cadena de actos registrados relacionados con un mismo bien o persona natural o persona jurídica. Las inscripciones se encuentran debidamente relacionadas, de tal modo que el adquirente, sucesor o causahabiente en uno de dichos asientos sea, precisamente el transferente, causante o autor en su inmediato anterior.

Principio de Legitimación según Resolución N° 037-96-ORLC/TR. El contenido de las inscripciones se presume cierto y produce todos sus efectos mientras no se declare judicialmente su invalidez, a tenor de lo prescrito por el artículo 2013 del Código Civil y el numeral VII del Título Preliminar del Reglamento General de los Registros Públicos. Asimismo en la Resolución N° 121-96-ORLC/TR el contenido de los asientos registrales se presume cierto y produce todos sus efectos mientras no se rectifique o declare judicialmente su invalidez



Principio de la Fe pública registral tiene por objeto proteger la adquisición del tercero registral y puede ser suficiente que la adquisición sea a título gratuito, o requerir que la misma sea a título oneroso como en el caso del Sistema Registral Peruano por Resolución N° 040/92-ONARP-JV. El tercero que de buena fe adquiere a título oneroso algún derecho de persona que en el Registro aparece con facultades para otorgarlo, mantiene su adquisición, una vez inscrito su derecho, aunque después se anule, rescinda o resuelva el del otorgante en virtud de causas que no consten en los Registros Públicos, presumiéndose la buena fe del tercero mientras no se pruebe que conocía la inexactitud del Registro.

Principio de prioridad preferente también conocido como Principio Registral de Prioridad de Rango, Prioridad Compatible o Prioridad por Rangos, por lo general este principio es aplicable para los casos de gravámenes y medidas cautelares. En tal supuesto se encuentra en ventaja el acreedor hipotecario que logró inscribir primero su título.

Principio de prioridad excluyente según Resolución N° 106-95-ORLC/TR. Con arreglo al artículo 2017 del Código Civil y numeral IV del Título Preliminar del Reglamento General de los Registros Públicos, sólo se extenderá una inscripción cuando el título se adecúe a los precedentes registrales, no siendo factible la inscripción de un título incompatible con otro ya registrado, aunque sea de fecha anterior. En ese sentido la Resolución N° 170-97-ORLC/TR refiere que no procede inscribir un título presentado con posterioridad a otro incompatible con otro ya inscrito y presentado con anterioridad, aun cuando aquel sea de fecha anterior

### **Definición de Publicidad Registral**

La publicidad registral satisface diferentes necesidades vinculadas al tráfico jurídico. Con la finalidad de proteger la seguridad. El registro es un instrumento técnico apto

La aparición a lo largo de la historia de la publicidad ha sido en respuesta a una necesidad económica. Dentro de los antecedentes jurídicos de la publicidad registral se encuentra el Código de la India, o el Derecho hebreo considerados como una manifestación de anuncio de titularidades o adquisición de derechos. En el derecho griego no se ha podido encontrar mayor información por la escasez de fuentes pero debido a la información que existe en los papiros egipcios que influyeron en el derecho griego se puede llegar a la conclusión de que existían archivos públicos donde constaba la transferencia de dominio o las constituciones de hipoteca. Es por esto que se puede concluir que los archivos donde se manifestaba la publicidad aparecen en varias ciudades que influirán en el derecho.

Egipto uno de las primeras civilizaciones donde surge la publicidad registral podemos dividir en dos épocas:

Época ptolemaica.- en esta época las transferencias se realizaban delante de un escribano o notoria para pasar luego al registro donde se registraban las copias de los contratos, estos registros se realizaban en orden cronológico y en el documento debía de figurar el nombre de los intervinientes así como la ubicación y precio del inmueble, el objeto del registro era la seguridad jurídica, aunque esta inscripción era voluntaria siendo este el principal defecto del sistema de la época.

Época de la dominación romana.- aquí existía un sistema de publicidad registral inmobiliaria en donde un funcionario del estado tenía a su cargo los archivos de las adquisidores, este registro tenía un índice en relación a la persona, sin embargo debido a los conflictos dentro del imperio el registro desaparece.

Más adelante en la cultura Romana vemos figuras como la mancipatio correspondiente a actos privados, iure cessio y la adjudicatio en función a una sentencia judicial estas figuras desaparecen luego quedando la traditio como la única forma de trasmisión de la propiedad.

En la Edad Media el instrumento de valor económico y político es la tierra por lo tanto el propietario quiere proteger su titularidad, aunque en un primer momento no contaban con un sistema de publicidad registral con posterioridad surgen diferentes formas para la transmisión de la propiedad claro está que estos actos van acompañados de solemnidad lo que es conocido como *genere que* confería seguridad jurídica.

Finalmente en la monarquía nace un registro que tenía como finalidad determinar quiénes son los titulares de los inmuebles más que proteger el tráfico jurídico con el fin de recaudar fondos, originándose el catastro territorial existiendo la figura del registro físico quien establece quienes son los dueños con el fin de cobrar la contribución y el registro jurídico que tiene como fin proteger al titular y el tráfico de inmuebles.

Es así que luego surgen los sistemas registrales y se presenta una figura más completa de lo que es la publicidad registral. Este principio se encuentra consagrado en el artículo I del Título Preliminar del Reglamento General de los Registros Públicos que se refiere a la publicidad material, por el cual se presume que todos tienen conocimiento del contenido de los asientos de inscripción.

Para Gonzáles Barrón (2004) la publicidad es el sistema que difunde determinada situación jurídica, es un servicio brindado por el Estado en función al interés de los particulares, la publicidad se lleva mediante el Registro que contiene información de interés colectivo.(p.123)

Según Villegas Poma (2001) La publicidad permite conseguir titularidad notoria frente a terceros que muestren interés. Gracias a la publicidad del registro se corren menos riesgos y por ende genera un crecimiento social de manera eficiente.(p,189)

García García, (1988) la define como la manifestación del acto en unos libros y asientos, esta se da de forma continuada, organizada con el fin de producir cognoscibilidad general, generando efectos jurídicos sustantivos. La publicidad registral tiene 4 finalidades que son: 1° La seguridad jurídica de los derechos y del tráfico de bienes inmuebles. 2° El fomento del crédito territorial y del crédito personal. 3° Tiende a evitar usura, los fraudes y estafas. 4° Tiene una finalidad preventiva. (p 41-55)

En ese sentido Domingo (2004) el Derecho Registral tiene un objetivo propio y específico, exclusivo y excluyente, a la publicidad jurídica con alcance material, con efectos sustantivos, derivados directamente de la publicación del negocio o derecho, acto o contrato. (p, 501)

Según Amado Ramírez (2011) se define como: La publicidad registral, es la manifestación sostenida e ininterrumpida de determinadas situaciones jurídicas a cargo del Estado a través de un órgano (SUNARP) generando conocimiento general respecto de terceros, con el fin de tutelar los derechos y la seguridad en el tráfico de los mismos. (p, 21)

El sistema de publicidad registral cumple sus fines de seguridad jurídica mediante los principios registrales, que se divide en: 1) Seguridad estática: protege al titular del derecho frente a terceros 2) La seguridad dinámica: brindando protección a terceros involucrados en la circulación de la riqueza. Seguridad del tráfico.

Dentro de las ventajas de la publicidad registral se encuentran: La certeza, la seguridad jurídica de los derechos. Transparencia en las transacciones, que conlleva la limitación de los conflictos, la movilidad del tráfico mercantil, o el fomento del crédito territorial y

del crédito personal. Información que sirve a los operadores que actúan en el mercado, la finalidad cautelar.

### **2.3.1.1. Dimensiones de Publicidad Registral**

#### **Publicidad Registral Material**

Según Moisset de Espanés (2015) se define como:

La publicidad que tiene como base la fe pública con la que cuenta el registro y aquella que genera la razón de ser del mismo. El registro genera la posibilidad a un tercero de tomar conocimiento del contenido del registro y la publicidad únicamente tiene como objetivo lograr la oponibilidad ante terceros. (p, 231)

El Código Civil en su artículo 2012º nos dice que “Se presumen, sin admitirse prueba en contrario, que toda persona tiene conocimiento del contenido de las inscripciones”, definiendo la publicidad material de esta manera.

Podemos llamar a la publicidad material también publicidad sustantiva y se refiere al efecto que produce el registro, que es una característica principal de los Sistemas Registrales. Es decir, se refiere al hecho que el registro surte efecto o perjudica a terceros.

El reglamento de publicidad de la Sunarp indica en su artículo 4º y 5º que: La publicidad material refiere a los efectos que surgen de la inscripción o anotación registral, estos efectos presuponen la calificación registral de los derechos y actos inscritos o anotados.

Los efectos de la publicidad material son los siguientes:

a) Efecto de cognoscibilidad: El contenido de la partida registral afecta a los terceros aun cuando éstos no hubieran

tenido conocimiento efectivo del mismo, salvo disposición en contrario.b) Efecto de inoponibilidad: Los actos o derechos no inscritos ni anotados en el registro, no afectan ni perjudican al tercero que inscribió su derecho en el registro.c) Efecto legitimador: El titular registral se encuentra legitimado para actuar conforme al contenido de la inscripción registral.

### **Publicidad Registral Formal**

La publicidad formal también conocida como publicidad procesal se enfoca a la forma como se accede a la información que brinda el registro, presentándose de manera directa e indirecta. La publicidad directa se refiere a las manifestaciones y la publicidad indirecta a los certificados que pueden ser compendiosos o literales.

Amado Ramirez (2011) señala que:

La Publicidad Formal, puede darse de dos maneras o formas: 1. Directa: En las oficinas de los Registros, a la que pueden acudir cualquier persona y pedir que le exhiban los tomos, fichas y/o partidas electrónicas 2. Indirecta: El usuario puede solicitar cualquier certificado, previa presentación de la solicitud correspondiente. El Certificado es el instrumento público expedido por el registrador o abogado certificador, el cual, publicita el contenido literal o compendioso de un asiento de inscripción, o título que ha dado mérito a éste y/o contiene la aseveración, en forma negativa o positiva de la inscripción o anotación preventiva de un acto o contrato en el registro. Pueden ser: • Literales: copia o impresión de la totalidad o parte de la partida registral, o de los documentos que dieran mérito para extenderlos. • Compendioso: extracto, resumen o indicación de determinadas circunstancias del contenido de

las partidas registrales, que podrán referirse a gravámenes, cargas, etc. (p, 25)

Según el Reglamento de Publicidad de Sunarp en su la publicidad formal se clasifica en:

Publicidad formal simple: Es informativa y consiste en la obtención de información del archivo registral, sin la suscripción del servidor responsable en su expedición.

La publicidad formal simple se obtiene a través de los siguientes medios:

Exhibición: Consiste en la consulta directa por parte del administrado de los títulos archivados. La exhibición se efectúa en el local de la oficina registral respectiva y en presencia del personal expresamente facultado para ello, debiendo adoptar las precauciones convenientes para asegurar su conservación. Está prohibido doblar las hojas, poner anotaciones o señales, o realizar actos que puedan alterar la integridad de éstos, bajo responsabilidad de adoptar las acciones legales correspondientes.

Visualización: Consiste en la consulta de la partida registral o título archivado que consten en formatos digitales, a través de los terminales ubicados en las instalaciones de las oficinas registrales, cajeros registrales multiservicios u otros medios.

Copia informativa: Consiste en la reproducción total o parcial de documentos que conforman el título archivado, la solicitud de inscripción denegada o la partida registral, inclusive aquellas que se originan en tomo o ficha. En el caso de la partida registral, consta la existencia de título pendiente.

Búsqueda a través de los índices informatizados: Consiste en la obtención de información extraída de la partida registral por medio de datos estructurados del sistema informático registral tales como el nombre o denominación de la persona natural o jurídica, el número de la partida registral y otros datos de acuerdo a cada registro jurídico.

La boleta informativa: Consiste en la información obtenida de los índices o asientos registrales, a través de los datos estructurados del sistema informático registral, indicando la existencia de título pendiente.

Publicidad formal certificada: Es instrumento público y da fe de la información contenida en el registro. Es suscrita por el registrador, abogado certificador o certificador debidamente autorizado, según corresponda. Tiene valor para todo procedimiento seguido ante una institución pública o privada con los efectos que establezca el presente reglamento.

La publicidad formal certificada se obtiene a través de los siguientes medios:

Certificado literal: Consiste en la reproducción total o parcial de los documentos que conforman el título archivado, la solicitud de inscripción denegada o la partida registral, inclusive aquellas que se originan en tomo o ficha, con la indicación del día y hora de su expedición, debiendo ser autorizados por el registrador, abogado certificador o certificador mediante su sello, firma y rúbrica en la hoja u hojas que conforman dicha publicidad.

Certificado compendioso: Consiste en la expedición de un extracto, resumen o indicación de determinada



circunstancia que conste en la partida registral, tales como la titularidad, gravamen, carga, nombramiento, revocación u otro dato. También comprende la información registral sintetizada que permite acreditar la existencia, inexistencia o vigencia de determinada inscripción o anotación registral, así como las aclaraciones necesarias para no inducir a error sobre la situación de la partida registral y la indicación de la fecha y hora de su expedición. El certificado compendioso se encuentra suscrito por el registrador o abogado certificador mediante su sello, firma y rúbrica en la hoja u hojas que conforman dicha publicidad. Están comprendidos dentro de los certificados compendiosos los siguientes:

**Certificado Registral:** Acredita la información relativa a la titularidad, descripción, cargas y gravámenes vigentes respecto de un bien de acuerdo a cada registro jurídico. Asimismo, acredita la información con alcance nacional respecto de una persona de acuerdo a los registros jurídicos que el sistema informático permita.

**Certificado de cargas y gravámenes:** Acredita la existencia de cargas, gravámenes u otras afectaciones vigentes respecto del bien de acuerdo a cada registro jurídico.

**Certificado positivo:** Acredita la existencia de una inscripción respecto a determinado registro jurídico, detallando el número de partida registral, el tipo de registro y la oficina registral donde se encuentra inscrito el acto o derecho, según corresponda.

**Certificado negativo:** Acredita la inexistencia de una inscripción respecto a determinado registro jurídico de la oficina registral correspondiente.

Certificados de vigencia: Acredita la existencia y eficacia del acto o derecho inscrito en determinado registro jurídico a la fecha de su expedición.

#### **2.3.1.2. Medición de la Variable**

Para medir la variable: publicidad registral a través de sus dimensiones: publicidad registral formal y publicidad registral material se utilizó la técnica de la encuesta con su instrumento el cuestionario que fue aplicado a los abogados certificadores de la Zona Registral N° IX-Sede Lima.

### **2.3.2 Fundamentos Teóricos del Derecho de Inclusión Social**

#### **Definición del Derecho de Inclusión Social**

Subirats (2004) define a la inclusión social como la participación de la comunidad en tres sectores que son: el mercado, la redistribución y las relaciones de reciprocidad que se dan entre la familia y las redes sociales (p, 120)

Asimismo Forster (2003) señala que la inclusión social es el proceso que tiene como objeto asegurar que todos los integrantes de la sociedad tengan una participación activa, ocasionando el desarrollo humano y así generando bienestar social.(p,130)

Según Torregosa (1993) se define como:

La inclusión social es una política que brinda solución a los cambios drásticos desarrollados en una sociedad donde existe una parte de la misma que se encuentra aislada. Entendiendo a la inclusión entonces como el resultado de una nueva regulación que tiene como base el factor de integración, permitiendo fomentar la cohesión social en una sociedad compleja y fragmentada.(p, 58-59)

Para Laparra, (2001) es el proceso multidimensional, que tiene como objetivo a integrar a individuos, en razón a una serie de derechos sociales a los que no tiene acceso tales como el trabajo, la educación, la salud, la cultura, la economía y la política, junto a otros colectivos que si tienen acceso y posibilidad de disfrute y que terminan por anular el concepto de ciudadanía. (p, 231)

Según Malgesini (2005) se define como:

El proceso que asegura que aquellas personas en riesgo de pobreza y de exclusión social aumenten las oportunidades y los recursos necesarios para participar completamente en la vida económica, social y cultural, así como para gozar de unas condiciones de vida y de bienestar que se consideren normales en la sociedad en la que viven. La inclusión social asegura de que se tenga mayor participación en la toma de decisiones que afecta a sus vidas y el acceso a sus derechos fundamentales. La inclusión social trata entonces sobre la “redistribución de oportunidades sociales” en todos los segmentos.(p, 13)

### **2.3.2.1. Dimensiones del Derecho de Inclusión Social**

#### **Dimensión Económica**

Sen (1995) la inclusión económica debe contar básicamente con tres características: debe permitir un recuento de los pobres; debe permitir conocer la profundidad de la pobreza, es decir, cómo de lejos está cada pobre de salir de la pobreza; y debe tener en cuenta la distribución de los ingresos dentro del grupo de los pobres.(p, 221)

Stark (1993) Cuando hay crecimiento económico en una sociedad esto se ve reflejado en el aumento de empleo y por ende se facilita la inclusión social. La inclusión por lo económico a través del mercado de trabajo exigirá como

condición previa la posesión de un documento que posibilite la firma de un contrato de trabajo o su establecimiento como autónomo (como trabajador por cuenta propia). (p, 135)

Según Torregrosa y Malo (2001) se define como:

Las políticas de integración económica son aquellas medidas que da la administración pública con el fin de evitar la pobreza, se debe de tener en cuenta que estas medidas muchas veces son políticas y no buscan acabar totalmente con el problema sino manejarlo y reducirlo en la medida que dicte la rentabilidad de tal inversión sin extinguir totalmente la exclusión existente en una sociedad.(p,98)

Las políticas sociales han tomado como estrategia la inclusión por lo económico, entender que la participación en la vida económica es uno de los medios más eficaces para lograr una inclusión social con visos de estabilidad.

Finalmente Gallego (2006)indica que la dimensión económica es la más importante para la inclusión, pero es necesario tener en cuenta que el factor clave no es el acceso al mercado de trabajo, sino los niveles de desigualdad que pueden llegar a generar las pautas de distribución de la riqueza y la lógica del mercado de trabajo. En las sociedades de mercado del mundo globalizado, la inclusión pasa inevitablemente por la contención y la corrección de las desigualdades económicas y, aún más, de sus impactos contaminantes sobre las esferas no económicas de la sociedad<sup>20</sup>. Consideramos esencial tomar consciencia de este hecho para poder plantear políticas adecuadas. (p, 189)

## **Dimensión Social**

Según Torregosa (1993) se define como:

La inclusión se ha ido imponiendo en todos los ámbitos de la vida humana. La prueba más evidente de todo esto la encontramos en la segmentación y la segregación crecientes en el trabajo, la vivienda, la escuela, el deporte, etc. También parece claro que la individualización va emparejada con una mayor vulnerabilidad de la persona, desprovista ahora de los cojines familiares y comunitarios con los que podía contar antes, y en un contexto en el que el estado de bienestar, que podría compensar esta pérdida, se estanca o incluso tiende a enflaquecer. (p, 121)

Para Laparra, (2001) se define como:

La inclusión social como fenómeno dinámico, multidimensional y heterogéneo, es un proceso con etapas y situaciones diversas por las que pasan un sector de individuos de cualquier clase y condición, en función de factores, muy variados. Es un proceso que, potencialmente, puede afectar a todo el mundo, con grados de intensidad muy variados, pero que no es irreversible. (p, 143)

La inclusión social y las políticas que se deriven de él serán herramientas al servicio del progreso social. Siendo necesario reafirmar la multidimensionalidad, asumir la diversidad, construir el problema social y prever la acción colectiva. Desde esta perspectiva, la palabra que mejor refleja el ideal de inclusión social es autonomía.

Según Gallego (2006) se define como:

La inclusión social es aquella política que incluye planteamientos multidisciplinares y transversales, siendo la única manera de entender la compleja interrelación entre

los diversos factores implicados en el fenómeno. Así, hay quien plantea el problema en términos estrictamente económicos, otros lo hacen en términos estrictamente políticos, sociales o culturales. El enfoque interdisciplinario implica más costes de intervención y de coordinación, porque se debe avanzar en todos los frentes a la vez; pero también implica, en el lado positivo, una mayor resiliencia de las personas y las sociedades, porque todos los factores están conectados entre ellos, pero no es imprescindible aprobarlos todos con nota para alcanzar un nivel aceptable de inclusión (p, 191)

### **Dimensión Ciudadanía participativa**

Según Gallego (2006) se define como:

En la actualidad hablar de Inclusión social y democracia participativa son dos conceptos que van de la mano, se puede entender que ambos son las bases para construir un nuevo relato de la sociedad ideal, adaptado a las condiciones de la nueva época.

El concepto de participación ciudadana se entiende como una forma de mejorar una democracia representativa que no acababa de responder a las expectativas en cuanto a la proximidad y la eficacia de los poderes públicos en el abordaje de los problemas e inquietudes de la ciudadanía.(p,191)

Para Torregosa (1993) se define como:

La inclusión como participación es, condicionar el conjunto de la vida social a través del discurso y la acción de los miembros de la sociedad. Con la participación se ejerce una ocupación plena de sentido y se establecen vínculos muy potentes; a través de la participación se lucha contra la discriminación para mejorar los servicios públicos y las condiciones laborales.

La participación debe considerar el hecho de formar parte activa de entidades o colectivos que trabajan con la idea de producir valor público, ya sea a través de la defensa de determinadas causas, de la organización de actos públicos o del apoyo a colectivos en dificultades (p, 124)

Según Laparra, (2001) se define como:

La participación de la ciudadanía; es tener una idea dinámica de ciudadanía, articulada desde los valores de la igualdad de oportunidades, la solidaridad, la democracia y la autonomía personal. Es una ciudadanía que sólo puede crecer y consolidarse a través de su propio ejercicio, dejando de ser un simple contenedor de derechos reconocidos para convertirse en un ejercicio permanente de corresponsabilidad y solidaridad ante los problemas comunes. (p, 144)

#### **2.3.2.2.Medición de la Variable**

Para medir la variable: Derecho de Inclusión Social a través de sus dimensiones: económica, social, ciudadanía participativa se utilizó la técnica de la encuesta con su instrumento el cuestionario que fue aplicado a los abogados certificadores de la Zona Registral N° IX-Sede Lima

#### **2.4 Definición de Términos Básicos**

**Área de catastro:** Es la encargada de la administración de la base gráfica registral y de emitir los informes técnicos necesarios para el certificado de búsqueda catastral. (Reglamento de publicidad registral 2015)

**Archivo registral:** Es el conjunto de documentos almacenadas y conservados en las distintas oficinas registrales de la Sunarp, que se encuentran conformados por: (i) Las partidas registrales que constan en tomos, fichas movibles, discos ópticos y otros soportes magnéticos; (ii) Los títulos que dan mérito a las inscripciones registrales; (iii) Las solicitudes de inscripción de los títulos cuya inscripción fue denegada; (iv) Los índices y los asientos de presentación organizados en medios informáticos o aquellos que consten en soporte papel. (Reglamento de publicidad registral 2015)

**Asiento registral:** Es el acto administrativo del registrador mediante el cual extiende una inscripción o anotación que expresa el extracto de un acto o derecho contenido en el título correspondiente. (Reglamento de publicidad registral 2015)

**Declaración de abandono:** Es el acto administrativo que determina la conclusión del procedimiento de publicidad formal por la inacción del solicitante en el plazo previsto en el reglamento. (Reglamento de publicidad registral 2015)

**Mesa de partes:** Es el área de la oficina registral encargada de poner a disposición los pronunciamientos del servidor responsable respecto al pedido de publicidad formal, así como de recibir los documentos de reingreso aportados por el solicitante. (Reglamento de publicidad registral 2015)

**Jefe de la Zona Registral:** Es el servidor civil responsable de dirigir, ejecutar, evaluar y supervisar los servicios de publicidad en cada uno de los órganos desconcentrados de la Sunarp. (Reglamento de publicidad registral 2015)

**Oficina registral:** Es la encargada de prestar el servicio de publicidad formal de los diversos actos y derechos inscritos. (Reglamento de publicidad registral 2015)



**Partida registral:** La partida registral es la unidad de registro, conformada por los asientos de inscripción organizados sobre la base de la determinación del bien o de la persona susceptible de inscripción; y, excepcionalmente, en función de otro elemento previsto en disposiciones normativas. (Reglamento de publicidad registral 2015)

**Servidor responsable:** Es el cajero, certificador, abogado certificador o registrador encargado de brindar el servicio de publicidad formal. (Reglamento de publicidad registral 2015)

**Solicitante:** Es el administrado que requiere el servicio de publicidad formal de alguno de los registros jurídicos de la Sunarp. (Reglamento de publicidad registral 2015)

**Título archivado:** Es el conjunto de documentos que dieron mérito a la extensión de un asiento registral. El título archivado forma parte del archivo registral y está ordenado cronológicamente en función a la fecha de presentación al registro (Reglamento de publicidad registral 2015)

**CAPÍTULO III**  
**PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE**  
**RESULTADOS**

### **3.1. Contratación de Hipótesis**

#### **Hipótesis General**

H<sub>0</sub>. La publicidad registral no garantiza el derecho de inclusión social en el año 2015 en la Zona Registral N° IX-Sede Lima

H<sub>a</sub>. La publicidad registral garantiza el derecho de inclusión social en el año 2015 en la Zona Registral N° IX-Sede Lima

#### **Hipótesis Específica**

H<sub>0</sub>. La publicidad registral material no garantiza el derecho de inclusión social en el año 2015 en la Zona Registral N° IX-Sede Lima

H<sub>1</sub> la publicidad registral material garantiza el derecho de inclusión social en el año 2015 en la Zona Registral N° IX-Sede Lima

H<sub>0</sub>. la publicidad registral formal no garantiza el derecho de inclusión social en el año 2015 en la Zona Registral N° IX-Sede Lima

H<sub>2</sub> la publicidad registral formal garantiza el derecho de inclusión social en el año 2015 en la Zona Registral N° IX-Sede Lima

## **3.2. Análisis de Gráficos**

### **3.2.1. Descripción de resultados**

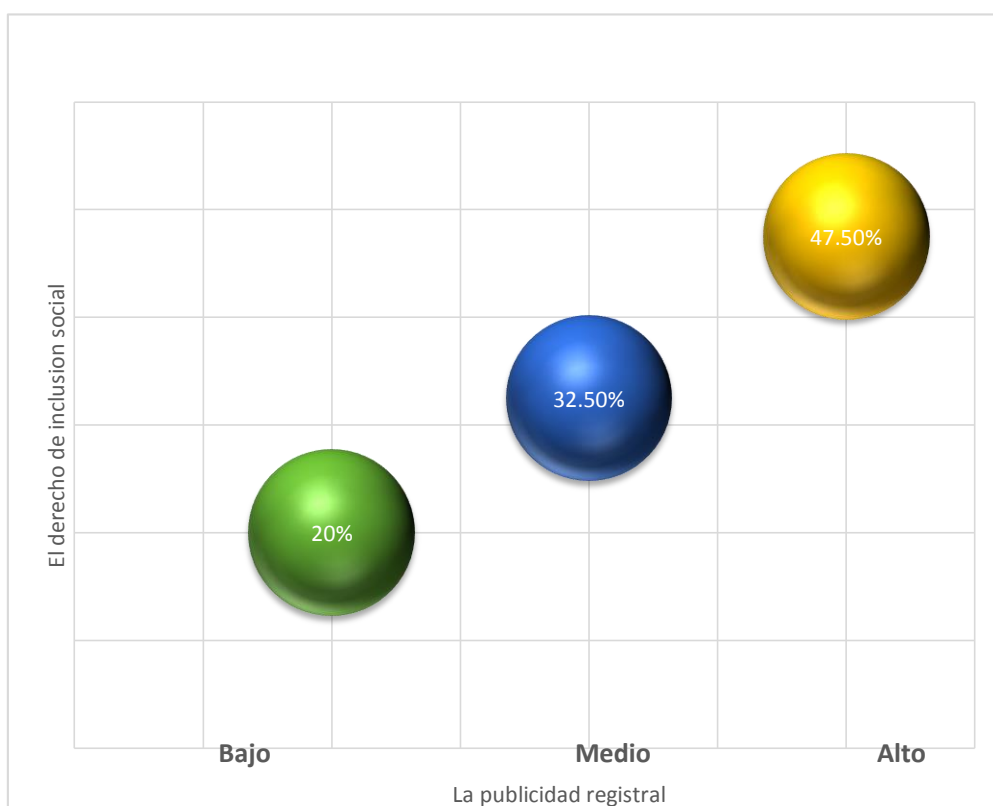
Para el proceso del tratamiento estadístico de los datos, procedemos a determinar las escalas de medición a partir de las puntuaciones directas; en cuanto a la variable la publicidad registral y el derecho de inclusión social; puesto que la escala asumida está en función a un análisis de datos del índice inicial del instrumento de las variables de estudio, favoreciendo a la vez una mejor interpretación.

### **3.2.2. Resultado general de la investigación**

Con fin de conocer los resultados generales de la investigación en cuanto el comportamiento de las dimensiones, a continuación se detalla las frecuencias de distribución, la asociación de variables y el grado de relación entre las variables de estudio que es motivo de la investigación

## a. Resultado general de la investigación

### a.1. La publicidad registral y el derecho de inclusión social



*Figura 1. La publicidad registral y el derecho de inclusión social*

En la figura 1, se exterioriza la asociación de las variables de estudio en cuanto a los niveles de la publicidad registral y el derecho de inclusión social, apreciándose una asociación significativa entre ambas variables de estudio puesto que solo el 20% de los Abogados-Certificadores de Zona Registral N° IX-Sede Lima presentan un bajo nivel de que la publicidad registral garantiza al derecho de inclusión social, el 32.5% presentan un nivel medio de que la publicidad registral garantiza al derecho de inclusión social, y solo el 47.5% presenta un nivel alto de que la publicidad registral no garantiza al derecho de inclusión social.

## a.2. Prueba de hipótesis general de la investigación

H<sub>0</sub>. La publicidad registral no garantiza el derecho de inclusión social en el año 2015 en la Zona Registral N° IX-Sede Lima

H<sub>a</sub>. La publicidad registral garantiza el derecho de inclusión social en el año 2015 en la Zona Registral N° IX-Sede Lima

**Tabla 9**

*La publicidad registral y el derecho de inclusión social*

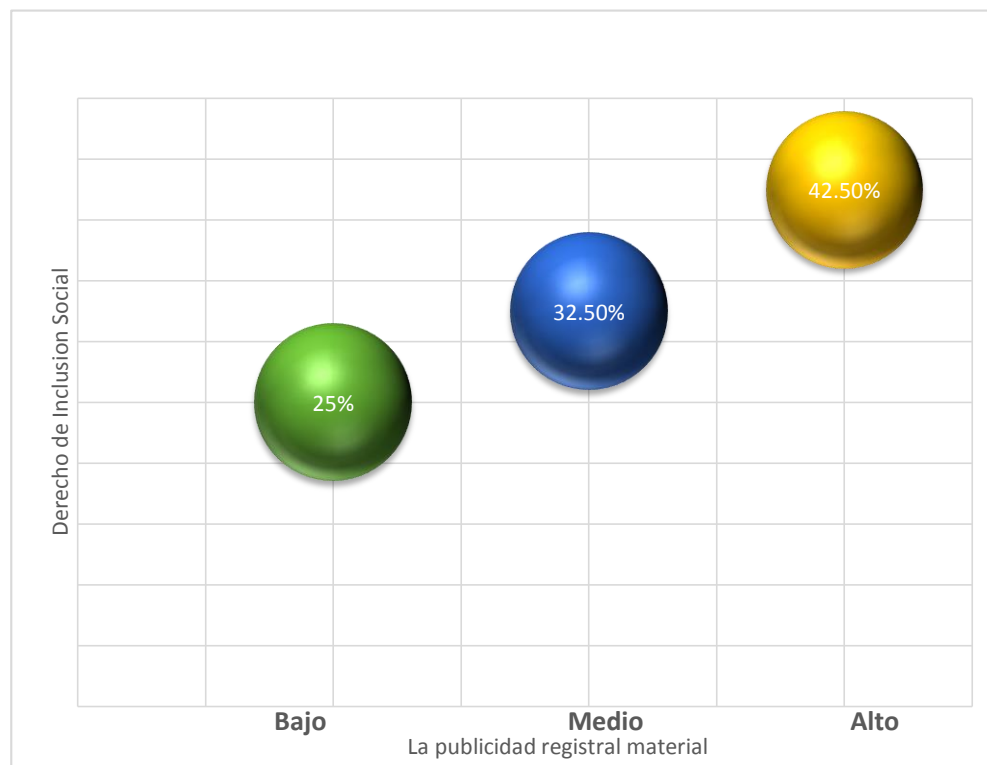
<i>el derecho de inclusión social</i>								
<i>La publicidad registral</i>	<b>Bajo</b>		<b>Medio</b>		<b>Alto</b>		<b>Total</b>	
	<b>%</b>	<b>N</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>n</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	
<b>Bajo</b>	0	0%	4	10%	4	10%	<b>8</b>	<b>20%</b>
<b>Medio</b>	4	10%	4	10%	5	12.5%	<b>13</b>	<b>32.5%</b>
<b>Alto</b>	5	12.5%	9	22.5%	5	12.5%	<b>19</b>	<b>47.5%</b>
	<b>9</b>	<b>22.5%</b>	<b>17</b>	<b>42.5%</b>	<b>14</b>	<b>35%</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>
<i>Correlación de Spearman = .654      **p &lt; .001</i>								

Fuente: Cuestionario

De los resultados que se aprecian, se visualiza una tendencia aceptable en cuanto a la publicidad registral y el derecho de inclusión social, asimismo, al apreciar el grado de correlación entre las variables determinada por el Rho de Spearman  $\rho = .654$  significa que existe alta relación entre las variables, frente al  $p < 0.05$ , existiendo suficiente condición para rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, por lo que, **la publicidad registral garantiza el derecho de inclusión social en el año 2015 en la Zona Registral N° IX-Sede Lima**

## b. Presentación de resultados específicos 1

### b.1. La publicidad registral material y el derecho de inclusión social



*Figura 2. La publicidad registral material y el derecho de inclusión social*

En la figura 2, se exterioriza la asociación de las variables de estudio en cuanto a los niveles de la publicidad registral material y el derecho de inclusión social, apreciándose una asociación significativa entre ambas variables de estudio puesto que solo el 25% de los Abogados-Certificadores de Zona Registral N° IX-Sede Lima presentan un bajo nivel de que la publicidad registral material garantiza al derecho de inclusión social, el 32.5% presentan un nivel medio que la publicidad registral material garantiza al derecho de inclusión social, y solo el 42.5% presenta un nivel alto que la publicidad registral material garantiza al derecho de inclusión social.

## b.2. Prueba de hipótesis específica 1 de la investigación

H<sub>0</sub>. La publicidad registral material no garantiza el derecho de inclusión social en el año 2015 en la Zona Registral N° IX-Sede Lima

H<sub>1</sub>. La publicidad registral material garantiza el derecho de inclusión social en el año 2015 en la Zona Registral N° IX-Sede Lima

**Tabla 10**

*La publicidad registral material y el derecho de inclusión social*

<i>La publicidad registral material</i>	<i>el derecho de inclusión social</i>							
	<i>Bajo</i>		<i>Medio</i>		<i>Alto</i>		<i>Total</i>	
	<i>%</i>	<i>N</i>	<i>%</i>	<i>N</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>	
<b>Bajo</b>	1	2.5%	5	12.5%	4	10%	<b>10</b>	<b>25%</b>
<b>Medio</b>	3	7.5%	5	12.5%	5	12.5%	<b>13</b>	<b>32.5%</b>
<b>Alto</b>	5	12.5%	7	17.5%	5	12.5%	<b>17</b>	<b>42.5%</b>
	<b>9</b>	<b>22.5%</b>	<b>17</b>	<b>42.5%</b>	<b>14</b>	<b>35%</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>

*Correlación de Spearman = .743      \*\*p < .001*

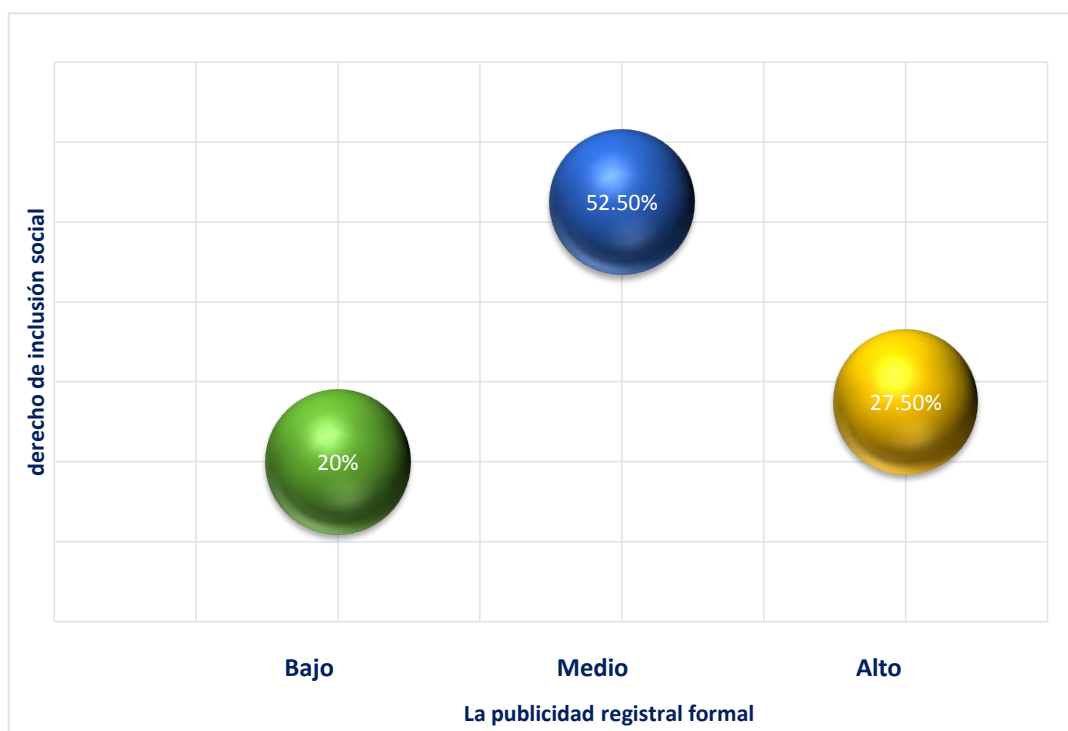
Fuente: Cuestionario

De los resultados se considera una tendencia aceptable en cuanto a la interpretación de la publicidad registral material y el derecho de inclusión social asimismo, se puede apreciar el grado de correlación entre las variables determinada por el Rho de Spearman  $\rho = .743$ , donde significa que existe alta relación entre las variables, frente al  $p < 0.05$ , existiendo suficiente condición para rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, por lo que, **la publicidad registral material garantiza el derecho de inclusión social en el año 2015 en la Zona Registral N° IX-Sede Lima**



## c. Presentación de resultados específicos 2

### c.1. La publicidad registral formal y el derecho de inclusión social



*Figura 3. La publicidad registral formal y el derecho de inclusión social*

En la figura 3, se exterioriza la asociación de las variables de estudio en cuanto a los niveles de la publicidad registral formal y el derecho de inclusión social, apreciándose una asociación significativa entre ambas variables de estudio puesto que solo el 20% de los Abogados-Certificadores de Zona Registral N° IX-Sede Lima presentan un bajo nivel de que la publicidad registral formal garantiza el derecho de inclusión social, el 52.5% presentan un nivel medio que la publicidad registral formal garantiza el derecho de inclusión social y solo el 27.5% presenta un nivel alto que la publicidad registral formal garantiza el derecho de inclusión social.

## c.2. Prueba de hipótesis específica 2 de la investigación

Ho. No existe relación significativa entre la publicidad registral formal y el derecho de inclusión social en el año 2015 en la Zona Registral N° IX-Sede Lima

H<sub>2</sub> Existe relación entre la publicidad registral formal y el derecho de inclusión social en el año 2015 en la Zona Registral N° IX-Sede Lima

**Tabla 11**

*La publicidad registral formal y el derecho de inclusión social*

<i>La publicidad registral formal</i>	<b>el derecho de inclusión social</b>						<b>Total</b>	
	<b>Bajo</b>		<b>Medio</b>		<b>Alto</b>		<b>n</b>	<b>%</b>
	<b>%</b>	<b>N</b>	<b>%</b>	<b>N</b>	<b>%</b>			
<b>Bajo</b>	2	5%	5	12.5%	1	2.5%	<b>8</b>	<b>20%</b>
<b>Medio</b>	6	15%	7	17.5%	8	20%	<b>21</b>	<b>52.5%</b>
<b>Alto</b>	1	2.5%	5	12.5%	5	12.5%	<b>11</b>	<b>27.5%</b>
	<b>9</b>	<b>22.5%</b>	<b>17</b>	<b>42.5%</b>	<b>14</b>	<b>35%</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>

*Correlación de Spearman = .832      \*\*p < .001*

Fuente: Cuestionario

Se considera una tendencia aceptable en cuanto a la interpretación de la publicidad registral formal y el derecho de inclusión social asimismo, se puede apreciar el grado de correlación entre las variables determinada por el Rho de Spearman  $\rho = .832$ , donde significa que existe alta relación entre las variables, frente al  $p < 0.05$ , existiendo suficiente condición para rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, por lo que, **la publicidad registral formal garantiza el derecho de inclusión social en el año 2015 en la Zona Registral N° IX-Sede Lima**

### 3.3. Discusión de Resultado

En la investigación se ha realizado el análisis estadístico de carácter descriptivo correlacional entre la publicidad registral y el derecho de inclusión social en el año 2015 en la Zona Registral N° IX-Sede Lima. Los resultados encontrados guardan una relación directa según el procesamiento de la información recabada mediante los instrumentos utilizados.

En cuanto a la Hipótesis General, la publicidad registral y el derecho de inclusión social en el año 2015 en la Zona Registral N° IX-Sede Lima, según el coeficiente de correlación de Rho de Spearman  $=.654$ , con un  $p=0.000$ , con el cual se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula. Por lo tanto, se confirma que la publicidad registral garantiza el derecho de inclusión social en el año 2015 en la Zona Registral N° IX-Sede Lima. Nuestros resultados son avalados por, Gonzáles (2004) quien señala que la publicidad es el sistema que difunde determinada situación jurídica, es un servicio brindado por el Estado en función al interés de los particulares, la publicidad se lleva mediante el Registro que contiene información de interés colectivo. Para Villegas (2001) La publicidad permite conseguir titularidad notoria frente a terceros que muestren interés. Gracias a la publicidad del registro se corren menos riesgos y por ende genera un crecimiento social de manera eficiente. García (1988) la define como una manifestación del acto en unos libros y asientos, esta se da de forma continuada, organizada con el fin de producir cognoscibilidad general, generando efectos jurídicos sustantivos que son: 1° La seguridad jurídica de los derechos y del tráfico de bienes inmuebles. 2° El fomento del crédito territorial y del crédito personal. 3° Tiende a evitar usura, los fraudes y estafas. 4° Tiene una finalidad preventiva.

En cuanto a la Hipótesis específica 1, la publicidad registral material y el derecho de inclusión social en el año 2015 en la Zona Registral N° IX-Sede Lima según la correlación de  $r=.743$ , con un  $p=0.000$  ( $p < .05$ ), con el cual se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula. Por lo tanto, se confirma que la publicidad registral material garantiza el derecho de inclusión social en el año 2015 en la Zona Registral N° IX-Sede Lima, nuestros resultados son avalados por Moisset de Espanés (2015) señalando que la publicidad tiene como base la fe pública con la que cuenta el registro y aquella que genera la razón de ser del mismo. El registro genera la posibilidad a un tercero de tomar conocimiento sobre la situación jurídica sobre los actos, derechos, contratos y titularidades que resguarda a través de la exhibición de la información. Este tipo de publicidad es solamente declarativa. El Código Civil en su artículo 2012° nos dice que “Se presumen, sin admitirse prueba en contrario, que toda persona tiene conocimiento del contenido de las inscripciones”, definido la publicidad material de esta manera. El reglamento de publicidad de la SUNARP indica en su artículo 4° y 5° que: La publicidad material refiere a los efectos que surgen de la inscripción o anotación registral, estos efectos presuponen la calificación registral de los derechos y actos inscritos o anotados

En cuanto a la Hipótesis específica 2, la publicidad registral formal y el derecho de inclusión social en el año 2015 en la Zona Registral N° IX-Sede Lima, según la correlación de  $r=.705$ , con un  $p=0.000$  ( $p < .05$ ), con el cual se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula. Por lo tanto, se confirma que la publicidad registral formal garantiza el derecho de inclusión social en el año 2015 en la Zona Registral N° IX-Sede Lima, nuestros resultados son avalados por Ramirez (2011) señala que la Publicidad Formal, puede darse de dos maneras o formas: 1. Directa: En las oficinas de los Registros, a la que pueden acudir cualquier persona y pedir que le exhiban los tomos, fichas y/o partidas electrónicas 2. Indirecta: El usuario puede solicitar cualquier certificado, previa presentación de la solicitud correspondiente. El Certificado es el instrumento público expedido por el registrador o abogado certificador, el

cual, publicita el contenido literal o compendioso de un asiento de inscripción, o título que ha dado mérito a éste y/o contiene la aseveración, en forma negativa o positiva de la inscripción o anotación preventiva de un acto o contrato en el registro. Pueden ser: Literales: copia o impresión de la totalidad o parte de la partida registral, o de los documentos que dieran mérito para extenderlos. Compendioso: extracto, resumen o indicación de determinadas circunstancias del contenido de las partidas registrales, que podrán referirse a gravámenes, cargas, etc.

### **3.4. Conclusiones**

**PRIMERA:** La publicidad registral se relaciona directa ( $Rho=0,654$ ) y significativamente ( $p=0.001$ ) con el derecho de inclusión social en el año 2015 en la Zona Registral N° IX-Sede Lima. Se probó la hipótesis planteada y esta relación es alta.

**SEGUNDA:** la publicidad registral material se relaciona directa ( $Rho=0,743$ ) y significativamente ( $p=0.001$ ) con el derecho de inclusión social en el año 2015 en la Zona Registral N° IX-Sede Lima. Se probó la hipótesis planteada y esta relación es alta.

**TERCERA:** LA publicidad registral formal se relaciona directa ( $Rho=0,705$ ) y significativamente ( $p=0.001$ ) con con el derecho de inclusión social en el año 2015 en la Zona Registral N° IX-Sede Lima, Se probó la hipótesis planteada y esta relación es alta.

### **3.5. Recomendaciones**

Mediante Ley N° 26366, se crea el Sistema Nacional de Registros Públicos, y la Superintendencia Nacional de Registros Públicos-SUNARP Y POR Resolución Suprema No 135-2002- JUS, se aprueba el Estatuto, entendiéndose que el enfoque institucional de la SUNARP es hacer que el Registro llegue a toda la ciudadanía mediante el fácil acceso contribuyendo así con el crecimiento económico, social del país, permitiendo de esta manera el empoderamiento de los ciudadanos a través de su participación. Es recomendable que la institución fomente los servicios brindados informando sobre las herramientas normativas, los programas que permiten acceder y conocer los procedimientos para llevar a cabo algún trámite.

La publicidad registral formal tiene como alcance la manifestación de la información correspondiente al archivo registral mediante la Resolución del superintendente nacional de los registros públicos N° 281-2015-SUNARP/SN Reglamento del Servicio de Publicidad Registral se regulan los requisitos, procedimiento y formalidades para la expedición de la publicidad registral formal, sin embargo es necesario realizar en forma permanente y sostenible los servicios brindados siendo necesario ampliar la cobertura de los servicios registrales mediante programas, creación de productos e informado sobre los beneficios del sistema registral con medios informáticos y a través de las normas.

De acuerdo a la Ley N° 27658 el proceso de modernización tiene como finalidad fundamental la obtención de mayores niveles de eficiencia por parte del Estado logrando así una mejor atención a la ciudadanía por lo tanto la SUNARP dentro de sus políticas de mejora continua ha realizado acciones con el fin de mejorar la seguridad jurídica si bien es cierto estas medidas contribuyen con el objeto de la ley es recomendable que la ejecución de estos productos se realicen de forma inclusiva permitiendo que toda la ciudadanía tenga la misma oportunidad de acceso y manejo permitiendo un mayor desarrollo social del que se viene dando.

Los servicios registrales han ido creciendo de forma sostenida con el objeto de tener una presencia efectiva para con la ciudadanía identificándola como la base de la existencia de la SUNARP siguiendo este sentido es recomendable mejorar la atención brindada mediante la renovación de la vocación de servicio de los funcionarios públicos de la institución, asimismo el uso de herramientas de comunicación permitirá la difusión de la cultura registral logrando una ciudadanía más participativa en la actividad registral logrando de esta manera que los servicios registrales sean más eficientes.

### 3.6. Fuentes de Información

Amado E. (2011) “La publicidad registral en el Peru”. Lima:  
Universidad San Martín de Porres

Arroyave M. (2014), “La fé pública registral enfocada en la que se  
ejerce en el registro de la propiedad”, Guatemala:  
Universidad Rafael Landívar en Guatemala

Casado J. “El Registro de la Propiedad en Australia y actualmente  
(Cien años de sistema Torrens)” España: Revista Crítica de  
Derecho Inmobiliario.

González G. (2004) Tratado Derecho Registral Inmobiliario. Lima:  
Jurista E.I.R.L.

Hernández R. & otros (1991). *Metodología de la investigación*.  
2da. Edición, México, Editorial McGraw –Hill.

Laparra, M. (2001) “Una perspectiva de conjunto sobre el espacio  
social de la exclusión. Pobreza y exclusión: La mala  
seguridad en España. Madrid: CSIC Politeya.

Rodríguez L. (2015) “El establecimiento del carácter constitutivo  
de inscripción sobre transferencia de bienes inmuebles en  
el registro de predios garantiza la seguridad jurídica”. Lima:  
Universidad Privada Antenor Orrego.

Malgesini G. (2005) Cumbre de Lisboa. Estrategia Europea de  
Inclusión social. España: Fundación Luis Vives.



- Manzano A. y Manzano M. del Pilar (2008) "Instituciones del Derecho Registral Inmobiliario", Madrid, 2008.
- Medina C. (2012) "Contribución de los programas de formación ciudadana desarrollados por ONGs, en los procesos de participación ciudadana de sus egresados, en Ayacucho del 2004 al 2010" (Tesis de Maestría) Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP).
- Méndez C. (1993.), *Metodología: Guía para elaborar Diseños de Investigación en ciencias*, México. Edit. Mc Graw Hill.
- Mohammad N (2003) *Metodología de la Investigación*, México. Edit. Mc Graw Hill.
- Morgado J. (2013), "Participación ciudadana y visiones sobre la política social", (Tesis Pregrado) Universidad de Chile
- Pérez M. (2014) "El presupuesto participativo. Política para la construcción de ciudadanía y la inclusión social. Condiciones para su implementación en monterrey." (Tesis de Maestría) Universidad Autónoma de Nuevo León México
- Pilot M. (2012), "Consideraciones entorno a la errónea toma de razón por parte del registro de la propiedad inmueble", (Tesis de Pregrado). Universidad Abierta Interamericana en Argentina.
- Rezaval J. (2008) "Políticas de inclusión Políticas de inclusión social la educación la educación superior en Argentina,

Chile y Perú”, (Tesis de Maestría) Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales

Rosales Valencia B. (2014) “Política de Comunicación para la Inclusión Social: Gestión de la Comunicación Gubernamental en los dos primeros años del Gobierno de Ollanta Humala (Julio 2011 – Julio 2013)”,(Tesis de Maestría) Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP).

Sen, A. (1995): Nuevo Examen de la Desigualdad. Madrid: Alianza Editorial.

Stark, O. (1993): La Migración del Trabajo, Ministerio de Trabajo, Madrid.

Subirats J. (2004) “Pobreza y exclusión social. Un análisis de la realidad española y europea. Barcelona: Fundación La Caixa. Colección de Estudios nº 16.

Tarrillo D. (2013) “Publicidad Registral y Derecho a la Intimidad”. (Tesis de Maestría) ,Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP).

Torregrosa, R. y Malo, M.A. (2001): “Una definición económica de la exclusión”, mimeo, Universidad de Salamanca

Tuyume B. (2016) “La vulneración del derecho de propiedad ante los casos de doble venta y la fe pública registral”,(Tesis de Pregrado) Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.

Vila López L. (2001) "Política social e inclusión social", Revista del  
Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales

Villegas Poma E.(2001) Folio Real. Lima: Revista Peruana de  
Derecho Registral y Notarial.

# **ANEXOS**

**EL PROCESO DE CONSULTA PREVIA Y LOS DERECHOS D ELOS PUEBLOS INDÍGENAS - AÑO 2013**

<b>PROBLEMA</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>HIPÓTESIS</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>DIMENSIONES</b>
<p><b>Problema General</b></p> <p>¿De que manera la publicidad registral garantiza el derecho de inclusión social en el año 2015?</p>	<p><b>Objetivo General</b></p> <p>Determinar que existe la publicidad registral garantiza el derecho de inclusión social en el año 2015.</p>	<p><b>Hipótesis General</b></p> <p>La publicidad registral garantiza el derecho de inclusión social en el año 2015.</p>	<p>1: Publicidad Registral</p>	<p>- Publicidad Registral Material</p>
<p><b>Problema Específicos</b></p> <p>¿De qué manera la publicidad registral material garantiza el derecho de inclusión social en el año 2015?</p>	<p><b>Objetivos Especifico</b></p> <p>Establecer que la publicidad registral material garantiza el derecho de inclusión social en el año 2015</p>	<p><b>Hipótesis Especificas</b></p> <p>La publicidad registral material garantiza el derecho de inclusión social en el año 2015.</p>		<p>- Publicidad Registral Formal</p>
<p>¿De qué manera la publicidad registral formal garantiza el derecho de inclusión social en el año 2015?</p>	<p>Establecer que la publicidad registral formal garantiza el derecho de inclusión social en el año 2015</p>	<p>La publicidad registral formal garantiza el derecho de inclusión social en el año 2015.</p>		<p>2: Derecho de Inclusión Social</p>



## CUESTIONARIO SOBRE PUBLICIDAD REGISTRAL

Estimado Abogado: Agradecemos su gentil participación en la presente investigación para obtener información sobre el Publicidad Registral.

El cuestionario es anónimo, por favor responda con sinceridad. Lea usted con atención y conteste marcando con una "X" en un solo recuadro.

### **Instrucciones:**

En las siguientes proposiciones marque con una x en el valor del casillero que según Ud. Corresponde

Calificación:

Bajo	Medio	Alto
1	2	3

N°	Dimensiones e Indicadores	1	2	3
	<b>Publicidad Registral Formal</b>			
1.1	Índice de medio escrito, oral, audiovisual o virtual para hacer efectiva la publicidad.			
1.2	Índice de modificaciones al marco normativo que fomenten la inclusión registral			
1.3	Nivel de garantías de la participación de todos los ciudadanos.			
1.4	Índice de creación de espacios de comunicación e intercambio de información.			

1.5	Índice de personas que solicitan los servicios de publicidad			
1.6	Nivel de atención en los servicios de publicidad			
	<b>Publicidad Registral Material</b>			
2.1	Índice de personas que reciben capacitaciones sobre publicidad registral			
2.2	Índice de personas que tiene acceso a la publicidad registral			
2.3	Índice de programas que fomenten la publicidad registral.			
2.4	Nivel de personas que conocen los procedimientos de publicidad			
2.5	Nivel de garantías los ciudadanos			
2.6	Índice de personas u organizaciones de la sociedad civil que participan en la formulación o en la definición de aspectos claves sobre políticas públicas que generan inclusión social registral			



## CUESTIONARIO SOBRE DERECHO DE INCLUSION SOCIAL

Estimado Abogado: Agradecemos su gentil participación en la presente investigación para obtener información sobre el Derecho de Inclusión Social.

El cuestionario es anónimo, por favor responda con sinceridad. Lea usted con atención y conteste marcando con una "X" en un solo recuadro.

### **Instrucciones:**

En las siguientes proposiciones marque con una x en el valor del casillero que según Ud. Corresponde.

Calificación:

Bajo	Medio	Alto
1	2	3

N	Dimensiones e Indicadores	1	2	3
	<b>Dimensión económica</b>			
<b>3.1</b>	Nivel de Carencia, insuficiencia, inseguridad de ingresos.			
<b>3.2</b>	Nivel de calidad y Facilidad de acceso actividades.			
<b>3.3</b>	Índices de concentración de los servicios de publicidad			
<b>3.4</b>	Índices de desempleo, subempleo,			



3.5	Índices de informalidad,			
3.6	Nivel de Precariedad del empleo.			
3.7	Nivel de Carencia de experiencia laboral.			
	<b>Dimensión social</b>			
4.1	Índice de Analfabetismo,			
4.2	Índice de deserción escolar			
4.3	Nivel de acceso a las instituciones del Estado.			
	<b>Dimensión de ciudadanía participativa</b>			
5.1	Nivel de Falta de membrecía a redes sociales.			
5.2	Nivel de Aislamiento, estigmatización racial, étnica, económica.			
5.3	Nivel de Desconfianza en instituciones.,			
5.4	Nivel de Percepción de corrupción.			
5.5	Nivel de Insuficiente transparencia			
5.6	Nivel de credibilidad de las instituciones.			



**FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIA POLITICA  
ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO**
**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIONES CUANTITATIVAS**
**I. DATOS GENERALES:**

1.1 Apellidos y nombres del informante: Hada Sifuentes Minaya  
 1.2 Institución donde labora: UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS  
 1.3 Nombre del Instrumento motivo de Evaluación: 1  
 1.4 Autor del instrumento: Alejo Rodríguez Emilio Melén  
 1.5 Título de la Investigación: Publicidad Resistida y su relación con el Derecho de  
Inclusión Social en el AÑO 2015 en la Zona Registral  
Nº IX - Sede ZIMO

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE					BAJA				REGULAR				BUENA				MUY BUENA			
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	100
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.																				X	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.																				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la investigación.																				X	
4. ORGANIZACIÓN	Existe un constructo lógico en los ítems.																				X	
5. SUFICIENCIA	Valora las dimensiones en cantidad y calidad																				X	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para cumplir con los objetivos trazados.																				X	
7. CONSISTENCIA	Utiliza suficientes referentes bibliográficos.																				X	
8. COHERENCIA	Entre Hipótesis dimensiones e indicadores.																				X	
9. METODOLOGÍA	Cumple con los lineamientos metodológicos.																				X	
10. PERTINENCIA	Es asertivo y funcional para la Ciencia																				X	

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: ES APLICABLE

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 90 //

LUGAR Y FECHA: 22-06-14 //

  
**HADA SIFUENTES MINAYA**  
 ABOGADA  
 C.A.L. 36065

FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE  
 DNI 925235 Teléfono 98940505