

# La Información Catastral al Servicio de las Políticas Públicas.

Montevideo, Uruguay - Setiembre 2011

**CATASTRO Y ACTIVIDAD COMERCIAL PRIVADA  
GEOMARKETING Y CATASTRO.**

Arq. José Antonio Neira Reymer – SAT de Lima, Perú

# ANTECEDENTES GENERALES

## Normatividad, actividades y funciones del catastro en el Perú

CATASTRO URBANO EN EL PERU		
ACTIVIDAD	NORMATIVA	ENTIDAD RESPONSABLE
Normalización	Ley N° 28294, Ley del Sistema Nacional del Catastro Integrado	Secretaría Técnica del SNCP
Levantamiento de información	Ley 27972, Ley Orgánica de Municipalidades, artículos 74 y 79: Organización de espacio físico y uso de suelos	Municipalidades del país
Valorizaciones	Decreto Legislativo 776, Ley de Tributación Municipal, artículo 11	Ministerio de Vivienda y Construcción
Fiscalidad inmobiliaria	Ley N° 776 - Ley de Tributación Municipal	Municipalidades del país
Registro de la Propiedad	Ley 26366, Ley de Creación del Sistema de Nacional de Registros Públicos, y la Superintendencia Nacional de Registros Públicos – SUNARP.	Ministerio de Justicia (SUNARP)
Cartografía	RM N° 126-2003-PCM - Comité Permanente Coordinador de la Infraestructura de Datos Espaciales del Perú – IDEP	Municipalidades, COFOPRI, SUNARP, Instituto Geográfico Nacional, entre otros

Elaboración: SAT de Lima

# ANTECEDENTES GENERALES

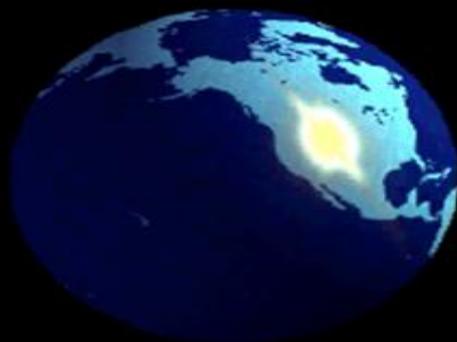
## Modelos de Administración Pública

Característica	Administración Pública	Gerencia Pública	Gobernanza Responsiva
<b>Relación ciudadano-Estado</b>	Obediencia	Demanda de derechos	Empoderamiento
<b>Rendición de cuentas de altos funcionarios</b>	Políticos	Clientes	Ciudadanos y stakeholders
<b>Principios rectores</b>	Obediencia a las reglas	Eficiencia y resultados	Rendición de cuentas, transparencia y participación
<b>Criterios de éxito</b>	Rendimiento	Resultado	Proceso
<b>Atributo clave</b>	Imparcialidad	Profesionalismo	Responsividad
<b>Tipo de interacción</b>	Coerción	Delegación	Colaboración
<b>Naturaleza del Estado</b>	Unitario	Desagregado	Plural y pluralista
<b>Foco</b>	Sistema político	Manejo intraorganizacional	Gobernanza interorganizacional
<b>Raíces teóricas</b>	Ciencia política y política pública	Teoría de la elección racional/pública, y estudios de administración	Sociología organizacional y teoría de redes

Fuente: PAN SUK KIM Adaptado de UN/DESA (2005, 7) y de Osborne (2006, 383)

# ¿QUÉ ES EL GEOMARKETING?

Es el **análisis estadístico que incorpora variables geográfico-espaciales** para evaluar la gestión del mercadeo logística y distribución y planificación de actividades de mercadeo, publicidad y promoción, entre otras.

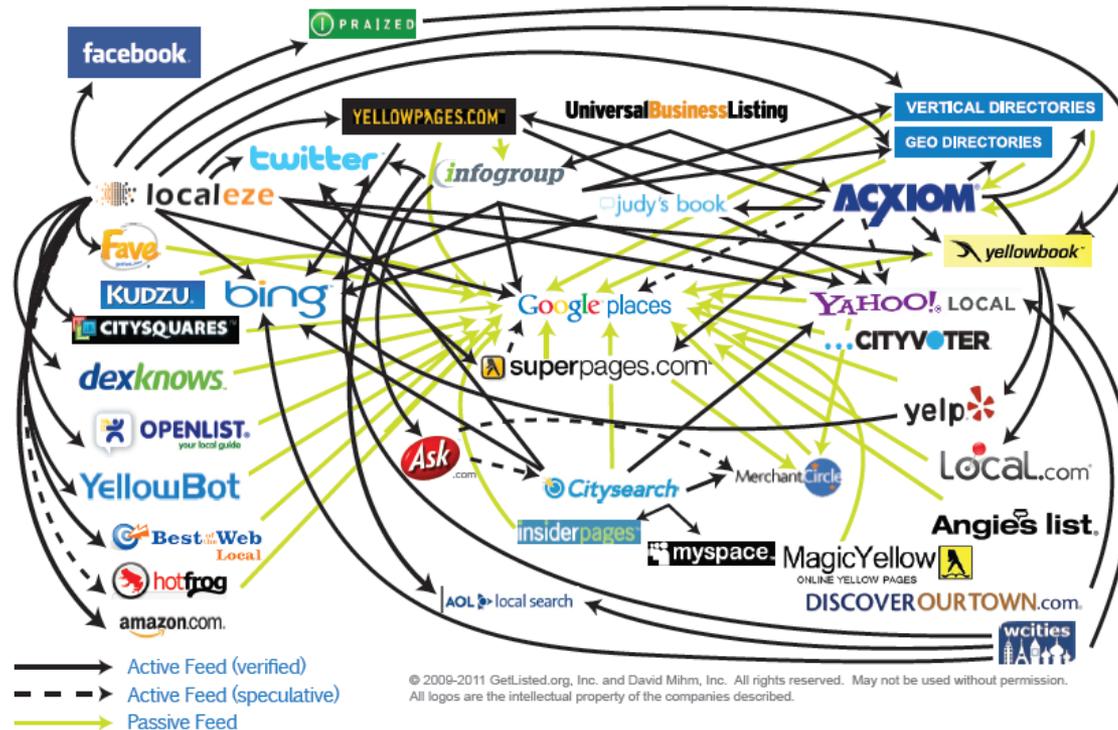


## Geomarketing

*!.....dime donde vives..yo te digo que consumes....i*

# ¿CÓMO OPERA EL GEOMARKETING?

Los modelos de análisis utilizados en Geomarketing se basan en la **correlación** que existe entre el lugar de residencia del consumidor y sus **costumbres de consumo y comportamiento comercial**.



**Nombre + Dirección+ Teléfono (+Website) =**



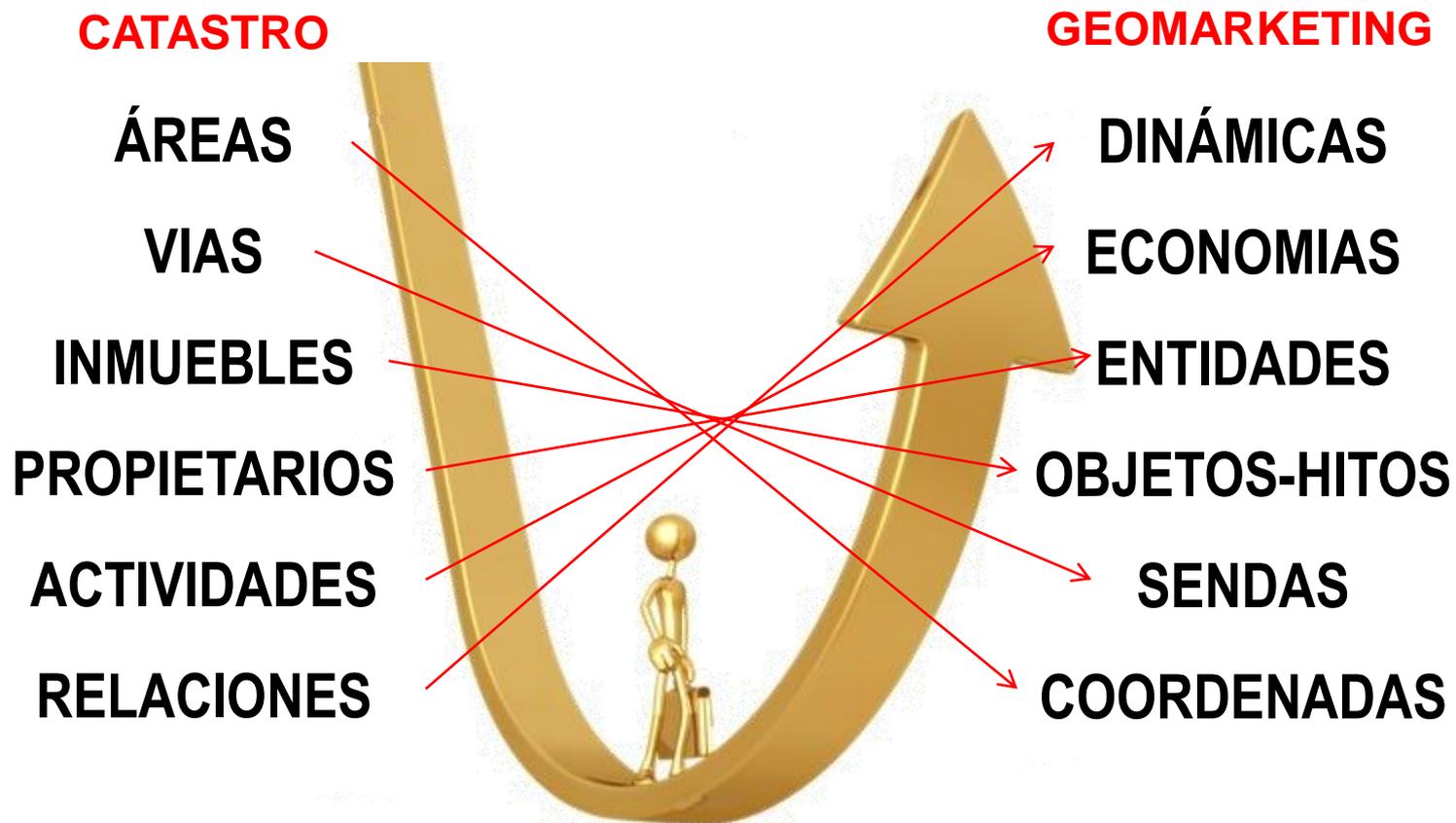
# ¿CUÁL ES EL BENEFICIO DEL GEOMARKETING?

El geomarketing proporciona una **asignación de recursos más precisa** y con **retornos de inversión mayores**, y aumenta la capacidad de estudio al aceptar focalizar los recursos de forma más eficaz.



# ¿DIFERENCIAS CONCEPTUALES?

## ORGANIZACIÓN DE DATOS PARA LA REPRESENTACIÓN DE LA REALIDAD

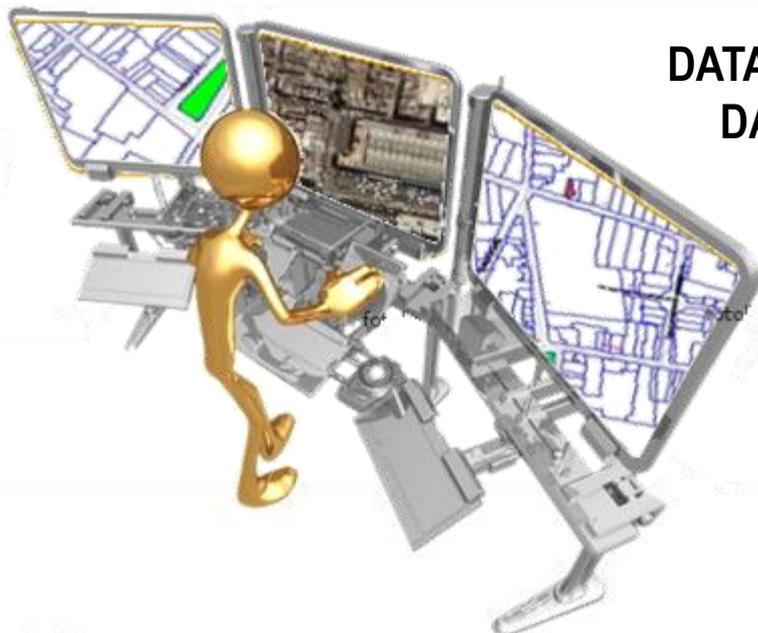


# ¿DIFERENCIAS CONCEPTUALES?

## USUARIOS VS. SUPERSUARIOS

### CATASTRO

### GEOMARKETING



DATAWAREHOUSE  
DATA MINING



ANALISTAS DEL CATASTRO

EMPRESAS y CIUDADANOS

# ¿DIFERENCIAS CONCEPTUALES?

## PRECISIÓN VS. COSTOS



# ¿FUTURO: CATASTRO DE REALIDAD AUMENTADA?

[http://www.youtube.com/watch?v=b64\\_16K2e08&feature=player\\_embedded](http://www.youtube.com/watch?v=b64_16K2e08&feature=player_embedded)

[www.youtube.com/watch?v=P9KPJIA5yds&feature=player\\_embedded](http://www.youtube.com/watch?v=P9KPJIA5yds&feature=player_embedded)

**MUCHAS GRACIAS**

Arq. José Antonio Neira Reymer – SAT de Lima, Perú  
jneira@sat.gob.pe