

Proyecto Fin de Grado

Análisis de la viabilidad comercial de promociones inmobiliarias.

Estudio de mercado de las zonas
“EXTRAMURS” y “RASCANYA”

Autor: García Gavilanes, Carla

Director: Linares Millán, M^a Carmen

Junio 2011



Estudio de mercado de las zonas “EXTRAMURS” y “RASCANYA”

Carla García Gavilanes



ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. OBJETIVOS.....	7
3. REVISIÓN TEÓRICA.....	11
4. METODOLOGÍA EMPLEADA	29
5. RESULTADOS.....	37
5.1 ESTUDIO DEL MACROENTORNO	39
5.2 ESTUDIO DEL MICROENTORNO.....	51
ZONA 1 BARRIO NÚMERO 15 “RASCANYA”	51
DESCRIPCIÓN DEL DISTRITO.....	55
DESCRIPCIÓN DE CADA UNO DE LOS BARRIOS	61
ELS ORRIOL.....	61
TORREFIEL.....	69
SANT LLORENS.....	79
DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA INMOBILIARIA.....	89
DESCRIPCIÓN DE LA DEMANDA	129
ZONA 2 BARRIO NÚMERO 3 “EXTRAMURS”	143
DESCRIPCIÓN DEL DISTRITO.....	145
DESCRIPCIÓN DE CADA UNO DE LOS BARRIOS	149
EL BOTÁNIC.....	149
LA ROQUETA.....	159
LA PETXINA.....	167
ARRANCAPINS.....	175
DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA INMOBILIARIA.....	185
DESCRIPCIÓN DE LA DEMANDA.....	217
5.3 DECISIONES SOBRE LA PROMOCIÓN.....	229
ZONA 1 BARRIO NÚMERO 15“RASCANYA”	231
DECISIONES SOBRE LA PROMOCIÓN.....	233
DECISIONES SOBRE EL PRECIO	236
DECISIONES SOBRE LA PUBLICIDAD.....	237
ZONA 2 BARRIO NÚMERO 3 “EXTRAMURS”	239
DECISIONES SOBRE LA PROMOCIÓN.....	241
DECISIONES SOBRE EL PRECIO	244
DECISIONES SOBRE LA PUBLICIDAD.....	245
6. CONCLUSIONES.....	247
BIBLIOGRAFIA.....	255
ANEXOS.....	257

1. INTRODUCCIÓN

En el siguiente capítulo se exponen los motivos principales y la estructura que se seguirá para la realización del trabajo

España, al igual que muchos países de su entorno, viene experimentando durante los últimos años una crisis económica muy fuerte. La sobreproducción y la concesión de créditos de forma indiscriminada así como la subida consecutiva del Euribor, han levantado la preocupación del gobierno y de la población, repercutiendo directamente en los mercados y creando un clima de desconfianza en nuestro país.

Esto ha dado lugar a un fuerte incremento de las deudas. La mayor es la contraída por las empresas, con un billón doscientos mil millones de euros, seguidas por la deuda hipotecaria de las familias que asciende a unos 550.00 millones de euros y la deuda del Estado con 475.400 millones de euros. También se ha visto incrementado el número de familias que viven por debajo del umbral de pobreza, situándose en el 21% de la población española.

Todos estos hechos tienen una repercusión directa en el sector de la construcción, ya que ha sido uno de los sectores más dañados por la crisis actual. Pero para poder entender la situación actual hay que conocer los datos pasados.

Entre 1992-1996 el precio de la vivienda sufrió una bajada consecutiva, casi un 18,10 % según datos de la Sociedad de Tasación, en diciembre de 1996 el precio medio por metro cuadrado de vivienda era de 560 €, este fue el último ciclo recesivo en España.

Entre 1996 y 2003 el precio de la vivienda subió un 176 % y los créditos hipotecarios aumentaron en un 20 % en 2002 según la Asociación Hipotecaria Española (AHE). A finales de este periodo la comisión Europea emite una de las primeras advertencias sobre la existencia de una burbuja inmobiliaria. Ya en 2005 el Banco de España emite un informe en el que señala la sobrevaloración de los precios de vivienda situada un 24 y un 35 %, además este mismo año se produce por primera vez en cinco años un incremento del Euribor y consecuentemente de las hipotecas. En 2005 se visaron y terminaron más de 800.00 viviendas.

En el año 2006 el Euribor sufre otro crecimiento situándose en el 3,22 % aumentando de manera drástica las hipotecas concedidas en años anteriores con una tasa de interés variable, alrededor de 1300 € anuales de media, según la AHE.

El 2007 viene marcado por otra subida del Euribor y los tipos de interés, una disminución en las ventas, en la construcción de viviendas y una desaceleración del aumento de los precios. Ya a finales de año las agencias inmobiliarias empiezan a percibir las consecuencias produciéndose el cierre de muchas de ellas.

En el año 2008 la construcción cada vez da más síntomas de crisis. Las ventas sufren un gran parón, los precios de vivienda bajan, y además se produce un aumento significativo del paro y la porosidad en el sector. El 15 de mayo *“Don Piso cierra sus 120 oficinas y despide a 350 trabajadores. La red inmobiliaria sufría una caída de ventas del 66%.*

Ya en el año 2009, la venta de vivienda y construcciones de viviendas siguieron cayendo, según el Ministerio de Fomento los visados autorizados fueron un 58,5 % menos que el año anterior. A finales de este mismo año, y contrario a lo que estaba sucediendo hasta ahora, disminuye la caída de los precios, según el Instituto Nacional de Estadística.

El 19 de marzo de 2010 se aprueba el proyecto de ley de Economía Sostenible con el que se quiere cambiar el patrón de crecimiento económico español en un plazo de 10 años, disminuyendo con ello el peso del sector de la construcción. Ese mismo año, José Manuel Galindo, representante de los promotores, considera viable reiniciar su actividad ya que el 'stock' de viviendas sin vender ha sido absorbido en algunos lugares de España. A finales del año se empiezan a notar algunos síntomas de mejoría en el sector, producidos por el descenso de los tipos de interés, pero esto no es suficiente para remontar la economía ya que el desempleo sigue creciendo y también lo hace la tasa de ahorro.

Para finalizar, se vaticina un agotamiento del "stock" entre los años 2015 y 2016 debido al ritmo de absorción de inmuebles ya construidos y paralización actual del sector de la construcción, por lo que el Instituto de Práctica Empresarial considera que *"... es ahora, cuando los niveles de actividad alcanzan sus niveles más bajos, el momento justo para preparar la reactivación futura"*

El estudio de mercado es: *"La recopilación y el análisis de información, en lo que respecta al mundo del mercado y de la empresa, realizado de forma sistemática o expresa, para poder tomar decisiones dentro del campo del marketing estratégico y operativo"*

Es decir, se trata de una gran herramienta que le permite obtener a la empresa información y de ese modo poder establecer diferentes objetivos, planes o estrategias de mercado adecuadas a sus intereses.

En nuestro país la investigación de mercados cae en el año 2009 un 7,7 % respecto al año anterior según la Asociación Nacional de Empresas de Investigación de Mercados (ADEMO). Pero este dato desfavorable viene influido por la crisis económica actual, ya que los estudios de mercado han ido creciendo hasta dicho año.

Por otro lado la investigación de mercado está sufriendo un gran cambio debido a las nuevas tecnologías y la globalización de los mercados. La tendencia hacia una recogida de datos de forma electrónica frente a la vía telefónica o cara a cara a aumento un 16,2 % en el año 2009, ocupando la forma mas importante de recoger datos. Así mismo, la actividad internacional se vio incrementada, tanto por la vía de subcontratación de agencias de investigación de otros países como por clientes con sedes en el extranjero. Todos esto según datos de ADEMO.

Asimismo, es muy importante la calidad y profesionalidad que se aporte a la hora de realizar un estudio de mercado y más ahora con la disminución de los negocios. La clave es conocer el mercado, sus necesidades, que son las que nos van a dar la pauta para poder definir mejor lo que vamos a vender y a quienes, así como dónde y de qué forma.

Pero, ¿cuándo empezaron a hacerse los primeros estudios de mercado?

Ya en el año 1824 el Harrisburg Pennsylvania hizo un sondeo de opción en la campaña presidencial, desde entonces las encuestas han evolucionado mucho, pero este ejemplo muestra lo importante que es conocer o predecir la información del mercado, pero esta herramienta se empezó a utilizarse en los negocios hasta el primer cuarto de este siglo volviéndose cada vez más comunes los departamentos de investigación.

Sin embargo, aunque hoy en día es una herramienta muy utilizada en todo tipo de mercado, no pasó lo mismo con el de la construcción. Amparados por el enorme déficit, hasta el momento, existente, los promotores no se han planteado la necesidad de recurrir al marketing para vender sus productos. Un hecho que debe cambiar, si queremos cambiar con él, la situación actual.

Debemos de ser conscientes de que actualmente hay mucha más oferta que demanda, y si queremos que nuestra promoción inmobiliaria destaque sobre el resto, tenemos que conocer muy bien, el producto que la gente necesita y desea, y además, cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por ello.

Todo esto nos lleva al objetivo del presente trabajo, desarrollar un procedimiento para el análisis de viabilidad de promociones inmobiliarias desde un punto de vista comercial.

El trabajo se realizará con la siguiente estructura:

Se comenzará describiendo los objetivos del trabajo, tanto los de carácter general, como los más específicos.

En segundo lugar, se realizará una descripción teórica del trabajo, en la que se explica de forma detallada lo que es un estudio de viabilidad, en qué consiste y cuáles son las fases que hay que seguir para su realización, de manera que se entienda la finalidad del trabajo.

El tercer apartado es el dedicado a la metodología empleada, en el se describe el plan de trabajo o la secuencia de las actividades que se va a realizar, además del método seguido paso a paso para la obtención de toda la información.

El cuarto apartado, es el más importante, ya que en él se muestran los resultados obtenidos del análisis de las dos zonas objeto del estudio. Pero para llegar a esa parte, primero se realizara un estudio del macroentorno, es decir, de los factores externos que nos van a influir en nuestras zonas, como son, los factores demográficos, los factores económicos, los políticos, los jurídicos o los socio-culturales.

Una vez realizado el estudio del macroentorno, nos centraremos en el microentorno, realizando así, el estudio desde algo genérico a algo más específico, nuestra zona. Para la realización de este, se utilizará la misma metodología, es decir, partiremos de la descripción general del distrito, su ubicación respecto a Valencia, y sus características más emblemáticas, para después acabar centrándonos en cada uno de los barrios, describiendo las características de sus comercios, de sus zonas de ocio de los transportes públicos que comunican al barrio, sus centros de educación o el tipo de población que forma el barrio, entre otras cosas.

En este mismo apartado se realizará también la descripción de la oferta inmobiliaria, de cada una de las zonas, para ello se buscarán los inmuebles de obra nueva que se oferten y se hará una comparativa con todos ellos, teniendo en cuenta sus características, servicios que ofrecen, situación, precios, etc. Se revisará también la oferta de pisos en alquiler para conocer sus características y su competitividad frente a los edificios de reciente construcción.

Y por último, se realizará también la descripción de la demanda en dichas zonas. A través de una encuesta se identificarán las necesidades y deseos que tienen los ciudadanos residentes en Valencia y que son conocedores de dichas zonas.

El tercer punto dentro del apartado de resultados es el de las decisiones que se van a tomar sobre las promociones en base al minucioso estudio anteriormente realizado. Para ello primero se definirán las decisiones sobre la promoción, identificando el producto más idóneo comparando lo que la gente quiere, lo que se ha construido ya y lo que no. La segunda decisión que se tomara será respecto a los precios adecuados para la venta, en función del estudio comercial y de un estudio de viabilidad económica, realizado también sobre las zonas, de forma paralela. Y por último, se tendrán que tomar decisiones también, sobre la publicidad, a quien debe ir dirigida, como se deberá realizar la campaña publicitaria, etc.

Y finalmente, en un apartado de conclusiones, se explicarán todos los resultados obtenidos durante la investigación, incluyendo así, una valoración de los mismos, y todas las cuestiones que se hayan quedado pendientes y que podrían ser un punto de partida para las siguientes investigaciones.

2. OBJETIVOS

En el siguiente capítulo se presentan los objetivos generales a alcanzar en el presente trabajo. En primer lugar se comentan los objetivos específicos de forma desglosada para terminar con el objetivo general.

Con la realización de este trabajo se quiere alcanzar una serie de objetivos. Alguno de los más importantes son:

1. Definir el **procedimiento de actuación** para realizar estudios de viabilidad desde un punto de vista comercial. Para ello se definirá qué es un estudio de viabilidad y por qué debemos realizarlos si se quiere tener éxito. También se definen otros términos como marketing, oferta y demanda y producto, todo ello para ayudarnos a comprender mejor el objeto de trabajo.
2. Realización de un análisis del **macroentorno**. Es imprescindible conocer cuáles son las características o circunstancias que rodean al sector inmobiliario, tanto las de carácter económico, como las socio-culturales, políticas y jurídicas o demográficas, ya que éstas nos van a permitir que tengamos un concepto global de la situación actual.
3. Realización de un análisis del **microentorno** de las zonas objeto de estudio. Para ello vamos a seguir el siguiente esquema:
 - 3.1. Describir el distrito de forma generalizada para que podemos tener una imagen global de la situación, de la distribución de los espacios y organización urbanística del mismo.
 - 3.2. Describir cada uno de los barrios que componen el distrito, de forma más detallada, con la finalidad de conocer los equipamientos de este.
 - 3.3. Describir la oferta inmobiliaria que podemos encontrar en cada uno de ellos, en la actualidad, con el objetivo de tener inmuebles de referencia.
 - 3.4. Conocer el tipo de zona o inmueble más demandado por los clientes, realizándose para ello, una serie de encuestas previamente diseñadas.
4. Decidir el **tipo de promoción** que más se ajuste a la zona. Una vez hemos realizado todos los pasos anteriormente indicados, podemos definir la promoción más idónea. Este objetivo conlleva:
 - 4.1. Tomar decisiones sobre qué tipo de promoción es la más interesante para esta zona, basándonos en lo que hay, en lo que falta y lo más importante, en lo que se demanda.

4.2. Tomar decisiones sobre el precio del inmueble, basándonos en un estudio de la competencia y en un estudio financiero, paralelo a este, de las mismas zonas.

4.3. Tomar decisiones sobre la publicidad, sus características y reclamos.

Con todos estos puntos se pretende alcanzar el **objetivo general del trabajo, que es el desarrollo de un procedimiento de análisis de la viabilidad comercial de dos promociones inmobiliarias en dos zonas muy distintas de Valencia.**

3. REVISIÓN TEÓRICA

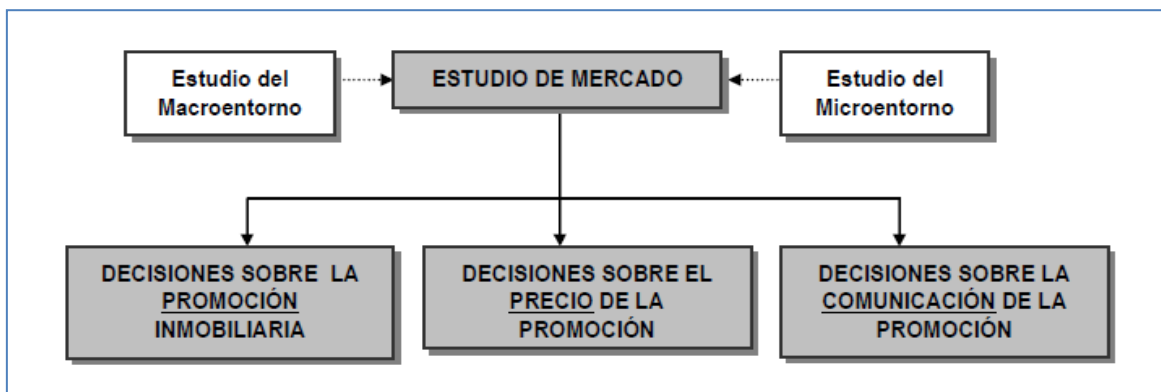
En este apartado se pretende enumerar y clarificar una serie de de conceptos, con el objetivo de comprender qué es, para qué sirve y qué pasos hay que llevar a cabo a la hora de realizar un estudio de viabilidad comercial.

INTRODUCCIÓN

La decisión de crear un nuevo producto supone siempre un proceso complejo, puesto que el propósito primordial para decidir su desarrollo, es el beneficio esperado y la predicción de este es muy difícil de obtener.

Podemos encontrar tres factores capaces de incrementar las probabilidades de alcanzar el éxito al introducir un nuevo producto: la superioridad y diferenciación del producto en relación a los competidores, el conocimiento del mercado, y la capacidad de adoptar estrategias de marketing adecuadas y el saber hacer tecnológico, es decir, el adecuado desarrollo de las estrategias.

En este trabajo vamos a estudiar el segundo factor, “el conocimiento del mercado y la capacidad de adoptar estrategias de marketing adecuadas”, y las estrategias básicas de gestión, producto, precio y comunicación o promoción. Por lo tanto el esquema que se seguirá es el siguiente:



Fuente: Viabilidad Económica de Promociones Inmobiliarias. Marketing Inmobiliario (Llinares, 2004)

Figura 1: “Acciones de marketing en la empresa”

Mediante estas acciones estaremos incorporando el marketing a la empresa constructora, que tradicionalmente ha recibido poca atención en el sector de la construcción, debido en gran parte a la existencia, hasta el momento, de una demanda muy superior a la oferta.

Para ello, lo primero que hay que saber es, en que consiste el marketing y cuales son sus objetivos.

EL MARKETING

Según Ph. Kotler (Kotler, 2003), “es el análisis, organización, planificación y control de recursos, políticas y actividades de la empresa que afectan al cliente, con vista a satisfacer las necesidades y deseos de los grupos escogidos de clientes, obteniendo con ello un beneficio”, siendo muy importante, no identificar este con las ventas si no con las necesidades de las personas.

O de forma más resumida, “todas las acciones relacionadas con la actividad comercial, cuyo objetivo final es la venta”. Estas acciones, comienzan cuando la empresa toma la decisión sobre que producto quiere ofertar y terminan cuando es vendido. (Escudero, 1999)

Según Escudero (Escudero, 1999), el marketing tiene como objetivo principal cubrir unas necesidades determinadas de demanda. Por lo tanto, este:

1. Descubre esas necesidades mediante los estudios de mercado
2. Las agudiza, mediante la publicidad
3. Las canaliza, también mediante la publicidad
4. Las convierte en deseo, mediante la presentación del producto
5. Y las satisface, mediante el acto de venta.

Por otro lado, también podemos decir que tiene como objetivo, favorecer el intercambio entre dos partes y que ambas resulten beneficiadas. Según Kotler, se entiende por intercambio «el acto de obtener un producto deseado de otra persona, ofreciéndole algo a cambio». Para que esto se produzca, es necesario que se den cinco condiciones:

1. Debe haber al menos dos partes.
2. Cada parte debe tener algo que supone valor para la otra.
3. Cada parte debe ser capaz de comunicar y entregar.
4. Cada parte debe ser libre de aceptar o rechazar la oferta.
5. Cada parte debe creer que es apropiado.

Si por algún motivo, alguna de las partes implicadas en el intercambio no queda satisfechas, evitará que se repita de nuevo dicho intercambio.

EN RESUMEN:

El marketing es el intercambio entre dos partes, en el que ambas resultaran beneficiadas.

Es muy importante saber, que este no crea las necesidades, solo las descubre y agudiza, convirtiéndolas en un deseo a satisfacer.

EL ESTUDIO DEL MERCADO

Una vez que conocemos en qué consiste el marketing, es importante comprender en qué consiste el mercado. Para captar la demanda, es importante saber cuál es el mercado potencial, a quién hay que dirigirse, y como hemos dicho con anterioridad, qué productos son los que necesitan y desean, además de cómo, dónde y cuándo los compran.

Un estudio de viabilidad o estudio de mercado, consiste, como la propia palabra indica, en estudiar o investigar las posibilidades de éxito o fracaso que tiene una actividad, dependiendo del estado y evolución de la oferta y la demanda en un determinado sector de bienes.

Por otro lado, la American Marketing Association lo define como “el procedimiento sistemático de recopilar, registrar y analizar todos los datos relacionados con los problemas en la comercialización de bienes y servicios”, en nuestro caso las promociones inmobiliarias.

Además, dentro del análisis de mercado hay que distinguir entre:

- Mercado actual: El que en un momento dado demanda un producto determinado.
- Mercado potencial: Número máximo de compradores al que se puede dirigir la oferta comercial y que está disponible para todas las empresas de un sector durante un periodo de tiempo determinado.

Ambas definiciones coinciden en que es importante conocer el mercado y los datos relacionados con todo lo que rodea a la empresa, tanto desde un punto de vista general (macroentorno), como desde un punto de vista más específico (microentorno).

Estudio del macroentorno

Estos factores son genéricos, lo componen todos los factores que afectan a nuestra empresa de una forma directa o indirecta, para hacernos una idea generalizada, habrá que analizar:

- Factor demográfico. El estudio de este, es uno de los más importantes, ya que las personas son las que forman los mercados. La tendencia de crecimiento de la población, o de envejecimiento, la tendencia o no a la natalidad y la distribución de la población por edades y sexo son alguno de los factores que nos afectan de forma directa, ya que con ellos no sólo conocemos el número de viviendas demandadas, sino también su tipología.
- Factor económico. El análisis del entorno económico contempla la evolución de las principales magnitudes macroeconómicas. Estas variables van a determinar la capacidad

de compra e influirán en las pautas de consumo. Algunas de estas variables que determinarán la capacidad de compra, son: la renta disponible, la tasa de desempleo, el crecimiento económico, o la tasa de interés.

- Factores políticos. Consisten en estudiar el grado de intervención estatal en el sector.
- Factores jurídicos. Legislación que regula la actividad que se va a llevar a cabo. En nuestro caso, habrá que prestar especial atención a las leyes urbanísticas, permisos necesarios...
- Factores socio-culturales. Los cambios sociales que experimenta nuestro país, como la incorporación de la mujer al trabajo, el estilo de vida, los movimientos ecologistas, son algunos de los ejemplos que van a determinar no solo el número de viviendas si no también su tipología.

Estudio del macroentorno:

Este está constituido por tres grandes grupos de estudio: los clientes o demanda, la competencia u oferta y los proveedores.

En el apartado anterior decíamos que las necesidades no son creadas por los especialistas en marketing, sino que estos deseos son inherentes a la condición humana. Estos deseos cambian mucho de una sociedad a otra, e incluso dentro de la misma, no son iguales para distintas personas, por otro lado, los deseos de estas cambian también con el paso del tiempo. Por este motivo el marketing no debe centrarse solo en los deseos, sino también en la demanda, es decir, en las necesidades del mercado.

Así pues, la demanda la podemos definir como el volumen total que sería comprado por un grupo determinado de consumidores, en un área geográfica determinada, en un periodo de tiempo definido.

Hay algunas formas de estudiar la demanda actual pero también de estimar la demanda futura. Pronosticar, es estimar la demanda futura mediante la anticipación de lo que los compradores quieren, de este modo, una buena estimación se convierte en el factor clave para el éxito de la empresa. Para ello se pueden elaborar encuestas, preguntando directamente al consumidor cual son sus deseos y necesidades.

De esta manera llegamos al otro término, la oferta. Esta se define como la cantidad de productos y servicios disponibles para ser consumidos. Estos pueden ser productos que se ofrecen sin haber estudiado el mercado y que esperan a encontrar un comprador o por el contrario, son el resultado de un pormenorizado estudio de los deseos y necesidades de los consumidores.

Una vez conocidos estos conceptos, se pasara a desarrollar los contenidos de los estudios de oferta y demanda, aplicados al sector inmobiliario, que nos van a permitir definir el producto ideal para el comprador potencial.

Análisis de la oferta

En primer lugar, lo que se hace, es estudiar la competencia, que venden, a qué ritmo, con qué precios... El método de estudio que se va a utilizar es el siguiente:

1. Diseño de la investigación.

No se puede ir a visitar las promociones sin antes haber estructurado la información que deseamos obtener. Para ello diseñaremos una tabla en la que se recoja todos los datos que nos interesen. Alguno de los datos más importantes que debemos tener en cuenta para la investigación en el mercado inmobiliario son los siguientes:

- Datos de identificación:
 - Ubicación de la Promoción.
 - Nombre comercial.
 - Nombre del promotor.
 - Nombre del vendedor.
- Tipologías fundamentales:
 - Edificación abierta o cerrada.
 - Vivienda unifamiliar o plurifamiliar.
 - Vivienda Libre o Protegida.
- Volumen de Oferta: total de viviendas.
- Ritmo de ventas:
 - Stock sin vender.
 - Fecha de entrega.
 - Meses en venta.
 - Media mensual de ventas.
- Dotaciones comunes:
 - Jardín, piscina, etc.
- Calidades de Construcción: Al tratarse de un estudio con objetivo comercial, se basa en las calidades comerciales más diferenciadoras, que en realidad son las que más impactan en el comprador.
 - Calefacción.
 - Amueblamiento de cocina y sanitarios.
 - Armarios empotrados.

- Producto: Se eligen los productos moda, es decir, aquellos más repetidos de entre los que quedan por vender, ya que siempre es muy difícil obtener información de lo que está vendido. Cuando dentro de un mismo tipo de vivienda hay diferentes superficies y precios, trataremos de elegir uno que más se aproxime a la media.
- Precio y condiciones económicas:
 - Precio al contado.
 - Precio por m².
 - Precio de los garajes y trasteros opcionales.
 - Hipoteca: tipo de interés, aplazamiento.
- Decisiones sobre comunicación:
 - Oficina de ventas a pie de obra.
 - Vallas in situ.
 - Piso piloto.
 - Vendedores.
 - Folletos.
 - Maquetas.
 - Radio.
 - Prensa.
 - Internet

2. Obtención de la información.

Lo primero que tenemos que hacer en este punto es elegir las fuentes de información. Lo más recomendable es elegir una fuente de información mixta, que nos permite recoger una información de tipo cuantitativo y cualitativo. Para ello realizaremos una tabla, donde recojamos la información mencionada en el punto anterior.

Determinar o acotar la zona de estudio

Un sistema muy útil, tratándose del producto inmobiliario, es zonificar geográficamente los resultados. En el caso de este trabajo, hemos acotado los resultados según los distritos que componen la ciudad de Valencia.

También puede acotarse según las tipologías fundamentales de viviendas.

Recogida de información

Una vez diseñado la tabla con los datos que queremos obtener, tenemos dos opciones para su obtención, una de ellas es presentarnos como un investigador que esta realizando un estudio y la segunda es presentarse como un comprador potencial, lo que recibe el nombre de simulación de compras. Aunque el primero es más sencillo y rápido, ya que nos permite realizar una encuesta directa, el vendedor puede negarse a contestar o hacerlo de una forma

engañoso, para despistar a la competencia. Por lo que el método de simulación de compra es más caro, y dificultoso, pero nos permite obtener mejores resultados.

El ritmo de ventas es el dato más difícil de obtener, y una vez lo tengamos, tenemos que aplicarle un gran margen de error ya que el buen vendedor intenta siempre dar la sensación de que aquella promoción se está vendiendo muy bien, aunque esto no tenga nada que ver con la realidad.

Tratamiento y análisis de datos

En este punto lo que haremos es resumir la información obtenida a través de nuestro formulario, para que sea útil en la toma de decisiones.

Interpretación de los resultados

Una vez disponemos de todos los datos recogidos en tablas, se procede a la redacción del informe correspondiente, en el que se aclararán los resultados, tanto positivos como negativos.

Una vez presentada la información, hay que interpretarla, para ello el parámetro más relevante es el ritmo de ventas, ya que a partir de esos datos podemos ir sacando conclusiones.

Análisis de la demanda

La demanda es el último destino, el objeto concreto de cualquier empresa, sin este conocimiento falta lo más importante, lo único que nos permite que nuestro negocio sea rentable, produciéndonos beneficios, ya que estos sólo se obtienen cuando se satisfacen los deseos y necesidades de los clientes (Viabilidad Económica de Promociones Inmobiliarias. Marketing Inmobiliario. Linares, 2004)

La realización del estudio de demanda supone seguir los siguientes pasos:

1. Diseño de la investigación

Determinar el objeto de investigación, lo que motiva la compra del consumidor, el precio que está dispuesto a pagar y lo que este desea.

2. Obtención de la información

En este apartado se seleccionarán las fuentes de información, la selección de la muestra y la posterior recogida de información.

Al igual que en la oferta, se elegirá una fuente de información mixta, ya que esto nos permite obtener tanto datos cualitativos como cuantitativos. Para ello el método más utilizado es la encuesta.

En principio toda encuesta tiene que estar dividida en los siguientes bloques, refiriéndonos a nuestro producto inmobiliario:

- **Presentación:** donde se haga una justificación de la encuesta y se explique quién la realiza y con qué fin, garantizando además, el anonimato al encuestado.
- **Producto origen:** investigación del producto que actualmente está usando el entrevistado (viviendas, plaza de parking, oficinas...)
- **Pregunta filtro para la cuantificación.** Esta debe servir para cuantificar la demanda, por lo que se debe pensar y hacer muy bien, acotando exactamente lo que queremos saber. Según el tipo de pregunta, los términos que utilicemos o lo directa que sea esta, se obtendrán unas respuestas más o menos fiables.
- **Producto demandado.** La encuesta continuará solamente con aquellos que han pasado la pregunta filtro anterior, ellos son los que nos definirán el producto que quieren comprar en cuanto a tipología, zona, calidades, tamaño y distribución, precio, etc. Además, también se pueden incluir preguntas sobre una oferta más concreta.
- **Control de fiabilidad.** Se pueden incluir preguntas para saber si el encuestado está realmente interesado.
- **Características socio-económicas.** Características de los encuestados, como pueden ser: la edad, el estado civil, los miembros de la unidad familiar, la profesión, el nivel de ingresos, la zona de residencia... que nos ayudaran a hacernos una idea sobre el cliente potencial.
- **Datos de control.** Toda encuesta finalizará con unos datos que permitan su control e inspección.

Por otro lado, al realizar una encuesta es recomendable tener en cuenta los siguientes puntos (Llinares, 2004)

1. Las encuestas siempre son anónimas.
2. Hay que evitar los cuestionarios largos, teniendo un máximo de 30 cuestiones.
3. Hacer sólo las preguntas imprescindibles.
4. Eliminar las preguntas coactivas, sesgadas, confusas vagas o indeterminadas.
5. Utilizar preguntas cerradas, pues las abiertas son de difícil tabulación y análisis.
6. Incluir todas las respuestas posibles, preferentemente con un máximo de 5.
7. Intentar que las preguntas lleven un orden lógico, realizando las incómodas al final.

Una vez realizado todo esto, pasaremos a la selección de la muestra, que supone determinar el subgrupo de la población o grupos de individuos de lo que se quiere obtener información, para ello debemos tener en cuenta el tamaño del grupo que queremos investigar.

Y por último, dentro de la obtención de información, se realizará la recogida de datos, lo que implica trabajo de campo. Para ello, existen varios métodos, recogida de información por teléfono, por correo, por internet, de forma personal, etc., de entre todas ellas, la más utilizada es la realizada de forma personal.

3. Tratamiento y análisis de datos

Una vez se disponga de toda la información, lo que debemos hacer es tabularla. Además de listar de forma vertical los resultados, el plan de tabulación señala también, los cruces necesarios para disponer de una información más segmentada y comparada.

Algunos de los objetivos que tiene la tabulación son (Llinares, 2004):

1. Determinar “cabeceras generales” para segmentar la población, estableciendo unas cabeceras generales fijas que se refieren a las características socio-económicas de la población. Estas nos informarán del perfil que tienen los distintos colectivos para posteriormente comparar los resultados.
2. Determinar la demanda global, determinada por el porcentaje de población total que está dispuesto a comprar y la demanda específica, que corresponde al porcentaje de población total que está interesado en una promoción en concreto.
3. Comparar los tres colectivos. La comparación de los tres colectivos comienza a dar el perfil diferenciado de la demanda con respecto al conjunto de la población.

4. Cuantificar y tipificar el producto. Supone cruzar las variables. De esta forma nos quedaríamos únicamente con dos tipos de demanda, la demanda segura, aquella que además de haber expresado su interés por el producto reúne todas las condiciones socio-económicas para ser comprador del mismo y la demanda indecisa formada por aquellos que sin estar de acuerdo con todos los requisitos, tampoco quedan definitivamente descartados.

Esto nos lleva a una horquilla de demanda máxima y mínima, a partir de la cual hay que estimar una cuota de mercado para nuestro producto, en función de su adecuación a lo que contesta la demanda, pero también en función de la oferta actual y previsible.

4. Interpretación de resultados

Por último, con todos los datos en la mano, y al igual que hemos hecho en el análisis de la oferta, se realizará un informe en el que se recoja una serie de datos, como pueden ser: la finalidad del estudio, quién lo realizó y las características del mismo, quién lo encargó, resultados que se obtuvieron, los análisis de problemas, las conclusiones y recomendaciones, gráficos y un ejemplo de la encuesta empleada.

LA PROMOCIÓN INMOBILIARIA

El producto

Lo primero que debemos definir en este apartado es el producto, ya que es el elemento básico sobre el que se desarrolla y justifica la acción del estudio de mercados.

Según Muñoz Valero (Muñoz, 2006), el producto es el medio por el cual una empresa satisface las necesidades de sus clientes y alcanza sus objetivos internos, por lo que estos pueden ser:

- Bienes o productos físicos: son todos los elementos tangibles.
- Servicios: son intangibles, son inseparables (se producen y consumen al mismo tiempo), variables e imperdurables.
- Personas: se aplica a los profesionales de distintas áreas.
- Lugares: como ciudades, países, parques o determinadas áreas geográficas.
- Instituciones: universidades, fundaciones, empresas (no sus bienes o servicios), etc.
- Ideas: abarca a proyectos de negocios, proyectos sociales, hasta proyectos internos dentro de una organización, también se comunican y venden.

En nuestro caso, vamos a quedarnos con los bienes o productos físicos, ya que son los que engloban a los edificios de viviendas. Por otro lado, según la teoría psicológica del marketing, si una empresa desarrolla bien su estudio de mercado, no vende sólo productos físicos, si no satisfacciones a necesidades reales, que se adaptan a las necesidades del consumidor.

Dentro de las características que podemos exigir a nuestro producto, están:

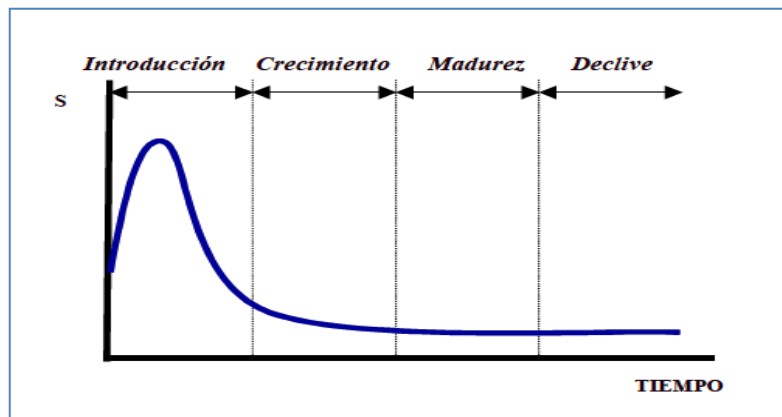
- ¿Viviendas de Renta Libre o VPO?
- ¿Unifamiliar o Multifamiliar?
- ¿Cuál es el tamaño ideal de la promoción?
- ¿Cuál es la distribución más adecuada?
- ¿Qué productos complementarios vamos a ofertar: garajes, trasteros?
- ¿Qué dotaciones y servicios comunes va a tener la promoción?
- ¿Qué nivel de calidad vamos a ofertar?

Para contestar estas cuestiones deberemos tener en cuenta qué ciclo de vida estimamos va a tener nuestro producto y qué elementos vamos a utilizar para diferenciarlo de la competencia.

Pero, ¿qué es ciclo de vida de un producto?

Al igual que los seres vivos, se puede decir, que los productos también tienen un desarrollo vital en los mercados, se concibe, nacen, crecen y mueren, momento en el que el producto desaparece del mercado.

Los ciclos de vida varían según el tipo de productos, para una promoción inmobiliaria, sería de la siguiente forma:



Fuente: Viabilidad Económica de Promociones Inmobiliarias. Marketing Inmobiliario (Llinares, 2004)

Figura 2: "Ciclo de vida de una promoción inmobiliaria en fase de expansión económica"

La curva tan apuntada al principio se debe a que si el producto es el adecuado se consigue un alto porcentaje de ventas entre la demanda expectante o en lista de espera. En el caso contrario, si la comercialización se inicia con dificultad es muy difícil modificar esta tendencia a lo largo de la vida comercial de edificio.

En cuanto a lo que queda por vender es lógico que se alarguen ya que la promoción ya está quemada porque la conoce todo el mundo, hay menos plazo para pagar y quedan los peores productos que nadie quiere.

En este primer paso estimaremos el ciclo de vida de nuestro producto, que vendrá determinado por el ritmo de ventas previsto, para posteriormente tomar el resto de decisiones en base a éste.

El ciclo de vida de la promoción en fase de recesión no es tan pronunciado como en el que aparece en la Figura 2. Ciclo de vida de una promoción inmobiliaria en fase de expansión económica. Las ventas se ralentizan de forma que se alargan en el tiempo.

La marca

Por otro lado, aparece un nuevo concepto, también muy importante en el marketing, la marca. Muñoz Valero (Muñoz, 2006) lo define en su libro como, la palabra mediante la que se identifica un producto o un grupo de productos y a la vez el compendio de sus atributos y funcionalidades y el vehículo transmisor de las mismas. También es la garantía que respalda sus cualidades y el símbolo de permanencia del fabricante.

Aunque hoy en la actualidad la tendencia está cambiando, la utilización de las marcas en el mercado inmobiliario ha sido muy inusual. Esto puede haber sido debido a:

- Falta de empresas con clara orientación hacia el cliente y con cultura de marketing.
- Predominio de empresas industriales orientadas al producto y a la producción.
- Política comercial oportunista, con voluntad expresa de evitar las relaciones duraderas con los clientes.
- Utilización de estrategias reductoras de riesgo de todo tipo: creación y cierre de empresas promotoras.

Pero como hemos dicho, esto está cambiando, en la actualidad muchas empresas constructoras y promotoras utilizan su nombre como aval y garantía de las promociones que realizan, intentando establecer así, diferencias con la competencia en cuanto a posición y calidad de sus productos, así pues, hay que pensar que dentro del mercado inmobiliario también es posible la fidelización.

La manera de presentar un producto contribuye de forma importante a definir el carácter del mismo y establecer diferencias respecto a los productos competidores, además, el estilo de la presentación refuerza su personalidad.

El precio

El precio es uno de los puntos fundamentales del marketing, ya que de él depende el ritmo de ventas del producto.

Se hará una primera aproximación partiendo del estudio de mercado anteriormente realizado, ya que con él, hemos obtenido datos como los ritmos de ventas o la capacidad de compra de los clientes. Pero para fijar un precio final no basta con esto, sino que debemos realizar también, un estudio económico-financiero de la promoción, para comprobar si dicho precio es viable.

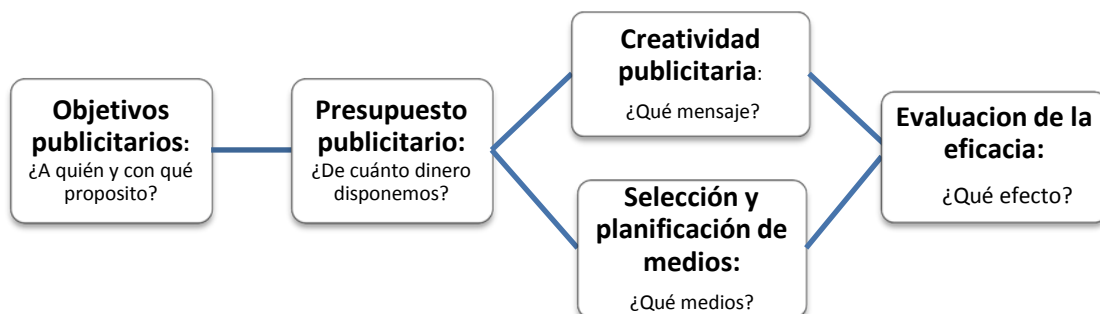
A la hora de fijar el precio también hay que tener en cuenta la tipología de las viviendas, ya que éstas, pueden ser de venta libre o por el contrario de protección oficial, si nuestra promoción pertenece al último grupo, tenemos que tener en cuenta la normativa que lo regula, ya que los precios máximos por metro cuadrado ya vienen estipulados.

Los métodos para la fijación de precios, son un conjunto de reglas a aplicar para la obtención del precio final. Estos métodos pueden estar basados en distintos aspectos, pero los más utilizados son los basados en los costes, en la competencia y en la demanda.

La publicidad

“La publicidad es toda transmisión de información impersonal y remunerada, efectuada a través de un medio de comunicación, dirigida a un público objetivo, en la que se identifica el emisor, con una finalidad determinada, que de forma inmediata o no, trata de estimular la demanda de un producto o de cambiar la opinión o el comportamiento del consumidor”. (Santesmases, 2007)

La elaboración de una campaña publicitaria sigue el siguiente esquema:



Fuente: Viabilidad Económica de Promociones Inmobiliarias. Marketing Inmobiliario (Llinares, 2004)

Figura3: “El proceso publicitario”

En primer lugar se encuentran los objetivos publicitarios, donde la empresa determina el objeto, sus características y ventajas y se asocia a un usuario o situación, además se intenta mejorar su imagen y posicionamiento. Por otro lado, en esta fase también se decide el público o segmento del mercado al que irá dirigido.

En segundo lugar aparece el presupuesto publicitario, el cual va a repercutir de forma directa en las ventas. El presupuesto asignado puede abordarse desde diversos métodos, ya sea de forma arbitraria, mediante un porcentaje sobre las ventas pasadas o en función de los objetivos y tareas. La creatividad publicitaria, por su parte, es la que comprende la generación de la idea base del mensaje de sujeción o presentación y su producción. Esto implica qué vamos a decidir, eligiendo para ello entre mensaje persuasivo o informativo.

La ejecución de mensaje incluye tomas de decisiones como: el estilo, el tono o el formato publicitario, haciendo referencia al enfoque de comunicación para transmitir la idea base.

Por su parte, la selección y planificación de medios, consiste en seleccionar el medio para que la difusión entre los compradores potenciales sea lo más amplia posible. Algunos de los medios de difusión: prensa, revistas, televisión, radio, publicidad exterior...

- Prensa: Podemos contratar página, página doble, media página, pie de página, columna..., el emplazamiento puede ir en generales, en secciones fijas, en anuncios por palabras, etc y también puede fijarse el encarte, que es un medio publicitario impreso que se introduce dentro de las paginas de otra publicación.
- Radio: Es el medio más utilizado en este sector, ya que tiene gran competencia local. Se suelen emitir mensajes de unos 30 segundos y programas patrocinados.
- Valla urbana: junto con la radio es el medio más empleado, casi todas las promociones de viviendas van acompañadas de una valla publicitaria. Con ella, se mantiene el contacto con el público que pasa por delante de la obra, durante su ejecución. Los tamaños son estándar 3x4 m o 3x8 m.

Una valla tiene que contener siempre los siguientes mensajes: marca del producto, la marca de la empresa promotora, definición del producto, elementos diferenciados (si los hay), mensaje dirigido a motivar la compra y elemento gráfico que pueda ser de referencia.

- Internet: este medio tiene innumerables ventajas, ya que permite poner a disposición del cliente cierta información, como pueden ser planos, fotografías, o la memoria de calidades que sería más difícil hacerle llegar mediante métodos tradicionales.

Y por último, la evaluación de la eficacia, la cual puede desarrollarse antes o después de la difusión.

La evaluación que se realiza antes, llamada Pretest, tiene como objetivo averiguar si el mensaje, el texto y el eslogan tienen el valor persuasivo requerido o si por el contrario producen indiferencia o rechazo, suelen llevarse a cabo mediante reuniones de grupo.

La evaluación que se realiza después se llama Posttest, y pretende comprobar en que medida se han conseguido los objetivos de la campaña. Una forma de realizarla es “recuerdo a las 24 horas” en la que se pregunta a la gente si ha visto el anuncio y que es lo que recuerda de él.

CONCLUSIÓN

A pesar del tiempo y recursos que nos pueda costar, hoy en día, los estudios de mercado son una herramienta imprescindible, ya que con ella se puede estudiar la relación de lo deseable con lo posible, ayudando a decidir qué tipo de producto se va a edificar, a quién va dirigido y cuál va ser el precio. Pudiendo escoger así, la alternativa más acertada.

Toda esta serie de conceptos y procedimientos nos lleva a un objetivo principal, la satisfacción del cliente, a partir de la creación de un producto que se adecue a sus gustos, deseos y necesidades, y uno secundario, la rentabilidad económica a corto y largo plazo. La rentabilidad a corto plazo nos la proporcionará el estudio económico-financiero y los beneficios obtenidos de la promoción, y la rentabilidad a largo plazo, que es la más importante, nos la proporcionará la confianza que nuestra marca haya generado en los clientes, ya que nos proporcionarán compras y clientes posteriores. Por otro lado, cabe destacar, que en las promociones inmobiliarias no funciona por comprar repetitiva, por lo que la imagen de la marca no es tan importante.

Es muy importante no confundir el orden de los objetivos, ya que si al hacer una promoción, nuestro único interés es el beneficio económico, corremos el riesgo de no obtener los resultados deseados.

4. METODOLOGÍA EMPLEADA

En el presente capítulo se expone el plan de trabajo o la secuencia de actividades necesaria para la obtención de los objetivos previamente definidos.

El plan de trabajo se divide en 5 etapas. A continuación se describe en detalle cada una de ellas.

FASE I. BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN SOBRE LA ZONA OBJETO DE ESTUDIO.

Para ello, lo primero que se hizo, fue consultar la página web del Ayuntamiento de Valencia (www.valencia.es), con el fin de conocer la ubicación del distrito dentro de la ciudad, su ordenación urbanística, sus accesos, y sus principales características, como son el número y nombre de cada uno de los barrios. También se recurrió al buscador de mapas de Google.

A continuación, se buscó información sobre cada uno de los barrios de la zona, consultando de nuevo en la página del Ayuntamiento, en el apartado de barrios, dentro de la sección de cartografía básica. Ahí encontramos los planos de cada uno, con su situación dentro del distrito y su cartografía.

FASE II. RECONOCIMIENTO DE LA ZONA.

Una vez tuvimos una imagen global del barrio pasamos a visitarlo. Esto, nos permitió ver las calles, la iluminación, la gente y las zonas donde se desarrolla la vida del día a día.

Además se tomaron fotografías de los espacios, de las calles, de los comercios, de los parques, de los colegios y edificios destacados, así como de las vías de acceso o los medios de transporte, con el fin de crear un registro fotográfico de la zona.

FASE III. ESTUDIO EN PROFUNDIDAD DE LA ZONA.

Una vez realizado el estudio previo y el reconocimiento de la zona, se pasó a realizar el estudio pormenorizado de las mismas. Para ello nos servimos de las siguientes páginas de internet:

- Página web del Ayuntamiento de Valencia (www.valencia.es). En ella podemos encontrar todos los datos sobre el catastro inmobiliario, sobre la demografía y sobre el censo de las actividades económicas. Toda esta información está clasificada por distritos y barrios.

- Página web del servicio municipal de transportes urbanos (www.emtvalencia.es). En esta página se encontró toda la información sobre la situación de las paradas de autobús dentro del barrio, así como, las líneas que llegan y su procedencia y los horarios que tienen.
- Página web del metro de Valencia (www.metrovalencia.es). En ella se encontró toda la información referente a las líneas de metro y tranvía, sus paradas y horarios.
- La página de las bicicletas públicas (www.valenbisi.es). Esta nos aportó información acerca de las paradas y carriles para bicicletas con lo que cuenta cada uno de los barrios.
- La página de la Conselleria de Sanitat (www.san.gva.es). Hospitales y centros de salud que se encuentran en nuestra zona.
- Página del Ayuntamiento de Valencia (www.valencia.es). Utilizada ya con anterioridad. En este caso nos sirvió como herramienta para conocer cada uno de los centros educativos presentes en el distrito y la oferta educativa impartida por cada uno de ellos.
- En la siguiente página, <http://mapas.valencia.es> podemos encontrar diversos datos, como por ejemplo, la densidad de la actividad económica, el número de viviendas de protección oficial, el nivel de contaminación acústica, etc. En ella también aparecen situados todos los centros educativos, los centros de salud, bibliotecas, museos, teatros, centros deportivos, paradas de transporte urbano, etc.

A la vez que se iba realizando toda la búsqueda de información, y con el fin de seguir un criterio, se iba rellenando una ficha que recoge cada una de las características básicas que describe un barrio. Se relleno una por cada barrio.

Esta ficha fue elaborada con anterioridad de forma común en el taller 30 de PFG. Estudio viabilidad en la edificación de la ETSIE. UPV. (Ver Ficha 1)

A continuación se adjunta una ficha tipo:

FICHA TIPO CARACTERÍSTICAS ZONA			
Identificación del Distrito			
DISTRITO	Nº	BARRIO	
Características de la Zona			
Década aproximada de creación de la zona			
<input type="checkbox"/> Anterior 1950 <input type="checkbox"/> 1950-1969 <input type="checkbox"/> 1970-1989 <input type="checkbox"/> 1990-2010			
Accesos			
<input type="checkbox"/> Avenida <input type="checkbox"/> Ronda <input type="checkbox"/> Autovía			
Vías			
Accesos (cantidad de accesos anchos)			
<input type="checkbox"/> Nada/Poca <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta			
Accesibilidad			
<input type="checkbox"/> Nada/Poca <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta			
Calzadas (cantidad de calzadas anchas)			
<input type="checkbox"/> Nada/Poca <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta			
Áreas peatonales (o de tráfico limitado a vehículos de tracción)			
<input type="checkbox"/> Ninguna <input type="checkbox"/> 1-2 <input type="checkbox"/> 3 o más			
Alumbrado			
<input type="checkbox"/> Nada/Poco <input type="checkbox"/> Medio <input type="checkbox"/> Alto			
Zonas aparcamiento (densidad por superficie)			
Público			
<input type="checkbox"/> O.R.A. <input type="checkbox"/> Nada/poca <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta			
<input type="checkbox"/> Uso primario <input type="checkbox"/> Nada/poca <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta			
<input type="checkbox"/> Uso público <input type="checkbox"/> Nada/poca <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta			
<input type="checkbox"/> En calle <input type="checkbox"/> Nada/poca <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta			
Privado			
<input type="checkbox"/> Nada/poca <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta			
Edificación			
<input type="checkbox"/> Unifamiliar <input type="checkbox"/> En altura			
Nº plantas			
<input type="checkbox"/> 1-4 <input type="checkbox"/> 5-10 <input type="checkbox"/> 11 o más			
Fachada			
<input type="checkbox"/> Cara viva <input type="checkbox"/> Enfocada <input type="checkbox"/> Muro ciego <input type="checkbox"/> Protegida			
Transporte público			
<input type="checkbox"/> Metro <input type="checkbox"/> Autobús <input type="checkbox"/> Taxis <input type="checkbox"/> Tren <input type="checkbox"/> Bicicletas			
Nº áreas autobús			
<input type="checkbox"/> Ninguna <input type="checkbox"/> 1-2 <input type="checkbox"/> 3 o más			
Comercio (densidad por superficie)			
<input type="checkbox"/> De lujo <input type="checkbox"/> Nada/poca <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta			
<input type="checkbox"/> De barrio <input type="checkbox"/> Nada/poca <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta			
<input type="checkbox"/> De inmigración <input type="checkbox"/> Nada/poca <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta			
<input type="checkbox"/> Supermercado <input type="checkbox"/> Nada/poca <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta			
<input type="checkbox"/> Centro Comercial <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No			
Zona Ocio (densidad por superficie)			
<input type="checkbox"/> Bares <input type="checkbox"/> Nada/poca <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta			
<input type="checkbox"/> Restaurantes <input type="checkbox"/> Nada/poca <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta			
<input type="checkbox"/> Pubs <input type="checkbox"/> Nada/poca <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta			
<input type="checkbox"/> Discotecas <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No			
<input type="checkbox"/> [X] [X] [X] deportivas <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No			
Educación (número)			
Guarderías _____			
Primaria pública _____			
Secundaria pública _____			
Colegios privados _____			
Institutos _____			
Universidades _____			
Zonas verdes (densidad por superficie)			
<input type="checkbox"/> Párgos infantiles <input type="checkbox"/> Nada/poca <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta			
<input type="checkbox"/> Jardines alentos <input type="checkbox"/> Nada/poca <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta			
<input type="checkbox"/> Jardines cerrados <input type="checkbox"/> Nada/poca <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta			
Surrealismos bancarios			
<input type="checkbox"/> 2 o menos <input type="checkbox"/> 3-5 <input type="checkbox"/> más de 5			
Salud			
<input type="checkbox"/> Farmacias <input type="checkbox"/> Centros de salud <input type="checkbox"/> Hospitales <input type="checkbox"/> Centros día <input type="checkbox"/> Residencia 3ª edad			
Cultura			
<input type="checkbox"/> Bibliotecas <input type="checkbox"/> Museos <input type="checkbox"/> Cines <input type="checkbox"/> Teatros <input type="checkbox"/> Monumentos Históricos			
Zonas de negocios (densidad por superficie)			
<input type="checkbox"/> Oficinas <input type="checkbox"/> Nada/poca <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta			
<input type="checkbox"/> Naves industriales <input type="checkbox"/> Nada/poca <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta			
Otros			
<input type="checkbox"/> Comisaría de policía <input type="checkbox"/> Bomberos <input type="checkbox"/> Cementero <input type="checkbox"/> Playa			
<input type="checkbox"/> Solares en obra <input type="checkbox"/> Zona multicultural			
Edad media de la población			
_____ años			
Inmigración			
_____ %			
Crecimiento poblacional de la zona			
_____ %			
Contaminación acústica			
<input type="checkbox"/> Nada/poco <input type="checkbox"/> Medio <input type="checkbox"/> Alto			
Tráfico			
<input type="checkbox"/> Nada/poco <input type="checkbox"/> Medio <input type="checkbox"/> Alto			
Densidad de la actividad económica			
<input type="checkbox"/> Baja <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta			
Tipo de viviendas (totales)			
V.P.O./V.P.P. (licencia de obra o primera ocupación) _____ viviendas			
OBSERVACIONES			

Fuente: elaborado en el taller 30 de PFG. Estudio viabilidad en la edificación de la ETSIE. UPV.

Ficha 1: "Ficha tipo características de la zona"

Para visualizar el contenido de la ficha ver Anexo

FASE IV. ESTUDIO Y ANÁLISIS DE LA OFERTA.

En esta fase se realizará un estudio de las promociones que componen cada uno de los barrios. Se estudiará el ritmo de ventas, los precios, las calidades constructivas. Para ello los pasos que hemos seguido son:

1. Búsqueda de información sobre promociones de obra nueva en internet, en las páginas www.idealista.es, www.mercadodeobranueva.com, www.pisos.com, etc.
2. Nuevo reconocimiento de la zona, esta vez, en busca de pisos de obra nueva, con cartel publicitario o anuncios de venta, preferiblemente. También se realizaron fotos de estos.

3. Búsqueda de toda la información posible de los pisos encontrados, en las páginas web de cada una de las inmobiliarias. Esta información incluye datos de la promoción, calidades, precios, tipología, ritmo de ventas...
4. A continuación se procedió a ponerse en contacto por vía telefónica, con algunas de las inmobiliarias, para intentar obtener datos que previamente no se habían encontrado en internet, como por ejemplo alguno de los precios o el stock sin vender. Para ello, se simuló que la llamada era realizada por un comprador potencial.
5. Una vez recogidos todos los datos se procedió a realizar una memoria descriptiva y comparativa de todos ellos.

En esta fase, del mismo modo que en la anterior, se ha utilizado una ficha elaborada de forma conjunta en el taller 30 de PFG, Estudio viabilidad en la edificación de la ETSIE. UPV, en la que se recogen todas las características importantes de una oferta inmobiliaria.

A continuación adjuntamos dicha ficha:

FICHA TIPO CARACTERÍSTICAS OFERTA (Obra nueva)			
Identificación del Distrito			
DISTRITO	Nº	BARRIO	
Datos de identificación			
Ubicación de la Promoción:			
Año de construcción:			
Nombre del promotor:			
Tipología			
Edificación manzana	<input type="checkbox"/> Absorta	<input type="checkbox"/> Cerrada	
Vivienda	<input type="checkbox"/> Unifamiliar	<input type="checkbox"/> Plurifamiliar	
Vivienda	<input type="checkbox"/> Libre	<input type="checkbox"/> Protegida	
Volumen de Oferta			
Total de viviendas:			
Ritmo de ventas			
Stock sin vender:			
Fecha de entrega:			
Meses en venta:			
Media mensual de ventas:			
Dotaciones comunes			
Club Social	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	
Jardín	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	
Piscina	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	
Instalaciones deportivas	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	
Calidades de Construcción			
Fachada	<input type="checkbox"/> Cara vista	<input type="checkbox"/> Enfoscado	<input type="checkbox"/> Otros _____
Carpintería exterior	<input type="checkbox"/> PVC	<input type="checkbox"/> Aluminio	<input type="checkbox"/> Madera <input type="checkbox"/> Otros _____
Pavimento zaguán	<input type="checkbox"/> Gres	<input type="checkbox"/> Granito	<input type="checkbox"/> Mármol <input type="checkbox"/> Otros _____
Tipo de tabiquería	<input type="checkbox"/> Ladrillo	<input type="checkbox"/> Píedraj	<input type="checkbox"/> Otros _____
Pavimento vivienda	<input type="checkbox"/> Gres	<input type="checkbox"/> Granito	<input type="checkbox"/> Mármol <input type="checkbox"/> Otros _____
Revestimiento cocina/baños	<input type="checkbox"/> Gres	<input type="checkbox"/> Porcelánico	<input type="checkbox"/> Mármol <input type="checkbox"/> Otros _____
Pavimento cocina/baños	<input type="checkbox"/> Gres	<input type="checkbox"/> Porcelánico	<input type="checkbox"/> Mármol <input type="checkbox"/> Otros _____
Carpintería interior	<input type="checkbox"/> Contrachapado		<input type="checkbox"/> Mactza
Mobiliario de cocina	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	
Armarios empotrados	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	
Calefacción	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	
Aire Acondicionado	<input type="checkbox"/> Preinstalación	<input type="checkbox"/> Instalación	<input type="checkbox"/> No

Producto
Dimensiones vivienda _____ m ²
Balcón <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
Galera <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
Altura _____ Ásico <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
Orientación _____
Entrada por vía ancha <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
Precio y condiciones económicas
Precio al contado:
Precio por m ² :
Precio de garajes opcionales:
Precio de trasteros opcionales:
Forma de pago:
% Reserva:
% Aplazado:
% Entregue de llaves (hipoteca)
Tipo de interés:
Decisiones sobre comunicación
Oficina a pie de obra <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
Vallas in situ <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
Piso piloto <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
Folleto <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
Maquetas <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
Radio <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
Prensa <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
Internet <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
Televisión <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
Inmobiliaria <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
OBSERVACIONES

Fuente: elaborado en el taller 30 de PFG. Estudio viabilidad en la edificación de la ETSIE. UPV.

Ficha 2: "Ficha tipo, características de la oferta"

Para visualizar el contenido de la ficha ver Anexo

FASE V. ESTUDIO Y ANÁLISIS DE LA DEMANDA.

En primer lugar se realizó, de la misma forma que las anteriores fichas, una encuesta para definir los datos que se querían obtener de la investigación. Esta ficha recogía aspectos relacionados con el barrio, las viviendas, las calidades y los precios.

Esta fue realizada en el taller 30 de PFG, estudio de viabilidad en a edificación de las ESTIE, UPV. A continuación se adjunta modelo:

FICHA TIPO CARACTERÍSTICAS DEMANDA (Obra nueva)				
Identificación del Distrito				
DISTRITO	Nº	BARRIO		
Datos de identificación				
Género: Hombre <input type="checkbox"/> Mujer <input type="checkbox"/>				
Edad: entre 20-30 <input type="checkbox"/> entre 30-40 <input type="checkbox"/> entre 40-50 <input type="checkbox"/> entre 50-60 <input type="checkbox"/> más de 60 <input type="checkbox"/>				
Profesión: _____				
Estado civil: _____				
Nº miembros de la unidad familiar: _____				
¿Vives en esta zona? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>				
Motivo por el que vives en esta zona (dómicil, trabajo...): _____				
Percepción del barrio				
	A	B	C	D
	Discreta	En crecimiento	Tráfico	Desarrollo
	Seguro	Seguro	Seguro	Seguro
Me parece un barrio emblemático, único <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>				
Me parece un barrio multicultural, con inmigrantes <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>				
Me parece un barrio con grandes espacios y accesos, bien ordenado urbanísticamente <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>				
Me parece un barrio en expansión, con proyección de futuro <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>				
Me parece un barrio juvenil y dinámico <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>				
Me parece un barrio agradable, acogedor, con "vida de barrio" <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>				
Me parece un barrio con tráfico y ruido <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>				
Me parece un barrio bien comunicado <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>				
Me parece un barrio comercial, de negocios <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>				
Me parece un barrio con buenos equipamientos (servicios deportivos, áreas peatonales) <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>				
En términos generales, y suponiendo que encontrara la vivienda que se ajustara a mis necesidades, elegista esta zona para residir <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>				
En términos generales, y suponiendo que encontrara la vivienda que se ajustara a mis necesidades, elegista esta zona para invertir <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>				
Suponiendo que encontrara la vivienda que se ajustara a sus necesidades, ¿en qué zona de Valencia le gustaría vivir? _____				
Importancia en la compra vivienda-barrio				
¿Cuándo compra una vivienda, qué tiene más relevancia en su elección?				
Zona <input type="checkbox"/>	Vivienda <input type="checkbox"/>			
Establezca un porcentaje aproximado (por ejemplo, 60% - 40%)				
Zona _____ %	Vivienda _____ %			
Tipología deseada ¿Qué tipo de edificación le gustaría comprar?				
Edificación manzana <input type="checkbox"/> Altierra <input type="checkbox"/> Cerrada <input type="checkbox"/> Indiferente <input type="checkbox"/>				
Vivienda <input type="checkbox"/> Unifamiliar <input type="checkbox"/> Plurifamiliar <input type="checkbox"/> Indiferente <input type="checkbox"/>				
Vivienda <input type="checkbox"/> Libre <input type="checkbox"/> Protegida <input type="checkbox"/> Indiferente <input type="checkbox"/>				
Dimensiones vivienda				
¿ menos de 60 m ² <input type="checkbox"/> 60-80 m ² <input type="checkbox"/> 80-100 m ² <input type="checkbox"/> 100-120 m ² <input type="checkbox"/> 120-140 m ² <input type="checkbox"/> más de 140 m ² <input type="checkbox"/>				
Número de habitaciones _____				
Balcon <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Indiferente <input type="checkbox"/>				
Galería <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Indiferente <input type="checkbox"/>				
Altura _____ Ático <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Indiferente <input type="checkbox"/>				
Orientación _____ <input type="checkbox"/> Indiferente <input type="checkbox"/>				
Entrada por vía ancha <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Indiferente <input type="checkbox"/>				
Garaje <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Indiferente <input type="checkbox"/>				
Trastero <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Indiferente <input type="checkbox"/>				
Instalaciones comunes				
Club Social <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Indiferente <input type="checkbox"/>				
Jardín <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Indiferente <input type="checkbox"/>				
Piscina <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Indiferente <input type="checkbox"/>				
Instalaciones deportivas <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Indiferente <input type="checkbox"/>				
Satisfacción en calidades de Construcción				
Fachada <input type="checkbox"/> Cara vista <input type="checkbox"/> Enfoscado <input type="checkbox"/> Indiferente <input type="checkbox"/>				
Cargintería exterior <input type="checkbox"/> PVC <input type="checkbox"/> Aluminio <input type="checkbox"/> Madera <input type="checkbox"/> Indiferente <input type="checkbox"/>				
Fornimento cagates <input type="checkbox"/> Gres <input type="checkbox"/> Granito <input type="checkbox"/> Mármol <input type="checkbox"/> Indiferente <input type="checkbox"/>				
Tipo de tabiquería <input type="checkbox"/> Ladrillo <input type="checkbox"/> Bloque <input type="checkbox"/> Indiferente <input type="checkbox"/>				
Fornimento vivienda <input type="checkbox"/> Gres <input type="checkbox"/> Granito <input type="checkbox"/> Mármol <input type="checkbox"/> Indiferente <input type="checkbox"/>				
Revestimiento cocinas/baños <input type="checkbox"/> Gres <input type="checkbox"/> Porcelánico <input type="checkbox"/> Mármol <input type="checkbox"/> Indiferente <input type="checkbox"/>				
Fornimento cocinas/baños <input type="checkbox"/> Gres <input type="checkbox"/> Porcelánico <input type="checkbox"/> Mármol <input type="checkbox"/> Indiferente <input type="checkbox"/>				
Cargintería interior <input type="checkbox"/> Conoschapado <input type="checkbox"/> Macta <input type="checkbox"/> Indiferente <input type="checkbox"/>				
Mobiliario de cocina <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Indiferente <input type="checkbox"/>				
Amarrios empotrados <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Indiferente <input type="checkbox"/>				
Calefacción <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Indiferente <input type="checkbox"/>				
Aire Acondicionado <input type="checkbox"/> Preinstalación <input type="checkbox"/> Instalación <input type="checkbox"/> Indiferente <input type="checkbox"/>				
Condiciones económicas				
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una vivienda de 1 habitación en esta zona?				
o menos de 120.000€ <input type="checkbox"/> 120.000-150.000€ <input type="checkbox"/> 150.000-180.000€ <input type="checkbox"/> 180.000-210.000€ <input type="checkbox"/>				
o 210.000-240.000€ <input type="checkbox"/> o más de 240.000€ <input type="checkbox"/>				
¿Y de 2 habitaciones?				
o menos de 150.000€ <input type="checkbox"/> 150.000-180.000€ <input type="checkbox"/> 180.000-210.000€ <input type="checkbox"/> 210.000-240.000€ <input type="checkbox"/>				
o 240.000-270.000€ <input type="checkbox"/> 270.000-300.000€ <input type="checkbox"/> o más de 300.000€ <input type="checkbox"/>				
¿Y de 3 habitaciones?				
o menos de 180.000€ <input type="checkbox"/> 180.000-210.000€ <input type="checkbox"/> 210.000-240.000€ <input type="checkbox"/> 240.000-270.000€ <input type="checkbox"/>				
o 270.000-300.000€ <input type="checkbox"/> 300.000-330.000€ <input type="checkbox"/> 330.000-360.000€ <input type="checkbox"/> o más de 360.000€ <input type="checkbox"/>				
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un ático en esta zona? _____				
¿Qué incremento de precio estaría dispuesto a pagar por tener instalaciones comunes (piscina, instalaciones deportivas...)? _____ euros.				
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un garaje en esta zona? _____				
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un trastero en esta zona? _____				
En general, ¿estaría dispuesto a pagar un incremento de precio en la vivienda por _____				
OBSERVACIONES				

Fuente: elaborado en el taller 30 de PFG. Estudio viabilidad en la edificación de la ETSIE. UPV.

Ficha 3: "Ficha tipo de características sobre la demanda"

Para visualizar el contenido de la ficha ver Anexo

En segundo lugar se procedió a realizar las encuestas. Se realizaron un total de cuarenta por barrio, a una población concedora de la zona y con una edad comprendida entre los 20 y 40 años. La recogida de información se realizó de forma personal.

Una vez realizadas la totalidad de las encuestas se procedió al análisis y tratamiento estadístico de los datos, eliminando aquellos que pudieran ofrecer dudas o que fueran incorrectos.

Por último, se interpretaron los resultados obtenidos. En la que aparece el análisis de los resultados, las conclusiones y recomendaciones que se extraen de ellos y gráficos de apoyo.

FASE VI. DECISIONES SOBRE LA PROMOCIÓN

Una vez realizado todo el estudio y análisis de la oferta y la demanda y junto con los datos obtenidos en un trabajo realizado de forma paralela a este, de título “La viabilidad económico-financiera de promociones inmobiliarias en las zonas de Rascanya y Extramurs” se procedió a:

1. Identificar el producto mas adecuado, que reúna todas las características obtenidas anteriormente.
2. Determinar el precio más adecuado de venta, en función de la competencia.
3. Determinar a quién va dirigida la campaña publicitaria y describirla en líneas generales.

ESTE PROCEDIMIENTO SE VOLVERÁ A REPETIR DE FORMA COMPLETA EN LA SEGUNDA ZONA DE ESTUDIO.

5. RESULTADOS

El siguiente capítulo se divide en tres partes. Una primera en la que se hace un estudio del macroentorno, una segunda en la que se recoge toda la información obtenida de cada una de las zonas, y una tercera donde se exponen las decisiones tomadas sobre la promoción mas idónea.

5.1. ESTUDIO DEL MACROENTORNO

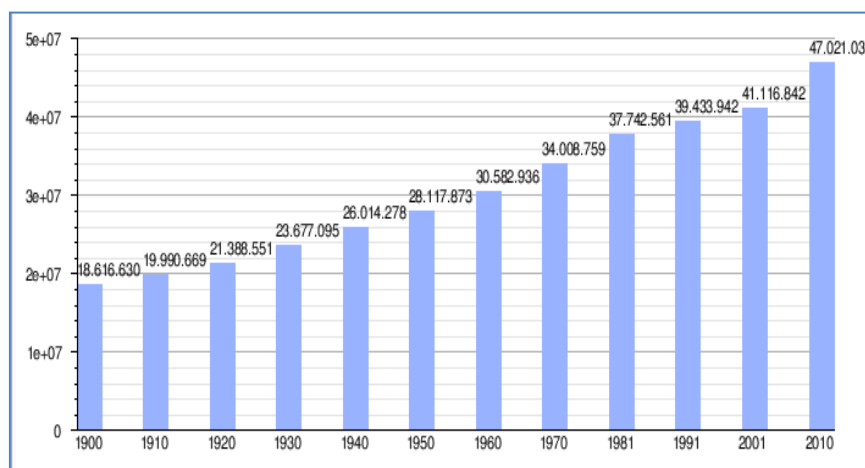
En este apartado se estudiará el macroentorno, esto es, el conjunto de hechos y factores externos que van a influir de forma negativa o positiva en nuestra promoción. Esto deberá ser estudiado de forma permanente debido a los cambios que puede ir sufriendo y su repercusión inmediata en el mercado.

FACTORES DEMOGRÁFICOS:

La demografía es la ciencia que estudia las poblaciones y variables como la edad, sexo, ubicación y otros muchos datos estadísticos. El estudio de estos datos resulta muy interesante ya que las personas son las que componen los mercados, son muy fáciles de predecir, ya que se producen de forma lenta.

Nuestro país cuenta con unas 47.021.031 personas en datos oficiales referidos al 1 de enero de 2010, de las cuales 23.226.185 son varones y 23.794.846 son mujeres. Así mismo, Valencia cuenta con 2.581.147 personas en toda su provincia (INE, 2010).

En el gráfico siguiente podemos ver como nuestra población ha ido creciendo a lo largo de los años. Esta situación crea muchas necesidades que complacer por lo que también genera muchas oportunidades de mercado.



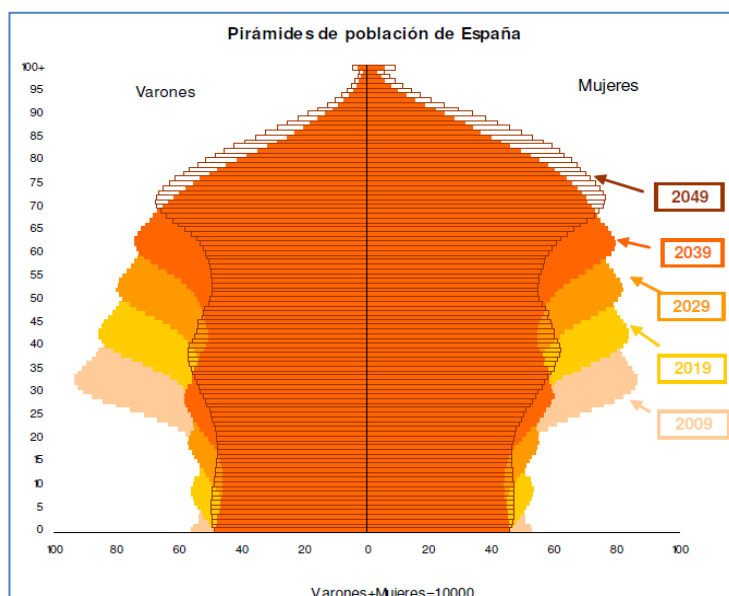
Fuente: INE

Figura 4: "Gráfico de la evolución demográfica española"

Pero aunque la gráfica muestre una situación favorable, no lo es tanto si miramos la pirámide poblacional y su evolución.

La pirámide de población es un histograma en el que se representa la estructura de la población por sexo y edad. En la figura 5 observamos la evolución desde el año 2009, con datos conocidos al 2049, datos previstos. Esta simulación muestra el progresivo envejecimiento a la que enfrenta nuestro país (INE, 2010). Concretamente será el grupo de edad de mayores de 64 años el que se

duplicara de tamaño, sin embargo la población menor, desde los 25 hasta los 64 se verá reducida a la mitad. Todo esto hace que en el año 2049 estemos ante una pirámide de tipo invertida.



Fuente: INE

Figura 5: "Evolución de la pirámide poblacional española"

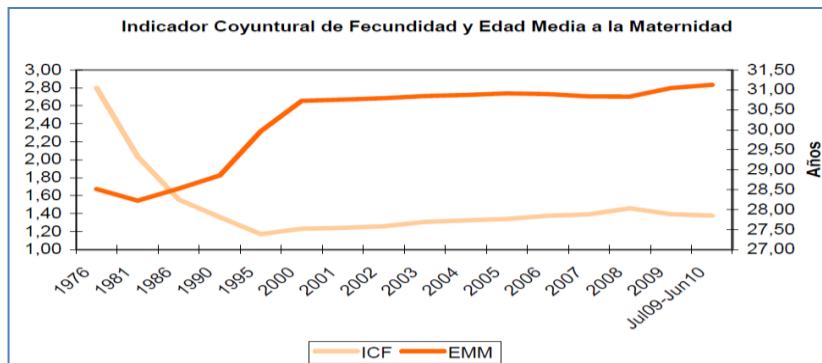
Lo que nos lleva al concepto de envejecimiento poblacional, el que podemos definir como el aumento relativo de los grupos de mayor edad, es decir, que para que se de este hecho no solo tiene que aumentar la población mayor de 64 años si no que tiene que disminuir la población de edades inferiores.

Como hemos citado anteriormente en el 2049 se prevé una pirámide de tipo invertido, una de las variables que tendremos que tener en cuenta para que se de este hecho es la edad media de maternidad y la fecundidad.

En la figura 6 podemos ver la evolución de estos datos a lo largo de varios años. En ella observamos la drástica disminución del indicador coyuntural de fecundidad (o número medio de hijos por mujer) a partir del año 1076 y hasta el 1097, siendo en 2010 una media 1,38 hijos por mujer, del mismo modo la edad media de maternidad aumento considerablemente desde 1983 hasta el año 2000 situándose en la actualidad en 31 años (INE, 2010).

Por lo que podemos decir que la disminución de la fecundidad y la reducción progresiva del número de mujeres en edad fértil es la causa de la disminución del número de nacimientos.

La menor fecundidad se observó tanto en mujeres de nacionalidad española como extranjera, aunque esta última tienen los hijos a edades más tempranas.



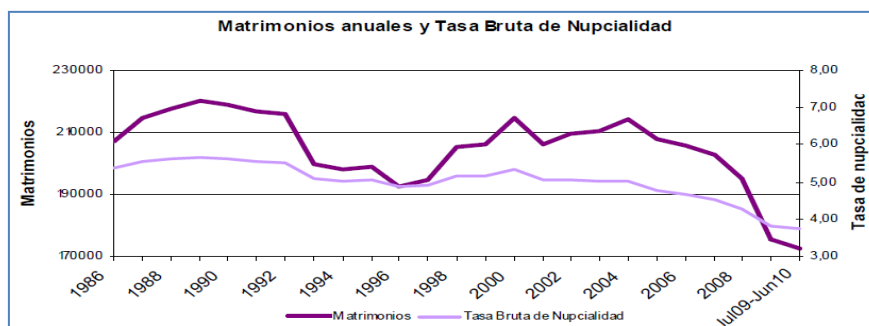
Fuente: INE

Figura 6: "Gráfico de la evolución de la fecundidad y media de maternidad"

Otra variable demográfica es la mortalidad. Esta, ha ido creciendo de forma paulatina alcanzando unos valores en 2010 de 78,66 años en los hombres y 84,65 en las mujeres, además según estos estudios una persona que alcanza los 65 años en 2010 espera vivir de media unos 18,17 años más, si es hombre y 22,10 si es mujer (INE, 2010).

Por otro lado es muy interesante prestar atención al número de matrimonios anuales y la tasa bruta de nupcialidad ya que es un punto muy importante a tener en cuenta a la hora de plantear una promoción inmobiliaria.

Como se muestra en la figura 7, estas dos variables han sufrido un gran descenso en los últimos años, debido, a la crisis económica que se está viviendo en nuestro país, aunque no es la única causa.



Fuente: INE

Figura 7: "Gráfico de la evolución de matrimonios anuales y tana bruta de nupcialidad"

Se deben tener en cuenta también los cambios sociales en el hogar, ya que la familia “tradicional” está siendo desplazada por la “no tradicional”, hogares de personas solas, o del mismo sexo, pero esto lo desarrollaremos en los factores sociales.

Podemos ver, en la figura 8, los indicadores demográficos que presenta la comunidad valenciana, estos están dentro de la media nacional.

Fenómenos e indicadores demográficos por comunidades autónomas			
Periodo julio de 2009- junio de 2010			
Comunidades Autónomas	Tasa bruta de nupcialidad	Tasa bruta de natalidad	Tasa bruta de mortalidad
TOTAL	3,75	10,57	8,35
Andalucía	3,79	11,30	7,98
Aragón	3,46	9,68	10,16
Asturias (Principado de)	4,11	7,48	12,16
Balears (Illes)	3,93	10,90	7,13
Canarias	2,97	9,14	5,85
Cantabria	4,54	9,88	9,53
Castilla y León	3,38	8,13	10,87
Castilla -La Mancha	3,78	10,79	8,77
Cataluña	3,82	11,54	8,26
Comunitat Valenciana	3,74	10,41	7,97
Extremadura	3,78	9,28	9,85
Galicia	3,54	8,09	11,10
Madrid (Comunidad de)	3,90	11,63	6,62
Murcia (Región de)	3,63	12,62	6,96
Navarra (Comunidad Foral de)	4,00	10,79	8,26
País Vasco	3,96	9,65	9,11
Rioja (La)	3,64	10,46	9,05
Ceuta	5,17	16,07	7,32
Melilla	5,83	18,30	5,77

Nota: las tasas brutas son el número de sucesos (matrimonios, nacimientos o defunciones) por cada mil habitantes.

Fuente: INE

Figura 8: “Indicadores demográficos Comunidad Valenciana”

En resumen, la población española sufrirá un envejecimiento significativo durante las próximas décadas, pero en la actualidad, los grupos mayoritarios, tanto de hombres como de mujeres son los comprendidos entre los 30 y los 35 años de edad, un grupo muy importante en el mercado, ya que es donde se producen más matrimonios y la edad media del primer hijo.

FACTORES ECONOMICOS:

Los factores económicos resultan determinantes en el desarrollo y elección de una promoción inmobiliaria, sobre todo por la situación actual de crisis y desconfianza en el sector.

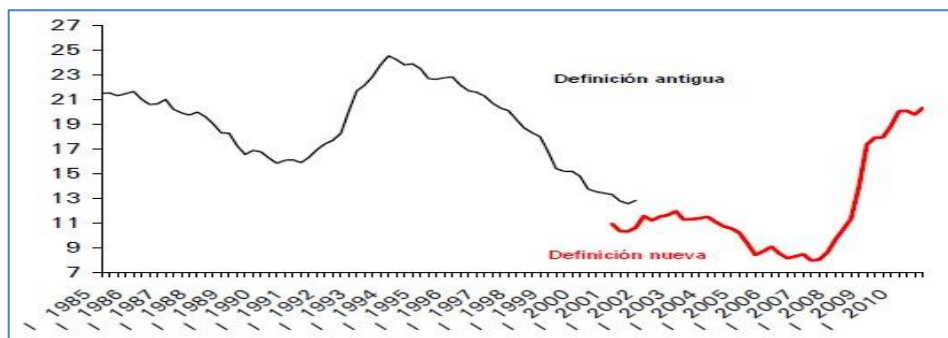
En este apartado tendremos en cuenta las características económicas actuales, y las previsiones a medio y largo plazo.

En primer lugar vamos a hablar de los ciclos económicos. La definición clásica según A. F. Burns y W. C Mitchell (1946) es la siguiente:

“...un ciclo consiste de expansiones que tienen lugar aproximadamente a la vez en muchas actividades económicas, seguidas por recesiones, contracciones y recuperaciones igualmente generales que confluyen en la fase de expansión del ciclo siguiente; la secuencia de cambios es recurrente pero no periódica; en duración los ciclos de los negocios pueden variar desde poco más de un año hasta diez o doce años; no son divisibles en ciclos más cortos de carácter similar con amplitudes parecidas”

En la actualidad nos encontramos en un periodo de recesión, lo que corresponde con la parte descendiente del ciclo y una disminución en la actividad económica. En esta fase se produce una disminución considerable de la producción y la inversión lo que conlleva a un aumento del desempleo.

Actualmente la tasa de desempleo española se sitúa en torno al 21%, lo que supone un total de 4.229.263 desempleados, 760.892 en el sector de la construcción precedido únicamente por el sector servicios. En cuanto a Valencia, el número de desempleados ronda el 22% de la población activa (INE, 2010).



Fuente INE

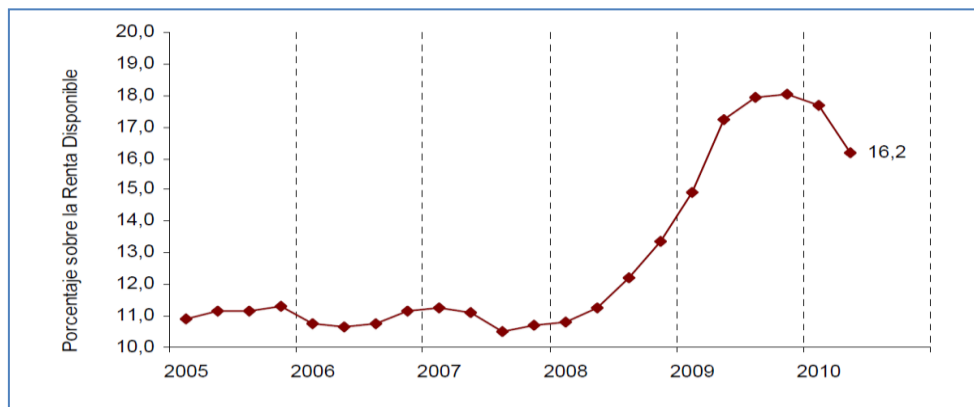
Figura 9: “Evolución de la tasa de paro en el cuarto trimestre de 2010”

Si la recesión se prolonga durante más de dos semestres consecutivos, como es el caso, puede considerarse crisis. Una de las causas más importantes de la recesión es la sobreproducción en periodos anteriores.

Por otro lado, se produce también una subida de los intereses y precios generalizados, como son:

- Subida del Euribor en el último año de medio punto situándose en valores actuales de 1,714 y con una previsión de subida para finales de año.
- Subida del IVA del 16% al 18%
- El interés legal del dinero y el interés de demora se mantienen al mismo nivel que en años anteriores 4% y 5% respectivamente.
- La tasa de inflación se sitúa en 3,6%
- Datos según INE, 2010.

Lo que tiene consecuencias negativas para la economía ya que con la subida del precio del dinero, las empresas invierten menos y los hogares consumen menos, ahorrando más todos ellos, esto junto con la disminución de la renta disponible que en España supone dos terceras partes del producto interior bruto (PIB) y que en 2010 descendió 29.000 millones, hace que se paralice aun más la actividad económica, haciendo casi imposible la reactivación del mercado.



Fuente: INE

Figura 10: "Evolución de la tasa de ahorro de los hogares e instituciones sin fines de lucro al servicio de los hogares"

En resumen, la situación económica actual no es muy favorable pero se prevé una recuperación lenta para los próximos años, con una disminución progresiva del paro y un aumento de producto interior bruto (PIB).

FACTORES POLÍTICOS Y JURÍDICOS:

Los factores políticos consisten en leyes y ayudas que presta y aprueba el gobierno, como por ejemplo ayudas a los jóvenes para el alquiler o viviendas de protección oficial, con la intención de reactivar el mercado inmobiliario.

Vpo.es es un buscador donde aparecen todas las viviendas de protección oficial, en la actualidad hay alrededor de 160 promociones de VPO (vivienda de protección oficial), 19 en la provincia de Valencia.

A este tipo de promociones pueden acceder todos aquellos que cumplan los requisitos dispuestos en el *REAL DECRETO 2066/2008, de 12 de diciembre, por el que se regula el Plan Estatal de Vivienda y Rehabilitación 2009-2012*. Este decreto regula también las superficies y ocupaciones mínimas y máximas de cada vivienda, los precios máximos, las ayudas, los préstamos, gestión de las viviendas arrendadas, etc.

Hay muchas ayudas, tanto de carácter general como autonómico, a la hora de adquirir estos pisos, ya sean en forma de compra o de alquiler.

Las ayudas generales que encontramos son:

- Plan estatal de vivienda y rehabilitación.
- Guía cancelación hipoteca VPO.

En Valencia encontramos las siguientes ayudas:

- Ayudas a la compra, ya sea nueva vivienda o ya existente.
- Ayudas al alquiler para inquilinos o renta básica de emancipación.
- Ayudas a propietarios para la rehabilitación de viviendas destinadas a alquiler.
- Ayudas a la promoción de viviendas en alquiler, VPO de nueva construcción o para viviendas destinadas al alquiler.

Además cada día se aprueban medidas nuevas para facilitar la compra – venta de estas promociones como por ejemplo los nuevos tipos de interés que se aplicaran a los préstamos de VPO concedidos en el marco de los planes estatales de vivienda de 2002 a 2005 y 2005 a 2008, de la que se beneficiaran mas de medio millón de personas. Además el gobierno congeló el precio base en de la vivienda en 758 euros/m² para el año 2011 (INE, 2010).

Con ello se intenta crear un mercado de gente, como por ejemplo, jóvenes, separados, familias monoparentales, de rentas bajas..., gente que de otra manera no podrían adquirir una vivienda

propia, bien sea de alquiler o de compra. Además, no solo se presta ayuda al comprador si no también al promotor o al arrendador.

Por otra parte, el gobierno tiene la obligación de regular los negocios, no solo a nivel nacional, si no también estatal y municipal, esto es lo que se entiende por factores jurídicos.

Es difícil que una empresa no esté limitada por una serie de leyes y normas jurídicas. En nuestro caso hay numerosas leyes que afectan a diferentes aspectos del mercado inmobiliario. Leyes que van desde los derechos y obligaciones de los trabajadores a la Ley de ordenación del suelo, pasando por la normativa de edificación.

Todas estas normativas deben conocerse y cumplirse, ya que “la ignorancia de la ley no exime de su cumplimiento”, por esto muchas veces es conveniente tener cerca un experto legal para tomar decisiones.

Algunas de las normativas aplicables en la actualidad son:

Para la regulación del suelo en la comunidad Valenciana y a nivel estatal:

- Ley urbanística de la C.A. de Valencia 16/2005, de 30 de diciembre, urbanística Valenciana (LUV).
- DECRETO 67/2006, de 19 de mayo, del Consell, por el que se aprueba el Reglamento de Ordenación y Gestión Territorial y Urbanística. [2006/6112] (ROGTU).
- LEY 3/2004, de 30 de junio, de la Generalitat, de Ordenación y Fomento de la Calidad de la Edificación (LOFCE).
- Ley 38/1999, de 5 de noviembre, de Ordenación de la Edificación (LOE). Jefatura del Estado BOE 6-11-99.

Para la regulación de la edificación:

- Código técnico de la edificación (CTE).
- Libro para el control de calidad en la edificación (LC-91). Comunidad Valenciana.
- Instrucción de hormigón estructural EHE-08.
- Reglamento de baja tensión (RBT-02).
- Ley de residuos de la Comunidad Valenciana.

Estas leyes o instrucciones y muchas otras van sufriendo cambios a lo largo de los años para adaptarse a la situación actual. Podemos ver publicaciones de las modificaciones, ampliaciones o derogaciones de las mismas.

FACTORES SOCIO - CULTURALES:

Los factores socio - culturales son aquellos que se dan por los cambios en la sociedad y en los individuos que la forman, como puede ser, los cambios en el estilo de vida, en la educación, en los valores, o en la familia. Cada uno de estos grupos tiene diferentes formas de comportamiento y gustos, que influirán en la compra de un determinado producto.

Uno de los cambios más importantes de los que se han producido, es la incorporación de la mujer al mercado laboral. Esto ha generado una independencia económica de las mujeres y por lo tanto un cambio del entendimiento de roles en ámbito social y doméstico. Además, una gran mayoría de las mujeres españolas tienen empleos a tiempo completo, lo que hace una difícil conciliación con la vida familiar.

Todo esto nos lleva a un cambio en el modelo familiar. El modelo “tradicional”, compuesto por madre, padre, hijos y en muchos casos abuelos, esta siendo sustituido por uno “no tradicional”, uno de personas solas, parejas del mismo sexo, matrimonios sin hijos o familias con un solo padre o madre. Además, muchas de las familias tradicionales se están divorciando u optan por no casarse.

Como apuntábamos en los cambios demográficos el número de matrimonios de 2010 disminuyó un 3,8% respecto al año anterior, y de los 75.708 matrimonios el 2,5% estaba formado por cónyuges del mismo sexo. También disminuyó la natalidad (INE, 2010).

Estos dos hechos son los que más nos influyen en el mercado inmobiliario debido al aumento de hogares y a su vez la disminución de personas por hogar. Pero también hay otros que nos afectan directamente como es por ejemplo, la conciencia social por respeto al medio ambiente y en consecuencia el desarrollo de una edificación más sostenible, lo que nos lleva a potenciar el aprovechamiento de los recursos y aumentar la calidad ambiental a corto y largo plazo.

Por otro lado, el nivel social y cultural vendrá dado por el nivel económico del individuo, estos irán variando, y se irán adaptando a un determinado comportamiento y estilo de vida según sea su nivel económico a lo largo del tiempo. Así, sufrirán también, cambios en el comportamiento frente al consumo. Un hecho muy importante que se está dando en la población actual es la subida de la tasa de ahorro en los hogares españoles debido a la crisis actual, dato que hemos comentado ya con anterioridad.

Y por último, un dato no menos importante es el creciente aumento de población inmigrante en nuestro país, lo que nos lleva a un cambio demográfico, ya que eleva la fecundidad y disminuye la edad de maternidad, incrementando así el tamaño de la población, además la diversidad cultural enriquece a los países, aumentando el desarrollo cultural de sus ciudadanos.

En resumen, nuestra sociedad esta cambiando y la edificación se tiene que adaptar a esos cambios, produciendo edificaciones de mayor calidad, mayor sostenibilidad y pensadas para familias de “hoy en día”, “familias no tradicionales”.

CONCLUSIONES:

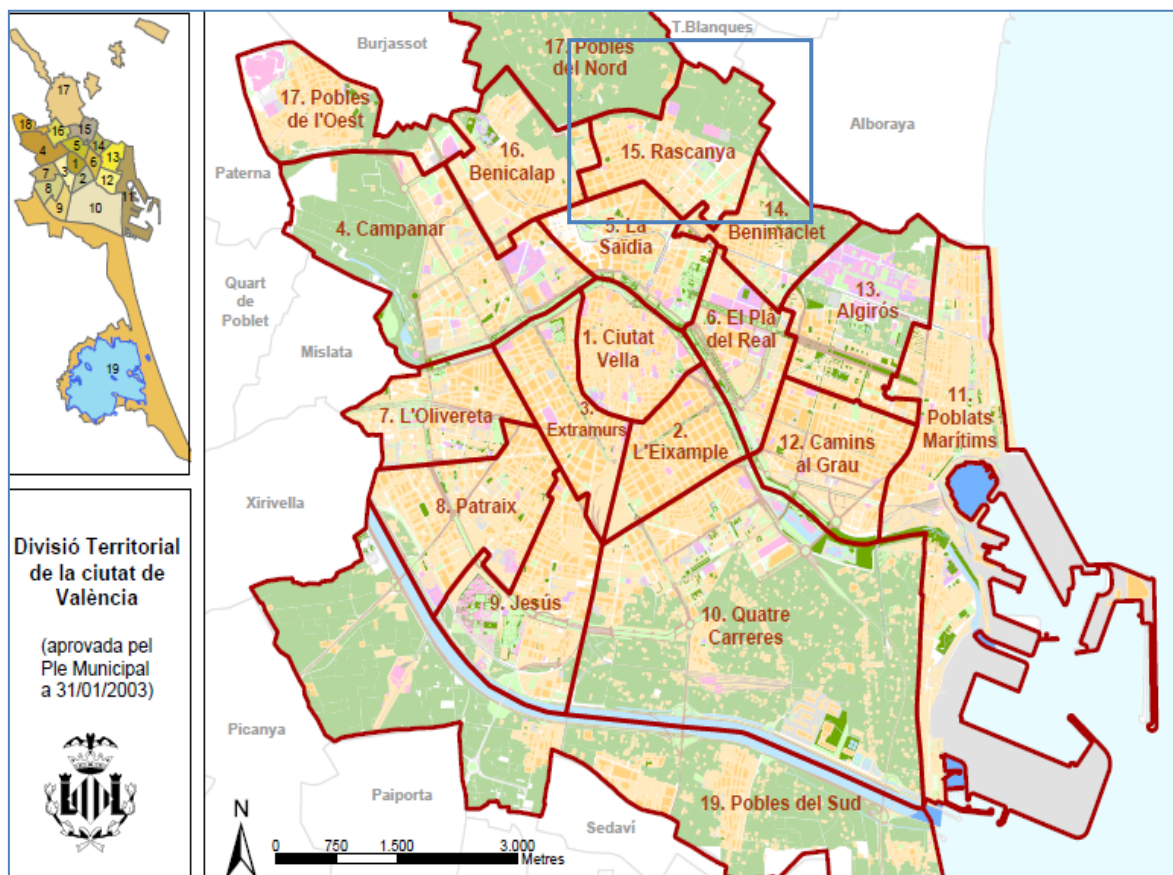
En resumen, estamos ante una sociedad y una economía que están cambiando, y aunque actualmente nuestro país este viviendo una fuerte crisis, se prevé una lenta recuperación. Esto junto con la disminución de las viviendas actuales en stock, hace que sea un momento propicio para la reactivación de una forma inteligente, del mercado inmobiliario.

5.2. ESTUDIO DEL MICROENTORNO

En este apartado se pasará a estudiar el microentorno, esto es, el conjunto de características, servicios e instalaciones que nos ofrecen las distintas zonas, la oferta inmobiliaria que se puede encontrar en ellos, así como, el comportamiento de la demanda.

ZONA 1. “RASCANYA”

DISTRITO NÚMERO 15 DE LA CIUDAD DE VALENCIA



Fuente: Ayuntamiento de Valencia.
Figura 11: “Distritos de Valencia”

DESCRIPCIÓN DEL DISTRITO

Rascanya, es el nombre que recibe el distrito número 15 de la ciudad de Valencia. El nombre del distrito proviene de la alquería andalusí de Rascanya, que Jaime I donó a Guillem Aguiló, franca de tributos, en 1237. Dicha alquería constituyó el núcleo original de Els Orriols y de todo el distrito y, además, dio su nombre a la acequia de Rascaña (*Gran Enciclopedia Temática de la Comunidad Valenciana*. Geografía. Editorial Prensa Valenciana. 2009).

Está situado al norte Valencia, siendo una de las zonas que lindan con la periferia de esta. Limita al norte con el distrito de Poblados del Norte y los municipios de Tabernes Blanques y Alboraya, al este con Benimaclet, al sur con La Zaidía y al oeste con Benicalap. Y está formado por tres barrios: Els Orriols, Torrefiel y Sant Llorens

Según datos del ayuntamiento, en el año 2010 Rascanya, contaba con una extensión territorial de 262,7 hectáreas y una población de 53.853 habitantes, de los cuales 26.960 eran hombres y 26.893 mujeres, siendo uno de los más densamente poblados. Además la mayoría de ellos tenían una edad comprendida entre los 34 y 39 años, caracterizándose así, por ser una población joven e igualada en cuanto a sexo y edad. En este mismo año, el crecimiento de la población tuvo un saldo negativo de 451 personas, debido al alto número de cambios de domicilio interurbanos. Por otro lado, también hay que señalar el alto número de extranjeros, que en este caso, son 12.331, de los cuales, alrededor del 50% provienen de América del sur.

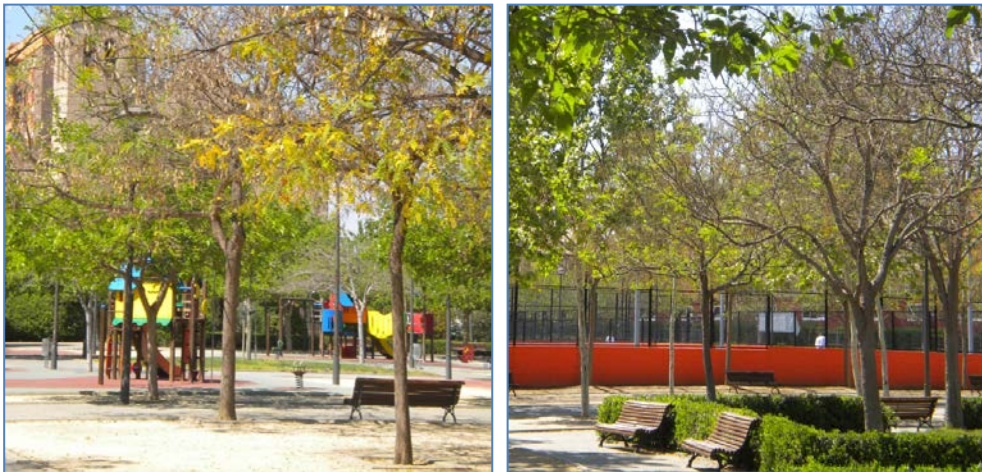
La mayoría de las casas fueron construidas entre 1961 y 1980 pero la década aproximada de la creación de la zona es muy difícil de definir, ya que no se fue desarrollando de manera uniforme.

El primer barrio en el que se empezó a construir fue Els Orriols, el cual, originalmente era un municipio independiente, hasta 1882, cuando se anexiono a Valencia (*Gran Enciclopedia Temática de la Comunidad Valenciana*. Geografía. Editorial Prensa Valenciana. 2009), luego se empezó a expandir hacia el oeste, formándose el barrio de Torrefiel, y por último el barrio de Sant Llorens, al este de Orriols, las viviendas en este último son muy recientes, la mayoría ellas fueron construidas entre 2001 y 2005.

En cuanto al nivel cultural de los residentes, un 2,2% de ellos son analfabetos y un 26,4% tiene estudios secundarios. En el mercado laboral, hay tanto activos como parados, de un total de 36.547, 16.961 es población activa, mientras que 16.337 personas están desocupadas. En esta última cifra cabe destacar que 10.719 de esas personas son mujeres. Por otro lado, la actividad económica de la zona esta regida por el sector servicios, concretamente por la hostelería y por los transportes y comunicaciones.

Rascanya cuenta con muy buenos accesos por carretera, ya que está ubicado entre grandes vías. Al norte delimita con la Avenida de los Hermanos Machado, por el sur por la Avenida Doctor Peset Aleixandre y Avenida de Primado Reig y por este con La Avenida Juan Carlos XXIII. En el interior del barrio también hay dos grandes avenidas, la de la Constitución y la de Alfahuir, esto junto con todo tipo de transporte urbano hace posible desplazarse a cualquier punto de la ciudad.

Hay bastantes parques y jardines repartidos por todo Rascanya. Uno de los más grandes y con más instalaciones es el parque que está situado enfrente del campo de fútbol del Levante, en la zona más nueva. Además de poseer grandes dimensiones, y estar muy bien cuidado, cuenta en su interior con zona infantil de juegos, zonas de pistas deportivas, un bar y la piscina municipal.



Fuente: Elaboración propia.
Figura 12: "Parque Torrefiel"

Por otro lado, el comercio de la zona, lo forman todo tipo de pequeñas, mediana y grandes superficies. Estas desde las tiendas de barrio, sobre todo en el interior de los barrios de Orriols y Torrefiel, supermercados, como Consum, Lidl, Mercadona o Carrefour y grandes centros comerciales como el Arena multiespacio, inaugurado en el año 2010.

En cuanto a la educación, Rascanya es un barrio que cubre muy bien la demanda, ya que en toda la zona hay un total de quince centros de educación infantil, seis de ellos públicos, nueve de educación primaria, de los que seis también son públicos, cinco de educación secundaria, con tres públicos, cuatro ofertan bachiller y tres son públicos. Para formación de FP medio y superior ofrece respectivamente tres y dos.



Fuente: Elaboración propia.
Figura 13: “Escuela infantil y colegio en el distrito de Rascanya”



Fuente: Elaboración propia.
Figura 14: “Instituto de educación secundaria Rascanya”

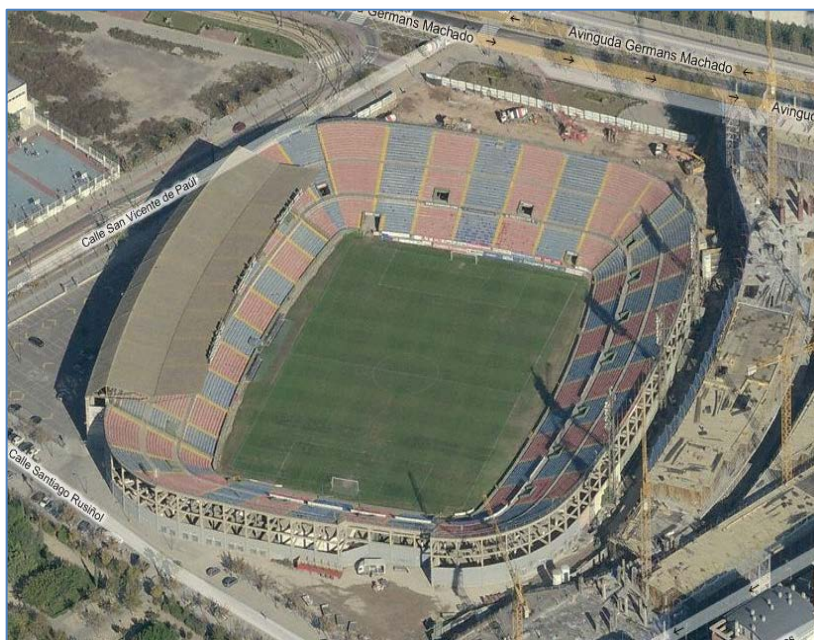
Los edificios más relevantes o significativos que podemos encontrar en Rascanya son:

Estadio Ciudad de Valencia

El Estadio Ciudad de Valencia es el campo de fútbol en el que juega sus partidos oficiales el Levante Unión Deportiva. Se encuentra situado en la Calle San Vicente de Paúl, 44, en el barrio de Orrriols. Se inauguró el 9 de Septiembre de 1969, bajo la presidencia de Antonio Román y ante el Valencia C.F. Anteriormente el Levante jugaba sus partidos en el histórico campo de Vallejo.

El estadio se construyó sobre una superficie de 40.000 metros cuadrados, en la zona sita a espaldas de San Miguel de los Reyes. El óvalo que circunda el terreno de juego tendría treinta y cuatro gradas con veinte vomitorios y diversos accesos. El voladizo, construido sobre la tribuna, sería un entramado metálico con dos soportes de veintisiete metros. Tiene una capacidad de 25.354 espectadores. Las dimensiones del terreno de juego son de 107 x 68 metros.

En la Figura 14 se puede ver una foto aérea del campo, en la parte derecha, donde aparecen las grúas, está construido actualmente el centro comercial Arena Multiespacio.



Fuente: Captura de Bing Maps.
Figura 15: "Campo de futbol Ciudad de Valencia"

Monasterio de San Miguel de los Reyes.

Se trata de un conjunto arquitectónico e histórico complejo, en el que se juntan una arquería islámica, un monasterio cisterciense, un monasterio jerónimo, un complejo penitenciario y por último, antes de convertirse en biblioteca fue un colegio público. La parte más antigua data de finales del siglo XIV. (Biblioteca Valenciana San miguel de los Reyes)



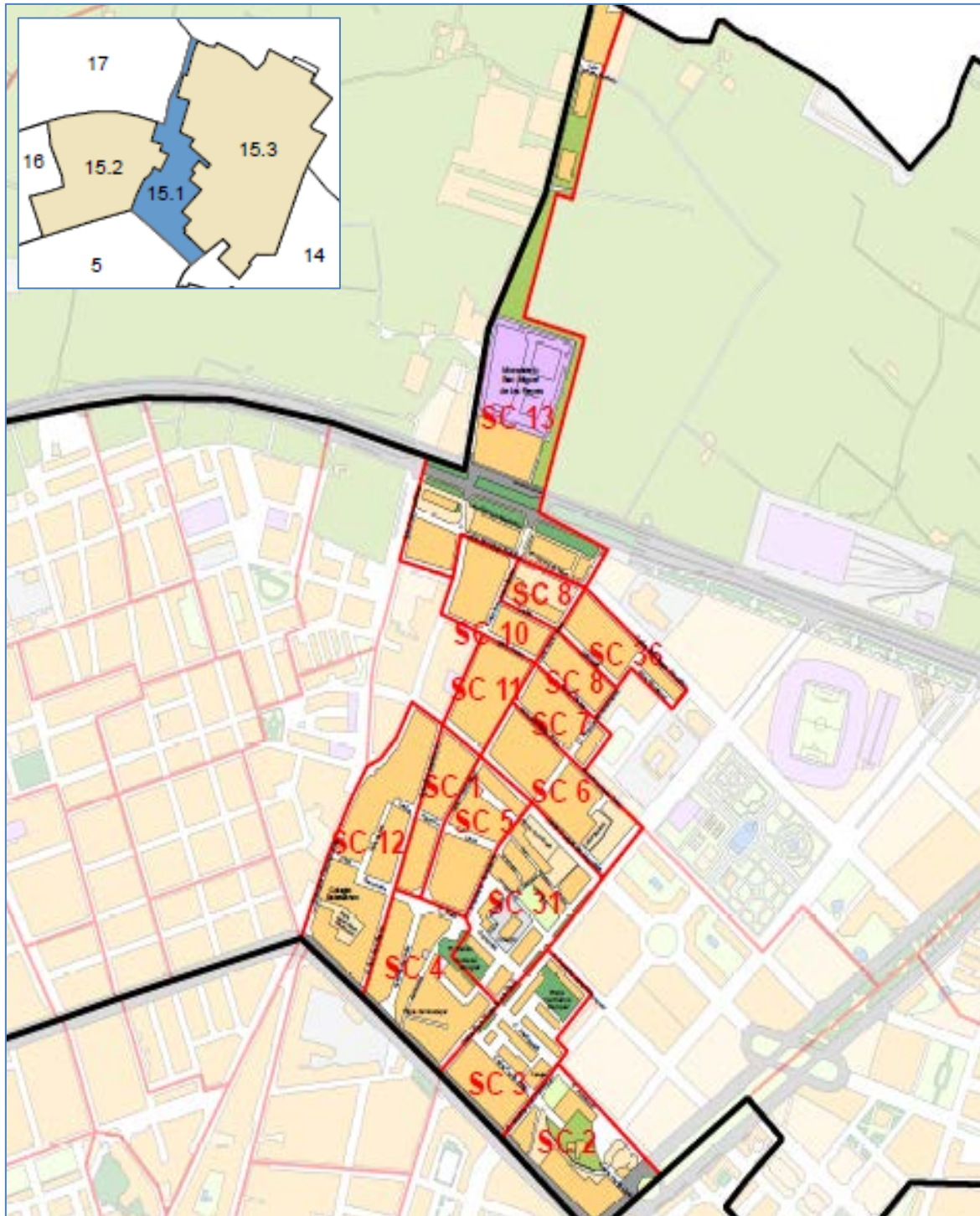
Fuente: Elaboración propia.

Figura 16: "Monasterio de San Miguel de los Reyes"

DESCRIPCIÓN DE CADA UNO DE LOS BARRIOS DE RASCANYA

Barrio 1. Els Orriols.

Oriols, es el nombre que recibe el barrio número 1 del distrito de Rascanya. En la siguiente imagen se muestra la situación del barrio dentro del distrito, como se puede ver, está situado en la zona centro.



Fuente: Ayuntamiento de Valencia
Figura 17: "Barrio de Els Oriols"

Como ya se ha comentado con anterioridad, hasta 1882, año en el que se anexiona a la ciudad de Valencia, esta zona fue un municipio independiente. En el año 1859 se delimita su término municipal, coincidiendo básicamente con el actual barrio de Orriols (Gran Enciclopedia Temática de la Comunidad Valenciana. Geografía. Editorial Prensa Valenciana. 2009), debido a esto, podemos decir que se caracteriza por ser el barrio más antiguo, además de, como se puede ver en la imagen superior, el más pequeño en cuanto a extensión territorial.

La mayoría de sus edificios fueron construidos entre los años los años 1950 y 1969, los primeros edificios datan de 1800 (Ayuntamiento de Valencia). En Orriols predomina el uso residencial, las viviendas son plurifamiliares con una distribución en manzana compacta y un número medio, de siete plantas. La mayor parte de las fachadas son enfoscadas o de ladrillo cara vista. En la parte sur del barrio, en las calles Padre Viñas y San Juan Bosco, encontramos edificaciones más antiguas, que datan del año 1945 (catastro), estas viviendas son unifamiliares de dos plantas y patio interior, todas las fachadas son enfoscadas.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 18: "Tipología edificatoria de Orriols"

Los accesos y el transporte público

Orriols cuenta con muy buenos accesos por carretera ya que está situado entre tres grandes vías, la de Primado Reig, la de la Constitución y la de los Hermanos Machado (Fig. 17). Además el transporte público, como el tranvía, las bicicletas, y el autobús, hace que esté bien comunicado con el resto de zonas de la ciudad.

Bicicletas. En Valencia hay un servicio de bicicletas municipales llamado Valenbisi, con el que puedes desplazarte por todo el término municipal. En este barrio encontramos una única estación de bicicletas, situado en el cruce de la calle Arquitecto Rodríguez con la calle Reig Genovés. En la figura 19 se muestra el emplazamiento dentro del barrio.



Fuente: Ayuntamiento de Valencia.
Figura 19: "Valenbisi y tranvía en Orriols"



Fuente: Ayuntamiento de Valencia.
Figura 20: "Autobuses urbanos en Orriols"

Tranvía. Valencia cuenta con dos líneas de tranvía, la 4 y la 6, esta última es la que llega a Orriols. Su parada, Sant Miquel dels Reis está situada en la parte norte del barrio (fig. 19), en la avenida de los Hermanos Machado. Esta línea va desde el barrio vecino, Torrefiel hasta Maritim Serrería, uniéndose en el barrio con la zona de playa y del puerto.

Autobuses. La ciudad cuenta con más de cincuenta líneas de autobús, doce de ellas nocturnas. En la figura 20 se muestra la situación, bien distribuida, de todas las paradas. De todas ellas al barrio llegan las siguientes:

11 Patraix – Orriols	90 Circular – Ronda Transits
12 Ciutat Art. Faller – Pl. América	N2 Pl. L'Ajuntament – Primado Reig/Taverners
16 Tavernes Blanques – Pl. L'Ajuntament	N89 Circular – Ronda Transits
36 Vinalesa - Pl. L'Ajuntament	N90 Circular – Ronda Transits
89 Circular – Ronda Transits	

A parte de estas grandes avenidas, en el interior del barrio las calzadas son estrechas, la mayoría de ellas son de un solo carril y dirección, lo que hace que la contaminación acústica disminuya según nos vamos adentrando en el barrio. Las aceras son anchas y accesibles. En todas las calles hay zonas de aparcamiento público, aunque también cuenta con garajes de uso privativo.

Zonas verdes

Las zonas verdes son escasas, Hay dos zonas destacadas, la Plaza Hermanos Bécquer y la Plaza Ramón Contreras Mongrell, esta última situada en una zona peatonal del barrio. Ambas están situadas en la parte sur del barrio y ambas con zona infantil de juegos y mobiliario urbano, por lo que se hace mucho uso de ellos. También podemos encontrar pequeños parques entre edificaciones, estos sin mobiliario.

El comercio

En esta zona, está basado en pequeñas tiendas de barrio (fig. 19), muchas de ellas regentadas por inmigrantes. No hay grandes ni medianas superficies comerciales, en todo el barrio disponen de un supermercado, Mercadona.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 21: "comercios de Orriols"

El ocio en Orriols

Las opciones de ocio son bastante reducidas. Cuenta con una bibliotecas pública municipal, biblioteca Valenciana Monasterio de San Miguel, situada en el monasterio que le da nombre, y siendo este, el edificio más emblemático del barrio. Está situada en la parte noroeste del barrio. También cuenta con una compañía de teatro y el Centro Municipal de Juventud Orriols, situado en la calle Santiago Rusiñol, 3 y que ofrece a los jóvenes talleres tanto de animación como de lectura o manualidades, actividades lúdicas y temáticas, excursiones e información. Además posee ludoteca, cine fórum y biblioteca juvenil.

La sanidad

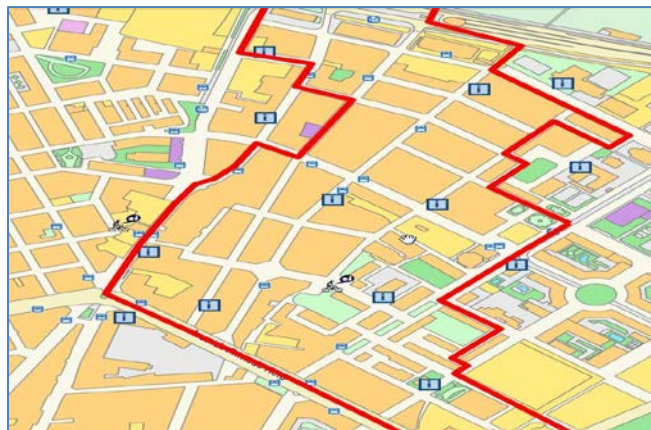
En cuanto a la sanidad, no cuentan con ningún hospital. Para la atención primaria, actualmente cuenta con un consultorio auxiliar, en la calle arquitecto Tolsá y un centro de salud que se está construyendo. Además hay un centro municipal de servicios sociales y actividades para personas mayores en la calle San Juan de la Peña. Bien distribuidas por todo el barrio hay cinco farmacias.

Como se ha dicho antes, es un barrio de uso residencial, por lo que no cuenta con zonas de oficinas ni naves industriales. Tampoco encontramos ningún otro tipo de instalaciones como pueden ser comisarias o bomberos.

La educación

Hay una gran oferta de educación infantil, primaria y secundaria. A continuación se detalla la situación de cada uno de ellos y la oferta educativa que imparten. Solo el colegio Profesor Bartolomé Cossío es un colegio público. Todos ellos ofertan comedor, y el colegio Marti además de ello, transporte. Más abajo, en la figura 22 aparecen situados en el plano cada uno de ellos.

Nombre	Situación	Oferta
Colegio educación infantil Chispa	Calle San Juan Bosco, 14	0-3 años
Colegio educación infantil Senyera	Calle Montilla de Palancar	0-3 años
Centro de educación infantil Burbujas	Calle Meliana, 5	0-6 años
Colegio Mercerator	Calle Padre Viñas, 66	Infantil, primaria.
Colegio Marni	Padre viñas, 94	Infantil, primaria, E.S.O.
Colegio María Auxiliadora	Avenida Constitución, 178	Infantil, primaria, E.S.O, bachiller
Colegio Profesor Bartolomé Cossío	Calle Reig Genoves, 29	Infantil, primaria, E.S.O.



Fuente: Ayuntamiento de Valencia.
Figura 22: "Centros educativos en Orriols"

En cuanto a la oferta universitaria es inexistente, únicamente hay un centro de la universidad popular de Valencia, en la que se ofrece educación no reglada para adultos y que en la que disponen de las siguientes actividades:

Cultura General: Alfabetización, cultura general y medios de comunicación.

Expresión Plástica: Artesanía, pintura y dibujo.

Expresión Corporal: Bailes de salón y gimnasia.

Formación ocupacional: Informática.

Su población

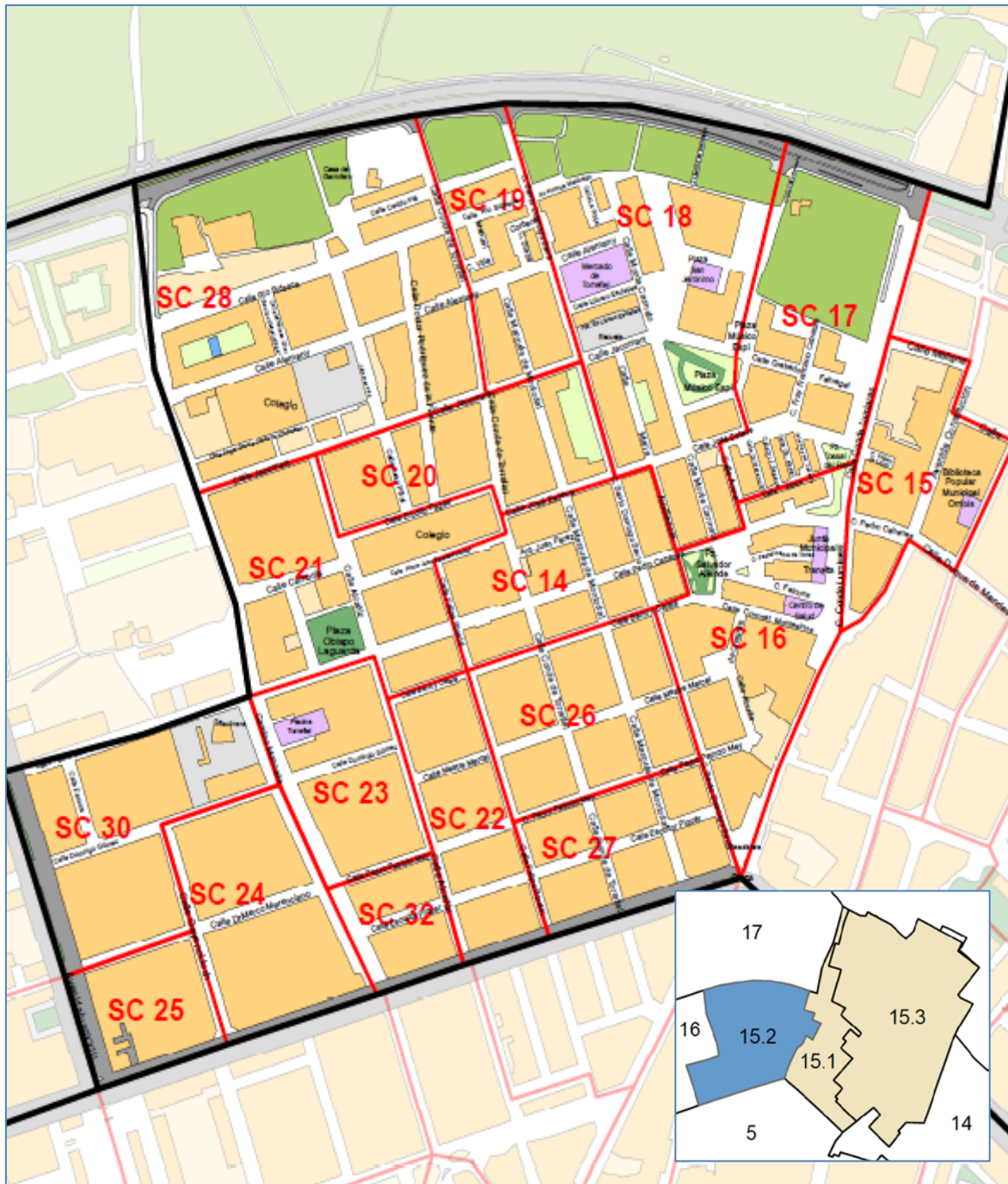
Por otro lado, según datos del Ayuntamiento de Valencia, en 2010, la población de Orriols disminuyó en 602 personas. Actualmente cuenta con 17.762 habitantes, de los cuales 9.069 son hombres y 8.693 mujeres. Además, se caracteriza por ser una población joven, con una media de edad comprendida entre los 30 y 34 años, y con un alto nivel de inmigración, ya que el 31,4% de las personas proceden de otros países.



Fuente: Ayuntamiento de Valencia
Figura 23: "Población de Els Orriols según lugar de nacimiento y sexo"

Barrio 2. Torrefiel

Torrefiel, es el nombre que recibe el barrio número 2 del distrito de Rascanya. En la siguiente imagen se muestra la situación del barrio dentro del distrito, como se puede observar se encuentra situado a la derecha de Els Oriols.



Fuente: Ayuntamiento de Valencia
Figura 24: "Barrio de Torrefiel"

Este, al igual que Orriols, es un barrio en el que predomina el uso residencial. La mayor parte de los edificios fueron construidos entre los años 1970 y 1989, situándose como el segundo barrio más antiguo de Rascanya. Las viviendas son plurifamiliares, con una construcción en altura y un número de plantas comprendido entre las cinco y las diez. En cuanto a la tipología de los cerramientos, la mayor parte son enfoscados pero encontramos muchos edificios de ladrillo cara vista.

Los accesos y el transporte público

Además cuenta también, con muy buenos accesos por carreteras, ya que está rodeado por tres grandes vías, por el sur, Doctor Peset Aleixandre, por el norte, la avenida de los hermanos Machado, por el oeste, la avenida de Juan XXIII y en el este, la de la Constitución. En cuanto al transporte público, el medio que facilita la comunicación del barrio con otros puntos de la ciudad, ya que es el que más predomina, es el autobús, aunque también cuenta con tranvía y bicicletas.

Bicicletas. En Valencia hay un servicio de bicicletas municipales llamado Valenbisi, con el que puedes desplazarte por todo el término municipal. En este barrio encontramos tres estaciones de bicicletas, situadas en las calles Camino de Moncada, avenida Juan XXIII y en Alcudia de Crespins. En la figura 25 se muestra en emplazamiento de todas ellas.

Tranvía. Como ya se ha dicho con anterioridad, Valencia cuenta con dos líneas de tranvía, la 4 y la 6, esta última es la que llega a Torrefiel. Su parada, Tossal del Rei, está situada en la parte noreste del barrio (fig. 25, rodeada por un círculo para su mayor apreciación), en la calle Conde de Lumiares, 20. Esta es la última parada de la línea, comunicado así, Torrefiel con Maritim Serrería, zona de la playa y del puerto.

Autobuses. La ciudad cuenta con más de cincuenta líneas de autobús, doce de ellas nocturnas. De todas ellas al barrio llegan las siguientes:

6 Torrefiel - Malilla	89 Circular - Ronda Transits
12 Ciutat Art. Faller - Pl. América	90 Circular - Ronda Transits
16 Tavernes Blanques - Pl. L'Ajuntament	N2 Pl. L'Ajuntament - Primado Reig/Taverners
26 Benifaraig - Poeta Querol	N10 PL. L'Ajuntament - C. Fallera/Montcada
36 Vinalesa - Pl. L'Ajuntament	N89 Circular - Ronda Transits
60 Av. Baro de Carcer - Torrefiel	N90 Circular - Ronda Transits
64 Benicalap - Est. J. Sorolla / Nou Hosp. La Fe	

En la figura 25 se muestra la situación de las paradas dentro del barrio.



Fuente: Ayuntamiento de Valencia
Figura 25 “Valenbisi, tranvía y autobuses en Torrejuel”

La tipología de las calzadas en el interior de Torrejuel, es la misma que en el barrio vecino, calzadas estrechas de una sola dirección y sentido, lo que permite la existencia de una gran cantidad de aparcamiento público a ambos lados de la calzada. También encontramos garajes de uso privativo en gran parte de los edificios. Hay un parking gratuito en una tienda de electrodomésticos (Fig.26)



Fuente: Elaboración propia.
Figura 26: “Tipos de vías en Torrejuel”

Zonas verdes

En Torrefiel hay cuatro jardines, el situado en Plaza Obispo Laguarda, Plaza Salvador Allende, Plaza Tossal del Rey y Músico Espí, este último tiene forma de media circunferencia, queriendo imitar un anfiteatro. Todos ellos equipados con zona infantil de juegos y mobiliario adecuado. Además muchos de los edificios cuentan con jardines interiores.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 27: "Parque Músico Espí perteneciente al barrio de Torrefiel"

El comercio

Aquí el comercio está basado también en pequeñas tiendas de barrio de todo tipo, sobre todo de alimentación, moda y prensa. Además, distribuidos por todo el barrio podemos encontrar cuatro supermercados, dos Consum, uno en la calle Marqués de Montortal, 99 y otro en la calle José Esteve, 2, un Mercadona situado en la calle Pintor Pedro Cabanes, 81 y un Lidl en la calle Camino de Moncada. También hay un mercado municipal en la calle del Monte Caramelo, 2.

El ocio

En cuanto a las opciones de ocio, son todavía más reducidas que las de Orriols. Hay una biblioteca municipal muy pequeña, Josep Mar, situada en la calle San Juan Bosco, y otra un poco más grande en la calle Domingo Gómez, 35, Biblioteca Municipal Isabel de Villena. Aparte de esto no hay ni teatros, ni museos, ni cines, ni discotecas. Sin embargo, cuenta con numerosos bares y restaurantes bien repartidos por todas las zonas del barrio.

Respecto a las instalaciones deportivas, Torrefiel cuenta con cancha de baloncesto, patinaje y petanca distribuida en dos sitios diferentes, además de una piscina municipal. Voleibol, patinaje, petanca y tenis de mesa son las actividades que se pueden practicar en las instalaciones deportivas de Torrefiel, situadas en la calle Monte Carmelo. Baloncesto puede practicarse en las instalaciones de la calle Plaza San Jerónimo. La piscina está situada en la calle Camino Moncada.

La sanidad

Está cubierta por los centros de salud, Marco Merenciano, situado en la calle Doctor Marco Merenciano, 26 (zona oeste del barrio) y Salvador Allende, en la calle Conde Luminares, 3. Además hay repartidas seis farmacias por todo el barrio.

También encontramos el centro municipal de servicios sociales Salvador Allende dirigido a personas discapacitadas, ayudándolas a aumentar su calidad de vida, conjugando la asistencia con la prevención y la promoción social.

Además, cabe destacar también, el local social, único en todo Valencia, para la asociación de lesionados medulares y grandes minusválidos físicos, ASPAYM, que se encuentra en la plaza Salvador Allende y cuya misión es la integración social de estas personas.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 28: "Local social ASPAYM y centro municipal de servicios sociales en Torrefiel"

La educación

Torrefiel cuenta con cinco guarderías, casi todas en la parte sur del barrio y con dos colegios públicos en la parte centro y norte en los que se imparten clases de educación infantil y primaria. La educación secundaria también está cubierta con el Instituto de Educación Secundaria José Ballester Gozalvo. Esto le sitúa como el barrio de Rascanya con más oferta educativa.

Hay una gran oferta de educación infantil, primaria. A continuación se detalla la situación de cada uno de ellos y la oferta educativa que imparten. Los centros infantiles son privados y todos los colegios públicos. Solo el centro de educación infantil Pipo y el colegio público Antonio Machado ofrecen comedor, además este último, el centro de educación infantil Redolins y el colegio público Torrefiel tienen instalaciones deportivas. El colegio público profesor Sanchís Guarner oferta inglés.

Nombre	Situación	Oferta
centro educación de infantil Pekeños Magos	Doctor Peset Aleixandre, 58 - BJ	0-3 años
Centro de educación infantil La Paz	Domingo Gómez, 15-17	0-3 años
Centro de educación infantil Pipo	Felipe Rinaldi, 15 - bajo	0-3 años
Centro de educación infantil Redolins	Constitución, 221	0-3 años
Colegio público profesor Sanchis Guarner	Pedro Patricio Mey, 44	0-6 años. Primaria
Colegio público Torrefiel	Erudito Pagés, 1	0-6 años. Primaria
Colegio público Antonio Machado	PL. San Jerónimo, s/n	0-6 años. Primaria
Instituto de educación secundaria José Ballester Gozalvo	Pintor Alemany, 39	E.S.O. Bachillerato



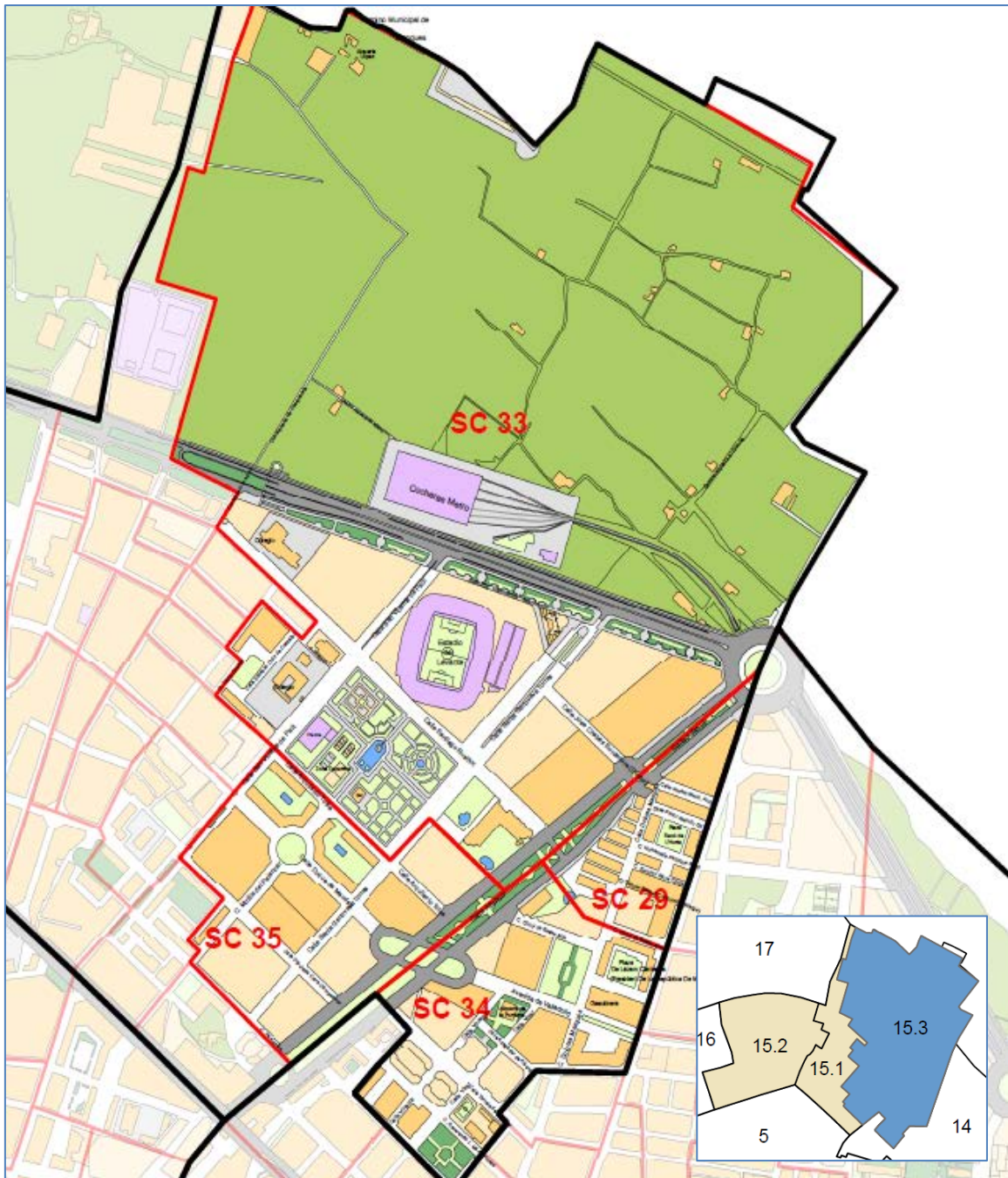
Fuente: Ayuntamiento de Valencia.
Figura 29: "Centros educativos en Torrefiel"

Su población

Según datos del Ayuntamiento de Valencia, en 2010, la población de Torrefiel disminuyó en 126 personas. Actualmente cuenta con 26.399 habitantes, de los cuales 13.111 son hombres y 13.288 mujeres. Además, se caracteriza por ser una población joven, con una media de edad comprendida entre los 30 y 34 años, y con un alto nivel de inmigración, aunque en este caso menor que el de Orriols, ya que cuenta con un 21,9% de personas que proceden de otros países.

Barrio 3. Sant Llorens.

Sant Llorens es el nombre que recibe el barrio número 3 del distrito de Rascanya. En la siguiente imagen se muestra la situación del barrio dentro del distrito, como se puede ver, está situado en la parte más al este del distrito, a la derecha de Orriols.



Fuente: Ayuntamiento de Valencia
Figura 30: "Barrio de Sant Llorens"

Sant Llorens es muy diferente al resto de los barrios de Rancanya. Se puede observar en sus calles, en sus edificios y en los servicios que ofrece. En gran parte, estas diferencias son debidas a que el barrio es una zona de expansión prácticamente nueva. La mayor parte de sus edificios fueron construidos entre los años 2001 y 2005 convirtiéndolo en una zona moderna y actual. Además esta zona es la que mas extensión territorial tiene, aunque casi la mitad de esta, está sin edificar.

La mayoría de los edificios que nos encontramos, son viviendas plurifamiliares, con un número medio de plantas de entre 5 y 10, aunque también, hay zonas de viviendas adosadas, como es el caso de las urbanizaciones de la Avenida de Alfahuir, situadas una a cada lado de la avenida, o la de la calle del Arquitecto Tolsá. Hay también, un gran cambio a la hora de urbanizar, la tipología ya no es la de los otros barrios, en manzana cerrada, sino es una edificación abierta, formada por bloques exentos, proporcionando así, espacios más abiertos y luminosos. Las nuevas viviendas han sido construidas en forma de urbanización, dotándolas de zonas comunitarias reservadas solo a residentes, casi todas disponen de piscina y jardines, y algunas de ellas, además, zonas deportivas y parques infantiles. También ha cambado la tipología de los cerramientos, ahora todas ellas son de ladrillo cara vista.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 31: "Tipología edificios de Sant Llorens"

Los accesos y el transporte público

Los accesos por carretera son también muy buenos, en la parte superior del barrio está la Avenida de los Hermanos Machados y justo por el medio del barrio cruza la Avenida de Alfahuir, esta última es una avenida muy grande con tres carriles por sentido que hace que el barrio no sea tan silencioso como los otros dos, teniendo así una contaminación acústica mayor. Además de estas avenidas, en el interior del barrio las calzadas no son muy amplias, la mayoría cuentan con uno o dos carriles, aunque también hay más grandes, como la Avenida Valladolid, que cruza el barrio por su parte inferior. Las Aceras son anchas y accesibles.

Encontramos además, todo tipo de transporte público, metro, tranvía y autobús, que como en toda la zona de Rascanya hace que sea una zona muy bien comunicada. También dispone de carril bici, con sus correspondientes estaciones para bicicletas.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 32: "Valenbisi y tranvía en el barrio de Sant Llorens"

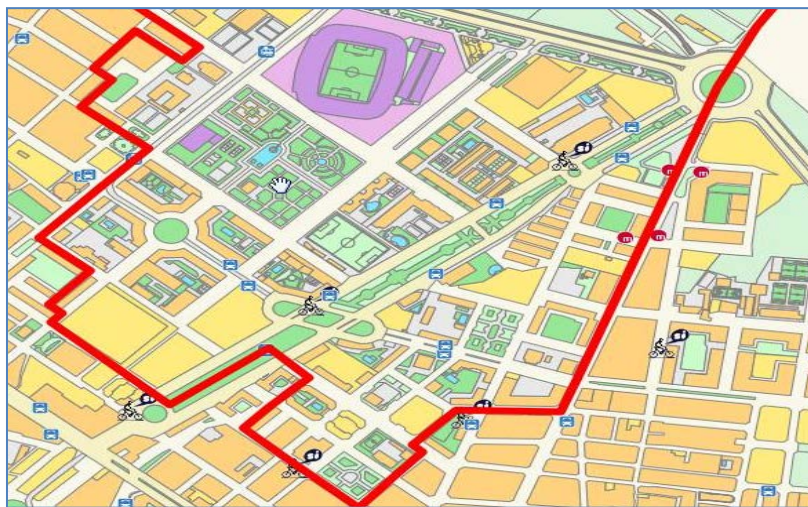
Bicicletas. En Valencia hay un servicio de bicicletas municipales llamado Valenbisi, con el que puedes desplazarte por todo el término municipal. En este barrio encontramos dos estaciones de bicicletas, ambas situadas en la avenida Alfahuir. En la figura 33 se muestra su emplazamiento.

Tranvía. Valencia cuenta con dos líneas de tranvía, la 4 y la 6, esta última es la que llega a Sant Llorens. Tiene tres paradas, dos de ellas, Estadi de Llevant y Orriols en la calle San Vicente de Paul y Alfahuir, en la calle Torreta de Miramar (fig. 33). Esta línea va desde el barrio de Torrefiel hasta Maritim Serrería, uniendo esta zona con la playa y el puerto.

Metro. La ciudad cuenta con tres líneas de metro, de ellas, la que llega a Sant Llorens es la línea 3, que va desde Manises (parada del aeropuerto) con Rafelbuñol. Hay una parada, Machado, en la calle Emilio Baró.

Autobuses. La ciudad cuenta con más de cincuenta líneas de autobús, doce de ellas nocturnas. De todas ellas al barrio solo llegan las siguientes:

- 11 Patraix – Orriols
- 12 Ciutat Art. Faller – Pl. América
- 70 La Fontsa - Alboraya



Fuente: Ayuntamiento de Valencia

Figura 33: "situación de las paradas de transportes urbanos en Santo Llorens"

En este barrio, el aparcamiento está resuelto mediante garajes subterráneos de uso privado para residentes, en cada uno de los edificios y zonas públicas a ambos lados de la calzada en la mayoría de sus calles. También hay un parking de uso público en el centro comercial Arena.

Zonas verdes

Hay una gran cantidad de zonas verdes, por un lado están los parques públicos y por otro las zonas verdes de las urbanizaciones de uso privativo para residentes.



Fuente: Elaboración propia
Figura 34: “zonas verdes en Sant Llorens”

Entre los jardines mas espectaculares de este barrio y de toda el distrito de Rascanya cabe destacar El parque de Orriols, que tiene una extension de 32.470 metros cuadrados. En él, se encuentra una zona infantil de juegos, un bar, una zona para instalaciones deportivas (pistas de tenis, baloncesto y futbol), una piscina municipal y además una gran extensión de jardines. El parque esta vallado perimetralmente y dispone de entradas por las cuatro calles que lo delimitan: Beata Genoveva Torres, Arquitecto Tolsa, San Vicente de Paul y Santiago Rusiñol, que permanecerán cerradas a partir de las siete o nueve de la noche, dependiendo sea invierno o verano respectivamente (fig. 35).



Fuente: Bing maps
Figura 35: “Parque Orriols”

Además, también encontramos otros parques como son los situados en las calles, Pintor Manolo Gil, Viver y avenida de Valladolid, todos ellos en la zona sureste del barrio y todos ellos cuentan además, con zona infantil de juegos y mobiliario urbano.

El comercio

El comercio en esta zona también es diferente a los otros dos barrios. Sant Llorens cuenta con un centro comercial, el Arena multiespacio, de reciente construcción y de grandes dimensiones, en el que encontramos todo tipo de tiendas, ya sea de ropa o de alimentación. Además hay tres supermercados, dos supermercados Mercadona, uno en la calle Emilio Baró y el otro en la avenida de Alfahuir y un Carrefour en la calle del Arquitecto Tolsa. También hay alguna tienda de barrio, aunque no tantas como en Orriols y Torrefiel.

El ocio

En Sant Llorens también se amplían las ofertas de ocio, además de las zonas deportivas y piscinas que se encuentra en cada una de las urbanizaciones, Sant Llorens dispone de una piscina y pistas de tenis, fútbol y baloncesto públicas, todo ello reunido en el parque que hemos comentado anteriormente, además hay un polideportivo justo enfrente de las dos mayores ofertas de ocio, el campo de fútbol del levante, Ciudad de Valencia y en centro comercial Arena multiespacio.

En cuanto a bares y restaurantes, tiene una gran oferta, aunque es muy reducida en la parte central del barrio, que está todo dedicado a viviendas. No dispone de cines, bibliotecas ni discotecas.

Como se ha dicho antes, es un barrio de uso residencial, por lo que no cuenta con zonas de oficinas ni naves industriales.

La sanidad

En cuanto a la sanidad, no hay hospitales, ni centros de salud, aunque actualmente están construyendo uno en la calle Emilio Baró, en el distrito vecino de Benimaclet. Sant Llorens cuenta con un centro de día para personas mayores dependientes. Bien distribuidas por todo el barrio hay seis farmacias.

La educación

Hay una adecuada oferta de educación infantil, primaria y secundaria. A continuación se detalla la situación de cada uno de ellos y la oferta educativa que imparten. Los dos colegios tienen servicio de comedor y estos junto con los institutos poseen instalaciones deportivas. El gimnasio del colegio público Miguel Hernández durante el horario escolar es sólo para alumnos, fuera de este horario se utiliza a través de la Asociación de Vecinos para el barrio y Asociación de Padres. Los dos colegios e institutos son públicos. En la figura 36 aparecen situados en el plano cada uno de ellos.



Fuente: Ayuntamiento de Valencia.

Figura 36: "Situación de la oferta educativa en Sant Llorenç"

Nombre	Situación	Oferta
Centro de educación infantil Marni II	Duque de Mandas, s/n	0-3 años
Colegio público Miguel Hernández	Esteban Dolz del Castellar, 2	3-6 años. Primaria
Colegio público Carles Salvador	Poeta Altet, 19	3-6 años. Primaria
Instituto de educación secundaria Oriols	Santiago Rusiñol, s/n	E.S.O. Bachillerato
Instituto de educación secundaria Rascanya-Antonio Cañuelo	Hermanos Machado, 9	E.S.O. Bachillerato. Ciclos formativos

Su población

En cuanto a la población, según datos del Ayuntamiento de Valencia, en 2010, la población de Sant Llorens a diferencia de los otros dos barrios, aumento en 277 personas. Actualmente cuenta con 9.692 habitantes, de los cuales 4.780 son hombres y 4.912 mujeres. Además, aunque está formado por una población joven, con una media de edad comprendida entre los 35 y 39 años, es mayor que la del resto de la zona. El porcentaje de inmigración se ve bastante reducido con un 9,9%.

DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA INMOBILIARIA EN LOS BARRIOS DE RASCANYA

En este apartado se describen cada una de las ofertas inmobiliarias encontradas en la zona, su situación, sus precios, servicios características constructivas, etc.

Introducción

En el distrito de Rascanya, encontramos actualmente siete promociones de viviendas de obra nueva, las más antiguas se construyeron en el 2008 y las más nuevas en el 2010. Actualmente no hay ninguna en proceso de ejecución.

En la imagen inferior podemos verlos situados en el mapa, cada uno de los inmuebles.



Fuente: Captura Google maps

Figura37: "Situación de las ofertas inmobiliarias en el distrito de Rascanya"

Como se muestra en la imagen anterior, la mayoría de las promociones, se encuentran en el centro del distrito, zona perteneciente al barrio de Torrefiel, solo el Edificio Valdelineares y el Arena Loft están situados en la zona más moderna, el barrio Sant Llorens.

A continuación se desarrollarán las características de cada uno de ellos detenidamente.

EDIFICIO VALDELINARES

El edificio Valdelinares constituye una de las promociones inmobiliarias que, en la actualidad, está llevando a cabo, la promotora aragonesa, Dumesa.



Fuente: Elaboración propia
Figura 38: "Bloque de viviendas"

El edificio está situado en la Avenida Alfahuir, 1 (ver situación en mapa), en el barrio de Sant Llorens, justo en una de las grandes vías del barrio.

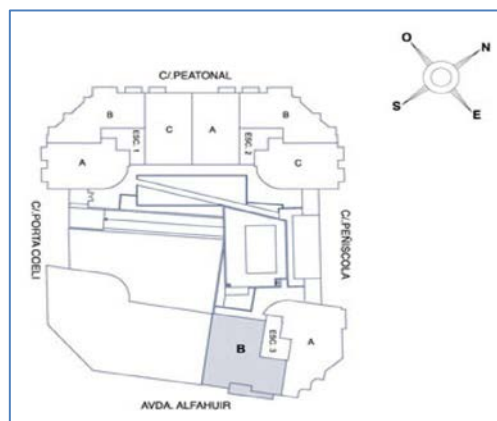


Fuente: Captura de google maps
Figura 39: "Ubicación del edificio Valdelinares"

Descripción general del edificio

Se trata de un bloque destinado únicamente a vivienda, construido en altura, con tipología en manzana abierta, con zonas comunes centrales. A lo largo de sus siete alturas, consta de un total de 50 viviendas.

Está formado por tres escaleras o bloques, dos de ellos dan a una calle peatonal y el tercero a la avenida Alfahuir. Dentro de cada escalera hay tres bloques diferenciados, como vemos en la figura., lo que les diferencia es su distribución en planta y sus metros cuadrados, y de esto último dependerá el número de dormitorios. Además los últimos pisos, cuentan con una gran terraza.



Fuente: Dumesa

Figura 40: "Bloque de viviendas de la promoción de Valdelinares"

Como hemos dicho anteriormente, las dotaciones comunes están en la zona central del edificio. Entre estas dotaciones hay una piscina, un jardín y unas instalaciones deportivas, dotadas todas ellas con mobiliario urbano.

Características constructivas y materiales

La estructura del edificio está realizada a base de hormigón armado. Las cubiertas, son planas, con su debida formación de pendientes, aislamiento térmico y sistema impermeabilizante. El solado está realizado a base de baldosas de gres cerámico antideslizante en las terrazas de los altillo, y acabadas con gravilla en la azotea general del edificio.

Todos los cerramientos del edificio están contruidos de ladrillo caravista, además de una capa de manta mineral y una hoja de ladrillo cerámico, que le proporciona un buen aislamiento acústico y térmico.

Todas las zonas comunes están revestidas de mármol nacional. Además cuentan con ascensor de gama alta, videoportero, e iluminación en todas las plantas con encendido automático.

Los pavimentos del interior de la vivienda están realizados mediante parquet flotante de madera de haya, exceptuando los de la cocina y los baños, que son de material cerámico, además estos últimos, también irán alicatados.

Los techos son de escayola lisa, exceptuando el del baño secundario que es un falso techo desmontable para el registro de la maquina de refrigeracion. Todos los techos llevan moldura de escayola en todo su perímetro.

Por otro lado, la carpintería exterior, está constituida por ventanas de aluminio anodizado o lacado, con acristalamiento tipo "climalit" y oscurecimientos a partir de persianas enrollables de lamas de aluminio, acondicionadas mediante torno en el salón.

Por su lado la carpintería interior, está formada por puertas chapadas de madera de haya, la puerta del salón ira, además, provista de una vidriera. La puerta de acceso a la vivienda es blindada con cerradura de seguridad y bisagras antipalanca. Los armarios empotrados tendrán un frente de hojas practicables, con el mismo diseño del resto de la carpintería, el interior de estos está realizado mediante blocks de madera aglomerada, conteniendo un estante superior y una barra portapercha

Instalaciones.

Climatización. Posee una instalación completa e individual de aire acondicionado, con termostato para el control de la temperatura. La máquina exterior está situada en la cubierta del edificio, provista de un sistema anti-ruído.

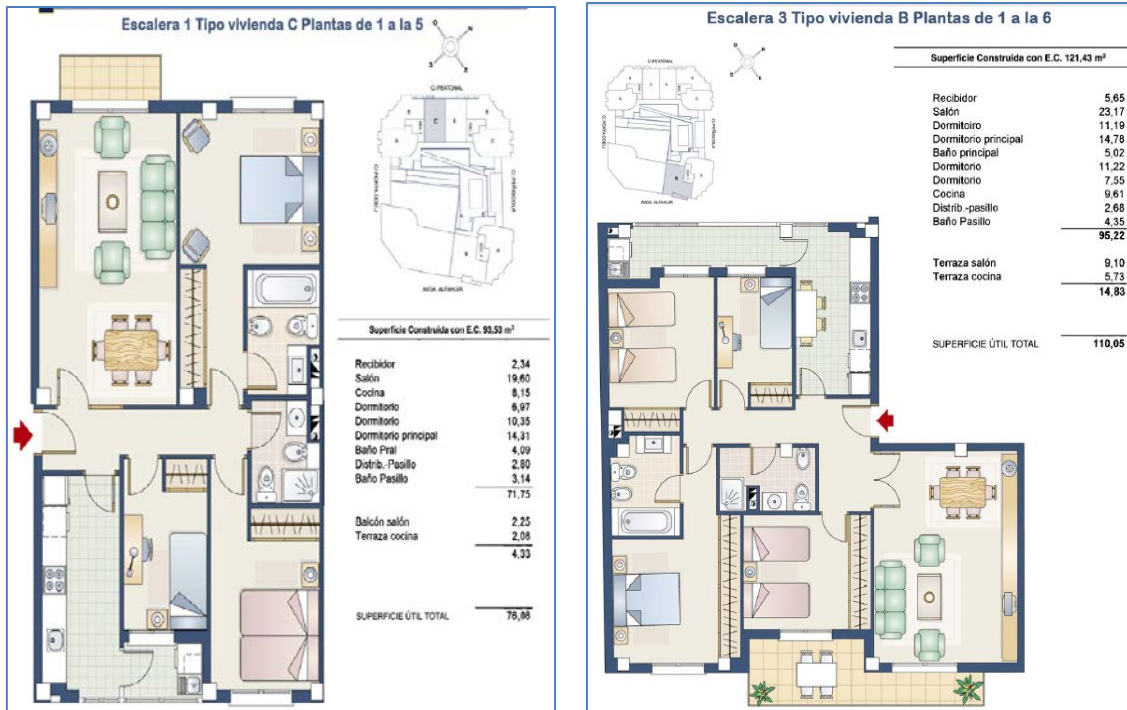
La calefacción y el agua caliente generada a partir de una caldera individual mixta.

Mobiliario de cocina:

- Formación de bancada con muebles altos y bajos según diseño.
- Encimera compacto de cuarzo
- Fregadero de acero inoxidable con encastre bajo encimera
- Placa vitrocerámica Touch Control
- Horno y microondas de acero inoxidable sistema antihuella, colocado en columna
- Campana extractora de acero inoxidable
- Lavadora y lavavajillas integrados en el mobiliario
- Frigorífico combi de dos motores.

Planos orientativos

A continuación se muestran alguno de los planos de las viviendas tipo, en los que se pueden observar las distribuciones y los metros cuadrados que tienen.



Fuente: Dumesa

Figura 41: "Ejemplos de planos de viviendas promoción Valdelinares"

Precios

La forma de pago se realizará de una sola vez, ya que las viviendas ya están construidas y la entrega de llaves es inmediata.

Los precios por metro cuadrado, en esta promoción rondan los 3.062,5 euros. Por lo que una vivienda de 80 m² con tres habitaciones como la que aparece en los planos situados más abajo, costará unos 240.000 euros. Aunque el precio podrá variar según características como puede ser la situación, la altura, etc.

El precio por una plaza de garaje ronda los 17.000 euros, si la compras por separado. Todos los trasteros de esta promoción están ya vendidos, y no se dispone del precio de venta.

La comunicación

En esta promoción toda la información la proporciona en persona la promotora. En internet podemos encontrar anuncios sobre la construcción y las calidades pero no sobre los precios.

En la actualidad, podemos encontrar una valla publicitaria, y una oficina de ventas, a pie de obra, a pesar del tiempo que ha pasado desde que se terminó la obra. En la figura 41 se pueden ver ambas.



Fuente: Elaboración propia

Figura 42: “Valla publicitaria y oficina de ventas de la promoción Valdelinares”

EDIFICIO JARDÍN

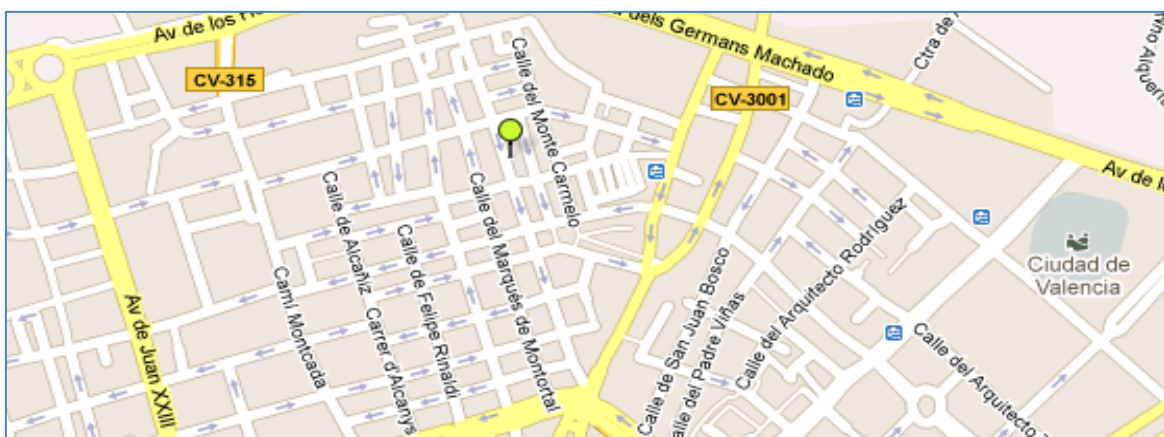
El edificio Jardín, constituye una de las promociones inmobiliarias que, en la actualidad, está llevando a cabo, la promotora Nuinsa.



Fuente: Nuinsa

Figura 43: "Bloque de viviendas de la promoción Jardín en Rascanya"

El edificio está situado en la calle Santo Domingo Savio, 51 (ver situación en mapa), en el barrio de Torrefiel, en el distrito de Rascanya.



Fuente: Captura de google maps

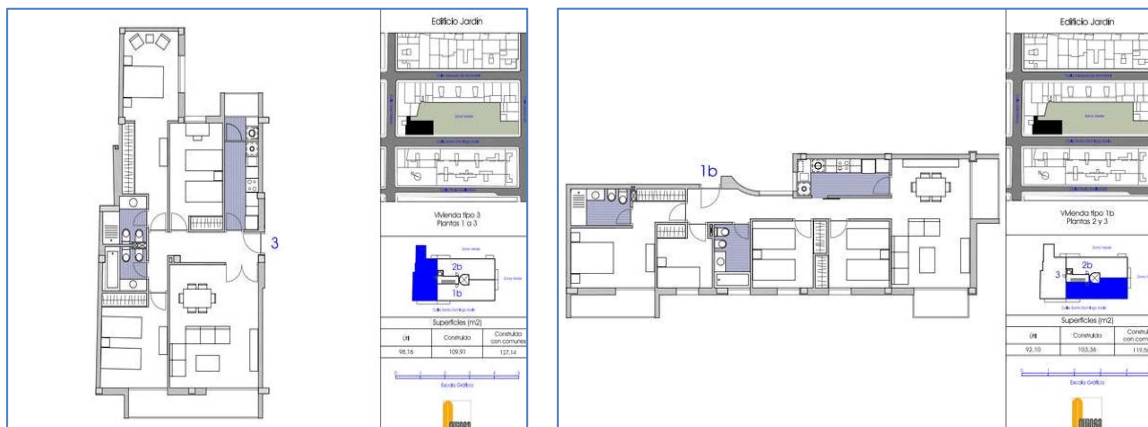
Figura 44: "Ubicación de la promoción Jardín en Rascanya"

Descripción general del edificio

Se trata de un bloque destinado únicamente a vivienda, construido en altura, con tipología en manzana compacta. A lo largo de sus tres alturas, consta de un total de 9 viviendas, tres por planta. Cuenta también con nueve plazas de garaje y cinco trasteros.

El edificio tiene un cerramiento medianero y tres exteriores, estos últimos con la misma tipología constructiva, fachadas de ladrillo caravista con balcones acristalados. La entrada a las viviendas está situada en la calle Santo Domingo Savio, 51, las otras dos fachadas dan a una calle peatonal en la que se ha construido una pequeña plaza.

Como se ha indicado con anterioridad, en cada planta hay tres viviendas, diferenciándose cada uno de ellas en cuanto a distribución y metros cuadrados. En los planos siguientes se pueden ver tanto las distribuciones, como la situación del edificio y los metros cuadrados de cada uno.



Fuente: Nuinsa

Figura 45: "Plano de vivienda tipo de la promoción Jardín"

Características constructivas y materiales

La estructura del edificio está realizada a base de hormigón armado. Las cubiertas, son planas, con su debida formación de pendientes, aislamiento térmico y sistema impermeabilizante.

Todos los cerramientos del edificio están contruidos de ladrillo caravista, además de una capa de manta mineral y una hoja de ladrillo cerámico, que le proporciona un buen aislamiento acústico y térmico.

Todas las zonas comunes están revestidas de mármol nacional. Además cuentan con ascensor de gama alta, videoportero, e iluminación en todas las plantas con encendido automático.

Los pavimentos del interior de la vivienda están realizados mediante terrazo de color oscuro, exceptuando los de la cocina y los baños, que son de material cerámico, además estos últimos, también irán alicatados. Los techos son de escayola lisa.

Por otro lado, la carpintería exterior, está constituida por ventanas de aluminio anodizado o lacado, con acristalamiento tipo “climalit” y oscurecimientos a partir de persianas enrollables.

Por su lado la carpintería interior, está formada por puertas chapadas de madera, la puerta del salón ira, además, provista de acristalamiento. La puerta de acceso a la vivienda es blindada con cerradura de seguridad y bisagras antipalanca. Los armarios empotrados tendrán un frente de hojas practicables, con el mismo diseño del resto de la carpintería.

Instalaciones.

Climatización. No se sabe si posee esta instalación.

La calefacción y el agua caliente generada a partir de una caldera individual mixta y radiadores en todas las habitaciones, disponiendo además, de radiador toallero en el baño.

Mobiliario de cocina:

- Formación de bancada con muebles altos y bajos según diseño.
- Encimera compacto de cuarzo
- Fregadero de acero inoxidable
- Encimera de cuatro fuegos de gas natural
- Horno de acero inoxidable
- Campana extractora

Mobiliario baño:

- Plato de ducha
- Mampara de vidrio
- Lavabo con encastre bajo encimera y mueble inferior.
- Inodoro
- Grifería monomando de primera calidad



Fuente: Nuinsa

Figura 46: "Cocina y baño de vivienda tipo del edificio Jardín"

Precios

La forma de pago se realizará de una sola vez, ya que las viviendas ya están construidas y la entrega de llaves es inmediata.

Los precios por metro cuadrado, en esta promoción rondan los 2.000 euros. Por lo que una vivienda de 100 m² con tres habitaciones como la que aparece en los planos situados anteriormente, costará unos 210.000 euros. Aunque el precio podrá variar según características como la situación o la altura además de la opción a la plaza de garaje.

El precio por una plaza de garaje será de 20.000 euros, y el de los trasteros de 3.000 euros, esto, si los compras por separado.

A continuación se incluye un cuadro con los precios según las opciones disponibles. Según la inmobiliaria estos precios serán negociables.

Dormitorios	Garaje	Baños	m ²	€/m ²	Precio
4	1	2	103	2.039	210.000
4	--	2	103	2.039	210.000
3	--	2	101	2.079	210.000
3	1	2	101	2.079	210.000
3	--	2	110	2.091	230.000

La comunicación

La información fundamental de esta promoción, como la situación, los precios o las fotos, se pueden encontrar en internet, pero las características más concretas como es la memoria de calidades te la proporciona directamente la inmobiliaria.

En la actualidad, y debido al tiempo que ha pasado desde que se terminó la obra, no hay vallas publicitarias, ni oficinas, ni folletos a pie de obra. Lo que sí que podemos encontrar es un gran letrero publicitario con un número de telefono para la compra de inmuebles.



Fuente: Elaboración propia
Figura 47: "Anuncio publicitario edificio Jardín"

EDIFICIO ESTIL

El edificio Estil, constituye una de las promociones inmobiliarias que, en la actualidad, está llevando a cabo, la promotora Vaidenco.



Fuente: Vaidenco
Figura 48: "Edificio Estil"

El edificio está situado en la Avenida Constitución, 210 (ver situación en mapa), en el barrio de Els Orriols, en el distrito de Rascanya.



Fuente: Captura de google maps
Figura 49: "Ubicación de la promoción Estil en el distrito de Rascanya"

Descripción general del edificio

Se trata de un bloque destinado únicamente a vivienda, construido en altura, con tipología de bloque compacto. A lo largo de sus cinco alturas, consta de un total de 10 viviendas, dos por planta, los de la última tienen desván. Cuenta también con garaje y trastero.

Dos de los cerramiento del edificio son medianeros y los otros dos exteriores, estos últimos con la misma tipología constructiva, fachadas de ladrillo caravista y aplacados elaborados con resinas de madera, con el debido aislamiento acústico y térmico, según normativa. La entrada a las viviendas está situada en la Avenida de la Constitución, 210, la otra fachada da a un patio interior.

Como se ha indicado con anterioridad, en cada planta hay dos viviendas, diferenciándose cada uno de ellas en cuanto a distribución y metros cuadrados. En los planos siguientes se pueden ver tanto las distribuciones, como la situación del edificio y los metros cuadrados de una planta tipo B y de una planta ático con desván.



Fuente: Vaidenco

Figura 50: "Planos de viviendas tipo del edificio Estil"

Características constructivas y materiales

La estructura del edificio está realizada a base de hormigón armado. Las cubiertas, son planas, con su debida formación de pendientes, aislamiento térmico y sistema impermeabilizante. El solado está realizado a base de baldosas de gres cerámico antideslizante en los balcones y galerías, también en baños, cocinas, comedor, distribuidores y dormitorios, únicamente las escaleras del portal y los rellanos estarán solados con mármol pulido.

Todos los cerramientos del edificio están contruidos de ladrillo caravista y aplacados con piezas realizadas a base de resinas de madera, además de una capa de fibra de vidrio y una cámara de aire que le proporciona un buen aislamiento acústico y térmico.

Todas las zonas comunes están revestidas de mármol nacional. Además cuentan con ascensor de gama alta, videoportero, e iluminación en todas las plantas con encendido automático.

Las pares y techos estaran realizados mediante enfoscado de yeso y una capa de pintura plastica de colores suaves para paredes y blanco en el caso de los techos.

Por otro lado, la carpintería exterior, está constituida por ventanas de aluminio lacado, con doble acristalamiento tipo “climalit”.

Por su lado, la carpintería interior, está formada por puertas chapadas de madera de haya, la puerta del salón y la de la cocina ira, además, provista de una vidriera, todas ellas podran ir lacadas de blaco por deseo del cliente, con coste adicional. La puerta de acceso a la vivienda es blindada con cerradura de seguridad y bisagras antipalanca. Los armarios empotrados tendrán un frente de hojas practicables, con el mismo diseño del resto de la carpintería, el interior de estos está realizado mediante blocks de madera aglomerada, conteniendo un estante superior y una barra portapercha, también hay opción de elegir distribución en forma de bestidor, en el dormitorio principal, con cargo.

Instalaciones.

Posee preinstalación de aire frio-calor.

Producción de agua caliente sanitaria mediante placas solares y termoacumulador eléctrico.

Mobiliario de cocina:

- Formación de bancada con muebles altos y bajos según diseño.
- Encimera granito natural
- Fregadero encastrado de dos cubetas de acero inoxidable.
- Placa vitrocerámica
- Horno empotrado y autolimpiable
- Campana extractora decorativa
- Instalación para lavadora y lavavajillas

Precios

La forma de pago se realizará de una sola vez, ya que las viviendas ya están construidas y la entrega de llaves es inmediata.

Los precios por metro cuadrado, en esta promoción rondan los 1.940 euros. Por lo que una vivienda de 90 m² con dos habitaciones y dos baños como la que aparece en los planos, cuesta actualmente unos 175.000 euros, después de sufrir una rebaja de 40.000 euros. Actualmente solo quedan disponibles a la venta dos pisos, un segundo y un ático, con anterioridad se han mostrado ambos planos.

El precio por una plaza de garaje y por un trastero, si lo compras por separado, ronda los 24.000 y 5.000 euros respectivamente. Además tanto los pisos como los garajes y trasteros tienen opción a alquiler. Las viviendas de 2 habitaciones y 2 baños se alquilan por 550 €/mes, y el ático por 675€/mes. La plaza de garaje 75 €/mes y los trasteros 30 €/mes. Las viviendas son nuevas a estrenar y no están amuebladas, aunque podríamos optar al mobiliario por 25 €/mes.

Por otro lado, la promotora se compromete a ayudar con:

- Adaptar la vivienda a las prioridades del cliente, con una interiorista a su servicio.
- Conseguir la pre-aprobación del crédito.
- Calcular el ahorro fiscal que corresponde, dependiendo de las circunstancias concretas del cliente.
- Saber lo que necesita el cliente para comprar bien, a través de la Guía del Comprador.

La comunicación

En esta promoción toda la información la proporciona la página web de la promotora. En ella podemos encontrar tanto información gráfica, como son las fotos del exterior e interior de las viviendas y los planos de las viviendas, como información acerca de los precios y las calidades.

En la página, también podemos encontrar la licencia urbanística, la licencia de obra mayor y el certificado de final de obra. La obra fue finalizada al 100% el día 10 de enero de 2010.

En la actualidad, y debido al tiempo que ha pasado desde que se terminó la obra, no hay vallas publicitarias, ni oficinas, ni folletos a pie de obra, pero en el momento que se empezó a construir había un cartel en el solar, en el que se mostraba la foto de la fachada terminada y se anunciaba una construcción de una promoción de viviendas para alquiler con opción a compra. En el se indicaban también, los precios.

EDIFICIO CONSTITUCIÓN

El edificio Constitución constituye una de las promociones inmobiliarias que, en la actualidad, está llevando a cabo el Grupo Teresa, el cual cuenta con constructora e inmobiliaria.



Fuente: Elaboración propia
Figura 51: "Edificio Constitución"

El edificio está situado en la Avenida Constitución, 167 (ver situación en mapa), justo en una de las grandes vías del barrio de Torrefiel, en Rascanya.



Fuente: Captura de google maps
Figura 52: "Ubicación del Edificio Constitución en el barrio de Rascanya"

Descripción general del edificio

Se trata de un bloque destinado únicamente a vivienda, construido en altura, que junto con los edificios anteriormente construidos constituye una tipología de manzana cerrada. A lo largo de sus seis alturas, consta de un total de 50 viviendas.

Este, tiene dos cerramientos medianeros y dos fachadas exteriores, pero solo una da a la calle principal, la otra da al núcleo interior de la manzana. Las entradas a las viviendas están situadas en la Avenida Constitución, 165-167, al igual que la entrada al garaje. El edificio cuenta con dos zaguanes además de, apartamentos, viviendas y áticos-dúplex con terraza en la planta 6ª y 7ª. La planta baja cuenta con locales comerciales con altillo en la entreplanta.

Cada planta cuenta con dos viviendas, diferenciándose cada uno de ellas en cuanto a distribución, metros cuadrados, orientación y vistas. En los planos siguientes se muestran las distribuciones, y como podemos ver no son nada usuales.



Fuente: Grupo Teresa

Figura 53: "Planos de viviendas tipo del edificio Constitución"

Características constructivas y materiales

La estructura del edificio está realizada a base de hormigón armado. Las cubiertas, son planas, con su debida formación de pendientes, aislamiento térmico y sistema impermeabilizante.

Todos los cerramientos del edificio están contruidos de ladrillo caravista, combinando esmaltado en blanco y azul. Aislamiento térmico y acústico con doble tabique formando cámara de aire con paneles de Poliestireno, que le proporciona un buen aislamiento acústico y térmico.

Todas las zonas comunes están revestidas de mármol nacional. Además cuentan con ascensor de gama alta, videoportero, e iluminación en todas las plantas con encendido automático.

Los pavimentos del interior de la vivienda están realizados mediante mármol de color claro, eceptuando los de la cocina y los baños, que son de gres cerámico de primera calidad, además estos últimos, también irán alicatados con azulejo cerámico. Los techos son de escayola lisa.

Por otro lado, la carpintería exterior, está constituida por ventanas de aluminio lacado en color blanco, con acristalamiento de seguridad y tipo “climalit” y oscurecimientos a partir de persianas de aluminio en zonas de descanso e incluso en salón-comedor-cocinas.

Por su lado la carpintería interior, está formada por puertas chapadas de madera, la puerta de la cocina ira, además, provista de vidriera. La puerta de acceso a la vivienda es acorazada, con cerradura de seguridad y bisagras antipalanca. Los armarios empotrados tipo cajón, con hojas lisas de aglomerado chapados en melamina, incluso interiores revestido, estante separador, altillo y barra par colgar.

Instalaciones.

Climatización. No se sabe si posee esta instalación.

Mobiliario de cocina:

- Formación de bancada con muebles altos y bajos según diseño.
- Encimera compacto de granito
- Fregadero de acero inoxidable
- Vitroceramica de cuatro fuegos
- Horno de acero inoxidable
- Campana extractora
- Preinstalación para lavadora automática

Alguna de estas características puede variar según el tipo de vivienda.

Precios

La forma de pago se realizará de una sola vez, ya que las viviendas ya están construidas y la entrega de llaves es inmediata.

Los precios por metro cuadrado, en esta promoción rondan los 2.360 euros. Por lo que una vivienda de 43,52 m² con una habitación y un baño como la que aparece en los planos, cuesta actualmente unos 103.000 euros, 115.980 euros, sin incluir IVA, si se incluye garaje.

Actualmente solo quedan disponibles a la venta dos viviendas, un primero y un duplex, anteriormente se ha hecho referencia al precio aproximado la vivienda de la primera planta, el precio aproximado del duplex sera de 246.981 sin incluir IVA.

El precio por una plaza de garaje y por un trastero, si lo compras por separado, ronda los 20.360 sin IVA.

Como se ha indicado con anterioridad, solo se encuentran en venta dos inmuebles, aunque el edificio fue terminado en el años 2008.

La comunicación

Toda la documentación gráfica y la memoria de las calidades podemos encontrarla en la página web de la inmobiliaria. Los precios por el contrario te los facilitan de forma directa mediante cita previa para visita del inmueble.

En la actualidad, y debido al tiempo que a pasado desde que se terminó la obra, no hay vallas publicitarias, ni oficinas, ni folletos a pie de obra. La inmobiliaria que lleva la promoción está situada en la misma manzana.

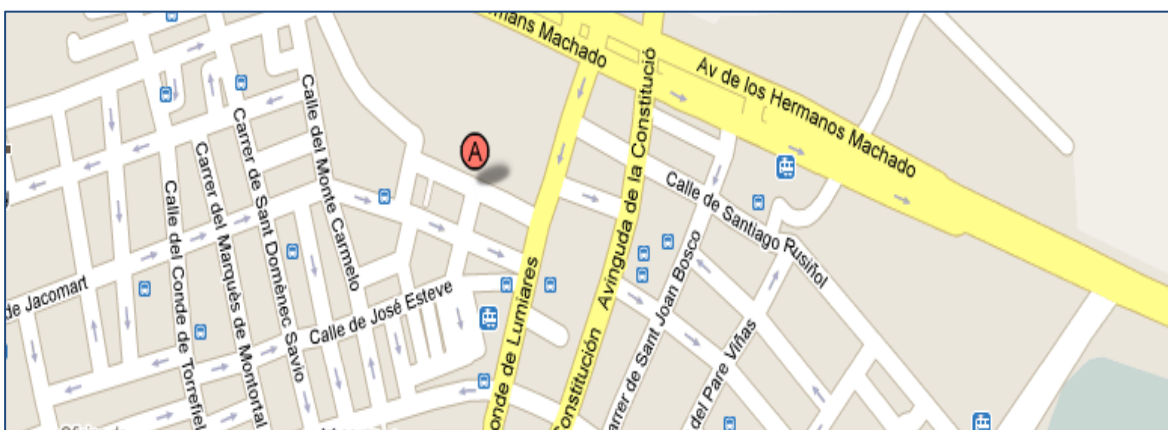
EDIFICIO LUMIARES I Y II

Esta promoción está realizada en dos fases, cada una de ella consistente en un bloque de viviendas.



Fuente: Grupo Teresa
Figura 54: Bloque de viviendas Edificio Lumiars.

El edificio está situado en la calle Fray Francisco Cabezas, 20 (ver situación en mapa), justo en una de las grandes vías del barrio de Torrefiel, en Rascanya. La obra la llevó a cabo la promotora Urbanas Coval S.L.



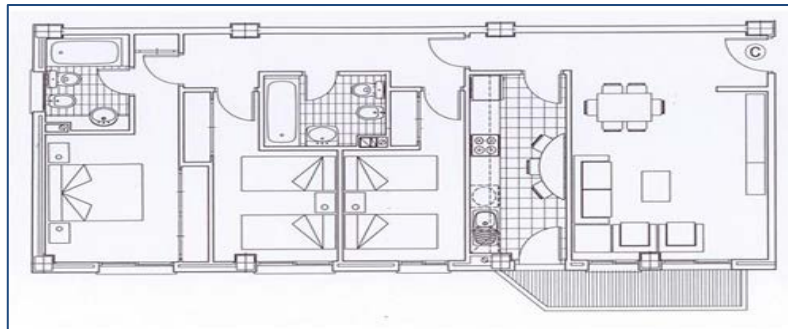
Fuente: Captura de google maps
Figura 55: "Ubicación de la promoción Lumiars en el distrito de Rascanya"

Descripción general del edificio

Se trata de dos bloques destinados únicamente a vivienda, contruidos en altura, con una tipología de bloque aislado. A lo largo de sus cinco alturas, cada uno consta de un total de 27 viviendas.

Cada uno, tiene además, un cerramiento medianero y tres fachadas exteriores que dan todos ellos al exterior. Las entradas a las viviendas están situadas, una en calle Fray Francisco Cabezas, 20, y la otra en la plaza Musico Espí.

Cada planta cuenta con cinco viviendas, diferenciándose cada uno de ellas en cuanto a distribución, metros cuadrados, orientación y vistas. En los planos siguientes se muestran las distribuciones.



Fuente: Urbanas Coval

Figura 56: "Plano de vivienda tipo del edificio Lumières"

Características constructivas y materiales

La estructura del edificio está realizada a base de hormigón armado. Las cubiertas, son planas, con su debida formación de pendientes, aislamiento térmico y sistema impermeabilizante.

Todos los cerramientos del edificio están contruidos de ladrillo caravista y monocapa. Aislamiento térmico y acústico con doble tabique formando cámara de aire con paneles de Poliestireno, que le proporciona un buen aislamiento acústico y térmico. Y balconadas acristaladas.

Todas las zonas comunes están revestidas de mármol nacional. Además cuentan con ascensor de gama alta, videoportero, e iluminación en todas las plantas con encendido automático.

Los pavimentos del interior de la vivienda están realizados mediante terrazo de 50x50 de grano grueso, pulido y abrillantado, corrido por debajo de tabiques.

Por otro lado, la carpintería exterior, está constituida por ventanas de aluminio lacado, con acristalamiento doble y lunas tipo "climalit".

Por su lado la carpintería interior, está formada por puertas en madera, con acabado de haya lisa, con herrajes de manivelas y marcos forrados a juego con la calidad de las puertas. La puerta de acceso a la vivienda es blindada, con cerradura de seguridad y bisagras antipalanca. Las puertas de los armarios empotrados irán con el mismo acabado que las puertas de paso.

Instalaciones.

No dispone de calefacción

Tiene preinstalación de climatización.

Mobiliario de cocina:

- Formación de bancada con muebles de gran calidad
- Encimera compacto de granito
- Fregadero de acero inoxidable
- Horno de acero inoxidable
- Campana extractora
- Calentador a gas

Alguna de estas características puede variar según el tipo de vivienda.



Fuente: Urbanas Coval

Figura 57: "Cocina y calidades interiores de vivienda tipo del edificio Lumières"

Precios

La forma de pago se realizará de una sola vez, ya que las viviendas ya están construidas y la entrega de llaves es inmediata.

Los precios por metro cuadrado, en esta promoción rondan los 2.000 euros. Aunque el precio podrá variar según características como la situación o la altura además de la opción a la plaza de garaje.

A continuación se incluye un cuadro con los precios según las opciones disponibles. Según la inmobiliaria estos precios serán negociables.

EDIFICIO LUMIARES I

Planta	Dormitorios	Garaje	Baños	m ²	€/m ²	Precio
1	3	OPCIONAL	2	102	2.196,0	224.200
4	3	OPCIONAL	2	102	2.313,7	236.000
4	3	OPCIONAL	2	78	3.479,5	271.400

EDIFICIO LUMIARES II

Planta	Dormitorios	Garaje	Baños	m ²	€/m ²	Precio
1	3	--	2	172	1.337,2	230.000
3	1	--	1	51	2.352,9	120.000
4	1	--	1	51	2.372,5	121.000
4	3	--	2	102	1.862,7	190.000
4	3	--	2	102	1.960,8	200.000
5	2	--	1	123	1.666,6	205.000

El precio por una plaza de garaje será de 20.000 euros, y el de los trasteros de 3.000 euros, esto, si los compras por separado.

La comunicación

La información fundamental de esta promoción, como la situación, los precios o las fotos, se pueden encontrar en internet, así como las características más concretas como es la memoria de calidades.

En la actualidad, y debido al tiempo que a pasado desde que se terminó la obra, no hay vallas publicitarias, ni oficinas, ni folletos a pie de obra, pero en la fecha en la que se estaban ejecutando las obras había una, que podemos ver en la figura 58.



Fuente: Captura de google maps

Figura 58: "Valla publicitaria de la promoción Lumiars"

EDIFICIO PEDRO CABANES

El edificio Pedro Cabanes constituye una de las promociones inmobiliarias que, en la actualidad, está llevando a cabo, la promotora Lubasa, y la única que es de protección oficial, en este distrito.



Fuente: Lubasa

Figura 59: "Bloque de viviendas del edificio Pedro Cabanes"

El edificio está situado en la calle Pintor Pedro Cabanes,1 (ver situación en mapa), en el barrio de Torrefiel, en el distrito de Rascanya.



Fuente: Captura de google maps

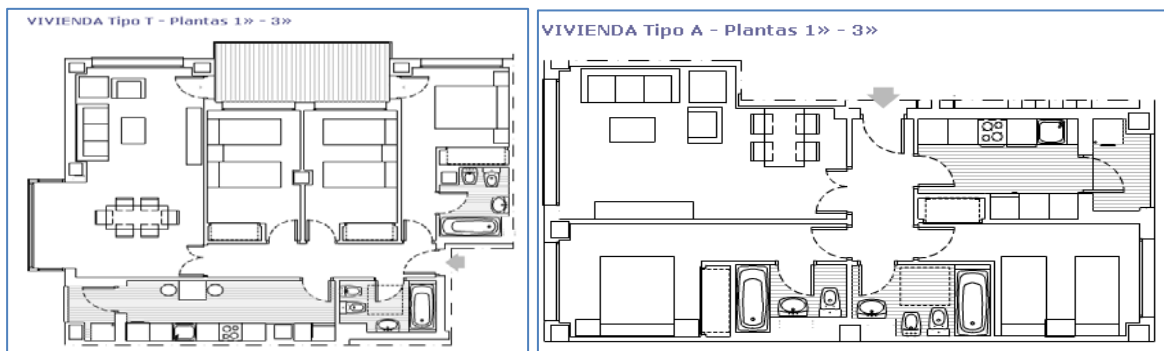
Figura 60: "Ubicación de la promoción Pedro Cabanes"

Descripción general del edificio

Se trata de un bloque destinado únicamente a vivienda, construido en altura, con tipología en manzana abierta, con zonas comunes en la parte central. A lo largo de sus cinco alturas, consta de un total de 51 viviendas y tres portales.

Ninguno de sus cerramientos es medianero, todas las fachadas son exteriores, dando a las calles Pintor Pedro Cavanés, Zamora, Domingo Gómez y por último a la calle Moncada. Todo el exterior está realizado de ladrillo caravista combinado con revestimiento continuo para pintar.

Cada planta cuenta con 10 viviendas, diferenciándose cada uno de ellas en cuanto a distribución y metros cuadrados. En los planos siguientes se puede alguna de las distribuciones.



Fuente: Lubasa

Figura 61: Planos de viviendas tipo de la promoción Pedro Cabanes.

Características constructivas y materiales

La estructura del edificio está realizada a base de hormigón armado. Las cubiertas, son planas, con su debida formación de pendientes, aislamiento térmico y sistema impermeabilizante.

Todos los cerramientos del edificio están contruidos de ladrillo caravista, además de una capa de manta mineral y una hoja de ladrillo cerámico, que le proporciona un buen aislamiento acústico y térmico.

Todas las zonas comunes están revestidas de mármol nacional. Además cuentan con ascensor de gama alta, videoportero, e iluminación en todas las plantas con encendido automático.

Para los pavimentos del interior de la vivienda hay dos opciones a elegir por el cliente, parqué flotante en vestíbulo, comedor, distribuidores y dormitorios o pavimento porcelánico. Gres cerámico de 1ª calidad, en cocina y baños. Pavimento cerámico en balcones, terrazas y galerías.

Puertas macizas chapadas en madera noble, vidrieras en cocina y comedor, estas llevaran dos opciones de acabados, según sistema de personalización de la vivienda. Puerta de entrada acorazada con cerradura de seguridad y mirilla panorámica con acabado interior en la misma madera que el resto de la vivienda. Armarios empotrados con frentes lisos chapados en madera noble y acabado según elección del cliente, forrados interiormente mediante sistema modular, con estante y barra para colgar.

Instalaciones.

Instalación completa de aire acondicionado - Frío-Calor - individual para cada vivienda, conducciones de aire y rejillas de impulsión y retorno en salón y dormitorios.

Preinstalación de sistema de seguridad.

Mobiliario de cocina:

- Formación de bancada con muebles altos y bajos según diseño.
- Encimera compacto de cuarzo
- Fregadero de acero inoxidable con grifería de teleducha.
- Vitrocerámica
- Horno eléctrico de acero inoxidable
- Campana extractora



Fuente: Lubasa

Figura 62: "Cocina y calidades interiores de vivienda tipo del edificio Pedro Cabanes"

Precios

La forma de pago se realizará de una sola vez, ya que las viviendas ya están construidas y la entrega de llaves es inmediata. Los precios por metro cuadrado, en esta promoción rondan los 2.000 euros. Aunque el precio podrá variar según características como la situación o la altura además de la opción a la plaza de garaje. Estas se venden por separado a un precio de 14.000 euros, y los trasteros por 4.000 euros.

A continuación se incluye un cuadro con los precios según las opciones disponibles.

Planta	Dormitorios	Garaje	Baños	m ²	€/m ²	Precio
--	2	--	2	72	2.277,7	164.000
--	3	--	2	95	2.051,6	195.000
--	4	--	2	105	2.142,8	225.000
--	3	--	2	113	2.017,7	228.000
--	3	--	2	113	2.026,5	229.000
--	4	--	2	105	2.266,6	238.000
ÁTICO	4	--	2	116	2.327,6	270.000
ÁTICO	4	--	2	115	2.391,3	275.000

La comunicación

La información fundamental de esta promoción, como la situación, los precios o las fotos, se pueden encontrar en internet, así como las características más concretas como es la memoria de calidades.

En la actualidad, y debido al tiempo que ha pasado desde que se terminó la obra, no hay vallas publicitarias, ni oficinas, ni folletos a pie de obra, pero en la fecha en la que se estaban ejecutando las obras había una, que podemos ver en la figura 63.



Fuente: Captura de google maps

Figura 63: "Valla publicitaria de la promoción Pedro cabanes"

EDIFICIO ARENA LOFT

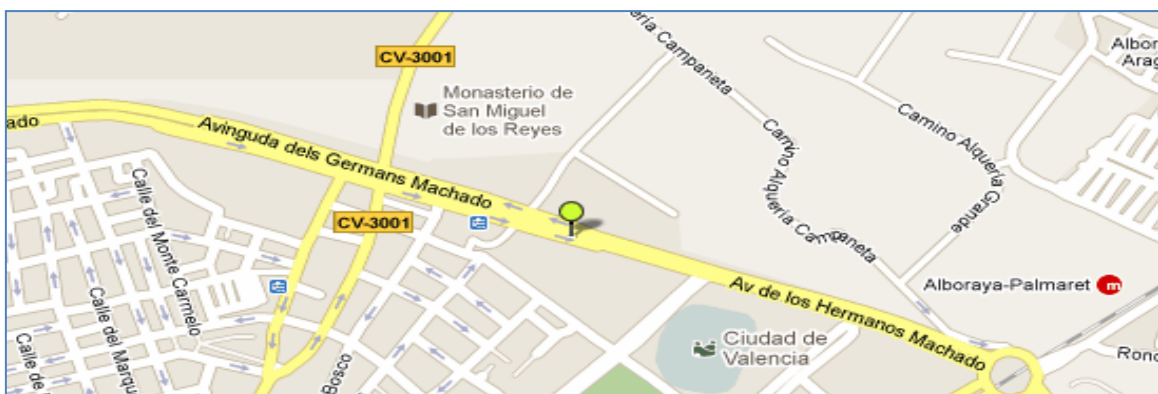
En la actualidad esta promoción la está llevando a cabo la promotora Gasfesa. La ejecución de las obras terminó en el año 2010.



Fuente: Gasfesa

Figura 64: "Bloque de viviendas del edificio Arena Loft"

El edificio está situado en la avenida Hermanos Machado, 13 junto al centro comercial Arena multiespacio (ver situación en mapa), justo en una de las grandes vías del barrio de Torrefiel, en Rascanya.



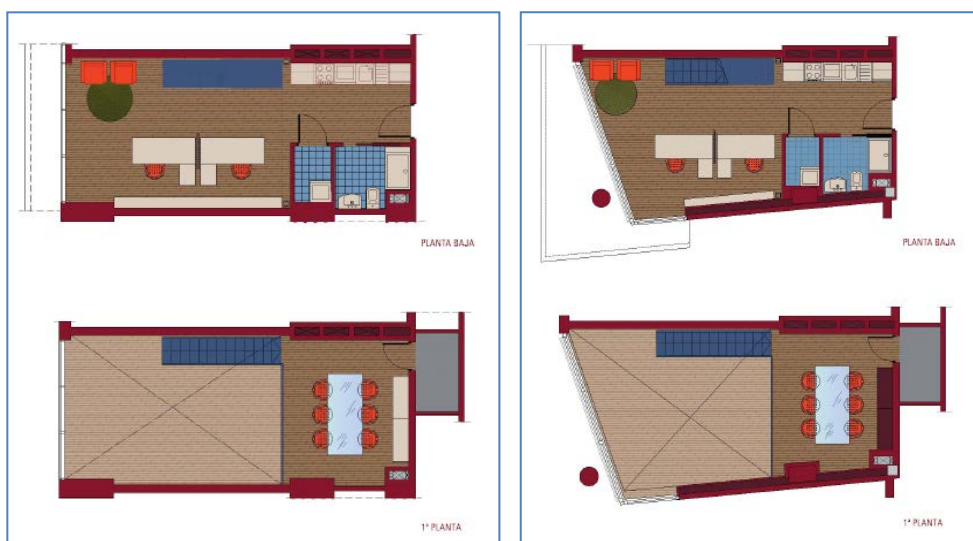
Fuente: Captura de google maps

Figura 65: "Ubicación de la promoción Arena Loft"

Descripción general del edificio

Se trata de un bloque destinado a viviendas y oficinas, construidos en altura, con una tipología de bloque aislado. A lo largo de sus ocho alturas, consta de un total de 136 viviendas.

Todas sus fachadas son exteriores y a lo largo de todas ellas se repite la misma tipología de cerramiento, muro cortina. Las entradas a las viviendas está situada, en la avenida Hermanos Machado, 13. Cuenta con dos tipos de viviendas, a continuación se pueden ver los planes de cada una de ellas.



Fuente: Gasfesa

Figura 66: "Planos de vivienda de Arena Loft"

Características constructivas y materiales

La estructura del edificio está realizada a base de estructura de acero. Las cubiertas, son planas, con su debida formación de pendientes, aislamiento térmico y sistema impermeabilizante.

Todos los cerramientos del edificio están contruidos de muro cortina, con aislamiento térmico y acústico con doble tabique formando cámara de aire con paneles de Poliestireno, que le proporciona un buen aislamiento acústico y térmico.

Todas las zonas comunes están revestidas de mármol blanco nacional. Además cuentan con cuatro ascensores de gama alta, videoportero, e iluminación en todas las plantas con encendido automático.

Los pavimentos del interior de la vivienda están realizados Trima flotante de madera natural, incluida zona de cocina, los baños, irán acabados con mármol blanco nacional. Estos últimos, irán alicatados con aplacados de gres cerámico y los techos son placa de cartón yeso laminado.

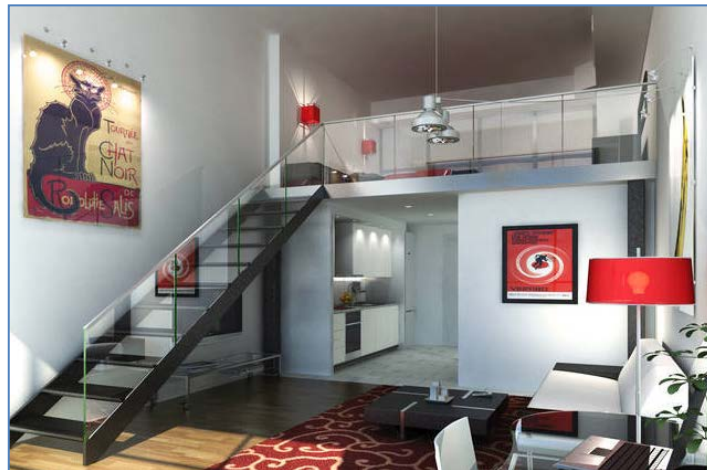
Por su lado la carpintería interior, está formada por puertas chapadas de madera, lacadas en color blanco. La puerta de acceso a la vivienda es acblindada, con cerradura de seguridad y bisagras antipalanca, también lacada en color blanco.

Instalaciones.

Calefacción y aire acondicionado mediante sistema frío-calor con mando a distancia.

Mobiliario de cocina:

- Formación de bancada con muebles altos y bajos según diseño.
- Fregadero de acero inoxidable
- Vitroceramica de cuatro fuegos
- Horno de acero inoxidable
- Campana extractora
- Preinstalación para lavadora automática



Fuente: Idealista
Figura 67: "Vivienda tipo Arena Loft"

Precios

La forma de pago se realizará de una sola vez, ya que las viviendas ya están construidas y la entrega de llaves es inmediata. Los precios por metro cuadrado, en esta promoción rondan los 1.800 euros. Aunque el precio podrá variar según características, como la situación o la altura además de la opción a la plaza de garaje.

A continuación se incluye un cuadro con los precios según las opciones disponibles.

Planta	Dormitorios	Garaje	Baños	m ²	€/m ²	Precio
2	1	--	1	65	1.785	116.000
2	1	--	1	65	1.785	116.000
2	1	--	1	65	1.848	122.000
1	1	--	1	65	1.984	125.000

Para las plazas de garaje existe una cesión de derecho de uso a 75 años por valor de 20.000 euros sin IVA sobre lo que es la concesión administrativa que tiene la Torre de oficinas

La comunicación

La información fundamental de esta promoción, como la situación, los precios o las fotos, se pueden encontrar en internet, así como las características más concretas como es la memoria de calidades. También puede encontrar información en el centro comercial Arena multiespacio, en la oficina de ventas.

En la actualidad, y debido al tiempo que ha pasado desde que se terminó la obra, no hay vallas publicitarias, ni oficinas, ni folletos a pie de obra.

CONCLUSIONES:

Después de ver uno a uno los inmuebles de obra nueva que podemos encontrar en este distrito, pasaremos a hacer un resumen mediante cuadros comparativos, en los que podamos poder de manifiesto las características referentes a cada uno de ellos.

En primer lugar haremos referencia al año de construcción y su ritmo de ventas:

Oferta inmobiliaria	Año construcción	Volumen de oferta	Stock sin vender
Edificio Valdelinares	2008	50 viviendas	--*
Edificio Jardín	2009	9 viviendas	5 viviendas
Edificio Estil	2010	12 Viviendas	2 Viviendas
Edificio Constitución	2008	50 Viviendas	2 Viviendas
Edificio Lumiares I y II	2008	27 Viviendas cada uno	3 y 6 Viviendas
Edificio Pedro Cabanes	2010	103 Viviendas	8 Viviendas
Arena Loft	2010	136 viviendas	--*

*No se dispone de los datos

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4: "Promociones de Rascanya, año de construcción volumen de viviendas y stock aproximado"

Como se puede ver, en la tabla 4, el ritmo de ventas ha sido muy lento desde 2008. Además, también se observa que cuanto más antiguo es el inmueble, más viviendas quedan por vender. Esto se debe en gran parte, a que en 2008 hubo más oferta que demanda y los precios eran muy elevados por lo que no se pudo vender todo y ahora se prefiere comprar pisos de construcción más reciente.

En la siguiente tabla, se pueden ver, tanto los precios por metro cuadrado como los precios de garajes y trasteros y el año en el que fue construido.

Oferta inmobiliaria	Año construcción	Precios (€)		
		m2	Garajes	Trasteros
Edificio Valdelinares	2008	3.100	17.000	--*
Edificio Jardín	2009	2.000	20.000	3.000
Edificio Estil	2010	1.900	24.000	5.000
Edificio Constitución	2008	2.400	22.800	
Edificio Lumiares I y II	2008	2.000	20.00	3.000
Edificio Pedro Cabanes	2010	2.000	14.000	4.000
Arena Loft	2010	2.500	23.500* ¹	No tiene

*No se dispone de los datos

*¹Cesión de derecho a uso de 75 años

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5: "Precios relativos a las promociones de Rascanya"

El precio por metro cuadrado de las viviendas, a excepción del edificio Valdelinares, que destaca por su elevado precio, se ha mantenido o incluso ha disminuido, como es el caso del edificio Estil. La variación de estos precios depende tanto de factores económicos, como la actual crisis del mercado, como de la calidad de los materiales e instalaciones que ofrece cada una de las ofertas.

Por otro lado, el precio de garajes y trasteros, en los que no influyen las calidades ni las instalaciones, en algún caso, ha incrementado casi 4.000 euros, como es el caso del Edificio Estil. Paso lo mismo con los trasteros, los precios más elevados son los de las construcciones más recientes.

La tabla 6 hace referencia a la tipología:

Oferta inmobiliaria	Manzana	Construcción	Renta
Edificio Valdelinares	Abierta	Plurifamiliar	Libre
Edificio Jardín	Lineal	Plurifamiliar	Libre
Edificio Estil	Cerrada	Plurifamiliar	Libre
Edificio Constitución	Cerrada	Plurifamiliar	Libre
Edificio Lumiares I y II	Exento	Plurifamiliar	Libre
Edificio Pedro Cabanes	Abierta	Plurifamiliar	VPO
Arena Loft	Exento	Plurifamiliar	Libre

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6: "Tipología de las promociones de Rascanya"

Todo ellos son edificios plurifamiliares, con una construcción en altura, y solo dos de ellos están contruidos con una tipología en manzana cerrada. Aunque los edificios en manzana abierta confieren mejores características a las viviendas, ya que el núcleo central suele estar destinado a zonas comunes, como pueden ser jardines, piscinas zonas deportivas y da más luminosidad a las viviendas, en este caso todo esto no ha influido para el ritmo de ventas. Por otro lado, solo una de las viviendas es de protección oficial, el Edificio Pedro Cabanes. Lo que se ve reflejado en las anteriores tablas, debido a su elevado ritmo de ventas y sus bajos precios.

También son muy importantes las calidades constructivas de cada uno de los edificios.

Oferta inmobiliaria	Fachada	Carpintería exterior	Carpintería interior	Tabiquería	Pavimentos
Edificio Valdelinares	Caravista	Aluminio	Contrachapado	Ladrillo	Parquet/ Porcelánico
Edificio Jardín	Caravista	Aluminio	Contrachapado	Ladrillo	Gres/Porcelánico
Edificio Estil	Caravista	Aluminio	Maciza	Ladrillo	Gres
Edificio Constitución	Caravista	Aluminio	Contrachapado	Ladrillo	Mármol/ Gres
Edificio Lumiares	Caravista	Aluminio	Contrachapado	Ladrillo	Terrazo
Edificio Pedro Cabanes	Caravista	Aluminio	Maciza	Pladur	Parquet/Gres
Arena Loft	Muro cortina	Aluminio	Contrachapado	Pladur	Parquet/ Mármol

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7: "Calidades constructivas de las promociones de Rascanya"

Tanto el material de la carpintería exterior como el de las fachadas es común para todos ellos, a excepción del Arena loft, que debido a su altura y tipología está revestido por muro cortina. Esto puede de manifiesto la moda actual en cuanto a materiales constructivos, para las fachadas hace ya un tiempo que se está utilizando el ladrillo de caravista, mientras que para las carpinterías exteriores, el material más utilizado, como podemos ver, es el aluminio.

Por otro lado, la utilización de carpintería fabricada con contrachapado de madera está más extendida que la de madera maciza, al igual que el ladrillo, para la fabricación de tabiques, como vemos, el pladur se está empezando a utilizar en la actualidad.

Y por último, los revestimientos de suelos. En este apartado aparecen materiales de todo tipo, pero lo que podemos ver, es que el terrazo cada vez se coloca menos, mientras que el parquet está empezando a colocarse, aunque esto, es una de las cosas que encarece la vivienda.

Otra de las cosas importantes en las viviendas, y en su precio, es el tipo de instalaciones que nos ofrecen. Como se puede observar en la tabla 8, en la actualidad, y hace ya unos años, todas las viviendas vienen dotadas de mobiliario de cocina, horno, campana extractora, vitrocerámica o calentadores a gas y fregadero, pero algunas, como es el caso del Edificio Valdelinares, incluso llevan incluidos los electrodomésticos.

También, una de las características comunes en todos ellos, es que están dotados de armarios empotrados, revestidos interiormente y dotados de barra de cuelgue.

En último lugar nos encontramos con las instalaciones de calefacción y aire acondicionado, las cuales no están tan extendidas. La calefacción mediante radiadores, se está comenzando a instalar pero todavía pocas viviendas la proporcionan. Al igual que la instalación de aire acondicionado, aunque en este caso hay más inmuebles que lo ofertan.

Oferta inmobiliaria	Muebles cocina	Armarios empotrados	Calefacción	Aire acondicionado
Edificio Valdelinares	Incluye electrodomésticos	Si	Si	Instalación
Edificio Jardín	Si	Si	Si	--
Edificio Estil	Si	Si	No	Preinstalación
Edificio Constitución	Si	Si	No	Instalación
Edificio Lumiares I-II	Si	Si	No	No
Edificio Pedro Cabanes	Si	Si	Si	Instalación
Arena Loft	Si	No	No	Instalación

* Fuente: Elaboración propia

Fuente: Elaboración propia

Tabla 8: "Características adicionales de las promociones de Rascanya"

Y por último, pero no menos importante, es la oferta de zonas comunes dentro de los edificios. Ninguno de ellos dispone de club social, y solo dos de piscina y jardín. En el caso de instalaciones deportivas, el único que dispone de ellas es el Edificio Valdelinares.

Oferta inmobiliaria	Club social	Jardín	Piscina	Inst. Deportivas
Edificio Valdelinares	No	Si	Si	Si
Edificio Jardín	No	No	No	No
Edificio Estil	No	No	No	No
Edificio Constitución	No	No	No	No
Edificio Lumiares I y II	No	No	No	No
Edificio Pedro Cabanes	No	Si	Si	No
Arena Loft	No	No	No	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 9: "Dotaciones comunes de las promociones de Rascanya"

En resumen, la promoción de viviendas más completa, en este caso, es también la más cara, tratándose del Edificio Valdelinares. Después de analizar cada una de las características que posee cada una, se puede concluir que es así, además, aunque el precio de la vivienda sea el más caro, no ocurre lo mismo con el precio de garajes y trasteros. Y por otro lado, aunque no se haya incluido en los cuadros comparativos, podemos ver en las relaciones anteriores, que está situado en una buena zona, la Avenida de Alfahir.

En segundo lugar, tendríamos el Edificio Pedro Cabanes, que tiene una gran oferta de instalaciones y calidades constructivas y además sus precios son más ajustados, debido a la renta que le confiere la protección oficial.

Y en último lugar, situaríamos el edificio Lumiares, ya que su precio es elevado para los materiales e instalaciones que oferta en comparación con los demás inmuebles. Esto se ve además, reflejado en las ventas.

Por otro lugar, y haciendo referencia a las zonas centrales que oferta cada uno de ellos, podríamos decir, que las promociones, Valdelinares y Pedro Cabanes dirigidas a familias con niños, que buscan una vivienda en el que tengan espacios comunes amplios, donde los niños puedan disfrutar sin salir del recinto y a la vez fomentar las relaciones sociales.

El edificio Lumiares está dirigido también, a familias con niños, ya que, situado entre los dos bloques que constituyen esta promoción, hay un parque dotado con mobiliario infantil.

Por su lado, el Edificio Jardín y el Edificio Estil, no ofrecen ninguna zona infantil, por lo tanto podemos pensar que son edificios más destinados a parejas jóvenes, que quieren comprar su primera vivienda, con un precio más ajustado.

El edificio Constitución, no tiene zonas infantiles, ni jardines centrales, pero las dimensiones y los precios son más altos que los anteriores, por lo que estas viviendas irán dirigidas a un público con más alto poder adquisitivo, como pueden ser familias con hijos ya mayores.

Por último, el Arena Loft, es un edificio dirigido a particulares que busquen una vivienda o un espacio en el que desarrollar su actividad laboral, y que no tengan familia, ya que son espacios muy reducidos.

DESCRIPCIÓN DE LA DEMANDA INMOBILIARIA EN LOS BARRIOS DE RASCANYA

En este apartado se describen cada una de las características inmobiliarias demandadas en la zona, su situación, sus precios, servicios característicos constructivos, etc.

Obtenidos los resultados de todos los encuestados se pasó a tabular cada una de las respuestas. La siguiente tabla (Tabla 10. Valores asignados a las variables categóricas), recoge los valores asignados a cada una de las categorías del cuestionario.

GÉNERO	Hombre=0	Mujer=1					
EDAD	20-30=1	30-40=2	40-50=3	50-60=4	Más 60=5		
VIVE ZONA	No=0	Sí=1					
EMBLEMÁTICO	A=1	B=2	C=3	D=4	E=5		
MULTICULTURAL	A=1	B=2	C=3	D=4	E=5		
ORDENADO	A=1	B=2	C=3	D=4	E=5		
EN EXPANSIÓN	A=1	B=2	C=3	D=4	E=5		
DINÁMICO	A=1	B=2	C=3	D=4	E=5		
"VIDA BARRIO"	A=1	B=2	C=3	D=4	E=5		
TRÁFICO/RUIDO	A=1	B=2	C=3	D=4	E=5		
BIEN COMUNICADO	A=1	B=2	C=3	D=4	E=5		
DE NEGOCIOS	A=1	B=2	C=3	D=4	E=5		
BUENOS EQUIPAMIENTOS	A=1	B=2	C=3	D=4	E=5		
ELECCIÓN ZONA PARA RESIDIR	A=1	B=2	C=3	D=4	E=5		
ELECCIÓN ZONA PARA INVERTIR	A=1	B=2	C=3	D=4	E=5		
ZONA	No=0	Sí=1					
VIVIENDA	No=0	Sí=1					
ABIERTA	No=0	Sí=1					
CERRADA	No=0	Sí=1					
UNIFAMILIAR	No=0	Sí=1					
PLURIFAMILIAR	No=0	Sí=1					
LIBRE	No=0	Sí=1					
PROTEGIDA	No=0	Sí=1					
DIMENSIONES VIVIENDA	menos 60=1	60-80=2	80-100=3	100-120=4	120-140=5	más 140=6	
BALCÓN	No=0	Sí=1					
GALERÍA	No=0	Sí=1					
ÁTICO	No=0	Sí=1					
ENTRADA VÍA ANCHA	No=0	Sí=1					
GARAJE	No=0	Sí=1					
TRASTERO	No=0	Sí=1					
CLUB SOCIAL	No=0	Sí=1					
JARDÍN	No=0	Sí=1					
PISCINA	No=0	Sí=1					
INSTAL. DEPORTIVAS	No=0	Sí=1					
CARAVISTA	No=0	Sí=1					
ENFOSCADA	No=0	Sí=1					
PVC	No=0	Sí=1					
ALUMINIO	No=0	Sí=1					
MADERA	No=0	Sí=1					
GRES	No=0	Sí=1					
GRANITO	No=0	Sí=1					
MÁRMOL	No=0	Sí=1					
LADRILLO	No=0	Sí=1					
PLADUR	No=0	Sí=1					
GRES	No=0	Sí=1					
GRANITO	No=0	Sí=1					
MÁRMOL	No=0	Sí=1					
GRES	No=0	Sí=1					
PORCELÁNICO	No=0	Sí=1					
MÁRMOL	No=0	Sí=1					
GRES	No=0	Sí=1					
PORCELÁNICO	No=0	Sí=1					
MÁRMOL	No=0	Sí=1					
CONTRACHAPADO	No=0	Sí=1					
MACIZA	No=0	Sí=1					
MOBILIARIO	No=0	Sí=1					
COCINA	No=0	Sí=1					
ARMARIOS EMPOTRADOS	No=0	Sí=1					
CALEFACCIÓN	No=0	Sí=1					
AA	Preinstalación=1	Instalación=2					
1 HABITACIÓN	menos 120.000=1	120.000-150.000=2	150.000-180.000=3	180.000-210.000=4	210.000-240.000=5	más 240.000=6	
2 HABITACIONES	menos 150.000=1	150.000-180.000=2	180.000-210.000=3	210.000-240.000=4	240.000-270.000=5	270.000-300.000=6	más 300.000=7
3 HABITACIONES	menos 180.000=1	180.000-210.000=2	210.000-240.000=3	240.000-270.000=4	270.000-300.000=5	300.000-330.000=6	330.000-360.000=7 más 360.000=8

Fuente: Elaborado en el taller 30 de PFG. Estudio viabilidad en la edificación de la ETSIE. UPV.
Tabla 10: "Valores asignados a las variables categóricas"

Para visualizar el contenido de la ficha ver Anexo

PERCEPCIÓN DEL BARRIO

A continuación se muestra el análisis descriptivo de las variables de percepción del distrito 15. En el cuestionario de demanda se incluyeron un conjunto de variables que recogían las diferentes percepciones que un ciudadano puede tener de un barrio de la ciudad de Valencia. Este conjunto de percepciones estaba formado por las expresiones: barrio emblemático, multicultural, ordenado, en expansión, dinámico, con vida de barrio, con tráfico y ruido, bien comunicado, de negocios y con buenos equipamientos. La siguiente tabla (Tabla 11) recoge el número de encuestados (N), el valor mínimo y máximo de cada variable así como la media y desviación típica.

Estadísticos descriptivos

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
EMBLEMATICO	41	2	4	3,39	,862
MULTICULTURAL	41	2	5	3,54	1,027
ORDENADO	41	2	5	3,34	,883
EN_EXPANSION	41	2	5	3,59	,921
DINAMICO	41	2	5	3,29	,844
CON_VIDA_BARRIO	41	2	5	3,61	,919
TRAFICO_RUIDO	41	2	4	3,05	,835
BIEN_COMUNICADO	41	2	5	3,68	,850
DE_NEGOCIOS	41	2	5	3,00	,866
BUENOS_EQUIPAMIENTOS	41	2	5	3,59	,836
ELECCION_RESIDIR	41	2	5	4,27	,775
ELECCION_INVERTIR	41	2	5	4,22	,852
N válido (según lista)	41				

Fuente: Elaborado en el taller 30 de PFG. Estudio viabilidad en la edificación de la ETSIE. UPV.

Tabla 11: "Estadísticos descriptivos de las percepciones del distrito de Rascanya"

De la tabla anterior son relevantes los valores medios, éstos nos indican qué percepciones y qué valoración global tienen los ciudadanos acerca de este distrito. Observamos cómo el distrito se valora de forma muy positiva (las respuestas iban de 1 a 5 luego la media está en 2.5, por encima de 2.5 el barrio se valora positivamente, por debajo negativamente), ya que la elección del barrio para invertir está valorado de forma muy positiva (4,22), y aun mejor valorado a la hora de elegirlo para vivir (3,27). En conclusión, es un barrio que los ciudadanos elegirían para invertir y la mayoría de ellos para vivir.

A continuación (Tabla 12), se ordenan de forma ascendente los valores medios de las percepciones. En este caso, el valor medio de estas respuestas se encuentra en 3,3.

Observamos cómo casi todas las puntuaciones se quedan por encima de la media. A la vista de los resultados el distrito de Rascanya, se percibe como un barrio dinámico, con vida de barrio, buenos equipamientos, multicultural, en expansión y sobre todo, ordenado y bien comunicado.

Estadísticos descriptivos		
	N	Media
DE_NEGOCIOS	41	3,00
TRAFICO_RUIDO	41	3,05
DINAMICO	41	3,29
ORDENADO	41	3,34
EMBLEMATICO	41	3,39
MULTICULTURAL	41	3,54
EN_EXPANSION	41	3,59
BUENOS_EQUIPAMIENTOS	41	3,59
CON_VIDA_BARRIO	41	3,61
BIEN_COMUNICADO	41	3,68
N válido (según lista)	41	

Fuente: Elaborado en el taller 30 de PFG. Estudio viabilidad en la edificación de la ETSIE. UPV.
Tabla 12: "Estadísticos descriptivos de las percepciones del distrito de Rascanya"

Por otro lado, es interesante analizar la relación existente entre la elección del distrito (teniendo en cuenta la dualidad residir-invertir) y el conjunto de percepciones. Es decir, si los ciudadanos seleccionan este barrio para residir o invertir, ¿a qué se debe? Para ello realizamos correlaciones entre las variables elección de la zona para residir o invertir y las percepciones.

En este caso, los ciudadanos erigirían el barrio y para invertir, como se ha comentado ya con anterioridad. En este caso, en la elección del distrito para invertir y residir, influyen los siguientes atributos, que este bien comunicado y que posea buenos equipamientos, por otro lado, a la hora de tomar esa decisión también se tiene en cuenta la multiculturalidad del barrio.

		ELECCION_RESIDIR	ELECCION_INVERTIR
EMBLEMATICO	Coeficiente de correlación	-,116	-,065
	Sig. (bilateral)	,470	,685
	N	41	41
MULTICULTURAL	Coeficiente de correlación	-,426**	-,390*
	Sig. (bilateral)	,005	,012
	N	41	41
ORDENADO	Coeficiente de correlación	,238	,246
	Sig. (bilateral)	,135	,122
	N	41	41
EN_EXPANSION	Coeficiente de correlación	,274	,290
	Sig. (bilateral)	,083	,066
	N	41	41
DINAMICO	Coeficiente de correlación	,160	,167
	Sig. (bilateral)	,319	,296
	N	41	41
CON_VIDA_BARRIO	Coeficiente de correlación	,023	,009
	Sig. (bilateral)	,885	,954
	N	41	41
TRAFICO_RUIDO	Coeficiente de correlación	-,053	-,013
	Sig. (bilateral)	,744	,937
	N	41	41
BIEN_COMUNICADO	Coeficiente de correlación	,359*	,383*
	Sig. (bilateral)	,021	,013
	N	41	41
DE_NEGOCIOS	Coeficiente de correlación	,185	,175
	Sig. (bilateral)	,247	,275
	N	41	41
BUENOS_EQUIPAMIENTOS	Coeficiente de correlación	,409**	,443**
	Sig. (bilateral)	,008	,004
	N	41	41

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

* . La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Elaborado en el taller 30 de PFG. Estudio viabilidad en la edificación de la ETSIE. UPV.

Tabla 13: "Correlaciones (percepciones-intención de compra de la vivienda). Distrito 15"

IMPORTANCIA EN LA INTENCIÓN DE COMPRA (ZONA-VIVIENDA)

El objetivo de esta fase es estudiar qué aspecto tiene mayor importancia en la compra de una vivienda, la zona o la vivienda. En la siguiente tabla (Tabla 14) se recogen las respuestas de los ciudadanos a la pregunta “cuando compra una vivienda, ¿qué tiene más relevancia en su decisión?”

Los resultados muestran cómo el 31,7 % de los ciudadanos encuestados consideran que la zona es el aspecto más relevante,

		ZONA			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NO	28	68,3	68,3	68,3
	SI	13	31,7	31,7	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

Fuente: Elaborado en el taller 30 de PFG. Estudio viabilidad en la edificación de la ETSIE. UPV.

Tabla 14: “Frecuencias importancia zona en la decisión de compra. Distrito 15”

Por lo tanto, el 68,3 % restante considera que lo importante en la elección de compra es la vivienda.

		VIVIENDA			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NO	13	31,7	31,7	31,7
	SI	28	68,3	68,3	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

Fuente: Elaborado en el taller 30 de PFG. Estudio viabilidad en la edificación de la ETSIE. UPV.

Tabla 15: “Frecuencias importancia vivienda en la decisión de compra. Distrito 15”

A continuación y relacionado con este tema se les planteaba a los ciudadanos que establecieran un porcentaje aproximado de importancia a cada una de estas variables (zona y vivienda). Los ciudadanos han contestado, en términos medios, que el 43,63% de la decisión de compra se encuentra en la zona y por tanto que el 59,37% , es decir, casi el 60% de la decisión de compra se encuentra en la vivienda.

Estadísticos descriptivos

	N	Mínimo	Máximo	Media
ZONA_PORCENTUAL	41	10	80	40,63
VIVIENDA_PORCENTUAL	41	20	90	59,37
N válido (según lista)	41			

Fuente: Elaborado en el taller 30 de PFG. Estudio viabilidad en la edificación de la ETSIE. UPV.

Tabla 16: "Media de la importancia de la zona y la vivienda en la compra de una vivienda. Distrito 15"

PREFERENCIA DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LA VIVIENDA

El objetivo de esta fase es analizar la preferencia de los ciudadanos sobre las características de las viviendas del tipo carpintería, pavimento, instalaciones deportivas...

La siguiente tabla (tabla 17) se recoge el análisis descriptivo de esta fase. Las medias se encuentran ordenadas de forma ascendente, de manera que, las últimas categorías del listado podrían corresponder con las categorías más deseadas (aunque no todos los valores medios coinciden)

De esta forma parece que las viviendas deseadas se encuentran ubicadas en pisos plurifamiliares, elevados, en manzana abierta. Que dispongan de una media 2 o más habitaciones y no sean de VPO.

Además resulta relevante para los consumidores el mobiliario de la cocina, los armarios empotrados, balcón, aire acondicionado, garaje y trastero. La carpintería interior maciza, y la exterior de aluminio con mármol tanto en el zaguán de la vivienda como en la vivienda en sí, fachada caravista y tabiquería de ladrillo.

Estadísticos descriptivos

	N	Mínimo	Máximo	Media
club social	41	0	1	,07
carpintería exterior PVC	41	0	1	,12
carpintería exterior madera	41	0	1	,17
carpintería interior contrachapado	41	0	1	,17
pavimento mármol	41	0	1	,20
revestimiento cocina y baños mármol	41	0	1	,20
pavimento cocina y baños mármol	41	0	1	,20
vivienda unifamiliar	41	0	1	,22
pavimento cocina y baños porcelánico	41	0	1	,27
revestimiento cocina y baños porcelánico	41	0	1	,29
edificación manzana cerrada	41	0	1	,32
ático	41	0	1	,32
pavimento zaguán gres	41	0	1	,32
vivienda libre	41	0	1	,34
galería	41	0	1	,37
pavimento ladrillo	41	0	1	,39
tabiquería pladur	41	0	1	,41
pavimento gres	41	0	1	,41
instalaciones deportivas	41	0	1	,46
pavimento zaguán granito	41	0	1	,46
entrada por vía ancha	41	0	1	,49
fachada caravista	41	0	1	,49
revestimiento cocina y baños gres	41	0	1	,51
fachada enfoscada	41	0	1	,51
pavimento cocina y baños gres	41	0	1	,54
tabiquería ladrillo	41	0	1	,59
jardín	41	0	1	,59
piscina	41	0	1	,59
vivienda protegida	41	0	1	,66
edificación manzana abierta	41	0	1	,68
calefacción	41	0	1	,68
carpintería exterior aluminio	41	0	1	,71
vivienda plurifamiliar	41	0	1	,78
trastero	41	0	1	,78
armarios empotrados	41	0	1	,83
carpintería interior maciza	41	0	1	,83
mobiliario cocina	41	0	1	,85
garaje	41	0	1	,85
balcón	41	0	1	,88
aire acondicionado	41	1	2	1,71
nºhabitaciones	41	1	4	2,71
dimensiones vivienda	41	1	5	3,00
altura	40	1	10	3,95
N válido (según lista)	0			

Fuente: Elaborado en el taller 30 de PFG. Estudio viabilidad en la edificación de la ETSIE. UPV.

Tabla 17: “Media de las características constructivas demandadas por los ciudadanos. Distrito de Rascanya”

ANÁLISIS DE LOS PRECIOS O DISPOSICIÓN A PAGAR DE LOS CIUDADANOS

El objetivo de esta fase es analizar el precio que los consumidores están dispuestos a pagar por la vivienda atendiendo a su superficie. Así, en el cuestionario se preguntó por tres categorías distintas: viviendas de 1, 2 y 3 habitaciones.

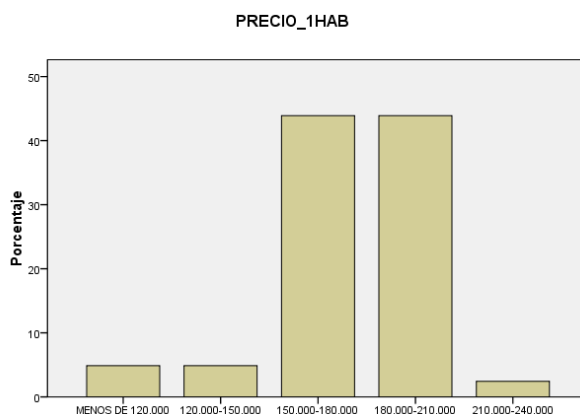
Como se observa en la tabla 18 y en la figura 68 un 43,9 % de personas estarían dispuestas a pagar entre 180.000 y 210.000 euros, porcentaje que se repite entre los 150.000 y 180.000, y solo un porcentaje muy baja, un 2,4 % estaría dispuesto a pagar más de 210.000 euros por una vivienda de 1 habitación.

PRECIO_1HAB

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	MENOS DE 120.000	2	4,9	4,9	4,9
	120.000-150.000	2	4,9	4,9	9,8
	150.000-180.000	18	43,9	43,9	53,7
	180.000-210.000	18	43,9	43,9	97,6
	210.000-240.000	1	2,4	2,4	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

Fuente: Elaborado en el taller 30 de PFG. Estudio viabilidad en la edificación de la ETSIE. UPV.

Tabla 18: "Disposición a pagar. Vivienda de 1 habitación. Distrito 15"



Fuente: Elaborado en el taller 30. Estudio viabilidad en la edificación de la ETSIE. UPV.

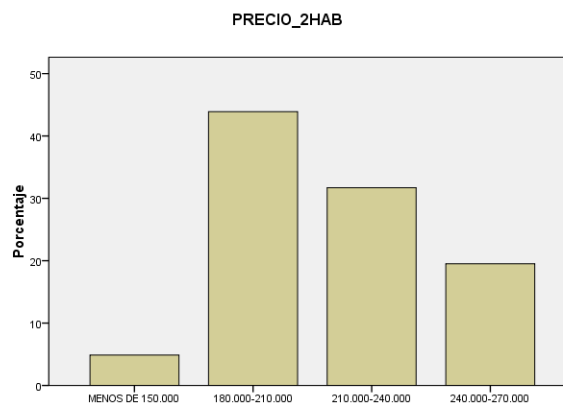
Figura 68: "Disposición a pagar. Vivienda de 1 habitación. Distrito 15"

Idéntico análisis se ha realizado para las viviendas de 2 habitaciones. En la tabla 19 y en la figura 69 podemos ver que el 43,9 % de los consumidores están dispuestos a pagar por una vivienda de 2 habitaciones entre 180.00 y 210.00 euros; el 31,7 % pagaría entre 210.000-240.000 euros; el 19,5 % estaría dispuesto a pagar entre 240.000-270.000 euros, por último, un porcentaje más reducido de ciudadanos (4,9 %) pagaría menos de 150.000 euros por una vivienda de 2 habitaciones.

PRECIO_2HAB					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	MENOS DE 150.000	2	4,9	4,9	4,9
	180.000-210.000	18	43,9	43,9	48,8
	210.000-240.000	13	31,7	31,7	80,5
	240.000-270.000	8	19,5	19,5	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

Fuente: Elaborado en el taller 30 de PFG. Estudio viabilidad en la edificación de la ETSIE. UPV.

Tabla 19: "Disposición a pagar. Vivienda de 2 habitaciones. Distrito 15"



Fuente: Elaborado en el taller 30 de PFG. Estudio viabilidad en la edificación de la ETSIE. UPV.

Figura 69: "Disposición a pagar. Vivienda de 2 habitaciones. Distrito 15"

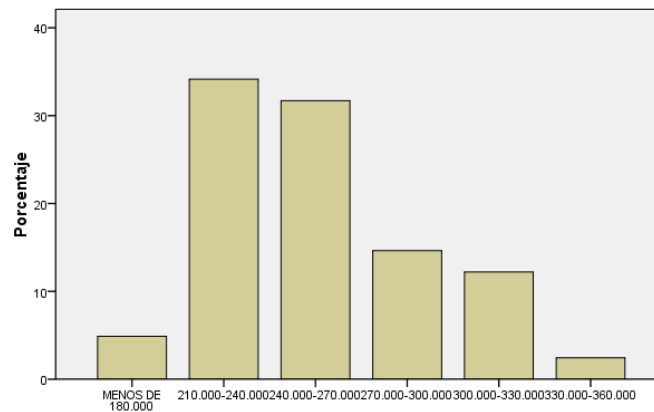
Finalmente se analiza la disposición a pagar de las viviendas de 3 habitaciones. En la tabla 20 y en la figura 70 podemos ver que la mayoría de los consumidores, el 34,1% estarían dispuestos a pagar por una vivienda de 3 habitaciones entre 210.000 y 240.000 euros; un porcentaje muy parecido, un 31,7% pagaría entre 240.000 y 270.000 euros; el 14,6% estaría dispuesto a pagar entre 270.000-300.000 euros y solo el 2,4% estaría dispuesto a pagar más de 330.00 euros.

PRECIO_3HAB

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	MENOS DE 180.000	2	4,9	4,9	4,9
	210.000-240.000	14	34,1	34,1	39,0
	240.000-270.000	13	31,7	31,7	70,7
	270.000-300.000	6	14,6	14,6	85,4
	300.000-330.000	5	12,2	12,2	97,6
	330.000-360.000	1	2,4	2,4	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

Fuente: Elaborado en el taller 30 de PFG. Estudio viabilidad en la edificación de la ETSIE. UPV.
Tabla 20: "Disposición a pagar. Vivienda de 3 habitaciones. Distrito 15"

PRECIO_3HAB



Fuente: Elaborado en el taller 30 de PFG. Estudio viabilidad en la edificación de la ETSIE. UPV.
Figura 70: "Disposición a pagar. Vivienda de 3 habitaciones. Distrito 15"

Dentro del análisis del precio, el último aspecto a analizar ha sido la disposición a pagar por las siguientes variables: trastero, garaje, instalaciones comunes y vivienda-ático. La siguiente tabla recoge los valores medios para el Distrito de Rascanya.

Estadísticos descriptivos

	N	Mínimo	Máximo	Media
PRECIO_ATICO	41	28000	350000	244829,27
PRECIO_INSTALACIONES_COMUNES	41	0	50000	10463,41
PRECIO_GARAJE	41	0	50000	23243,90
PRECIO_TRASTERO	41	0	30000	15024,39
N válido (según lista)	41			

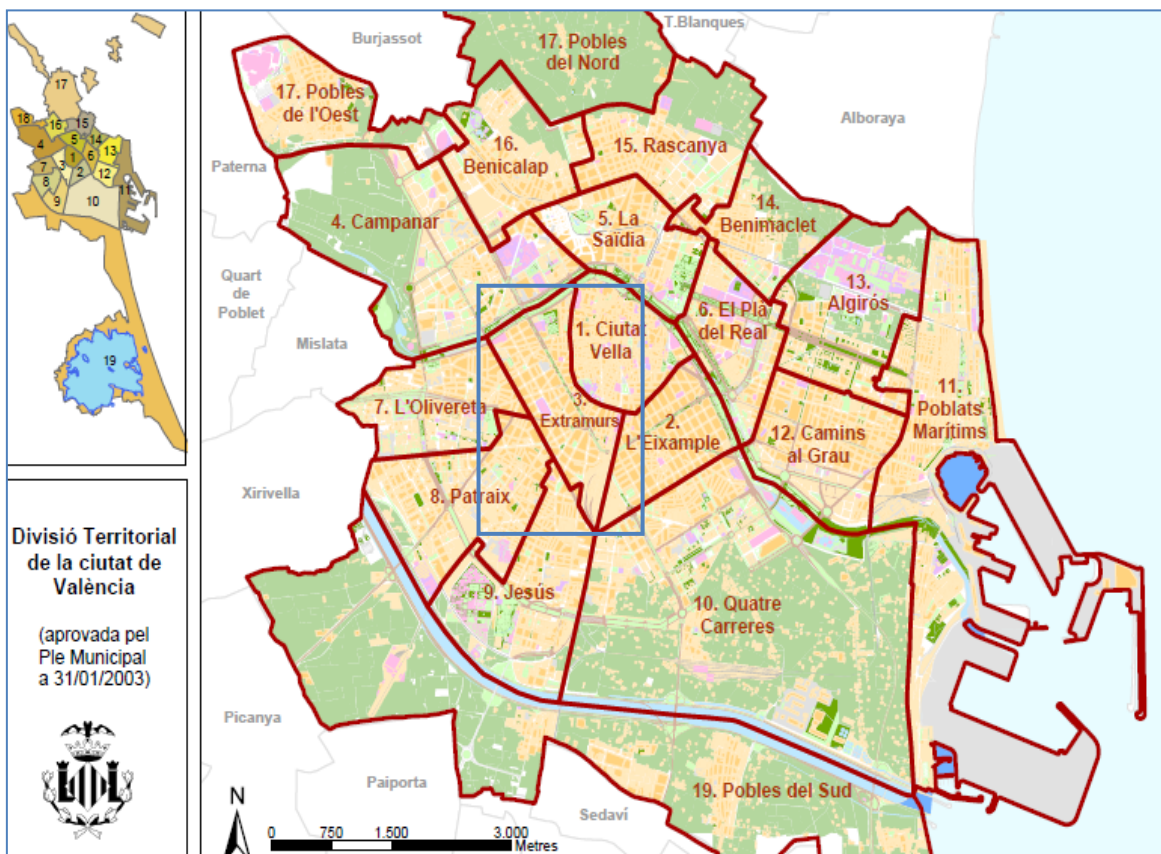
Fuente: Elaborado en el taller 30 de PFG. Estudio viabilidad en la edificación de la ETSIE. UPV.

Tabla 21: “Media de la disposición a pagar por trastero-garaje-instalaciones deportivas-ático. Distrito 15”

Los resultados muestran cómo el precio medio a pagar por un ático sería de 244.829,27 euros, el precio de las instalaciones comunes 10.463,41 euros a incrementar al precio de la vivienda, por una plaza de garaje de 23.243,9 euros y por el trastero un importe de 15.024,39 euros.

ZONA 2. “EXTRAMURS”

DISTRITO NÚMERO 3 DE LA CIUDAD DE VALENCIA



Fuente: Ayuntamiento de Valencia.
Figura 71: “Distritos de Valencia”

DESCRIPCIÓN DEL DISTRITO

Extramurs, es el nombre que recibe el distrito número 3 de la ciudad de Valencia. Está situado, como se muestra en la imagen, en el centro de la ciudad, limitando al norte con Campanar, al este con Ciutat Vella (Valencia) y Eixample, al sur con Jesús y al oeste con Patraix y L'Olivereta. Y está compuesto por cuatro barrios: Botànic, La Roqueta, La Petxina y Arrancapins.

Según datos del ayuntamiento, en el año 2010 Extramurs, contaba con una extensión territorial de 197.20 hectáreas y una población de 50.036 habitantes, de los cuales 22.854 eran hombres y 27.182 mujeres. Además, la mayoría de ellos tenían una edad de entre los 35 y 39 años, caracterizándose así, por ser una población joven e igualada en cuanto a sexo y edad, si no tenemos en cuenta a las personas mayores de 70 años, ya que a partir de estos se empieza a notar la diferencia, situándose por niveles superiores al doble para edades mayores de 84, 485 hombres frente a 1.348 mujeres. Por otro lado, también hay que señalar el número de extranjeros, que aunque no es tan alto como en otras partes de Valencia es una cifra significativa, en Extramurs, son inmigrantes el 14,9% y viniendo, la mayoría de ellos, de América del Sur.

La mayoría de las casas fueron construidas entre 1941 y 1960 pero la década aproximada de la creación de la zona fue durante los años 1800 y 1900, lo que hace que nos encontremos edificaciones muy antiguas a lo largo de todo el distrito, y aunque la mayoría de ellas están muy bien conservadas, otras tantas están en estado de abandono.

En cuanto al nivel cultural de los residentes, solo un 0.80% de ellos son analfabetos, un 18,93% tiene estudios secundarios y un 29,90% son diplomados o licenciados. En el mercado laboral, hay menos ocupados que parados, de un total de 21.130, 18.362 es población ocupada frente al 20.134 de desocupado. En esta última cifra cabe destacar que 12.932 de esas personas son mujeres. Por otro lado, la actividad económica de la zona está regida por el sector servicios, concretamente por la hostelería y por los transportes y comunicaciones.

Extramurs cuenta con muy buenos accesos por carretera. Al norte delimita con el Paseo de la Pechina, por el sur por la calle San Vicente Mártir y la calle Bailen, al oeste con la Avenida Pérez Galdós y al este con la calle de Guillem de Castro. Por el centro del distrito, separando dos a dos los barrios transcurre la gran Vía Fernando "El Católico", esto junto con todo tipo de transporte urbano hace posible desplazarse a cualquier punto de la ciudad.

Hay pocos parques y jardines, aunque los que hay tienen grandes dimensiones e instalaciones. Los dos más importantes son los jardines del río Turia y el Jardín Botánico, que le da nombre a uno de los barrios. Estos estarán desarrollados y comentados en el barrio que les corresponde

Por otro lado, el comercio de la zona, lo forman todo tipo de pequeñas y medianas superficies, están desde las tiendas de barrio, sobre todo en el interior, hasta los supermercados, como Consum, Opencor o Mercadona. En toda su extensión no encontramos ni una gran superficie.

En cuanto a la educación, Extramurs es un barrio que cubre muy bien la demanda, ya que en toda la zona hay un total de veinticinco centros de educación infantil, de los cuales solo tres de ellos son públicos, nueve de educación primaria, de los cuales también solo tres son públicos, siete de educación secundaria, con uno público, seis ofertan bachiller y siendo públicos, solo uno. Para formación de FP medio y superior ofrece respectivamente siete y cinco.

Los edificios más relevantes o significativos que podemos encontrar en Extramurs son:

El mercado de Abastos:

Está situado en el barrio de Arrancapins, en la calle Alberic.

El antiguo mercado de abastos, fue considerado en su época uno de los mejores de Europa. El edificio tiene una arquitectura sencilla y una decoración historicista del barroco local, su arquitecto fue Javier Goerlich Lleó. En origen, tenía, además de los puestos para la venta: dependencias administrativas, oficina de especies grabadas, servicio de inspección veterinaria, estanco, cafetería, etcétera.

A finales de los ochenta se decide su utilización para equipamiento públicos del barrio. Se opta así, dada la geometría del edificio, por una rehabilitación que albergue en su ala norte dotaciones de enseñanza y en su ala sur equipamientos deportivos. Con esos criterios, se rehabilita a principios de los 90 el ala norte albergando dos institutos. Por su parte, el ala sur, está dotado de una moderna instalación deportiva, esta instalación convirtiéndose en el exponente máximo de la reconversión de antiguos edificios en espacios aptos para la más moderna y variada práctica deportiva.

Recientemente, ocupa dos manzanas completas, con una superficie total de 23.800 metros cuadrados. El edificio está rodeado por calles interiores separadas del exterior por una gran verja de hierro con pilastras de piedra caliza.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 72: "Mercado de abastos situado en el distrito de Extramurs"

La Iglesia de San Vicente de la Roqueta

Esta iglesia llamada hoy iglesia de Cristo Rey, se situada en el barrio de la Roqueta, y en la calle San Vicente Mártir. Tanto la calle como el barrio reciben su nombre por esta.

La iglesia primitiva fue construida sobre un montículo de roca, donde se construyó un "martyrium" sobre su tumba, fuera de las murallas de la ciudad y, junto a la antigua Vía Augusta que atraviesa la ciudad de Valencia, donde recibió martirio el diácono Vicente a principios del siglo cuarto. En ella se veneraron los restos del mártir durante siglos (Ayuntamiento de Valencia)

Jardín Botánico y estación del Norte

Estos también son una importante del distrito número 3 de la ciudad de Valencia, el primero está situado en el barrio del Botánico, el segundo en la Roqueta, y ambos están comentados detalladamente en cada uno de ellos.

Complejo la Petxina, 1902

Está situado en el barrio de la Petxina y en el paseo de la Paseo de la Pechina 42, dándole nombre así, al complejo.

Proyectado en 1895 como matadero municipal, de carácter industrial, su planta, sobre un terreno de 12.875 m², está formada por tres naves de matanza en las que se distribuían las distintas clases de ganado.

En su momento fue considerado el mejor matadero de España. En la actualidad tras una completa y eficaz restauración se ha convertido en un centro deportivo-cultural dependiente del Ayuntamiento, dotando al edificio de nuevos servicios como piscina o residencia para deportistas de elite, al tiempo que se han adecuado las viejas naves para gimnasio, polideportivo bibliotecas, salones de reuniones y servicios complementarios (Guía de Arquitectura de Valencia" CTAV 2007).



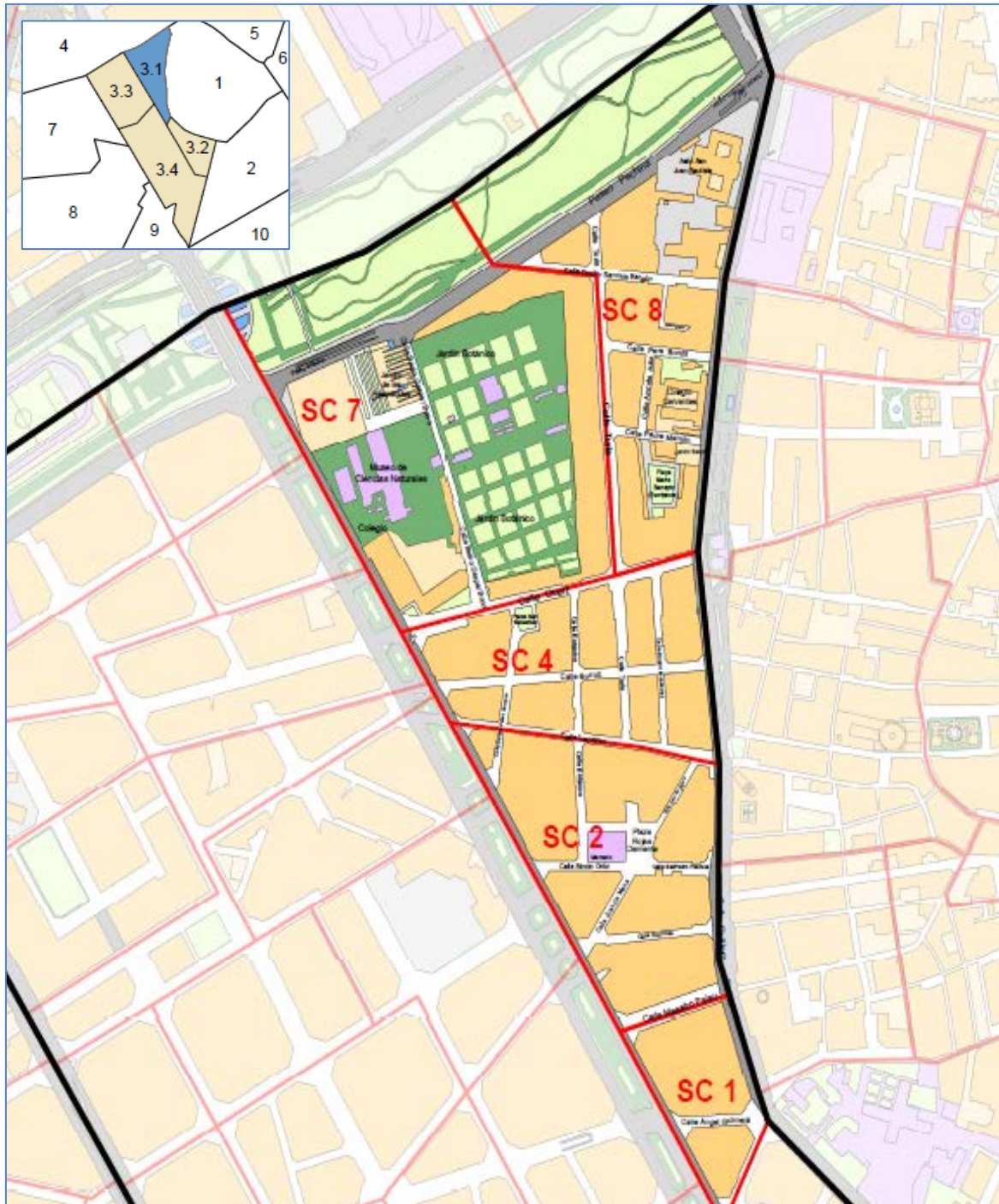
Fuente: Elaboración propia.

Figura 73: "Complejo La Petxina, situado en distrito de Extramurs"

DESCRIPCIÓN DE CADA UNO DE LOS BARRIOS DE RASCANYA

Barrio 1. El Botánic

Este es el nombre que recibe el barrio número 1 del distrito de número tres de Valencia. En la siguiente imagen se muestra la situación del barrio dentro del distrito, como se puede ver, es el que más al noreste está situado.



Fuente: Ayuntamiento de Valencia
Figura 74: "Barrio de El Botánico"

Los accesos y el transporte público

El Botánic cuenta con muy buenos accesos por carretera ya que está situado entre tres grandes vías, el Paseo de la Pechina, Gran Vía Fernando el “Católico” y la calle Guillem de Castro. (Fig. 74). Además el transporte público, las bicicletas y el autobús, hace que esté bien comunicado con el resto de zonas de la ciudad.

Bicicletas. En Valencia hay un servicio de bicicletas municipales llamado Valenbisi, al que ya se ha hecho referencia con anterioridad y con el que puedes desplazarte por todo el término municipal. En este barrio encontramos tres estaciones, situado en la calle Guillem de castro, numero 87 y 145 y en la calle Fernando “El Católico” En la figura 75 se muestra el emplazamiento dentro del barrio.

Metro. La ciudad cuenta con tres líneas de metro, la línea 1 une Bétera con Villa Nueva de Castellón, la línea 3 Manises con Rafelbuñol y la 5 Neptu con Torrent o Manises. En El botánic hay dos paradas, la de Turia, en la que tiene parada la línea 1 y Ángel Guimerá, en la que se cruzan todas ellas, confiriéndole así la característica de sitio estratégico para el desplazamiento por la ciudad y sus proximidades, en metro.

Autobuses. La ciudad cuenta con más de cincuenta líneas de autobús, doce de ellas nocturnas. De todas ellas al barrio llegan las siguientes:

2 La Malva-Rosa - Campanar	70 La Fontsa - Alboraya
5 Interior	72 Sant Isidre - Pl. de L'Ajuntament
7 Mislata - Fta. Sant Lluís	73 Sant Isidre - Parreta
60 Av. Baro de Carcer - Torrefiel	80 Circular - Grans Vies
61 Hospital A. Vilanova - Pl. De L'Ajuntament	81 Hospital General - Av. Blasco Ibañez
62 Benimamet - Estacio Nord	N3 Pl. de L'Ajuntament - F. Catolic / Benimamet
63 Noves Facultats - Estacio Nord	N4 Pl. de L'Ajuntament - Av.cid/Mislata
64 Benicalap - Est. J. Sorolla / Nou hosp. La Fe	N5 Pl. de L'Ajuntament - Sant Isidre/La Fontsa

En la figura 75 se muestra la situación, bien distribuida, de todas las paradas.

A parte de estas grandes avenidas, en el interior del barrio las calzadas son estrechas, la mayoría de ellas son de un solo carril y dirección, lo que hace que la contaminación acústica disminuya según nos vamos adentrando en el barrio, aun que no lo suficiente, ya que en esta zona la contaminación acústica es muy elevada, debido a las grandes vías que la rodean y a la gran cantidad de tráfico rodado. Las aceras son en general estrechas aun que también se encuentran aceras anchas y accesibles. En todas las calles hay zonas de aparcamiento público, aunque también cuenta con garajes de uso privativo.



Fuente: Ayuntamiento de Valencia.

Figura 75: "Situación de las paradas de Valenbisi, autobús y metro en El Botánico"

Zonas verdes

Dentro del barrio hay dos zonas verdes muy relevantes. Una de ellas es la que le da el nombre al barrio, el jardín botánico, la otra los jardines del antiguo cauce del río Turia, ambas están situadas en la parte norte del barrio como podemos ver en la figura 76.

El jardín Botánico

En su página web podemos leer un poco sobre su historia. El jardín se fundó en el año 1567. A lo largo de 200 años fue un huerto de plantas medicinales, vinculado a los estudios de Medicina. Hasta el s. XIX ocupó diversos emplazamientos en la ciudad de Valencia. Fue en el año 1802 cuando la Universidad lo situó definitivamente en el Huerto de Tramoyeres, fuera de los muros de la ciudad, en las inmediaciones del convento de San Sebastián, cerca de las Torres de Quart. A lo largo del s. XIX se impartieron clases de botánica y se realizaron experiencias de aclimatación de plantas de interés agrícola. Durante el s. XX, el Botánico sufrió un largo periodo de abandono hasta que, en el año 1987, la Universidad de Valencia inició un proceso de restauración integral que concluyó en el 2000.

Actualmente el Jardín dedica su investigación al conocimiento de la diversidad vegetal, la conservación de las especies raras, endémicas o amenazadas de la flora mediterránea y la conservación de los hábitats naturales. Además, tiene una incesante actividad educativa y cultural llevada a cabo por los gabinetes de didáctica y de cultura y comunicación. Entre sus colecciones destacan: las palmeras adultas, una de las mayores de Europa, los invernaderos, umbráculo, las plantas acuáticas y el aviario.

La entrada cuesta dos euros en la mayoría de los casos, por ejemplo si eres estudiante de la UPV o familia numerosa o desempleado, hay tarifas reducidas e incluso gratuitas. Además también se pueden encontrar abonos especiales para los amantes de la naturaleza. Abre todos los días, excepto los días con viento y lluvia, y los festivos 25 de diciembre y 1 de enero. Se puede encontrar más información en su página web, www.jardibotanic.org.



Fuente: elaboración propia.

Figura 76: "Paseos, arquitectura e invernaderos del jardín Botánico"

Jardín del Turia

El 14 de octubre de 1957 la gran riada de Valencia inundó la ciudad y causó la muerte de alrededor de un centenar de personas por lo que se decidió que el Turia no podía seguir pasando por el centro de Valencia. De modo que, mediante el "Plan Sur" se decide trasladar el río y convertir el cauce que atraviesa la ciudad en un jardín público (Ayuntamiento de Valencia)

En la actualidad el parque es un lugar de encuentro referente en Valencia y uno de los parques más grande de toda España. Además el parque posee integrado en su interior la Ciudad de las Artes y las Ciencias, el Parque Gulliver, el Palau de la Música, el Parque de Cabecera, el Bioparc y el Zoo de Valencia.

Estos jardines están divididos en once tramos, el tramo ubicado en este barrio es el IV, situado entre el puente de "Las Glorias Valencianas" y el de "Las Artes", dodo él, está dotado de mobiliario urbano, zona infantil de juegos, pista de patinaje, de petanca, carril bici, además de otras como un rocódromo infantil o un bar, haciendo que este sea un lugar de encuentro.



Fuente: elaboración propia.
Figura 77: "Jardines del Turia"

El comercio

En esta zona, está basado en pequeñas tiendas de barrio de todo tipo, sobre todo de alimentación, moda y prensa, también cuenta con un mercado municipal, en la calle Rojas Clemente. No hay grandes ni medianas superficies comerciales, en todo el barrio solo disponen de un supermercado, Consum situado en la calle San Pedro Pascual, 13, en la parte sur del barrio.

El ocio

La oferta en este barrio en cuanto a ocio es bastante variada. Ofrece desde bibliotecas públicas para todas las edades (biblioteca pública municipal María Beneyto, situada en la calle Padre Manjón, 1) pasando por teatros, entre los que encontramos el Teatro de Marionetas La Estrella, en Sanchís Bergón, 29, El Marionetari, en Turia, 41 y El Micalet en Mestre Palau, 3, hasta algunos bares, pub y restaurantes.

En El Botánic encontramos además, dos museos. El primero es el museo de las ciencias naturales P. Ignacio Sala S.J. en la calle Fernando el Católico, 78 en él se encuentran unas extensas colecciones de minerales fósiles, anfibios, reptiles, peces mamíferos, preparaciones microscópicas y la ornitología, que es la más representativa. Haciendo de este museo uno de los más importantes de la Comunidad Valenciana (Ayuntamiento de Valencia). El segundo, es el museo Valenciano de Historia Natural, en la calle Pechina, 15 es una institución para la divulgación, conservación e investigación en torno a la Historia Natural de la Comunidad Valenciana. Además, este último cuenta con la fundación entomológica Torres Sala, donde se ofrecen cursos para profesores y actividades para escolares y universitarios.

El barrio también cuenta con el centro social para personas mayores “Reino de Valencia”, en el que se ofrecen actividades físicas, recreativas y socio-culturales a personas mayores, creando así un espacio de ocio y entretenimiento también, para la tercera edad.

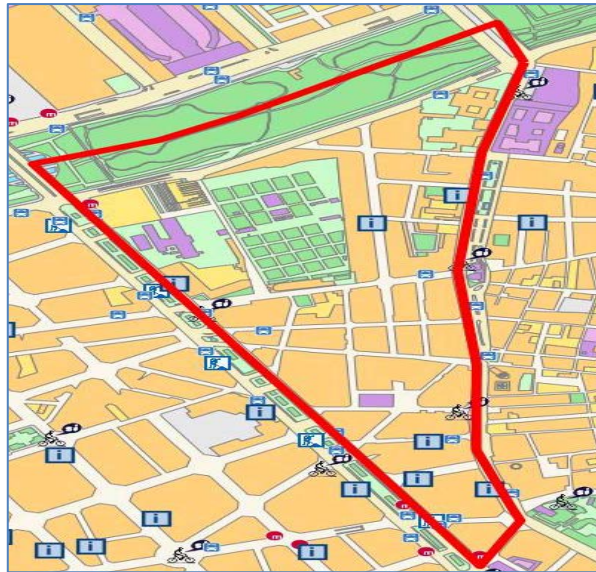
La sanidad

En cuanto a la sanidad, no cuentan con ningún hospital. Para la atención primaria, actualmente cuenta con el centro de salud Guillen de Castro, en la calle que le da nombre. Además el centro municipal de servicios sociales y actividades para personas mayores al que se ha hecho referencia con anterioridad. Bien distribuidas por todo el barrio hay cinco farmacias.

La educación

Hay una gran oferta de educación infantil, y de formación profesional, pero la formación secundaria y universitaria es inexistente. A continuación se detalla la situación de cada uno de ellos y la oferta educativa que imparten. Los centros de formación profesional y el colegio son públicos. Más abajo, en la figura 77 aparecen situados en el plano cada uno de ellos.

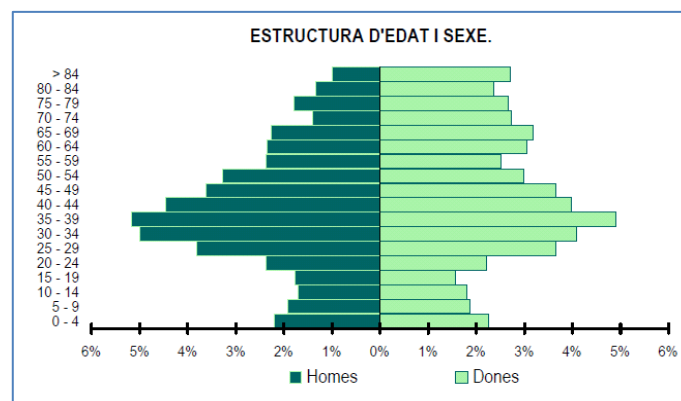
Nombre	Situación	Oferta
Centro de educación infantil Lilliput	Fernando el católico, 76 bajo	0-3 años
Centro de educación infantil Turia	Turia, 49 -BJ	0-6 años
Centro de educación infantil Bambini	Guillen de Castro, 67 bajo	0-6 años
Colegio público Cervantes	Guillen de Castro, 153	Educación infantil y primaria
Centro de formación profesional específica Pax	Espinosa, 5	Grados medios y superiores en administración, informática, sanidad, hostelería y turismo y servicios socioculturales
Centro de formación profesional específica Daniel Matallin, s.l.	Maestro Palau, 7, 9 y 10	Grados medios en estética y peluquería



Fuente: Ayuntamiento de Valencia.
Figura 78: "Centros educativos en el barrio de El Botánico"

Su población

Según datos del Ayuntamiento de Valencia, en 2010, la población de El Botánico aumento en 66 personas, datos muy positivos para el barrio ya que la tendencia es a la disminución. Actualmente cuenta con 6.727 habitantes, de los cuales 3.214 son hombres y 3.513 mujeres. Además, se caracteriza por ser una población joven, con una media de edad comprendida entre los 35 y 39 años, destacando además, el porcentaje de menores de cuatro años, que ronda el 2% de la población. Si nos fijamos en la pirámide, podemos deducir que este barrio lo forman familias de entre 30 y 45 años con niños pequeños. En el caso de los hombres, es mucho mayor el porcentaje de ancianos.



Fuente: Ayuntamiento de Valencia.
Figura 79: "Población por sexo y edad en el barrio de El Botánico"

Barrio 2. La Roqueta

La Roqueta, es el nombre que recibe el barrio número 2 del distrito, recibe el nombre de un pequeño montículo rocoso rodeado de marjales, situado en las inmediaciones de la actual iglesia de San Vicente, por donde se arrojó el cadáver de San Vicente Mártir tras sufrir martirio el año 34 (Enciclopedia Temática de la Comunidad Valenciana). En la siguiente imagen se muestra la situación del barrio dentro del distrito, como se puede ver, está situado en la zona centro.



Fuente: Ayuntamiento de Valencia
Figura 80: "Barrio de La Pechina"

El barrio de La Roqueta, está situado en el centro de la ciudad y limita al norte con El Botànic y Sant Francesc, al este con Ruzafa y al sur y al oeste con Arrancapins.

Es un barrio en el que predomina el uso residencial. La mayor parte de los edificios fueron construidos entre los años 1930 y 1950, lo que se verá reflejado en la arquitectura del barrio. Dentro de este, podemos distinguir dos zonas según su tipo de arquitectura, la zona más antigua es la situada más al sur, en esta, los edificios son más bajos, con un número máximo de cuatro plantas, y en las fachadas se ve reflejada una arquitectura mucho más clásica. En la zona superior, la arquitectura de los edificios es mucho más simple, y la altura de los edificios se ve incrementada en dos o tres plantas.

Todas las viviendas son plurifamiliares, con una construcción en altura y una distribución en manzana compacta. En cuanto a la tipología de los cerramientos, la mayor parte de ellos son enfoscados, aunque encontramos muchos edificios de ladrillo cara vista, sobre todo en la parte menos antigua.

Los accesos y el transporte público

Cuenta también, con muy buenos accesos por carreteras, ya que está rodeado por dos grandes vías, por la parte sur, la Gran Vía Fernando el Católico y por el norte, la calle de Guillem de Castro. En cuanto al transporte público, el medio que facilita la comunicación del barrio con otros puntos de la ciudad, ya que es el que más predomina, es el autobús, aunque también cuenta con metro y bicicletas.

Bicicletas. En este barrio encontramos tres estaciones de bicicletas, dos de ellas situadas en la calle de Bailen y la tercera en la Plaza España. En la figura 81 se muestra en emplazamiento de todas ellas.

Metro. Como ya se ha dicho con anterioridad, Valencia cuenta con tres líneas de metro, la línea 1 une Bétera con Villa Nueva de Castellón, la línea 3 Manises con Rafelbuñol y la 5 Neptu con Torrent o Manises. El barrio cuenta con tres paradas, la de Xativa y la de Bailen, en las que tienen parada las líneas 3 y 5 y la parada de Plaza Espaya que cubre la línea 1, estando así, dotado de todos los servicios del metro.

Autobuses. La ciudad cuenta con más de cincuenta líneas de autobús, doce de ellas nocturnas. De todas ellas al barrio llegan las siguientes:

2 La Malva-Rosa - Campanar
3 av. Del Cid - Natzaret
10 Benimaclet - Sant Marcel.li

11 Patraix - Orriols
17 Sant Pau - Pl. De L'Ajuntament
27 La Torre - Mercat Central

- | | |
|--|--|
| 61 Hospital A. Vilanova - Pl. De L'Ajuntament | 80 Circular -Grans Vies |
| 63 Noves Facultats - Estacio Nord | 90 Circular - Ronda Transits |
| 64 Benicalap - Est. J. Sorolla / Nou Hosp. La Fe | N3 Pl. De L'Ajuntament -F. Catolic / Benimamet |
| 70 la Fontsa - Alborai | N4 Pl. De L'Ajuntament -Av.cid/Mislata |
| 71 La Llum - Universitats | N5 Pl. De L'Ajuntament -Sant Isidre/La Fontsa |
| 72 Sant Isidre - Pl. De L'Ajuntament | N6 Pl. De L'Ajuntament -Jesus/La Torre |

En la imagen siguiente se muestra la situación de las paradas dentro del barrio.



Fuente: Ayuntamiento de Valencia.
Figura 81: "Valenbisi, metro y autobuses en La Pechina"



Fuente: Ayuntamiento de Valencia.
Figura 82: "Aparcamiento privado y ORA en La Pechina"

El tren. En este barrio está la Estación del Norte. A ella llegan trenes tanto de corto como de largo recorrido comunicándose así, mediante tren, con todo su término provincial, además de con distintos puntos del resto de España. Toda la información está registrada en la página web de Renfe.

Pero además de ser un transporte más, hay que señalar también, la importancia del edificio que lo contiene, la Estación del Norte, uno de los edificios más emblemáticos de la ciudad. Situada en pleno centro de la capital valenciana, junto a la Plaza de toros, fue construida entre 1906 y 1917, diseñado por el arquitecto Demetri Ribes (Ayuntamiento de Valencia).

La entrada principal a la estación está situada en la calle Játiva 24, aunque también tiene otro acceso por la calle Bailén esquina Matemático Marzal. El conjunto de vías y edificio está rodeado

por las calles Alicante y Bailén al este y oeste respectivamente y Játiva al norte. Al sur discurre el haz común de líneas ferroviarias que parten de esta estación terminal.



Fuente: Elaboración propia
Figura 83: "Estación del Norte"

La tipología de las calzadas en el interior del barrio, es la misma que en el barrio vecino, calzadas estrechas de una sola dirección y sentido, lo que permite la existencia de una gran cantidad de aparcamiento público a ambos lados de la calzada, con la única excepción de la calle San Vicente Mártir, y las grandes Vías que rodean al barrio, que poseen más de un carril. Algunas de las calle (Fig. 82) tienen aparcamiento de ORA.

Zonas verdes

En toda la extensión que comprende el barrio de la Roqueta solo encontramos una zona verde y de dimensiones más bien pequeñas, esta situada en la Plaza Vannes (Fig. 82). Es una zona dedicada al esparcimiento tanto de niños como de adultos, ya que en ella encontramos tanto mesas de una terraza de la cafetería como zona infantil de juegos.

La sanidad

En todo el barrio no encontramos ni un hospital y ni un centro de atención primaria, por tanto la sanidad esta, únicamente cubierta por las tres farmacias que encontramos. Debido a esto, podemos decir que hay una falta de recursos sanitarios.

El comercio

Aquí el comercio está basado también en pequeñas tiendas de barrio de todo tipo, sobre todo de alimentación, moda y prensa, muchas de ellas están regentadas por inmigrantes. En todo el barrio encontramos un Mercadona, de dimensiones reducidas, en la calle Convento Jerusalén, 15. En la calle Matemático Marzabla, 6 podemos encontrar también, el mercado municipal de Jerusalén

El ocio

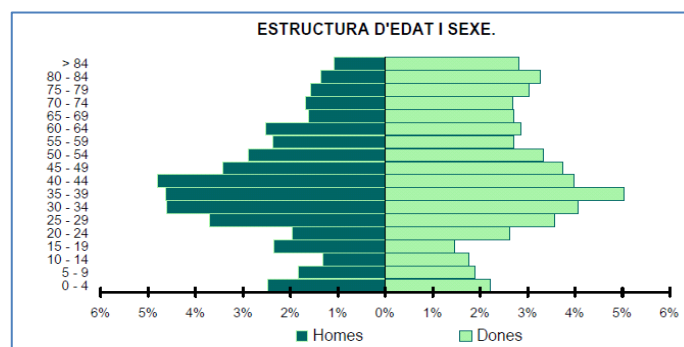
En cuanto a las opciones de ocio, son todavía más reducidas que las del barrio vecino. En todo el barrio no hay ni una sola biblioteca, ni museos, ni cines, ni teatros. Lo que sí hay, son dos discotecas bastante conocidas, La Indiana, en la calle San Vicente mártir, 95 y la Gran Caimán Salsa, en la calle Convento de Jerusalén, 55, además de numerosos bares y restaurantes.

La educación

Este apartado también es bastante escaso en la Roqueta. En todo su extensión solo encontramos un centro de educación infantil, de 0 a 6 años, El Arrullo, situado en la calle Convento Jerusalén, 53.

Su población

Según datos del Ayuntamiento de Valencia, en 2010, La Roqueta cuenta con 4.564 habitantes, de los cuales 2.110 son hombres y 2.454 mujeres. Además, se caracteriza por ser una población adulta, con una media de edad comprendida entre los 40 y 44 años. En este caso, al igual que en barrio del Botánic, también hay una gran diferencia entre el porcentaje de ancianos de sexo masculino y femenino, un 1% de mujeres frente a un 3% de hombres. Además, este barrio cuenta también, con un alto nivel de inmigración, con un porcentaje del 22,5.

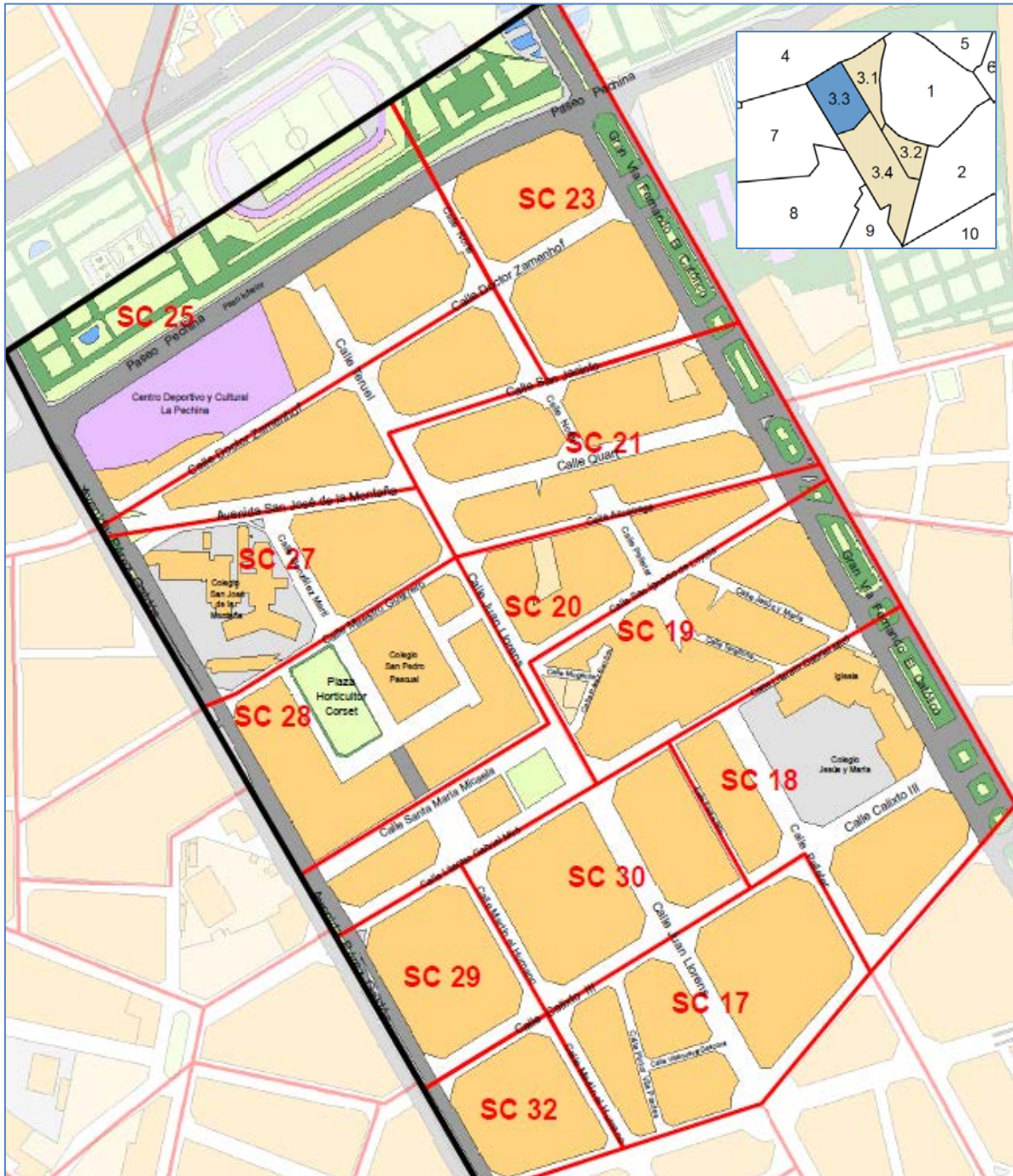


Fuente: Ayuntamiento de Valencia

Figura 84: "Población respecto al sexo y la edad en La Roqueta"

Barrio 3. La Petxina

La Petxina es el nombre que recibe el barrio número 3 del distrito de Extramurs. En la siguiente imagen se muestra la situación del barrio dentro del distrito, como se puede ver, está situado en la parte más al noroeste del distrito.



Fuente: Ayuntamiento de Valencia
Figura 85: "Barrio La Petxina"

La mayor parte de los edificios de este barrio fueron construidos entre los años 1940 y 1980, la época en la que más se construyó fue entre 1940 1960 (Ayuntamiento de Valencia) En la Petxina, como en los demás barrios, predomina el uso residencial, las viviendas son plurifamiliares con una distribución en manzana compacta y un número medio, cinco. La mayor parte de las fachadas son enfoscadas o de ladrillo cara vista. De forma excepcional, en la calle Tarazona hay unas construcciones muy antiguas, de una o dos plantas de las cuales, gran parte de ellas están abandonadas.

Los accesos y el transporte público

La Petxina cuenta con muy buenos accesos por carretera ya que está situado entre dos grandes vías, la avenida de Pérez Galdós y la Gran vía Fernando el Católico (Fig. 86). Además el transporte público, las bicicletas, el taxi y el autobús, hace que esté bien comunicado con el resto de zonas de la ciudad.

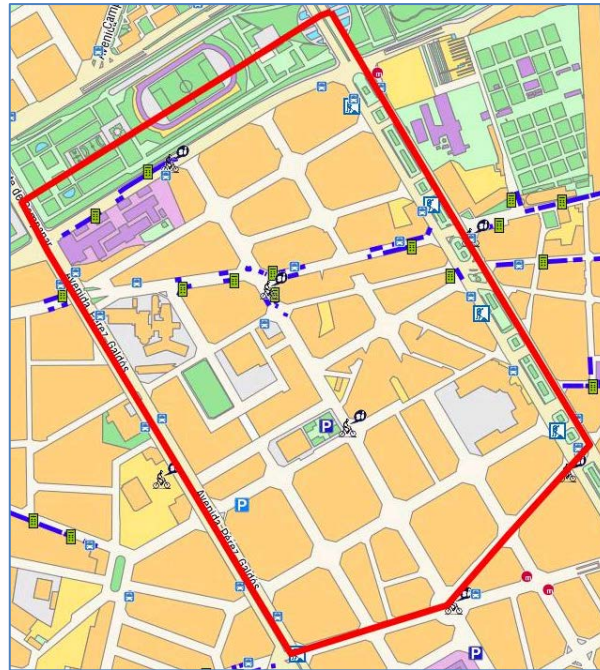
Bicicletas. En este barrio encontramos cinco estaciones de bicicletas, cuatro de ellas situadas, en la calle de Juan Llorens y la otra en el cruce de Erudito Orellana con Fernando el Católico.

Autobuses. La ciudad cuenta con más de cincuenta líneas de autobús, doce de ellas nocturnas. De todas ellas al barrio llegan las siguientes:

2 La Malva-Rosa - Campanar	73 Sant Isidre - Parreta
7 Mislata - Fta. Sant Lluís	79 circular - Grans Vies
17 Sant Pau - Pl. De L'Ajuntament	81 hospital general - av. Blasco Ibáñez
29 Mislata - Universitats	90 Circular - Ronda Transits
60 AV. BARO DE CARCER - TORREFIEL	95 Parc de Capcalera - Ctat. Arts i Ciències
61 Hospital A. Vilanova - Pl. De L'Ajuntament	N3 Pl. De L'Ajuntament - F. Catolic / Benimamet
62 Benimamet - Estacio Nord	N4 Pl. De L'Ajuntament - Av.cid/MislataN3
63 Noves Facultats - Estacio Nord	N90 Circular - Ronda Transits
64 Benicalap - Est. J. Sorolla / Nou Hosp. La Fe	

En la figura 86 se muestra la situación, bien distribuida, de todas las paradas

A parte de dos grandes avenidas, en el interior del barrio las calzadas son estrechas, la mayoría de ellas son de un solo carril y dirección, lo que hace que la contaminación acústica disminuya según nos vamos adentrando en el barrio. Las aceras son anchas y accesibles. En todas las calles hay zonas de aparcamiento público, aunque es dos de sus calles, Paseo de la Pechina y Quart, son aparcamientos de ORA. También cuenta con dos garajes de uso privativo y uno público, este último en la calle del Literato Gabriel Miró.



Fuente: Ayuntamiento de Valencia.

Figura 86: "Valenbisi, autobuses, aparcamientos y zonas ORA en La Petxina"

Zonas verdes

En todo el barrio hay únicamente dos zonas verdes, una es la que forma parte de los jardines del antiguo cauce del río Turia, y la otra está situada en la plaza Horticultor Corset, esta, está dotada de mobiliario urbano y zona de juegos infantil, por lo que se hace mucho uso de él.

Los jardines del Turia. Como ya hemos comentado en con anterioridad, 1957 es el año que Valencia sobre "la gran riada" a partir de la cual surge el proyecto que consiste en trasladar el río y convertir el cauce en jardines públicos. También se ha comentado la división de estos en tramos, el que le pertenece a este barrio, es el tramo III, que es el que se encuentra situado entre el puente de Campanar y el de Las Glorias Valencianas.

Se trata de una zona de carácter deportivo, en la parte central están las pistas polideportivas y de atletismo. Bajo el puente de las Glorias Valencianas (Ademúz) existe un gran estanque circular recorrido por caminos irregulares donde tres grandes chorros de agua se destacan a lo lejos. Los árboles son muy variados, destacando los naranjos, pinos piñoneros, palmeras datileras, tilos, almeces, alcornoques y encinas (Ayuntamiento de Valencia). Además, está dotado de mobiliario urbano, zona infantil de juegos, pista de patinaje, carril bici y un bar, haciendo que este sea un lugar de encuentro y esparcimiento.



Fuente. Elaboración propia
Figura 87: "Jardines del Túria"

El comercio

En esta zona, está basado en pequeñas tiendas de barrio, muchas de ellas regentadas por inmigrantes. No hay grandes superficies comerciales. En el barrio encontramos dos supermercados, un Mercadona, en la calle Quart, 120 y un Operncor en Gran Vía de Fernando "El Católico", 43

El ocio

Las opciones de ocio son bastante reducidas. Cuenta con una biblioteca pública municipal, biblioteca municipal de la Petxina, situada en la calle que le da nombre, en el número 42. Cuenta con sección infantil. No cuenta con teatros, ni museos, ni cines, ni centros juveniles.

Entre las instalaciones deportivas que tiene el barrio encontramos el Complex Esportiu-cultural Petxina, en el paseo que le da nombre, numero 42. Este es el resultado de la rehabilitación de un antiguo edificio de finales del siglo XX, un matadero municipal, convertido a día de hoy en uno de los estandartes de las instalaciones deportivas de la ciudad. En él se imparten todo tipo de actividades deportivas para todas las edades, desde natación para recién nacidos, hasta gimnasia para la tercera edad. También cuenta con las instalaciones deportivas de los jardines del Turia, como se ha comentado con anterioridad.

En cuanto a los bares, hay una gran oferta, sobre todo en la parte sur del barrio, al igual que los pub. También hay bastantes restaurantes, estos bien distribuidos por toda la zona.

La sanidad

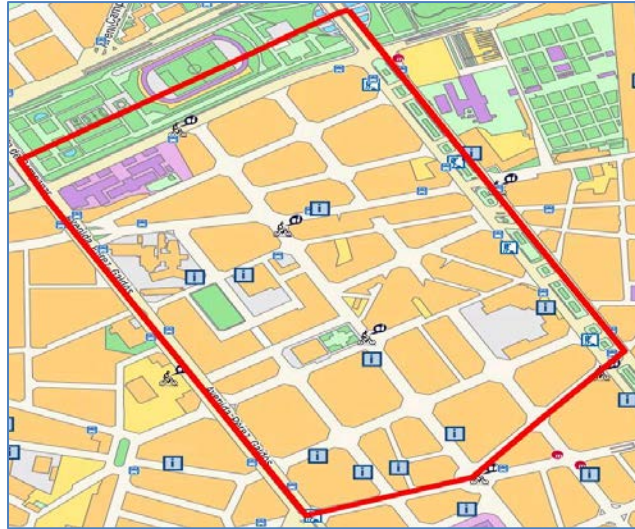
En cuanto a la sanidad, en medio del barrio, en la calle Juan Llorens, 8 está el centro de especialidades Juan Llorens, los centros de especialidades son instituciones sanitarias que prestan la atención a la población en régimen ambulatorio, integrados totalmente en el hospital como una prolongación de las consultas externas del mismo. Además bien distribuidas por todo el barrio hay siete farmacias.

Como se ha dicho antes, es un barrio de uso residencial, por lo que no cuenta con zonas de oficinas ni naves industriales. Tampoco encontramos ningún otro tipo de instalaciones como pueden ser comisarías o bomberos.

La educación

Hay una gran oferta de educación infantil, primaria y secundaria. A continuación se detalla la situación de cada uno de ellos y la oferta educativa que imparten. Solo el colegio Teodoro Llorente es un colegio público. Todos ellos ofertan comedor, y el colegio Jesús- María además de ello, transporte. Más abajo, en la figura 88 aparecen situados en el plano cada uno de ellos.

Nombre	Situación	Oferta
Centro de educación Infantil Little Friends	Martín el Humano, 26	0-3 años
Centro de educación Infantil Dumbo	Pintor Vila Prades, 9 - bajo	0-6 años
Centro de educación Infantil Chiquitín	Juan Llorens, 26 - Bajo	0-6 años
Centro de educación Infantil La Aurora	Quart, 132 – Bajo	0-6 años
Colegio público Teodoro Llorente	Juan Llorens, 59	Infantil. Primaria
Colegio Jesús – María	Fernando el Católico, 37	3-6 años. Primaria. E.S.O. Bachillerato.
Colegio San Pedro Pascual	Maestro Guerrero, 3	4-6 años. Primaria. E.S.O. Bachillerato.
Colegio Inmaculado Corazón de María	González Martí, 4	3-6 años. Primaria. E.S.O. Bachillerato.
Centro europeo de formación	Calixto iii, 49	Informática



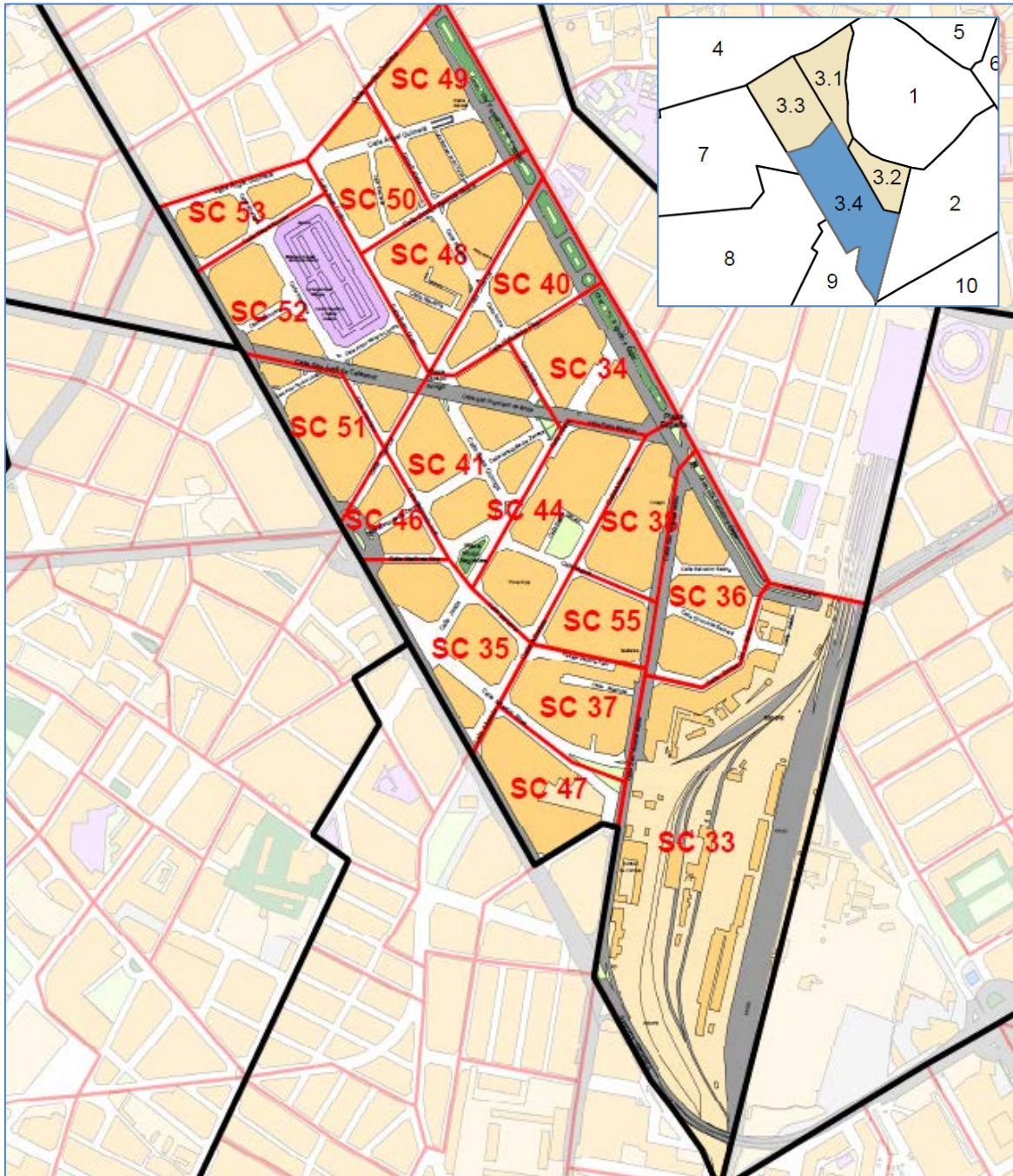
Fuente: Ayuntamiento de Valencia.
Figura 88: "Centros educativos en La Petxina"

Su población

Por otro lado, según datos del Ayuntamiento de Valencia, en 2010, actualmente, La Petxina cuenta con 15.434 habitantes, de los cuales 6.962 son hombres y 8.472 mujeres, siendo así el segundo barrio de Extramurs con más habitantes. Además, se caracteriza por ser una población joven, con una edad media comprendida entre los 35 y 39, y un alto porcentaje de niños menores de 4 años.

Barrio 2. Arrancapins

Este es el nombre que recibe el barrio número 4 del distrito de Extramurs, en español, desgajapinos. En la siguiente imagen se muestra la situación del barrio dentro del distrito, como se puede ver, está situado en la zona más al sur del distrito.



Fuente: Ayuntamiento de Valencia
Figura 89: "Barrio de Arracapins"

La mayoría y con mucha diferencia, de sus edificios fueron construidos, entre los años los años 1941 y 1960, ya que en esa época se construyó el doble de los edificios que había hasta entonces, y a partir de esos años ha ido disminuyendo de tal forma que en el año 2006 solo se construyeron 55 edificios, frente a los 4.192 de esa época (Ayuntamiento de Valencia)

En Arrancapins predomina el uso residencial, las viviendas son plurifamiliares con una distribución en manzana compacta y un número medio, de siete plantas. La mayor parte de las fachadas son enfoscadas y pintadas con colores vivos. Y aunque las casas son muy antiguas la mayoría de las fachadas están muy bien cuidadas.

Los accesos y el transporte público

Cuenta también, con muy buenos accesos por carreteras, ya que está rodeado por dos grandes vías, por la parte sur, la Gran Vía Fernando el Católico y por el norte, la calle de Guillem de Castro. En cuanto al transporte público, el medio que facilita la comunicación del barrio con otros puntos de la ciudad, ya que es el que más predomina, es el autobús, aunque también cuenta con metro y bicicletas.

Bicicletas. En este barrio encontramos seis estaciones de bicicletas, todas ellas bien distribuidas a lo largo del barrio, como podemos ver en la figura 91.

Metro. Como ya se ha dicho con anterioridad, Valencia cuenta con tres líneas de metro, la línea 1 une Bétera con Villa Nueva de Castellón, la línea 3 Manises con Rafelbuñol y la 5 Neptu con Torrent o Manises. El barrio cuenta con tres estaciones, la de Joaquín Sorolla, en la avenida de Cesar Giorgeta, con parada de las líneas 1 y 5, la parada de Bailen, que comparte con el barrio vecino de La Roqueta, al igual que la estación de Ángel Gimerá y la de Plaza España. Por lo que este barrio también tienen una posición privilegiada para el desplazamiento en metro por la ciudad.

Autobuses. La ciudad cuenta con más de cincuenta líneas de autobús, doce de ellas nocturnas. De todas ellas al barrio llegan las siguientes:

- | | |
|-----------------------------------|--|
| 2 La Malva-Rosa - Campanar | 61 Hospital A. Vilanova - Pl. De L'Ajuntament |
| 3 av. Del Cid - Natzaret | 63 Noves Facultats - Estacio Nord |
| 9 La torre - Universitats | 64 Benicalap - Est. J. Sorolla / Nou Hosp. La fe |
| 10 Benimaclet - Sant Marcel.li | 70 La Fontsa - Alborai |
| 11 Patraix - Orriols | 71 La Llum - Universitats |
| 17 Sant Pau - Pl. De L'Ajuntament | 72 Sant Isidre - Pl. de L'Ajuntament |
| 27 La Torre - Mercat Central | 79 Circular - Grans vies |
| 41 Universitats - Pl. Espanya | 90 Circular - Ronda Transits |

N3 Pl. de L'Ajuntament - F. Catolic / Benimamet N6 Pl. De L'Ajuntament - Jesus/La Torre
N4 Pl. de L'Ajuntament - Av.cid/Mislata N90 Circular - Ronda Transits
N5 Pl. de L'Ajuntament - Sant Isidre/La Fontanta

El tren. Este barrio cuenta además con la recientemente inaugurada, estación de AVE, Joaquín Sorolla. Con el Ave, Valencia queda unida a Madrid en un tiempo de una hora y treintacinco minutos.



Fuente: Elaboración propia
Figura 90: "Estación Joaquín Sorolla"

A parte de estas grandes avenidas, en el interior del barrio las calzadas son estrechas, la mayoría de ellas son de un solo carril y dirección, lo que hace que la contaminación acústica disminuya según nos vamos adentrando en el barrio. Las aceras son anchas y accesibles. En todas las calles hay zonas de aparcamiento público, aunque también cuenta con un garaje de uso público y tres de uso privado. En la calle de San Francisco de Borja y en San Vicente Mártir, los aparcamientos de ORA.



Fuente: Ayuntamiento de Valencia.

Figura 91: "Valenbisi, aparcamientos metro en Arrancapins"



Fuente: Ayuntamiento de Valencia.

Figura 92: "Autobuses urbanos en Arrancapins"

Zonas verdes

Las zonas verdes son escasas, solo hay dos parques de unas pequeñas dimensiones pero dotados de mobiliario y zona infantil de juegos, característica esencial para que se haga un uso continuo de ellos. Uno de ellos está situado en el cruce de la calle Maluquer con la calle Jesús, el otro está en la calle San Vicente Mártir, en la zona sur del barrio.

El comercio

En esta zona, está basado en pequeñas tiendas de barrio, aunque es uno de los barrios con más supermercados. En él encontramos un Opencor, en la calle San Vicente Mártir, 129, un Mercadona, en la calle Jesús, 79 y un Consum en la calle Jesús, 35, además de un Beals Cash&Carry, en la calle Alcira, 15 que está especializado en licores y vinos, ofreciendo además de los productos, actividades como catas, degustaciones y formación, entre otras cosas. En todo Arrancapins no hay grandes superficies comerciales.

Cuenta también, con una sucursal de correos, en la calle San Vicente Mártir, 175 y una comisaría de policía en la calle Buen Orden, 17, junto al antiguo mercado de Abastos.

El ocio

Las opciones de ocio son bastante reducidas. Cuenta con una biblioteca pública municipal, biblioteca Valenciana Eduardo Escalante, situada en la calle Alberique, 18, en el mercado de Abastos. También cuenta con teatro, Teatro los Manantiales, situado en la calle Alcira, 9. En todo el barrio no se encuentran ni cines, ni museos, ni centros juveniles.

Las instalaciones deportivas están situadas en el Complex Esportiu- Cultural Abastos, el antiguo mercado municipal, moderna instalación deportiva en la actualidad, esta instalación se convierte en el exponente máximo de la reconversión de antiguos edificios en espacios aptos para la más moderna y variada práctica deportiva. En él se ofrecen cursos de todo tipo y para todas las edades además de actividades como baño libre o hidroterapia.

En cuanto a los bares y restaurantes, encontramos ofertas de todo tipo y por todo el barrio, además de algunos pub y la discoteca Cormorán, situada en la calle San Vicente Mártir, 200.

También encontramos un centro social para personas de la tercera edad, con actividades atención social. Calle Historiador Diego, 6-8.

La sanidad

Para la atención primaria, actualmente cuenta con un consultorio auxiliar, consultorio Gil Monte, en la calle que le da nombre, numero 35. Además, también hay un centro municipal de servicios sociales y actividades para personas mayores en la calle Historiador Diago, 6 -8. Bien distribuidas por todo el barrio encontramos unas nueve farmacias. No hay ningún hospital en todo el barrio.

La educación

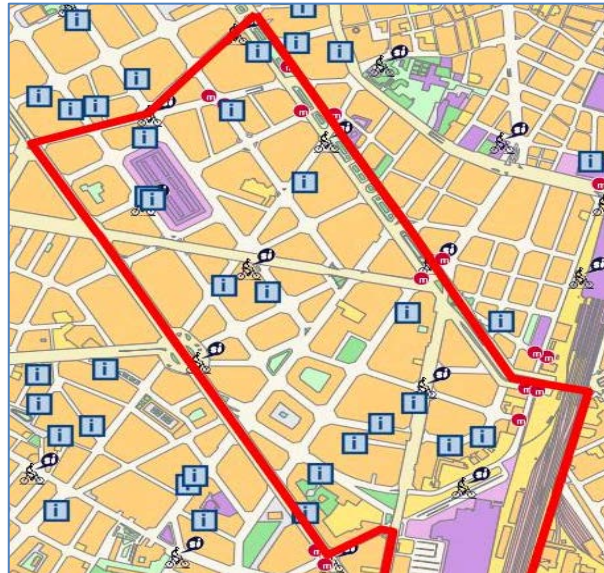
Hay una gran oferta de educación, situándose como el mejor de los cuatro barrios en cuando a oferta educativa. A continuación se muestra de manera detallada la oferta y situación de cada uno de los centros. Como se puede ver hay un gran número de centros de educación infantil, de todos ellos el que más servicios ofrece, es el centro de preescolar Chupetín, ya que cuenta con servicio de comedor, instalaciones deportivas y clases de inglés. Por otro lado, los tres colegios, que son de carácter privado, ofrecen también servicio de comedor, y entre ellos destaca el colegio Nuestra Señora del Socorro por ofrecer alemán, además de inglés y francés.

Por otro lado, en el barrio también encontramos cuatro centros de formación específica, en los que se imparten ciclos formativos de nivel medio y superior, cada uno de ellos con una oferta específica.

Nombre	Situación	Oferta
Centro de educación infantil El Badall II	Maestro Sosa, 20	0-3 años
Centro de educación infantil Giorgeta	Giorgeta, 25 Bajo	0-3 años
Centro de educación infantil El Castillo	Pallerter, 28	0-6 años
Centro de educación infantil Pitus	Héroe Romeu, 4- 6 Bajo	0-6 años
Centro de educación infantil Aurora II	Mascota, 15	0-6 años
Centro de preescolar Chupetín	Cuenca, 47-2	0-6 años
Centro de educación infantil Luis Vives	Cuenca,17	Infantil. Primaria
Colegio San José- Escolapias	G.V. Fernando el Católico, 23	Educación primaria E.S.O. Bachiller
Colegio de Nuestra Señora del Socorro	Las Quiroga, 9	3-6 años Primaria E.S.O
Colegio Santo Tomas de Villanueva	Albacete, 5	Educación primaria E.S.O. Bachiller
Instituto de educación secundaria de Abastos	Alberique, 18	E.S.O. Bachiller. Ciclos medio y superior
Centro de formación profesional específica Taes	Ventura Feliu, 10-12 Bajos	Administración e informática
Centro de formación profesional específica Inupel II	San Vicente Mártir, 144	Imagen personal Medio y superior
Centro de formación profesional específica Estética Desirée	Doctor Gil y Morente, 27-29	Imagen personal Grado medio
Centro de formación profesional específica instituto Inter	Doctor Gil y Morente, 17	Electrónica, grado medio y superior

Además de todos estos centros, encontramos la universidad popular de Abastos, situada en la calle Alberique, 18, en el mercado de Abastos. En él se ofrece formación no reglada, para personas adultas, además de animación sociocultural. Cuenta con actividades como: artesanía, pintura, dibujo, cultura Valenciana y medios de comunicación. Este centro depende de la universidad popular del Ayuntamiento de Valencia y se encuentra disponible para todas las personas.

En la figura siguiente se muestra la situación de todos los centros mencionados anteriormente.



Fuente: Ayuntamiento de Valencia.

Figura 93: "Centros educativos en Arrancapins"

Su población

Por otro lado, según datos del ayuntamiento de Valencia, en 2010, Arrancapins, actualmente cuenta con 23.311 habitantes, de los cuales 10.568 son hombres y 12.742 mujeres, situándose como el barrio más poblado de la zona de Extramurs. Además, se caracteriza por ser una población joven, con una media de edad comprendida entre los 30 y 34 años.

DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA INMOBILIARIA EN LOS BARRIOS DE EXTRAMURS

En este apartado se describen cada una de las ofertas inmobiliarias encontradas en la zona, así como, su situación, características constructivas, instalaciones servicios, precios, etc.

Introducción

En el distrito de Extramurs, encontramos actualmente cinco promociones de viviendas de obra nueva, las más antiguas se construyeron en el 2007 y las más nuevas en el 2011. Actualmente no hay ninguna en proceso de ejecución.

En la imagen inferior podemos ver situados en el mapa, cada uno de los inmuebles.



Fuente: Captura Google maps

Figura 94: "Situación de las ofertas inmobiliarias en el distrito de Extramurs"

Como se muestra en la imagen anterior, las promociones se encuentran bien repartidas por el distrito. Encontramos dos de ellas en el barrio de la Petxina, el Edificio Azcárraga y el Edificio Juan Llorens, uno en la Roqueta, el Edificio Espartero, otro en El Botánic, el Edificio Quevedo y otro en Arrancapins, el Edificio Jacinto Verdaguer

A continuación se desarrollarán las características de cada uno de ellos detenidamente.

EDIFICIO MOSÉN JACINTO VERDAGUER

El edificio Mosén Jacinto Verdaguer constituye una de las promociones inmobiliarias que, en la actualidad, está llevando a cabo, el Grupo SMC.



Fuente: Grupo SMC
Figura 95: "Bloque de viviendas Mosén Jacinto Verdaguer"

El edificio está situado en Mosén Jacinto Verdaguer, 12, calle perpendicular a la Gran Vía de Fernando El Católico (ver situación en mapa), en el barrio de Arrancapins.



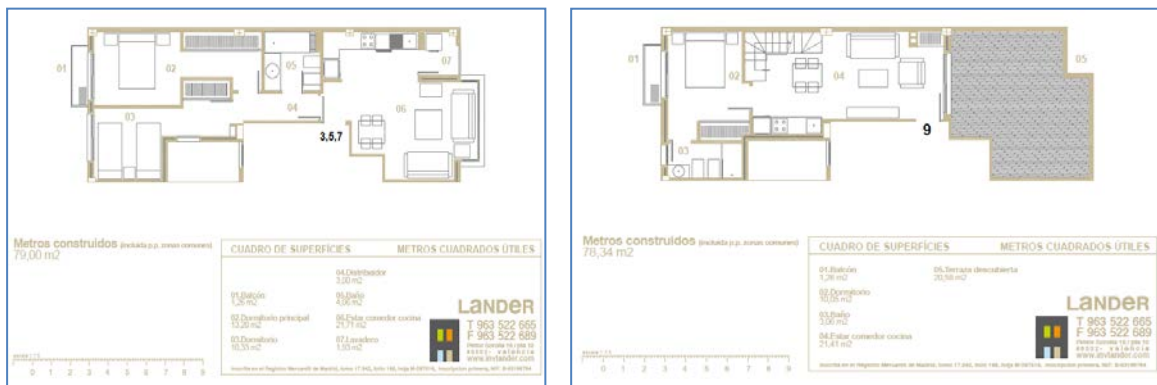
Fuente: Captura de google maps
Figura 96: "Ubicación de la promoción Mosén Jacinto Verdaguer"

Descripción general del edificio

Se trata de un bloque destinado únicamente a vivienda, construido en altura, con tipología en manzana cerrada. A lo largo de sus cinco alturas, consta de un total de 10 viviendas, garajes con montacoches, trasteros y un local comercial.

Está formado por una fachada principal, situada en la calle Mosén Jacinto Verdaguer, 12, donde se encuentra la entrada al edificio, realizada a base de aplacado de baldosa cerámica en planta baja y ladrillo caravista en alturas restantes. Tiene además, dos cerramientos medianeros y un cerramiento que da, al patio interior, realizado con enfoscado pintado.

Cada planta está formada por dos viviendas, cada una de ella compuestas por dos habitaciones y un baño. Todas las viviendas son iguales en cuanto a metros cuadrados y simpátricas en cuanto a su distribución. La acepción la constituye la planta ático, que tiene tienen dos baños, además de, desván abuhardillado. A continuación se muestran los planos de cada uno de ellos.



Fuente: Grupo SMC

Figura 97: "Planos de vivienda tipo edificio Mosén Jacinto Verdaguer"

Características constructivas y materiales

La estructura del edificio está realizada a base de hormigón armado. Las cubiertas, son planas, con su debida formación de pendientes, aislamiento térmico y sistema impermeabilizante.

La fachada principal está realizada a base de ladrillo caravista mientras que la fachada interior se ha realizado con enfoscado pintado, además de una capa de manta mineral cocida y una hoja de ladrillo cerámico, que le proporciona un buen aislamiento acústico y térmico.

Todas las zonas comunes están revestidas de mármol nacional. Además cuentan con ascensor de gama alta, videoportero, alarma, domótica, e iluminación en todas las plantas con encendido automático.

Los pavimentos del interior de la vivienda están realizados laminado de madera flotante, exceptuando los de los baños y lavadero, que son de gres liso, además estos últimos, también irán alicatados. Enlucidos de yeso “a buena vista” en paredes y techos.

Por otro lado, la carpintería exterior, está constituida por ventanas de aluminio lacado en color blanco, con doble acristalamiento tipo “climalit” y persianas en salón y dormitorios.

Por su lado la carpintería interior, está formada por puertas de paso y de armarios chapadas de madera con acabado esmaltado en color blanco. La puerta de acceso a la vivienda es blindada con cerradura de seguridad y bisagras antipalanca.

Instalaciones.

Instalación completa de aire acondicionado, con bomba de frío-calor, con sistemas de conductos por falso techo

La calefacción mediante radiadores

Mobiliario de cocina:

- Formación de bancada con muebles altos y bajos según diseño.
- Encimera compacto de cuarzo
- Fregadero de acero inoxidable
- Vitrocerámica
- Horno de acero inoxidable
- Campana extractora

Mobiliario baño:

- Bañera
- Sanitarios de porcelana blanca
- Lavabo con encastre bajo encimera y mueble inferior y espejo superior
- Grifería monomando de primera calidad



Fuente: Grupo SMC

Figura 98: "Cocina de vivienda tipo Mosén Jacinto Verdaguer"

Precios

La forma de pago se realizará de una sola vez, ya que las viviendas ya están construidas y la entrega de llaves es inmediata.

Los precios por metro cuadrado, en esta promoción rondan los 2.300 euros. Por lo que una vivienda de 79 m² dos habitaciones y un baño, como la que aparece en los planos situados anteriormente, costará unos 188.280 euros. Aunque el precio podrá variar según características como la situación o la altura además de la opción a la plaza de garaje.

A continuación se incluye un cuadro con los precios según las opciones disponibles. Según la inmobiliaria estos precios serán negociables.

Tipo	Dormitorios	Garaje	Baños	m ²	€/m ²	Precio
Piso	2	--	1	79	2.383	188.280
Ático	2	--	1	79	3.254	257.080

Los precios de las plazas de garaje rondan los 30.000 euros

La comunicación

La información fundamental de esta promoción, como la situación, los precios o las fotos, se pueden encontrar en internet, además de información más concreta, como son los planos o la memoria de calidades.

En la actualidad, y debido al tiempo que ha pasado desde que se terminó la obra, no hay vayas publicitarias, ni oficinas, ni folletos a pie de obra, aunque durante su construcción tampoco la había.

El final de la obra y la entrega de llaves se realizó en abril de 2010.

EDIFICIO JUAN LLORENS

El edificio Jardín, constituye una de las promociones inmobiliarias que junto con la anterior, está llevando a cabo, el Grupo SMC.



Fuente: Nuinsa
Figura 99: "Bloque de viviendas Edificio Juan Llorens"

El edificio está situado en la calle Juan Llorens, 25 (ver situación en mapa), en el barrio de La Petxina, en el distrito de Extramurs.



Fuente: Captura de google maps
Figura 100: "Ubicación de la promoción Edificio Juan Llorens"

Descripción general del edificio

Se trata de un bloque destinado únicamente a vivienda, construido en altura, con tipología en bloque exento. A lo largo de sus cuatro plantas, consta de un total de 65 viviendas, de un, dos y tres dormitorios y cuatro plantas de garaje.

El edificio tiene un cerramiento medianero y tres exteriores, estos últimos con la misma tipología constructiva, fachadas de ladrillo caravista con galerías acristalados. La entrada a las viviendas está situada en la calle Juan Llorens, 25.

Estudios, viviendas y dúplex, con uno, dos y tres dormitorios. Cada uno de ellos se diferencia por su distribución y sus metros cuadrados. En los planos siguientes podemos ver alguno de ellos, junto con sus metros cuadrados y su situación en el edificio.



Fuente: Grupo SMC

Figura 101: "Plano de vivienda tipo 1 y 3 habitaciones del Edificio Juan Llorens"

Características constructivas y materiales

La estructura del edificio está realizada a base de hormigón armado. Las cubiertas, son planas, con su debida formación de pendientes, aislamiento térmico y sistema impermeabilizante.

Todos los cerramientos del edificio están contruidos de ladrillo caravista, además de una capa de manta mineral y una hoja de ladrillo cerámico, que le proporciona un buen aislamiento acústico y térmico. Todas las zonas comunes están revestidas de mármol nacional. Además cuentan con ascensor de gama alta, videoportero, e iluminación en todas las plantas con encendido automático.

Los pavimentos del interior de la vivienda están realizados mediante pavimento laminado acabado en madera excepto cocina y baños, que son de gres porcelánico, además estos últimos, también irán alicatados con el mismo material. Falsos techos lisos de escayola en cocina, baños, vestíbulos y pasillo.

Por otro lado, la carpintería exterior, está constituida por ventanas de aluminio lacado, con doble acristalamiento tipo "climalit" y persiana de aluminio incorporada.

Por su lado la carpintería interior, está formada por puertas chapadas de madera, la puerta del salón irá, además, provista de acristalamiento. La puerta de acceso a la vivienda es blindada con cerradura de seguridad y bisagras antipalanca. Los armarios empotrados tendrán un frente de hojas practicables, con el mismo diseño del resto de la carpintería.

Puerta principal de viviendas con dispositivos y herrajes anti-palanca y cerradura de seguridad, lacadas en blanco. Las puertas de paso interiores son macizas, lacadas en blanco, con condena independiente en dormitorios, baños y aseos. Los armarios empotrados dispondrán de maletero y barra de colgar, las puertas serán de madera, de una calidad idéntica a las puertas interiores.

Instalaciones.

Instalación completa de aire acondicionado, con bomba de calor ("frío-calor"), con sistema de conductos por falso techo.

Calefacción con circuito de radiadores de aluminio y colectores solares para ACS. Caldera individual de gas.

Mobiliario baño:

- Plato de ducha
- Lavabo con encastre bajo encimera y mueble inferior.
- Inodoro
- Grifería monomando de primera calidad

Mobiliario de cocina:

- Formación de bancada con muebles altos y bajos según diseño.
- Encimera compacto de cuarzo
- Fregadero de acero inoxidable con seno y escurridor
- Vitrocerámica de cuatro fuegos
- Horno de acero inoxidable
- Campana extractora



Fuente: Grupo SMC

Figura 102: "Cocina y baño de la vivienda tipo del Edificio Juan Llorens"

En la piscina se encuentra en la cubierta principal:



Fuente: Grupo SMC

Figura 103: "Piscina en cubierta principal Edificio Juan Llorens"

Precios

La forma de pago se realizará de una sola vez, ya que las viviendas ya están construidas y la entrega de llaves es inmediata.

Los precios por metro cuadrado, en esta promoción rondan los 2.600 euros. Por lo que una vivienda de 131 m² con tres habitaciones y dos baños, como la que aparece en los planos situados anteriormente, costará unos 324.000 euros. Aunque el precio podrá variar según características como la situación o la altura además de la opción a la plaza de garaje. El precio por garaje y trastero irá desde los 33.000 a los 41.000 euros más IVA

A continuación se incluye un cuadro con los precios según las opciones disponibles.

Tipo	Dormitorios	Terraza	Garaje	Baños	m ²	€/m ²	Precio
Estudio	0	--	--	1	47	2.872	135.000
Piso	1	--	--	1	61	2.723	166.104
Piso	2	--	--	2	92	2.601	239.259
Piso	3	--	--	2	131	2.473	324.000
Dúplex	3	38 m ²	--	2	118	3.749	442.422

La comunicación

La información fundamental de esta promoción, como la situación, los precios o las fotos, se pueden encontrar en internet, así como, los planos y la memoria de calidades.

En la actualidad, aunque el edificio ya está terminado, podemos encontrar vallas publicitarias.



Fuente: Grupo SMC
Figura 104: "Valla publicitaria edificio Juan Llorens"

EDIFICIO AZCÁRRAGA

Este edificio, constituye una de las promociones inmobiliarias que, en la actualidad, está llevando a cabo, la promotora Imnasa S.A.



Fuente: Imnasa S.A.

Figura 105: "Bloque de viviendas del Edificio Azcárraga"

Está situado en la calle Azcárraga, 35 (ver situación en mapa), en el barrio de de La Petxina, en el distrito de Extramurs.



Fuente: Captura de google maps

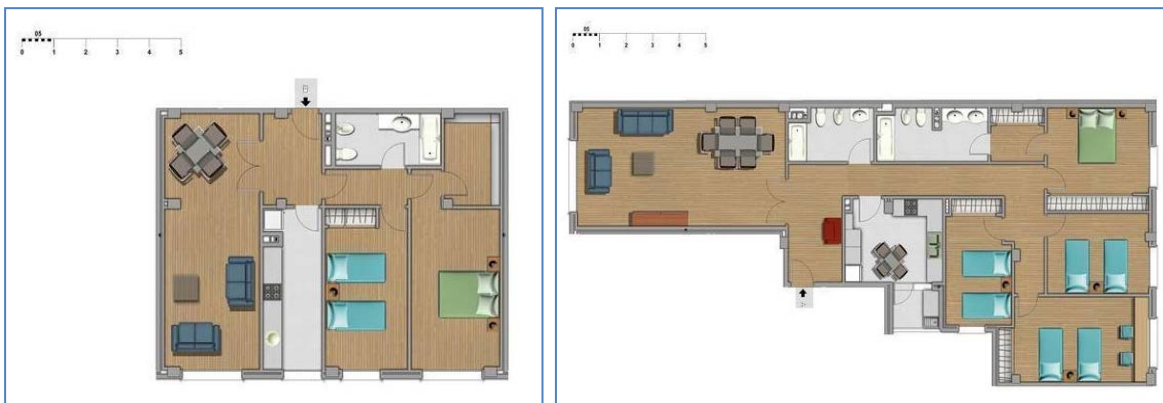
Figura 106: "Ubicación de la promoción Edificio Azcárraga"

Descripción general del edificio

Se trata de un bloque destinado únicamente a vivienda, construido en altura, con tipología de bloque en manzana cerrada. A lo largo de sus cinco alturas, consta de un total de 14 viviendas. Cuenta también con garaje y trastero.

Dos de los cerramientos del edificio son medianeros, los otros dos exteriores, uno correspondiente a la fachada principal y el otro al patio interior. Los paramentos de la fachada serán terminados con ladrillo caravista, con aislamiento térmico acústico según normativa. La entrada a las viviendas está situada en la fachada principal

En el edificio encontramos dos tipos de viviendas, una formada por dos dormitorios y la otra por cuatro. En los siguientes planos a escala, se pueden ver las distribuciones de cada una de ellas.



Fuente: Grupo SMC

Figura 107: "Plano de vivienda tipo de 2 y 4 habitaciones del Edificio Azcárraga"

Características constructivas y materiales

La estructura del edificio está realizada a base de hormigón armado. La cubierta será una azotea transitable para uso general del inmueble, con su debida formación de pendientes, aislamiento térmico y sistema impermeabilizante. En la cubierta del edificio, se emplazarán las placas solares térmicas.

El solado está realizado a base de baldosas de gres cerámico antideslizante en baños, cocinas, comedor, distribuidores y dormitorios.

Cerramiento exterior compuesto por ladrillo hueco de 12 cm., cámara de aire con aislante y ladriyeso de 6 cm. Los paramentos de la fachada serán terminados con mortero monocapa o similar, con aislamiento térmico acústico según normativa y los balcones llevarán barandillas metálicas. Tabiquería interior de ladriyeso de 8 cm.

Las paredes y techos estarán realizados mediante enfoscado de yeso y una capa de pintura plastica de colores suaves para paredes y blanco en el caso de los techos.

Las ventanales y puertas, son de aluminio lacado en blanco de calidad, con persianas del mismo material, los perfiles estarán homologados, cumpliendo las normas de calidad vigentes. Toda la carpintería exterior va con doble acristalamiento aislante tipo Climalit o similar. Las barandillas del edificio son de hierro pintado.

La puerta de entrada a vivienda es blindada, dotada de bisagras antipalanca con tetones y cerradura de seguridad. Las puertas interiores son de armadura maciza de aglomerado y madera, rechapadas de madera barnizada en su color natural, con manillas de cierre. Las puertas de salón y cocina llevan una cristalera, con similar construcción a las anteriores, siendo el recuadro superior hueco para la colocación del cristal translucido. Todos los armarios llevan las puertas rechapadas con chapa de madera barnizada en su color natural

Instalaciones.

Calefacción

Producción de agua caliente sanitaria mediante placas solares y termoacumulador eléctrico. Además, toda la vivienda cuenta con un sistema de calefacción con radiadores de agua caliente producida por una caldera mixta, agua caliente sanitaria – agua caliente para calefacción, a gas natural, que va ubicada en las terrazas tendadero junto a las cocinas. Los radiadores son de aluminio.

Mobiliario de cocina:

- Formación de bancada con muebles altos y bajos según diseño.
- Encimera granito natural
- Fregadero encastrado de dos cubetas de acero inoxidable.
- Encimera de cuatro fuegos de gas
- Horno empotrado y autolimpiable
- Campana extractora decorativa

Mobiliario baño:

- Bañera
- Bidé
- Lavabo
- Inodoro
- Grifería monomando de primera calidad

Precios

La forma de pago se realizará de una sola vez, ya que las viviendas ya están construidas y la entrega de llaves es inmediata.

Los precios por metro cuadrado, en esta promoción rondan los 2.600 euros. Por lo que una vivienda de 150 m² con cuatro habitaciones y dos baños como la que aparece en los planos situados anteriormente, costará unos 388.600 euros. Aunque el precio podrá variar según características como la situación o la altura además de la opción a la plaza de garaje.

El precio por una plaza de garaje será de 36.360 euros, y el de los trasteros de 4.800 euros, si los compras por separado.

A continuación se incluye un cuadro con los precios según las opciones disponibles. Según la inmobiliaria estos precios serán negociables.

Tipo	Dormitorios	Terraza	Garaje	Baños	m ²	€/m ²	Precio
Piso	2	Si	No	1	87	2.750,57	239.300
Piso	4	Si	No	2	150	2.590,67	388.600
Piso	4	si	no	2	150	2.590,67	388.600

La comunicación

La información fundamental de esta promoción, como la situación, los precios o las fotos, se pueden encontrar en internet, también la más concreta como, planos o memoria de calidades.

En la actualidad, y debido al tiempo que ha pasado desde que se terminó la obra, no hay vayas publicitarias, ni oficinas, ni folletos a pie de obra.

EDIFICIO QUEVEDO

El edificio Quevedo es otra de las promociones de obra nueva terminada que encontramos en la zona.



Fuente: Mercado de obra nueva
Figura 108: “Bloque de viviendas Edificio Quevedo”

El edificio Quevedo se encuentra ubicado en el centro de Valencia, junto a Guillem de Castro, la plaza de San Agustín (ver situación en mapa), rodeado de una amplia zona verde. A escasos metros de la plaza del Ayuntamiento. Uno de los entornos más privilegiados de la ciudad de Valencia, en el barrio de El Botanic, en el distrito de Extramurs



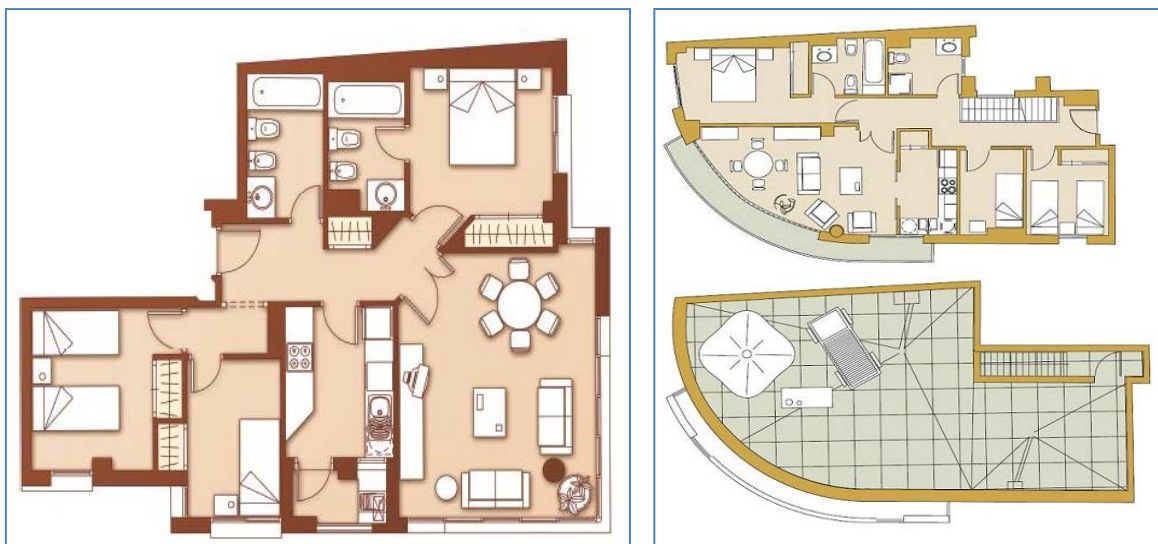
Fuente: Captura de google maps
Figura 109: “Ubicación de la promoción Edificio Quevedo”

Descripción general del edificio

Se trata de un bloque destinado únicamente a vivienda, construido en altura, con tipología de bloque compacto. A lo largo de sus cinco alturas, consta de un total de 27 viviendas. Cuenta también con garaje y trastero.

Uno de los cerramiento es medianero y los otros tres exteriores, todo ellos con la misma tipología constructiva, aplacados elaborados a base de piedra y con el debido aislamiento acústico y térmico, según normativa.

Como se ha indicado con anterioridad, en cada planta hay tres viviendas, diferenciándose cada uno de ellas en cuanto a distribución y metros cuadrados. En los planos siguientes se pueden ver las distintas distribuciones.



Fuente: Mercado de obra nueva

Figura 110: "Planos de viviendas de 3 habitaciones y dúplex del Edificio Quevedo"

Características constructivas y materiales

La estructura del edificio está realizada a base de hormigón armado. Las cubiertas, son planas, con su debida formación de pendientes, aislamiento térmico y sistema impermeabilizante. El solado está realizado a base de baldosas de gres cerámico antideslizante en los balcones y galerías, en comedor, distribuidores y dormitorios se utiliza mármol, al igual que en baños, cocinas y escaleras del portal y rellanos.

Todos los cerramientos del edificio están contruidos por aplacados a base de piedra, además de una capa de fibra de vidrio y una cámara de aire que le proporciona un buen aislamiento acústico y térmico.

Todas las zonas comunes están revestidas de mármol nacional. Además cuentan con ascensor de gama alta, videoportero, e iluminación en todas las plantas con encendido automático.

Las pares y techos estarán realizados mediante enfoscado de yeso y una capa de pintura plastica de colores suaves para paredes y blanco en el caso de los techos. Por otro lado, la carpintería exterior, está constituida por ventanas de aluminio lacado, con doble acristalamiento tipo "climalit".

La carpintería interior, está formada por puertas chapadas de madera de haya, la puerta del salón y la de la cocina irán, además, provista de una vidriera, todas ellas podrán ir lacadas de blaco por deseo del cliente, con coste adicional. La puerta de acceso a la vivienda es acorazada con cerradura de seguridad y bisagras antipalanca. Los armarios empotrados tendrán un frente de hojas practicables, con el mismo diseño del resto de la carpintería.

Mobiliario de cocina:

- Formación de bancada con muebles altos y bajos según diseño.
- Encimera granito natural
- Fregadero de acero inoxidable
- Placa vitrocerámica
- Horno empotrado
- Campana extractora decorativa
- Instalación para lavadora y lavavajillas



Fuente: Grupo SMC

Figura 111: "Cocina de vivienda tipo del Edificio Quevedo"

Precios

La forma de pago se realizará de una sola vez, ya que las viviendas ya están construidas y la entrega de llaves es inmediata.

Los precios por metro cuadrado, en esta promoción rondan los 4.800 euros. Por lo que una vivienda de 111 m² con tres habitaciones y dos baños como la que aparece en los planos situados anteriormente, costará unos 539.500 euros. Aunque el precio podrá variar según características como la situación o la altura además de la opción a la plaza de garaje.

Se desconoce el precio de trasteros y garajes

A continuación se incluye un cuadro con los precios según las opciones disponibles. Según la inmobiliaria estos precios serán negociables.

Tpo	Altura	Dormitorios	Garaje	Baños	m ²	€/m ²	Precio
Piso	3	2	--	2	103	4.320,4	445.000
Vivienda	4	3	--	2	111,48	4.839,4	539.500
Ático	5	3	--	2	117,18	5.248,3	615.000

La comunicación

La información fundamental de esta promoción, como la situación, los precios o las fotos, se pueden encontrar en internet, también la más concreta como, planos o memoria de calidades.

En la actualidad, y debido al tiempo que ha pasado desde que se terminó la obra, no hay vayas publicitarias, ni oficinas, ni folletos a pie de obra.

EDIFICIO ESPARTERO

El edificio Espartero, constituye una de las promociones inmobiliarias que, en la actualidad, está llevando a cabo, la promotora Dosa.



Fuente: Idealista
Figura 112: "Edificio Espartero"

El edificio está situado en la calle Espartero, 7 (ver situación en mapa), en el barrio de La Roqueta, en el distrito de Extramurs.



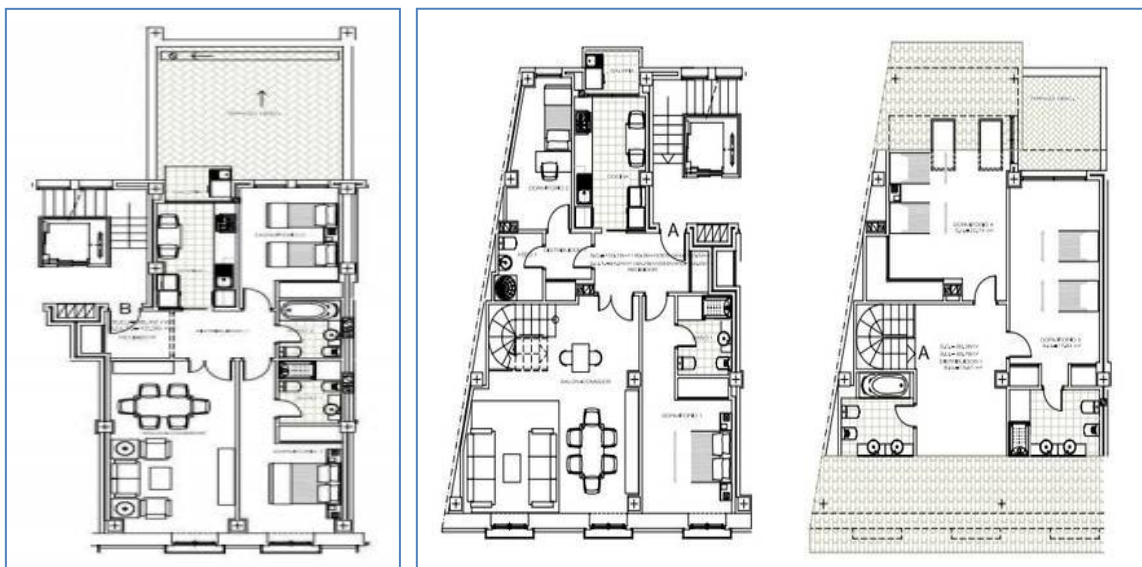
Fuente: Captura de google maps
Figura 113: "Ubicación de la promoción Edificio Espartero"

Descripción general del edificio

Se trata de un bloque destinado únicamente a vivienda, construido en altura, en bloque lineal. A lo largo de sus tres alturas, consta de un total de 12 viviendas, cuatro por planta. Cuenta también con plazas de garaje y trasteros.

El edificio tiene dos cerramientos medianeros y dos exteriores. La fachada principal está realizada con ladrillo caravista mientras que en la fachada posterior se ha optado por un enfoscado de mortero para posterior pintado.

Como se ha indicado con anterioridad, en cada planta hay tres viviendas, diferenciándose cada uno de ellas en cuanto a distribución y metros cuadrados. En los planos siguientes se pueden ver tanto las distribuciones, como la situación del edificio y los metros cuadrados de cada uno.



Fuente: Idealista

Figura 114: “Plano de vivienda 2 habitaciones y dúplex del Edificio Espartero”

Características constructivas y materiales

La estructura del edificio está realizada a base de hormigón armado. La cubierta será una azotea transitable para uso general del inmueble, con su debida formación de pendientes, aislamiento térmico y sistema impermeabilizante. En la cubierta del edificio, se emplazarán las placas solares térmicas.

Los solados del zaguán y zonas comunes están realizados a base de granito, los techos son de placas de escayola

Todos los cerramientos del edificio están contruidos de ladrillo caravista y aplacados con piezas realizadas a base de resinas de madera, además de una capa de fibra de vidrio y una cámara de aire que le proporciona un buen aislamiento acústico y térmico.

Cerramiento exterior de fachada realizado a base de la combinación de paramentos de ladrillo con revestimiento pétreo y enfoscado por mortero de cemento y mortero monocapa. Realizado con doble tabique con cámara de aire con panel aislante térmico y acústico, para cumplir con la normativa.

Los paramentos de concinas y baños, están revestidas de piezas de gres, hasta el techo, recibidas con adhesivos sobre enfoscado de mortero. Los demás paramentos dentro de la vivienda están acabados con pinturas plásticas. El solado está acabado con piezas de gres porcelánico o parquet, dependiendo la elección del comprador. Los techos, por su lado, están realizados a base de falso techo mediante placas de escayola, en concinas y baños y foseado perimetral en pasillo y distribuidores, el resto de la vivienda, llevará un enlucido de yeso.

Las ventanales y puertas, son de aluminio de primera calidad, con terminación lacada en fachadas recayentes en el patio interior, la carpintería de los ventanales de balcones que dan a la fachada principal es de madera. Está dotado de persianas monoblock con lamas de aluminio en dormitorios. Toda la carpintería exterior va con doble acristalamiento aislante tipo Climalit o similar. Las barandillas del edificio son de hierro pintado.

La puerta de entrada a vivienda es blindada, chapada en madera de cerezo o haya, dotada de bisagras antipalanca y cerradura de seguridad. Las puertas interiores chapadas en madera de cerezo. Las puertas de salón y cocina llevan una cristalera, con similar construcción a las anteriores, siendo el recuadro superior hueco para la colocación del cristal translucido. Todos los armarios llevan las puertas rechapadas con chapa de madera de la misma calidad y forro interior, con baldas de separación del altillo y barra de colgar.

Instalaciones.

Climatización. Instalación de aire acondicionado (frio-calor) en todas las viviendas

Instalación domótica

Instalación de domótica y seguridad en todas las viviendas constando de:

Detección de intrusión.

Aviso telefónico en caso de incidencia mediante mensaje de voz.

Programaciones horarias (calefacción, toldos, persianas, iluminación...)

Alarma acústica de aviso ante irregularidad detectada.

Control remoto del hogar (telefónico).

Mobiliario de cocina:

- Formación de bancada con muebles altos y bajos según diseño.
- Encimera granito natural
- Fregadero encastrado de dos cubetas de acero inoxidable.
- Vitrocerámica
- Microondas
- Horno empotrado y autolimpiable
- Campana extractora decorativa
- Lavabo de gres en terraza

Precios

La forma de pago se realizará de una sola vez, ya que las viviendas ya están construidas y la entrega de llaves es inmediata.

Los precios por metro cuadrado, en esta promoción rondan los 3.000 euros. Aunque el precio podrá variar según características como la situación o la altura además de la opción a la plaza de garaje. La plaza de garaje y trastero por separado tiene un precio que puede variar desde 25.000 hasta 50.000 euros.

A continuación se incluye un cuadro con los precios según las opciones disponibles.

Viviendas disponibles	Dormitorios	Garaje	Terraza	Baños	m ²	€/m ²	Precio
2	2	No	Si	2	102	3.088,24	315.000
2	2	No	Si	2	128	2.617,19	335.000
1	2	No	Si	2	117	3.076,92	360.000
2	3	No	Si	2	122	3.114,75	380.000
1	3	No	Si	2	154	2.584,42	398.000
1	3	No	Si	2	183	2.677,6	490.000
1	3	No	Si	2	221	3.574,6	790.000
1	4	No	Si	2	225	3.644,4	820.000

La comunicación

La información fundamental de esta promoción, como la situación, los precios o las fotos, se pueden encontrar en internet, así como las características más concretas como es la memoria de calidades.

En la actualidad, y debido al tiempo que ha pasado desde que se terminó la obra, no hay vayas publicitarias, ni oficinas, ni folletos a pie de obra.

CONCLUSIONES:

Después de ver uno a uno los inmuebles de obra nueva que podemos encontrar en este distrito, pasaremos a hacer un resumen mediante cuadros comparativos, en los que podamos poner de manifiesto las características referentes a cada uno de ellos.

En primer lugar haremos referencia al año de construcción y su ritmo de ventas:

Oferta inmobiliaria	Año construcción	Volumen de oferta	Stock sin vender
Edificio Mosén Jacinto Berenguer	2010	10 viviendas	2 viviendas
Edificio Juan Llorens	2011	65 viviendas	--*
Edificio Azcárraga	2011	14 Viviendas	3 Viviendas
Edificio Quevedo	2007	17 Viviendas	3 Viviendas
Edificio Espartero	2011	12 Viviendas	11 Viviendas

Fuente: Elaboración propia

Tabla 22: "Promociones de Extramurs, año de construcción volumen de viviendas y stock aproximado"

En la tabla 22, se muestran los años de construcción de los inmuebles, y como se puede ver la mayoría de ellos son de estos últimos años. Además se puede apreciar el bajo ritmo de ventas, consecuencia directa, de la actual situación económica.

En la siguiente tabla, se pueden ver, tanto los precios por metro cuadrado como los precios de garajes y trasteros y el año en el que fue construido.

Oferta inmobiliaria	Año construcción	Precios (€)		
		m2	Garajes	Trasteros
Edificio Mosén Jacinto Berenguer	2010	2.300	30.000	--*
Edificio Juan Llorens	2011	2.600	38.000	
Edificio Azcárraga	2011	2.600	36.360	4.800
Edificio Quevedo	2007	4.800	--*	--*
Edificio Espartero	2011	3.000	25.00 – 50.000	

*No se dispone de los datos

*¹Cesión de derecho a uso de 75 años

Fuente: Elaboración propia

Tabla 23: "Precios relativos a las promociones de Extramurs"

A partir de estos datos, podemos apreciar la bajada de los precios desde 2007, año en el que fue construido el Edificio Quevedo, casi 2.000 euros el metro cuadrado. No podemos analizar los precios de los trasteros ya que nos faltan datos sobre este edificio.

La siguiente tabla hace referencia a la tipología:

Oferta inmobiliaria	Manzana	Construcción	Renta
Edificio Mosén Jacinto Berenguer	Cerrada	Plurifamiliar	Libre
Edificio Juan Llorens	Excento	Plurifamiliar	Libre
Edificio Azcárraga	Cerrada	Plurifamiliar	Libre
Edificio Quevedo	Cerrada	Plurifamiliar	Libre
Edificio Espartero	Lineal	Plurifamiliar	Libre

Fuente: Elaboración propia

Tabla 24: "Tipología de las promociones de Extramurs"

Todo ellos son edificios plurifamiliares, con una construcción en altura. Ninguno de ellos está construido con una tipología en manzana abierta, ya que esta tipología necesita grandes solares para urbanizar, y en el distrito de Extramurs, no los hay, ya que es una zona en la que la mayor parte de los solares están urbanizados, y los que quedan son de pequeñas dimensiones. Por otra parte se observa que ninguno de ellos es de protección oficial.

También son muy importantes las calidades constructivas de cada uno de los edificios.

Oferta inmobiliaria	Fachada	Carpintería exterior	Carpintería interior	Tabiquería	Pavimentos
Edificio Jacinto Berenguer	Caravista	Aluminio	Contrachapado	Ladrillo	Parquet/Porcelánico
Edificio Juan Llorens	Caravista	Aluminio	Contrachapado	Ladrillo	Parquet/Porcelánico
Edificio Azcárraga	Enfoscado	Aluminio	Maciza	Ladriyeso	Gres
Edificio Quevedo	Aplacado	Aluminio	Contrachapado	Ladrillo	Mármol/ Gres
Edificio Espartero	Caravista	Aluminio	Contrachapado	Ladrillo	Prquet/Gres

Fuente: Elaboración propia

Tabla 25: "Calidades constructivas de las promociones de Extramurs"

Tanto el material de la carpintería exterior como el de las fachadas es común para todos ellos, a excepción Edificio Azcárraga cuya fachada está resuelta mediante enfoscado. Esto pone de manifiesto la moda actual en cuanto a materiales constructivos, para las fachadas hace ya un tiempo que se está utilizando el ladrillo de caravista, mientras que para las carpinterías exteriores, el material más utilizado, como podemos ver, es el aluminio.

Por otro lado, la utilización de carpintería fabricada con contrachapado de madera está más extendida que la de madera maciza, al igual que el ladrillo, para la fabricación de tabiques, como vemos, el ladriyeso se está empezando a utilizar en la actualidad.

Y por último, los revestimientos de suelos. En este apartado aparecen materiales de todo tipo, pero lo que podemos ver, es que el terrazo cada vez se coloca menos, mientras que el parquet es una opción cada vez más extendida, aunque esto, es una de las cosas que encarece la vivienda.

Otra de las cosas importantes en las viviendas, y en su precio, es el tipo de instalaciones que nos ofrecen. Como se puede observar en la tabla 11, en la actualidad, y hace ya unos años, todas las viviendas vienen dotadas de mobiliario de cocina, horno, campana extractora, vitrocerámica o calentadores a gas y fregadero.

También, una de las características comunes en todos ellos, es que están dotados de armarios empotrados, revestidos interiormente y dotados de barra de cuelgue.

En último lugar nos encontramos con las instalaciones de calefacción y aire acondicionado, las cuales no están tan extendidas. La calefacción mediante radiadores, se está comenzando a instalar pero todavía pocas viviendas la proporcionan. Al igual que la instalación de aire acondicionado, aunque en este caso hay más inmuebles que lo ofertan, la mayor parte de las viviendas ofrecen instalación de frío-calor mediante bomba de aire.

Oferta inmobiliaria	Muebles cocina	Armarios empotrados	Calefacción	Aire acondicionado
Edificio Mosén Jacinto Berenguer	Si	Si	Si	Si
Edificio Juan Llorens	SI	SI	SI	--*
Edificio Azcárraga	Si	Si	No	--*
Edificio Quevedo	Si	Si	No	Instalación
Edificio Espartero	Si	Si	--*	Si

* Fuente: Elaboración propia

Fuente: Elaboración propia

Tabla 26: "Características adicionales de las promociones de Extramurs"

Y por último, pero no menos importante, es la oferta de zonas comunes dentro de los edificios. Ninguno de ellos dispone de club social, ni jardín, ni zonas deportivas, y solo uno de ellos, el edificio Juan Llorens oferta piscina.

Oferta inmobiliaria	Club social	Jardín	Piscina	Inst. Deportivas
Edificio Mosén Jacinto Berenguer	No	NO	No	No
Edificio Juan Llorens	No	No	Si	No
Edificio Azcárraga	No	No	No	No
Edificio Quevedo	No	No	No	No
Edificio Espartero	No	No	No	No

Fuente: Elaboración propia

Tabla 27: "Dotaciones comunes de las promociones de Extramurs"

DESCRIPCIÓN DE LA DEMANDA INMOBILIARIA EN LOS BARRIOS DE EXTRAMURS

En este apartado se describen cada una de las características inmobiliarias demandadas en la zona, su situación, sus precios, servicios características constructivas, etc.

Al igual que hicimos en distrito de Rascanya, una vez obtenidos los resultados de todos los encuestados se pasó a tabular cada una de las respuestas, se pueden ver en la tabla 10: “Valores asignados a las variables categóricas”. Para visualizar el contenido de la ficha ver Anexo

PERCEPCIÓN DEL BARRIO

A continuación se muestra el análisis descriptivo de las variables de percepción del distrito 3. En el cuestionario de demanda se incluyeron un conjunto de variables que recogían las diferentes percepciones que un ciudadano puede tener de un barrio de la ciudad de Valencia. Este conjunto de percepciones estaba formado por las expresiones: barrio emblemático, multicultural, ordenado, en expansión, dinámico, con vida de barrio, con tráfico y ruido, bien comunicado, de negocios y con buenos equipamientos. La siguiente tabla (Tabla 28) recoge el número de encuestados (N), el valor mínimo y máximo de cada variable así como la media y desviación típica.

Estadísticos descriptivos					
	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
EMBLEMATICO	40	1	5	3,38	,952
MULTICULTURAL	40	1	5	2,98	,862
ORDENADO	40	2	5	3,88	1,017
EN_EXPANSION	40	2	4	3,00	,716
DINAMICO	40	2	5	3,55	,749
CON_VIDA_BARRIO	40	2	5	3,85	,834
TRAFICO_RUIDO	40	2	5	3,45	,932
BIEN_COMUNICADO	40	2	5	4,35	,770
DE_NEGOCIOS	40	1	5	2,90	,810
BUENOS_EQUIPAMIENTOS	40	2	5	3,62	,740
ELECCION_RESIDIR	40	2	5	4,30	,883
ELECCION_INVERTIR	40	3	5	4,50	,555
N válido (según lista)	40				

Fuente: Elaborado en el taller 30 de PFG. Estudio viabilidad en la edificación de la ETSIE. UPV.

Tabla 28: “Estadísticos descriptivos de las percepciones del distrito de Extramurs”

De la tabla anterior son relevantes los valores medios, éstos nos indican como término medio qué percepciones y qué valoración global tienen los ciudadanos de este distrito. Observamos cómo el distrito se valora de forma muy positiva (las respuestas iban de 1 a 5 luego la media está en 2.5, por encima de 2.5 el barrio se valora positivamente, por debajo negativamente), ya que la elección del barrio para residir está valorado de forma muy positiva (4.30), y aun mejor valorado a la hora de elegirlo para invertir. En conclusión, es un barrio que los ciudadanos elegirían para invertir y la mayoría de ellos para vivir.

A continuación (Tabla 29), se ordenan de forma ascendente los valores medios de las percepciones. En este caso, el valor medio de estas respuestas se encuentra en 3,6.

Observamos cómo casi todas las puntuaciones se quedan por encima de la media. A la vista de los resultados el distrito de Extramurs, se percibe como un barrio de mucho tráfico y ruido, con vida de barrio, con buenos equipamientos y sobre todo, ordenador y bien comunicado.

Estadísticos descriptivos

	N	Media
DE_NEGOCIOS	40	2,90
MULTICULTURAL	40	2,98
EN_EXPANSION	40	3,00
EMBLEMATICO	40	3,38
TRAFICO_RUIDO	40	3,45
DINAMICO	40	3,55
BUENOS_EQUIPAMIENTOS	40	3,62
CON_VIDA_BARRIO	40	3,85
ORDENADO	40	3,88
BIEN_COMUNICADO	40	4,35
N válido (según lista)	40	

Fuente: Elaborado en el taller 30 de PFG. Estudio viabilidad en la edificación de la ETSIE. UPV.

Tabla 29: "Estadísticos descriptivos de las percepciones del distrito de Extramurs"

Por otro lado, es interesante analizar la relación existente entre la elección del distrito (teniendo en cuenta la dualidad residir-invertir) y el conjunto de percepciones. Es decir, si los ciudadanos seleccionan este barrio para residir o invertir, ¿a qué se debe? Para ello realizamos correlaciones entre las variables elección de la zona para residir o invertir y las percepciones.

En este caso, los ciudadanos erigirían el barrio y para invertir, como se ha comentado ya con anterioridad. En este caso, la elección del distrito para invertir influyen los siguientes atributos, que esta bien comunicado y que tiene vida de barrio, por otro lado a la hora de elegirlo para residir, además de estos se valora el dinamismo del barrio y los buenos equipamientos que ofrece.

		ELECCION_RESIDIR	ELECCION_INVERTIR
EMBLEMATICO	Coefficiente de correlación	,263	,180
	Sig. (bilateral)	,100	,265
	N	40	40
MULTICULTURAL	Coefficiente de correlación	,056	-,001
	Sig. (bilateral)	,730	,993
	N	40	40
ORDENADO	Coefficiente de correlación	,219	,276
	Sig. (bilateral)	,174	,085
	N	40	40
EN_EXPANSION	Coefficiente de correlación	,066	,033
	Sig. (bilateral)	,686	,838
	N	40	40
DINAMICO	Coefficiente de correlación	,410**	,204
	Sig. (bilateral)	,009	,207
	N	40	40
CON_VIDA_BARRIO	Coefficiente de correlación	,572**	,444**
	Sig. (bilateral)	,000	,004
	N	40	40
TRAFICO_RUIDO	Coefficiente de correlación	-,052	-,155
	Sig. (bilateral)	,750	,339
	N	40	40
BIEN_COMUNICADO	Coefficiente de correlación	,510**	,555**
	Sig. (bilateral)	,001	,000
	N	40	40
DE_NEGOCIOS	Coefficiente de correlación	-,079	-,100
	Sig. (bilateral)	,630	,539
	N	40	40
BUENOS_EQUIPAMIENTOS	Coefficiente de correlación	,411**	,183
	Sig. (bilateral)	,008	,258
	N	40	40

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

* . La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Elaborado en el taller 30 de PFG. Estudio viabilidad en la edificación de la ETSIE. UPV.
Tabla 30: "Correlaciones (percepciones-intención de compra de la vivienda). Distrito 3"

IMPORTANCIA EN LA INTENCIÓN DE COMPRA (ZONA-VIVIENDA)

El objetivo de esta fase es estudiar qué aspecto tiene mayor importancia en la compra de una vivienda, la zona o la vivienda. En la siguiente tabla (Tabla 31) se recogen las respuestas de los ciudadanos a la pregunta “cuando compra una vivienda, ¿qué tiene más relevancia en su decisión?”

Los resultados muestran cómo el 40,0% de los ciudadanos encuestados consideran que la zona es el aspecto más relevante.

		ZONA			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NO	24	60,0	60,0	60,0
	SI	16	40,0	40,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: Elaborado en el taller 30 de PFG. Estudio viabilidad en la edificación de la ETSIE. UPV.

Tabla 31: “Frecuencias importancia zona en la decisión de compra. Distrito 3”

Por lo tanto, el 60,0% restante considera que lo importante en la elección de compra es la vivienda

		VIVIENDA			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NO	16	40,0	40,0	40,0
	SI	24	60,0	60,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: Elaborado en el taller 30 de PFG. Estudio viabilidad en la edificación de la ETSIE. UPV.

Tabla 32: “Frecuencias importancia vivienda en la decisión de compra. Distrito 3”

A continuación y relacionado con este tema se les planteaba a los ciudadanos que establecieran un porcentaje aproximado de importancia a cada una de estas variables (zona y vivienda). Los ciudadanos han contestado, en términos medios, que el 43,25% de la decisión de compra se encuentra en la zona y por tanto que el 56,75%, es decir, casi el 60% de la decisión de compra se encuentra en la vivienda.

Estadísticos descriptivos

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
ZONA_PORCENTUAL	40	10	80	43,25	20,018
VIVIENDA_PORCENTUAL	40	20	90	56,75	20,018
N válido (según lista)	40				

Fuente: Elaborado en el taller 30 de PFG. Estudio viabilidad en la edificación de la ETSIE. UPV.

Tabla 33: “Media de la importancia de la zona y la vivienda en la compra de una vivienda. Distrito 3”

PREFERENCIA DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LA VIVIENDA

El objetivo de esta fase es analizar la preferencia de los ciudadanos sobre las características de las viviendas del tipo carpintería, pavimento, instalaciones deportivas...

La siguiente tabla (tabla 34) se recoge el análisis descriptivo de esta fase. Las medias se encuentran ordenadas de forma ascendente, de manera que, las últimas categorías del listado podrían corresponder con las categorías más deseadas (aunque no todos los valores medios coinciden)

De esta forma parece que las viviendas deseadas se encuentran ubicadas en pisos plurifamiliares, elevados, en manzana abierta. Que dispongan de una media 2 o más habitaciones y no sean de VPO.

Además resulta relevante para los consumidores el mobiliario de la cocina, los armarios empotrados, aire acondicionado, calefacción, garaje y trastero. La carpintería interior maciza, con mármol tanto en el zaguán de la vivienda como en la vivienda en sí, fachada caravista y tabiquería de ladrillo.

	N	Mínimo	Máximo	Media
club social	40	0	0	,00
vivienda unifamiliar	40	0	1	,03
revestimiento cocina y baños mármol	40	0	1	,05
pavimento cocina y baños mármol	40	0	1	,05
carpintería exterior madera	40	0	1	,08
edificación manzana cerrada	40	0	1	,18
tabiquería pladur	40	0	1	,22
pavimento mármol	40	0	1	,23
revestimiento cocina y baños porcelánico	40	0	1	,25
pavimento zaguán granito	40	0	1	,25
entrada por vía ancha	40	0	1	,28
pavimento cocina y baños porcelánico	40	0	1	,28
carpintería exterior PVC	40	0	1	,30
carpintería interior contrachapado	40	0	1	,30
pavimento zaguán mármol	40	0	1	,32
ático	40	0	1	,35
pavimento gres	40	0	1	,37
fachada enfoscada	40	0	1	,40
pavimento ladrillo	40	0	1	,40
jardín	40	0	1	,42
pavimento zaguán gres	40	0	1	,42
instalaciones deportivas	40	0	1	,43
vivienda libre	40	0	1	,48
piscina	40	0	1	,48
vivienda protegida	40	0	1	,52
trastero	40	0	1	,60
fachada caravista	40	0	1	,60
carpintería exterior aluminio	40	0	1	,62
balcón	40	0	1	,62
pavimento cocina y baños gres	40	0	1	,67
revestimiento cocina y baños gres	40	0	1	,70
carpintería interior maciza	40	0	1	,70
calefacción	40	0	1	,72
tabiquería ladrillo	40	0	1	,77
garaje	40	0	1	,82
edificación manzana abierta	40	0	1	,83
armarios empotrados	40	0	1	,92
mobiliario cocina	40	0	1	,95
vivienda plurifamiliar	40	0	1	,97
aire acondicionado	40	1	2	1,58
nºhabitaciones	40	1	4	2,42
dimensiones vivienda	40	1	4	2,55
altura	21	1	10	4,10
N válido (según lista)	0			

Fuente: Elaborado en el taller 30. Estudio viabilidad en la edificación de la ETSIE. UPV.

Tabla 34: "Media de las características constructivas demandadas por los ciudadanos. Distrito de Extramurs"

ANÁLISIS DE LOS PRECIOS O DISPOSICIÓN A PAGAR DE LOS CIUDADANOS

El objetivo de esta fase es analizar el precio que los consumidores están dispuestos a pagar por la vivienda atendiendo a su superficie. Así, en el cuestionario se preguntó por tres categorías distintas: viviendas de 1, 2 y 3 habitaciones.

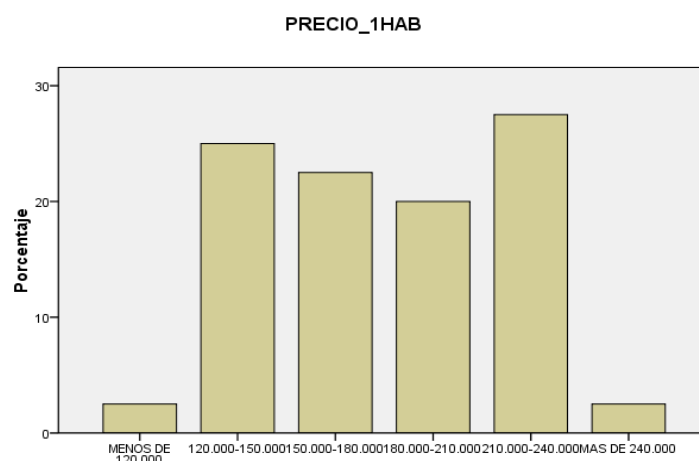
Como se observa en la tabla 35 y en la figura 115, el 27,5% de los consumidores están dispuestos a pagar por una vivienda de 1 habitación entre 210.000 y 240.000 euros; el 20% pagaría entre 180.000-210.000 euros; el 22,5% estaría dispuesto a pagar entre 120.000-150.000 euros: por último, un porcentaje muy bajo de ciudadanos (2.5%) pagaría menos de 120.000 euros por una vivienda de 1 habitación.

PRECIO_1HAB

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	MENOS DE 120.000	1	2,5	2,5	2,5
	120.000-150.000	10	25,0	25,0	27,5
	150.000-180.000	9	22,5	22,5	50,0
	180.000-210.000	8	20,0	20,0	70,0
	210.000-240.000	11	27,5	27,5	97,5
	MAS DE 240.000	1	2,5	2,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: Elaborado en el taller 30. Estudio viabilidad en la edificación de la ETSIE. UPV.

Tabla 35: "Disposición a pagar. Vivienda de 1 habitación. Distrito 3"



Fuente: Elaborado en el taller 30. Estudio viabilidad en la edificación de la ETSIE. UPV.

Figura 115: "Disposición a pagar. Vivienda de 1 habitación. Distrito 3"

Idéntico análisis se ha realizado para las viviendas de 2 habitaciones. En la tabla 36 y en la figura 116, podemos ver que el 35,0% de los consumidores están dispuestos a pagar por una vivienda de 2 habitaciones entre 240.000 y 270.000 euros; el 20% pagaría entre 210.000-240.000 euros; el 12,5% estaría dispuesto a pagar entre 180.000-210.000 euros: por último, un porcentaje bastante alto de ciudadanos (30,5%) pagaría entre 150.000-180.000 euros por una vivienda de 2 habitación.

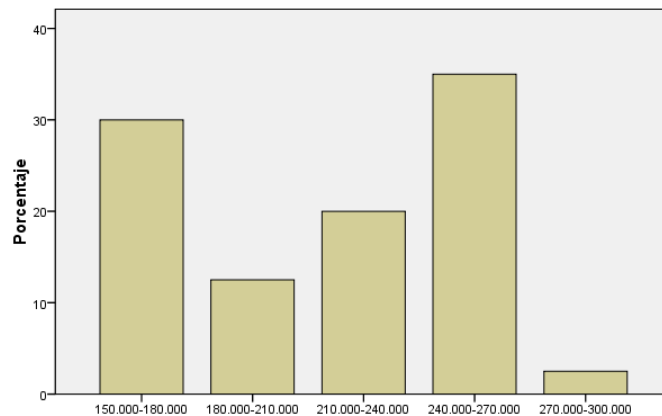
PRECIO_2HAB

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 150.000-180.000	12	30,0	30,0	30,0
180.000-210.000	5	12,5	12,5	42,5
210.000-240.000	8	20,0	20,0	62,5
240.000-270.000	14	35,0	35,0	97,5
270.000-300.000	1	2,5	2,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Fuente: Elaborado en el taller 30. Estudio viabilidad en la edificación de la ETSIE. UPV.

Tabla 36: "Disposición a pagar. Vivienda de 2 habitaciones. Distrito 3"

PRECIO_2HAB



Fuente: Elaborado en el taller 30. Estudio viabilidad en la edificación de la ETSIE. UPV.

Figura 116: "Disposición a pagar. Vivienda de 2 habitaciones. Distrito 3"

Finalmente se analiza la disposición a pagar de las viviendas de 3 habitaciones. En la tabla 37 y en la figura 117, podemos ver que la mayoría de los consumidores, el 35,0% estarían dispuestos a pagar por una vivienda de 3 habitaciones entre 270.000 y 300.000 euros; el 22,5% pagaría entre 180.000-210.000 euros; el 12,5% estaría dispuesto a pagar entre 210.000-240.000 euros y solo el 2,5% estaría dispuesto a pagar mas de 360.00 euros.

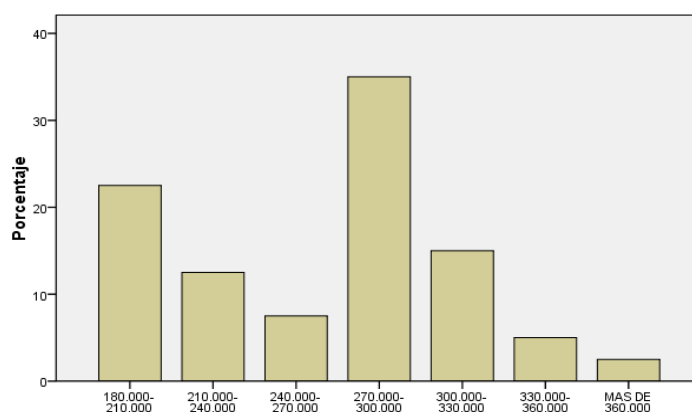
PRECIO_3HAB

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 180.000-210.000	9	22,5	22,5	22,5
210.000-240.000	5	12,5	12,5	35,0
240.000-270.000	3	7,5	7,5	42,5
270.000-300.000	14	35,0	35,0	77,5
300.000-330.000	6	15,0	15,0	92,5
330.000-360.000	2	5,0	5,0	97,5
MAS DE 360.000	1	2,5	2,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Fuente: Elaborado en el taller 30. Estudio viabilidad en la edificación de la ETSIE. UPV.

Tabla 37: "Disposición a pagar. Vivienda de 3 habitaciones. Distrito 3"

PRECIO_3HAB



Fuente: Elaborado en el taller 30. Estudio viabilidad en la edificación de la ETSIE. UPV.

Figura 117: "Disposición a pagar. Vivienda de 3 habitaciones. Distrito 3"

Dentro del análisis del precio, el último aspecto a analizar ha sido la disposición a pagar por las siguientes variables: trastero, garaje, instalaciones comunes y vivienda-ático. La siguiente tabla recoge los valores medios para el Distrito de Extramurs.

Estadísticos descriptivos

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
PRECIO_ATICO	40	0	360000	281250,00	66571,246
PRECIO_INSTALACIONES_COMUNES	40	0	20000	5375,00	4306,748
PRECIO_GARAJE	40	0	60000	26050,00	9876,026
PRECIO_TRASTERO	40	0	20000	9650,00	5151,798
N válido (según lista)	40				

Fuente: Elaborado en el taller 30. Estudio viabilidad en la edificación de la ETSIE. UPV.

Tabla 38: "Media de la disposición a pagar por trastero-garaje-instalaciones deportivas-ático. Distrito 3"

Los resultados muestran cómo el precio medio a pagar por un ático sería de 281.250 euros, el precio de las instalaciones comunes 5.375 euros a incrementar al precio de la vivienda, por una plaza de garaje de 26.050 y por el trastero un importe de 9.650 euros.

5.3. DECISIONES

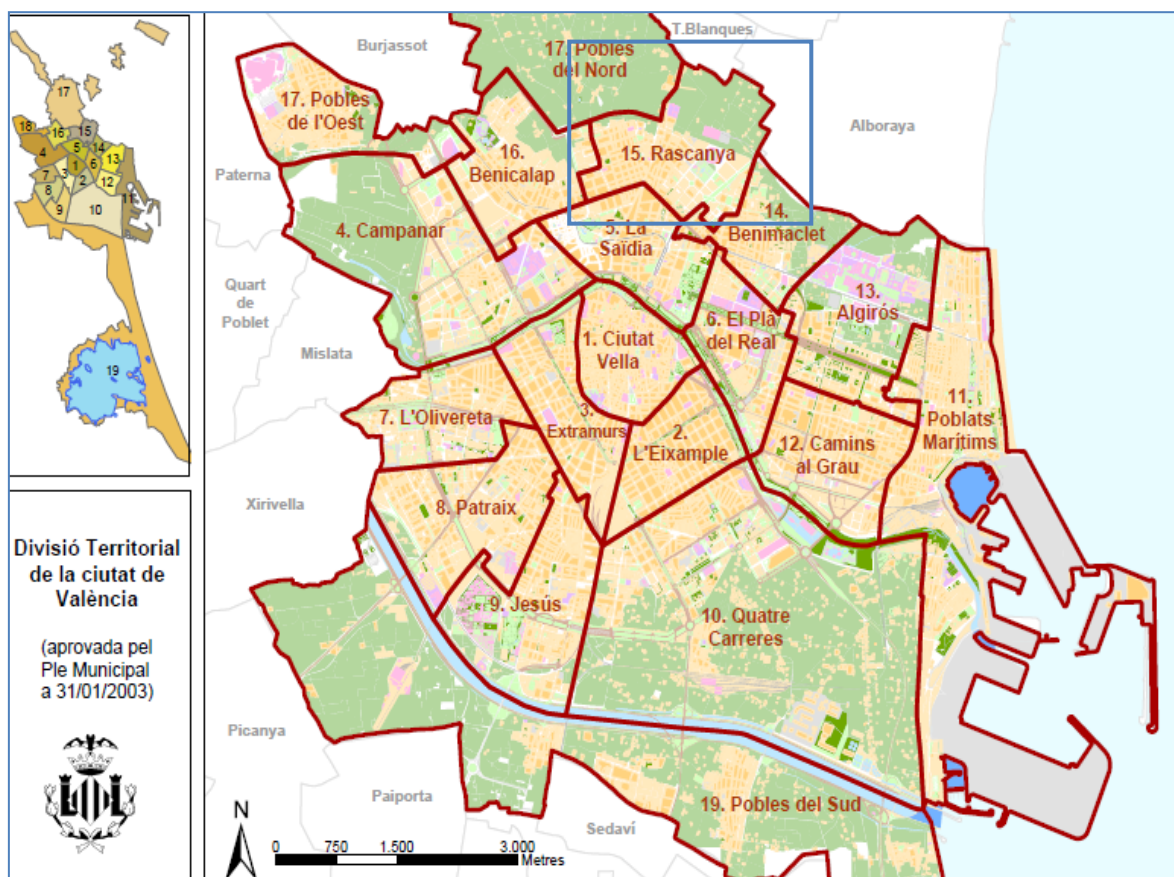
SOBRE

LA PROMOCIÓN

En este apartado se pasa a definir la promoción idónea a desarrollar en cada una de las zonas estudiadas, teniendo en cuenta, por un lado, la oferta que encontramos y por el otro lo que demanda la población. Estará dividido en tres partes, en la primera se desarrollará el producto más idóneo, en la segunda se pasará a determinar el precio más adecuado y por último, la publicidad que se llevará a cabo.

ZONA 1. “RASCANYA”

DISTRITO NÚMERO 15 DE LA CIUDAD DE VALENCIA



Fuente: Ayuntamiento de Valencia.

Figura 118: “Distritos de Valencia, Rascanya”

DECISIONES SOBRE LA PROMOCIÓN

En este apartado se define cual es el producto inmobiliario que más se ajusta a los deseos y necesidades de las personas. Qué tipo de edificio, con qué características o con qué tipo de instalaciones. Para ello, nos basamos tanto en la actual oferta inmobiliaria presente en la zona como en un estudio de demanda realizado con anterioridad.

En primer lugar, con ayuda de un estudio de viabilidad económico-financiero paralelo a este, se elige un solar de la zona. Este, está situado en el barrio de Sant Llorens, en la Avenida Alfahuir, como se puede ver en la siguiente imagen.



Fuente: Google Maps

Figura 119: "Plano de situación del solar del barrio Rascanya"

Este solar tiene una superficie de 6.400 m^2 , dato que obtenemos a partir de su ficha urbanística presente en la página web del Ayuntamiento de Valencia. Además, se trata de un suelo urbano, con un tipo de edificación abierta, es decir, que se puede elegir el tipo de edificación que se desee, el uso dominante del suelo es residencial plurifamiliar y que la superficie de ocupación del solar es del 45% (el resto estará destinado a zonas e instalaciones comunes, como zonas deportivas, parque o piscina).

Por lo tanto, si la superficie de ocupación es del 45 % y nuestro solar tiene 6.400 m^2 , solo 2.880 m^2 estarán dedicados a viviendas y locales comerciales, y los 3.520 m^2 restantes, a zonas comunes.

Todos los datos anteriormente expuestos se han obtenido a través del estudio realizado para esta misma zona, en el trabajo de título "La viabilidad económico-financiera de promociones inmobiliarias en las zonas de Rascanya y Extramurs"

Características generales de la promoción

En primer lugar, dividiremos estos 2.880 m² en cuatro bloques de viviendas, obteniendo así, una superficie de 720 m² por cada uno de ellos. De esta superficie tenemos que restar el 20 % de la misma, que irá dedicada a zonas comunes, tales como rellanos, escaleras, zaguán, etc, por lo que nos quedarán 576 m² para zona de viviendas por cada una de las plantas.

Teniendo en cuenta que según las exigencias urbanísticas podemos construir únicamente ocho alturas y que en el último piso cabe la posibilidad de que se realicen áticos (característica atrayente para el consumidor potencial), podríamos construir cuatro viviendas por plantas de 144m² o por el contrario, y para tener mas variedad a la hora de ofrecer nuestro producto al publico, dos vivienda de 185 m² y otras dos de 103 m².

Por lo tanto, cada uno de los bloque constará de 32 viviendas, de las cuales catorce de ellas tendrán 103 m², otras catorce 185 m², dos viviendas ático dúplex 290 m² (teniendo en cuenta que la terraza únicamente computará la mitad de su superficie) y otros dos de 260 m². Además se ha tomado la decisión de que todos los bloques tengan las mismas características, por lo que en total contaremos con cuatro bloques de viviendas serán 56 viviendas de 103 m², 56 viviendas de 185 m², 8 viviendas ático dúplex de 260 m² y 8 viviendas ático dúplex de 290 m²

En cuanto a bajos comerciales, se realizarán 8 bajos comerciales (2 por cada bloque) de 288 m² por cada bajo comercial. Además, se necesitará un mínimo de una plaza de garaje por vivienda y bajo comercial, por lo que contaremos con un total de 136 plazas de garaje como mínimo y cada una de ellas de 6 m². Por otro lado, asignaremos un trastero por vivienda, es decir 128 trasteros de 4 m² cada uno.

Todas las distribuciones y datos anteriormente expuestos se han realizado de acuerdo con el trabajo de título “La viabilidad económico-financiera de promociones inmobiliarias en las zonas de Rascanya y Extramurs”

Una vez definidas las características generales del edificio, pasaremos a definir de manera pormenorizada las características de cada una de las viviendas en cuanto a distribución y calidades de los materiales.

En primer lugar se determinará el número de dormitorios de cada uno de los distintos tipos de vivienda. Según la encuesta de demanda, el número medio de habitaciones que la gente desea a la hora de adquirir una vivienda es de tres, por lo que los pisos más pequeños, los de 103 m², estarán compuestos por tres dormitorios, mientras que los de 185 m² dispondrán de cuatro, al igual que los dúplex.

Así, por cada uno de los bloques tendremos, catorce viviendas de tres dormitorios, otras catorce de cuatro y cuatro viviendas ático dúplex de cuatro. Además hay que recordar que todos los bloques tendrán las mismas características.

Características constructivas y materiales

Estas características se escogerán según las exigencias demandadas por los encuestados y compradores potenciales, recogidas en el apartado anterior, para cada uno de los distritos. (Ver tabla 14.: “Media de las características constructivas demandadas por los ciudadanos. Distrito de Rascanya”)

La estructura del edificio estará realizada a base de hormigón armado. Las cubiertas, planas, con su debida formación de pendientes, aislamiento térmico y sistema impermeabilizante. El solado estará realizado a base de baldosas de gres cerámico antideslizante en las terrazas de los altillo, y acabadas con gravilla en la azotea general del edificio.

Todos los cerramientos del edificio estarán contruidos de ladrillo caravista, además de una capa de manta mineral y una hoja de ladrillo cerámico, que le proporciona un buen aislamiento acústico y térmico, cumpliendo así con lo requerido en el código técnico de la edificación.

Todas las zonas comunes irán revestidas de gres Porcelánico y los suelos de granito. Además contarán con ascensor de gama alta, videoportero, e iluminación en todas las plantas con encendido automático.

Los pavimentos del interior de la vivienda irán acabados mediante parquet flotante de madera de haya, eceptuando los de la cocina y los baños, que son de gres cerámico, además estos últimos, también irán alicatados en el mismo material.

Los techos serán de escayola lisa, exceptuando el del baño secundario que es un falso techo desmontable para el registro de la maquina de refrigeracion. Todos los techos contarán con moldura de escayola en todo su perimetro.

Por otro lado, la carpintería exterior, está constituida por ventanas de aluminio lacado, con acristalamiento tipo “climalit” y oscurecimientos a partir de persianas enrollables.

La carpintería interior, está formada por puertas de madera maciza de haya o similar, los armarios empotrados tendrán un frente de hojas practicables, con el mismo acabado del resto de la

carpintería, el interior de estos está realizado mediante blocks de madera aglomerada, conteniendo un estante superior y una barra portapercha.

Instalaciones.

Climatización. Poseerá instalación completa e individual de aire acondicionado, con termostato para el control de la temperatura.

La calefacción y el agua caliente generada a partir de una caldera individual mixta y sistema de placas solares en azotea.

Cocina. Cada una de las viviendas estará compuesta por mobiliario completo y electrodomésticos, ya que es una de las características más importantes para el comprador, contarán con:

- Formación de bancada con muebles altos y bajos según diseño.
- Encimera compacto de cuarzo
- Fregadero de acero inoxidable con encastre bajo encimera
- Placa vitrocerámica
- Horno y microondas de acero inoxidable
- Campana extractora de acero inoxidable
- Lavadora y lavavajillas integrados en el mobiliario
- Frigorífico

Instalaciones comunes

Como se ha comentado con anterioridad, la superficie que nos queda para las instalaciones en zonas comunes 3.520 m². Estas dotaciones comunes están en la zona central del edificio, entre ellas hay una piscina, un jardín y unas instalaciones deportivas, dotadas todas ellas con mobiliario urbano.

DECISIONES SOBRE EL PRECIO

En este punto se intenta determinar el precio más adecuado de venta en función de la competencia y del estudio de viabilidad realizado de forma paralela a este.

Después de realizar la visita al solar se obtuvo un precio del solar de 2.450.000,00 €. Este precio desde un principio se intuía que no se correspondía con el valor actual de mercado, por lo que el

estudio económico se realizó partiendo de ese dato, obteniéndose un precio de metro cuadrado de techo de 170€, al no corresponderse este con la realidad y teniendo en cuenta que lo que se pretende conseguir con este tipo de estudios es una referencia real para el promotor que decide ejecutar la obra se ha estimado un precio de solar de 14.840.800€.

Una vez realizados los dos estudios de la zona, el económico y el comercial, y teniendo en cuenta los precios obtenidos y los precios actuales del mercado de promociones similares en la zona, se estableció el precio de venta, el cual, estará comprendido entre los 1.700 €/m² y los 2.000 €/m².

Aunque, estos precios son menores que el de las actuales promociones, se tomó esta decisión basándose en la gran cantidad de pisos que actualmente están sin vender.

Del mismo modo, el precio de venta de los trasteros será de aproximadamente de 9.000€, mientras que el de las plazas de garaje rondarán los 27.6000€, se ha tomado como base la opinión de la demanda y se ha aumentado un poco puesto que ha de pasar más de un año para que se comercialice esta promoción y para entonces los precios pueden haber aumentado.

DECISIONES SOBRE LA PUBLICIDAD

Como se comentaba en el apartado de “Revisión teórica”, para la elaboración de una campaña publicitaria hay que seguir el esquema que aparece en la figura 3.: “El proceso publicitario”

En primer lugar se determinará el objeto, sus características, en nuestro caso, serán las descritas anteriormente para la promoción inmobiliaria.

Por otro lado, deberá asociarse a un tipo de usuario. En este caso, debido a las características de la promoción, irá dirigida a familias con niños, que buscan una vivienda en el que tengan espacios comunes amplios, donde los niños puedan disfrutar sin salir del recinto y a la vez fomentar las relaciones sociales.

En segundo lugar aparece el presupuesto publicitario, el cual va a repercutir de forma directa en las ventas. En este caso, el presupuesto será del 1% sobre el precio de ventas (datos obtenidos del estudio económico-financiero)

La creatividad publicitaria, por su parte, es la que comprende la generación de la idea base del mensaje de sujeción o presentación y su producción, por lo que tenemos que decidir entre un mensaje persuasivo o informativo.

Debido a la actual crisis económica y del reducido número de ventas en el sector de la construcción, se optará por una publicidad persuasiva, en la que el potencial comprador se convenza de que nuestra promoción es la oportunidad que estaba esperando, en la que va a encontrar la satisfacción a todos sus deseos y requerimientos.

Por otro lado, se tendrá que elegir el estilo, el tono o el formato publicitario, haciendo referencia al enfoque de comunicación para transmitir la idea base.

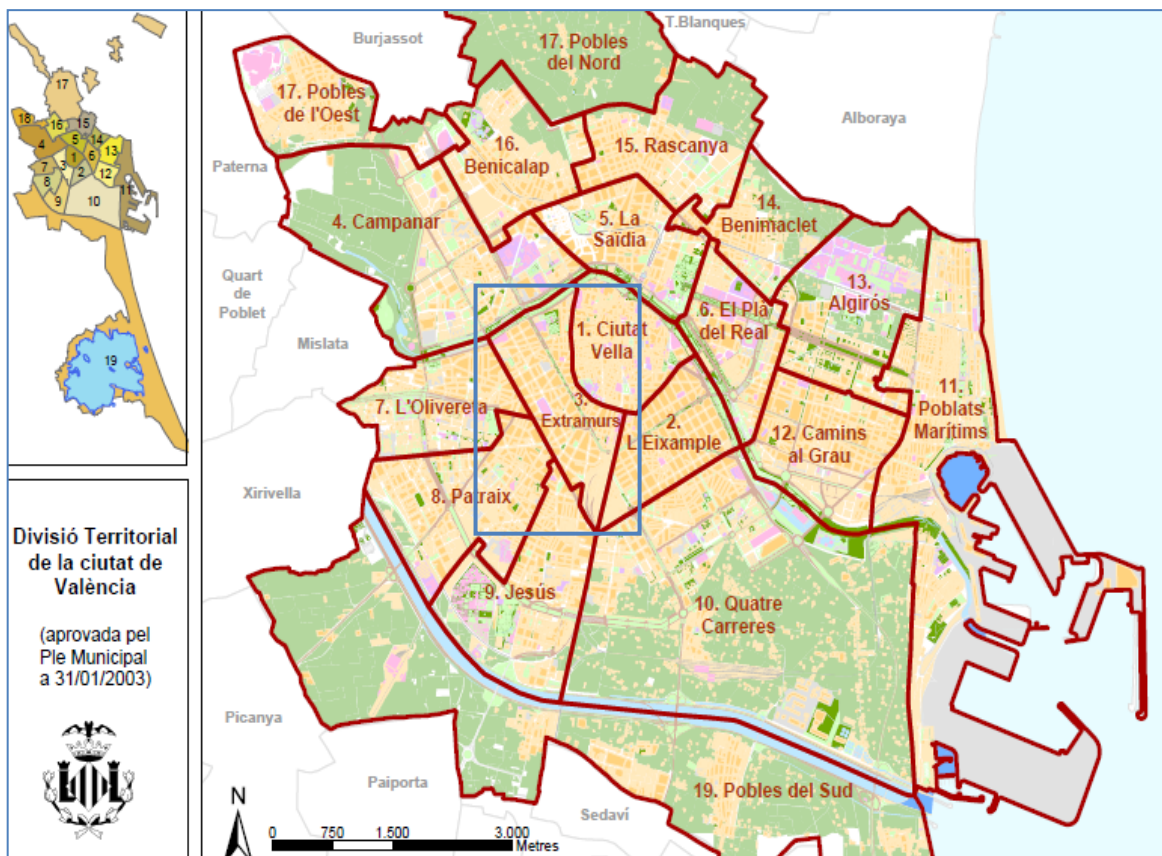
Por su parte, la selección y planificación de medios, consiste en seleccionar el medio para que la difusión entre los compradores potenciales sea lo más amplia posible. Algunos de los medios de difusión: prensa, revistas, televisión, radio, publicidad exterior... En este caso se optará por los siguientes:

- Prensa: se contratará una página, de forma que el anuncio no pase desapercibido para un lector que solo esté ojeando el periódico.
- Radio: Es el medio más utilizado en este sector, ya que tiene gran competencia local. El mensaje será de unos 30 segundos dentro de programas patrocinados.
- Valla urbana: con ella, se mantendrá el contacto con el público que pasa por delante de la obra, durante su ejecución. El tamaño será estándar, 3x8 m. En ella aparecerá la descripción general de inmueble, el nombre de la promotora y los elementos diferenciados, como son en este caso, las amplias instalaciones comunes. También aparecerá una imagen del edificio terminado.
- Internet: este medio tiene muchas ventajas, ya que nos permite poner a disposición del cliente cierta información, como son planos, fotografías, o la memoria de calidades, durante la obra y una vez terminada esta. Además este medio, a diferencia de los anteriores, nos permiten llegar a un público mayor fuera de Valencia.

Y por último, se realizará una evaluación de la eficacia, la cual puede desarrollarse antes o después de la difusión, en este caso se irá desarrollando durante a medida que dura la ejecución del inmueble y una vez terminado este, para poder así, mejorar el volumen de ventas.

ZONA 2. “EXTRAMURS”

DISTRITO NÚMERO 3 DE LA CIUDAD DE VALENCIA



Fuente: Ayuntamiento de Valencia.

Figura 120: “Distritos de Valencia, Extramurs”

DECISIONES SOBRE LA PROMOCIÓN

En este apartado, como ya se ha comentado anteriormente se quiere definir cual es el producto inmobiliario que más se ajusta a los deseos y necesidades de las personas. Qué tipo de edificio, con que características o con que tipo de instalaciones. Para ello, nos basamos tanto en la actual oferta inmobiliaria presente en la zona como en el estudio de demanda.

En primer lugar, con ayuda de un estudio de viabilidad económica paralelo a este, se elige un solar de la zona.

Aunque Extramurs, es una zona en la que no se construyen muchas viviendas, ya que se encuentra cerca del casco antiguo de la ciudad, y hay poco solares sin edificar, se ha encontrado uno situado en el barrio de La Petxina, en la calle Azcárraga, como se puede ver en la siguiente imagen. El solar se encuentra entre medianeras y por el aspecto del mismo se entiende que hace poco tiempo había un edificio en ese mismo lugar.



Fuente: Google Maps

Figura 121: "Plano de situación del solar de Extramurs".

Este solar tiene una superficie de 196 m², según datos tomados "in situ", y al tratarse de un solar entre medianeras, la construcción del bloque de viviendas en cuanto a alturas, línea de fachada y características quedan reguladas por los edificios colindantes, aunque se consultará también, la ficha urbanística para poder determinar las características de la promoción de viviendas, ya que de ahí, se obtendrán las limitaciones que se tendrán a la hora de determinar el número de alturas, la superficie de las viviendas, de los bajos comerciales, etc.

Las necesidades o aspectos diferenciales de este proyecto determinan el sentido de este apartado y se podrían apuntar las siguientes: fácil accesibilidad mediante transporte público, fácil comunicación con vehículo a los distintos centros médicos del área metropolitana de Valencia, calles amplias y adaptadas sin barreras arquitectónicas, entorno tranquilo, espacios verdes. Estas necesidades se veían cubiertas en la zona de Valencia, concretamente en el área del barrio de Extramurs.

Observando la ficha urbanística se observa que la superficie del solar es de 196 m^2 , que se trata de un suelo urbano, que el tipo de edificación es abierta (es decir, se puede elegir el tipo de edificación que se quiera realizar) y que la superficie de ocupación del solar es del 100 por 100 (esto quiere decir que no habrá parcela dedicada para elementos comunes como piscina, campo de tenis, etc.).

Por tanto, y después de estudiar mediante los datos extraídos de la ficha urbanística se dedicará a viviendas y locales el 100% de la superficie del solar, es decir, se tiene 195 m^2 de superficie para dedicarla a la construcción de viviendas y locales.

Todos los datos anteriormente expuestos se han obtenido del estudio económico-financiero realizado en el trabajo de título “La viabilidad económico-financiera de promociones inmobiliarias en las zonas de Rascanya y Extramurs”

Características generales de la promoción

En primer lugar, y según los datos obtenidos a partir de la ficha urbanística adquirida desde la página web del Ayuntamiento de Valencia, definiremos la promoción en un único bloque.

Por otro lado, debido a su tipología, cada una de las plantas tendrá la misma superficie que el solar, 195 m^2 , de esta superficie hay que deducir el 10 % para elementos comunes, por lo que la superficie por planta, dedicada a viviendas será de $176,4 \text{ m}^2$. Está, a su vez la dividiremos en dos para obtener así, dos viviendas simétricas de $88,2 \text{ m}^2$ cada una.

Teniendo en cuenta que según las exigencias urbanísticas podemos construir únicamente planta baja más 8 alturas, el edificio constará de 16 viviendas de 88 m^2 (la terraza computará únicamente la mitad de su superficie).

En cuanto a los bajos comerciales, se procederá a repartirlo de igual manera que en el caso de las viviendas, 2 locales de 88 m^2 cada uno. Además, se necesitará también, un mínimo de una plaza de garaje por vivienda, por lo que tendremos un total de 16 plazas de garaje como mínimo (cada

plaza constará de 6 metros cuadrados). En el caso de los trasteros se necesitará igualmente uno por vivienda, es decir 16 trasteros de 4 metros cuadrados cada uno.

Del mismo modo, todas las distribuciones y datos anteriormente expuestos se han realizado de acuerdo con el estudio económico-financiero realizado en el trabajo de título “La viabilidad económico-financiera de promociones inmobiliarias en las zonas de Rascanya y Extramurs”

Características constructivas y materiales

Estas características se escogerán según las exigencias demandadas por los encuestados y compradores potenciales, recogidas en el apartado anterior, para cada uno de los distritos. (Ver Tabla 32. Media de las características constructivas demandadas por los ciudadanos. Distrito de Extramurs)

La estructura del edificio estará realizada a base de hormigón armado. Las cubiertas, planas, con su debida formación de pendientes, aislamiento térmico y sistema impermeabilizante. El solado estará realizado a base de baldosas de gres cerámico antideslizante en las terrazas de los altillo, y acabadas con gravilla en la azotea general del edificio.

La fachada principal estará realizada a base de ladrillo caravista, además de una capa de manta mineral y una hoja de ladrillo cerámico, que le proporciona un buen aislamiento acústico y térmico.

Todas las zonas comunes están revestidas de gres porcelánico. Además cuentan con ascensor, videoportero, e iluminación en todas las plantas con encendido automático.

Los pavimentos del interior de la vivienda estan realizados con mármol nacional, eceptuando los de los baños y lavadero, que son de gres liso, además estos últimos, también irán alicatados en el mismo material. Enlucidos de yeso “a buena vista” en paredes y techos.

Por otro lado, la carpintería exterior, está constituida por ventanas de aluminio lacado, con doble acristalamiento tipo “climalit” y persianas en salon y dormitorios.

Por su lado, la carpintería interior, está formada por puertas de paso macizas de madera de haya o similar y de puertas de armarios empotrados con la misma terminación. La puerta de acceso a la vivienda es blindada con cerradura de seguridad y bisagras antipalanca.

Instalaciones.

Climatización. Poseerá instalación completa e individual de aire acondicionado, con termostato para el control de la temperatura.

La calefacción y el agua caliente generada a partir de una caldera individual mixta y sistema de placas solares en azotea.

Cocina. Cada una de las viviendas estará compuesta por mobiliario completo y electrodomésticos, ya que es una de las características más importantes para el comprador, contarán con:

- Formación de bancada con muebles altos y bajos según diseño.
- Encimera compacto de cuarzo
- Fregadero de acero inoxidable con encastre bajo encimera
- Placa vitrocerámica
- Horno y microondas de acero inoxidable
- Campana extractora de acero inoxidable
- Lavadora y lavavajillas integrados en el mobiliario
- Frigorífico

Instalaciones comunes

Debido a la tipología del inmueble no cuenta con ninguna.

DECISIONES SOBRE EL PRECIO

En este punto se intenta determinar el precio más adecuado de venta en función de la competencia y del estudio de viabilidad realizado de forma paralela a este.

La empresa vendedora del solar solicitó un precio de 2.150.000€.

Una vez realizados los dos estudios de la zona, el económico y el comercial, y teniendo en cuenta los precios obtenidos y los precios actuales del mercado de promociones similares en la zona, se estableció un precio de venta aproximado de 3.000 €/m².

Se decidió este precio basándonos en el precio medio de mercado de una promoción con de similares características, con un buen ritmo de ventas y en los datos obtenidos en el estudio de

demanda (ver Tabla 36: “Disposición a pagar. Vivienda de 2 habitaciones. Distrito 3”, en el apartado de “Descripción de la demanda inmobiliaria en los barrios de Extramurs).

Del mismo modo, el precio de venta de los trasteros será de aproximadamente de 9.000€, mientras que el de las plazas de garaje rondarán los 28.000€, ajustándose de nuevo, al mercado actual, como podemos ver en la Tabla 38: “Media de la disposición a pagar por trastero-garaje-instalaciones deportivas-ático. Distrito 3”

DECISIONES SOBRE LA PUBLICIDAD

Se seguirá el mismo esquema que en el distrito de Rascanya:

En primer lugar se determinará el objeto, sus características, en nuestro caso, serán las descritas anteriormente para la promoción inmobiliaria.

Por otro lado, deberá asociarse a un tipo de usuario. En este caso, debido a las características de la promoción, irá dirigida a parejas jóvenes, que residían ya en el barrio en régimen de alquiler y buscan su primera vivienda en la zona.

En segundo lugar aparece el presupuesto publicitario, el cual va a repercutir de forma directa en las ventas. En este caso, el presupuesto será del 1% sobre el precio de ventas (datos obtenidos del estudio económico-financiero)

La creatividad publicitaria, por su parte, es la que comprende la generación de la idea base del mensaje de sujeción o presentación y su producción, por lo que tenemos que decidir entre un mensaje persuasivo o informativo.

Como ya se ha mencionado antes, la actual crisis económica y del reducido número de ventas en el sector de la construcción, hace que se opte por una publicidad persuasiva, en la que el potencial comprador se convenza de que nuestra promoción es la oportunidad que estaba esperando, en la que va a encontrar la satisfacción a todos sus deseos y requerimientos.

Por otro lado, se tendrá que elegir el estilo, el tono o el formato publicitario, haciendo referencia al enfoque de comunicación para transmitir la idea base.

Por su parte, la selección y planificación de medios, consiste en seleccionar el medio para que la difusión entre los compradores potenciales sea lo más amplia posible. Algunos de los medios de difusión: prensa, revistas, televisión, radio, publicidad exterior... En este caso se optará por los siguientes:

- Prensa: se contratará una página, de forma que el anuncio no pase desapercibido para un lector que solo esté ojeando el periódico.
- Radio: Es el medio más utilizado en este sector, ya que tiene gran competencia local. El mensaje será de unos 30 segundos dentro de programas patrocinados.
- Valla urbana: con ella, se mantendrá el contacto con el público que pasa por delante de la obra, durante su ejecución. El tamaño será estándar, 3x8 m. En ella aparecerá la descripción general de inmueble, el nombre de la promotora y los elementos diferenciados. También aparecerá una imagen del edificio terminado.
- Internet: este medio tiene muchas ventajas, ya que nos permite poner a disposición del cliente cierta información, como son planos, fotografías, o la memoria de calidades, durante la obra y una vez terminada esta. Además este medio, a diferencia de los anteriores, nos permiten llegar a un público mayor fuera de Valencia.

Y por último, se realizará una evaluación de la eficacia, la cual puede desarrollarse antes o después de la difusión, en este caso se irá desarrollando durante a medida que dura la ejecución del inmueble y una vez terminado este, para poder así, mejorar el volumen de ventas.

6. CONCLUSIONES

En esta parte se presenta un resumen de los resultados obtenidos a lo largo de la investigación junto con una valoración de los mismos.

En el presente trabajo se ha llevado a cabo un estudio de dos zonas de la ciudad de Valencia: la primera Rascanya (perteneciente al distrito 15) y la segunda Extramurs, perteneciente al distrito 3, con el propósito de:

- Definir las características diferenciadoras de cada una de las zonas y analizar la interacción de éstas con el mercado inmobiliario.
- Investigar los tipos de inmuebles que actualmente están en venta (la oferta) y lo que los compradores desean (la demanda), analizando las diferencias y semejanzas entre ambos.
- Por último, partiendo de los apartados anteriores, definir una promoción inmobiliaria “ideal”, es decir, una promoción que posea las características y precios que más se ajusten, por un lado a la demanda y por el otro a los condicionantes existentes en cada una de las zonas.

Para la obtención de los objetivos se utilizaron varias herramientas metodológicas. En primer lugar se realizó un estudio del macroentorno. En él se analizó la situación actual en el ámbito de la demografía, en el ámbito político, en el social y especialmente en el ámbito económico. Este análisis permitió obtener una idea generalizada del entorno.

En segundo lugar, se mantuvo un contacto directo con cada una de las zonas, fundamentalmente con visitas de campo, cuyo objetivo fue recoger de primera mano lo que ofrecía cada una de ellas. Se ahondó en las características propias del barrio (situación, ordenación, colegios, transporte urbano) así como en la oferta inmobiliaria existente.

En tercer lugar, se realizó un estudio estadístico de la demanda, recogiendo los datos a través de una encuesta realizada a personas conocedoras de las distintas zonas, con el objetivo de poder utilizar posteriormente la información recogida como base para la fijación de las características y los precios de la promoción.

Las respuestas a los planteamientos expuestos han sido analizadas a lo largo del trabajo. No obstante, se resumen a modo de conclusión los resultados más relevantes obtenidos en esta investigación en cada una de las zonas.

ZONA 1. “RASCANYA”. DISTRITO NÚMERO 15 DE LA CIUDAD DE VALENCIA

Una de las características más relevante del distrito, es la gran diferencia de uno de sus barrios, Sant Llorens. Mientras que Orriols y Torrefiel son unos barrios muy antiguos, en los que predomina el pequeño comercio y los edificios con más de cuarenta años de antigüedad, Sant Llorens es, por el contrario, una de las zonas de Valencia que actualmente se encuentra en expansión, contando además, con modernos edificios y grandes superficies comerciales.

Si bien, hay una gran diferencia entre la tipología edificatoria y el tipo de comercio, es inexistente en cuanto a servicios se refiere. El distrito, cuenta con todo tipo de transporte público, el cual hace, que Rascanya este bien comunicado con cualquier zona de Valencia. Además, tiene una gran variedad tanto de oferta educativa como de ocio. No faltan tampoco los centros sanitarios ni las zonas verdes.

Por otro lado, debido a las diferencias anteriormente señaladas, podemos entrever la gran variedad de oferta inmobiliaria que se encontró en la zona. A lo largo del distrito encontramos siete promociones. La mayoría de ellas, en el centro de este, zona perteneciente al barrio de Torrefiel, solo el Edificio Valdelinares y el Arena Lotf están situados en la zona más moderna.

Entre todas ellas, el Edificio Valdelinares es la promoción más completa y a la vez, la más cara. Se llegó a esta conclusión después de haber analizado y comparado las características y los precios de venta de cada una de ellas. Además, aunque el precio de la vivienda sea el más caro, no ocurre lo mismo con el precio de garajes y trasteros.

En segundo lugar, cabe destacar, el Edificio Pedro Cabanes, que tiene una gran oferta de instalaciones y calidades constructivas, contando además, con precios más ajustados, debido a la renta que le confiere la protección oficial.

Por el contrario, encontramos promociones como, el edificio Lumiars, en el que los precios son más elevados si comparamos los materiales e instalaciones que oferta. Hecho que pudo verse reflejado en las ventas.

En cuanto al estudio de la demanda, Rascanya obtuvo resultados muy favorecedores, tanto en la elección del barrio para invertir como a la hora de hacerlo para residir. Esto fue debido a las percepciones que este inspira, tales como, las buenas comunicaciones y los muchos y buenos equipamientos con los que cuenta, además es favorecedora la percepción de ser una zona en expansión.

Del estudio de demanda también se pudo extraer todas y cada una de las características que la gente desea que tenga, la promoción “ideal”. Estas características se refieren tanto a calidades constructivas, como superficies, instalaciones y precios.

Toda esta investigación nos llevó a poder definir las características básicas necesarias que debe poseer una promoción en esta zona, si queremos asegurar un éxito en cuanto a ventas.

Se partió de un solar de 6.400m² situado en la Avenida Alfahuir, en el barrio de Sant Llorens. A partir de él, y obedeciendo, tanto las normas urbanísticas como, el estudio de demanda, se obtuvo:

Una promoción de viviendas plurifamiliares, en manzana abierta, con zona central destinada a dotaciones comunes, entre las cuales se encuentra una piscina, una pista deportiva y una zona ajardinada.

Formada por 4 bloques, con 32 viviendas cada uno, repartidas en 8 pisos más ático. Con dos tipos diferenciados de pisos y áticos. De las 32 viviendas, 14 de ellas poseen 103 m² y 3 dormitorios, mientras que las otras 14 tienen 185 m² y 4 dormitorios. Por su lado, los áticos dúplex tienen 260 m² y 290 m², ambos con 4 dormitorios.

Se tomó además, la decisión de que los 4 bloques fueran iguales, por lo que contaremos con 56 viviendas de 103 m², 56 viviendas de 185 m², 8 viviendas ático dúplex de 260 m² y 8 viviendas ático dúplex de 290 m².

Por su lado, alguna de las características y calidades constructivas que se eligieron basándose en el estudio de demanda fueron:

- Cerramientos de ladrillo caravista y tabiquería de ladrillo hueco.
- Alicatado y revestimiento de suelos a partir de gres cerámico.
- Carpintería exterior de aluminio e interior de madera maciza.
- Armarios empotrados y cocina totalmente equipada.
- Instalación de aire acondicionado y calefacción.

En cuanto a las características económicas, se estableció el precio de venta, comprendido entre los 1.700 €/m² y los 2.000 €/m². Aunque, estos precios son menores que el de las actuales promociones, se tomó esta decisión basándose en la gran cantidad de pisos que actualmente están sin vender.

El inmueble se publicitará como una promoción dirigida a familias con niños, que buscan una vivienda en el que tengan espacios comunes amplios, donde los niños puedan disfrutar sin salir del recinto y a la vez fomentar las relaciones sociales.

ZONA 2. “EXTRAMURS”. DISTRITO NÚMERO 3 DE LA CIUDAD DE VALENCIA

Es una de las zonas más antiguas de la ciudad, situándose muy próxima al casco antiguo. Está formado por cuatro barrios, todos ellos muy semejantes entre sí.

Son barrios muy antiguos, donde la mayor parte de los edificios fueron construidos en los años cuarenta, lo que se pudo ver reflejado en la arquitectura del barrio, aunque hay destacar que la mayoría de las fachadas están muy bien conservadas.

En cuanto a las características de la zona, destaca la gran superficie de zona verde, debido a que en los barrios de El Botánic y La Petxina, se encuentra situado una parte de los Jardines del Túria. Además, tiene una gran variedad tanto de oferta educativa, sobre todo en el barrio de Arrancapins, como de ocio. No faltan tampoco los centros sanitarios ni las instalaciones deportivas.

Debido a su situación y antigüedad, la oferta inmobiliaria que se encontró fue bastante reducida, quedando además muy pocos solares vacíos en los que se pueda hacer una nueva construcción, lo que hace que los precios de las viviendas en esta zona sean más elevados.

A lo largo del distrito se encontraron cinco promociones, dos de ellas en el barrio de la Petxina, uno en la Roqueta y otro en Arrancapins.

Entre todas ellas, el Edificio Quevedo destaca por ser la promoción más antigua (año 2007), y más cara, debido a la situación actual de reajuste de precios en el mercado. Por el lado contrario destaca el edificio Mosén Jacinto Berenguer.

Por otro lado, después de haber analizado y comparado las características y precios de ventas, de todos ellos, se llegó a la conclusión de que el edificio Juan Llorens es el más completo. Esto fue debido por un lado, a las instalaciones que ofrece, incluyendo piscina, y por el otro al razonable precio por m², siendo el segundo más bajo.

En cuanto al estudio de la demanda, Extramurs obtuvo resultados muy favorecedores, tanto en la elección del barrio para invertir como a la hora de hacerlo para residir. Esto fue debido a las percepciones que este inspira, tales como, las buenas comunicaciones, la ordenación urbanística, equipamientos con los que cuenta, y el dinamismo de cada uno de sus barrios.

Del estudio de demanda también se pudo extraer todas y cada una de las características que la gente desea que tenga, la promoción “ideal”. Estas características se refieren tanto a calidades constructivas, como superficies, instalaciones y precios.

Toda esta investigación nos llevó a poder definir las características básicas necesarias que debe poseer una promoción en esta zona, si queremos asegurar un éxito en cuanto a ventas y a la satisfacción de los clientes.

Se partió de un solar de 196 m² situado entre medianeras, en la calle Azcárraga, barrio de La Petxina. A partir de él, y obedeciendo, tanto las normas urbanísticas como, el estudio de demanda, se obtuvo:

Una promoción de viviendas plurifamiliares, en manzana cerrada. Formada por un bloque de 16 viviendas, repartidas todas ellas en un total de 8 plantas, cada una de ellas con dos viviendas simétricas.

Todas las viviendas tendrán las mismas características, en cuanto a calidades constructivas, superficie y reparto de la misma. Cada una contará con 88 m² y dos habitaciones.

Por su lado, alguna de las características y calidades constructivas que se eligieron basándose en el estudio de demanda fueron:

- Cerramientos de ladrillo caravista y tabiquería de ladrillo hueco.
- Alicatado y revestimiento de suelos a partir de gres cerámico para zonas húmedas y mármol para el resto.
- Carpintería exterior de aluminio e interior de madera maciza.
- Armarios empotrados y cocina totalmente equipadas.
- Instalación de aire acondicionado y calefacción.

Una vez realizados los dos estudios de la zona, el económico y el comercial, y teniendo en cuenta los precios obtenidos y los precios actuales del mercado de promociones similares en la zona, se estableció un precio de venta aproximado de 3.000 €/m².

Debido a las características de la promoción, la publicidad irá dirigida a parejas jóvenes, que residían ya en el barrio en régimen de alquiler y buscan su primera vivienda en la zona.

CONSIDERACIONES FINALES

Como se comentó ya en el presente trabajo, nos encontramos con una sociedad y una economía que están cambiando, y aunque actualmente nuestro país este viviendo una fuerte crisis, se prevé una lenta recuperación. Esto junto con la disminución de las viviendas actuales en stock, hace que sea un momento propicio para la reactivación del mercado inmobiliario, de una forma inteligente.

Para ello es aconsejable seguir las pautas de investigación marcadas en el presente trabajo, con el fin de poder conocer bien lo que nos ofrecen las distintas zonas de una ciudad, lo que se oferta en el mercado inmobiliario y lo más importante, lo que la gente demanda.

Igualmente, a lo largo del trabajo se ha ido mencionando, que paralelo a este, se estaba realizando otro trabajo, en el que se estudia la viabilidad económico-financiera. Sin ese trabajo este, quedaría incompleto, ya que tan importante es saber lo que ofrece y requiere el mercado como, conocer si nuestra futura promoción va a ser o no rentable para la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

- Bueno, Enrique (2009). *Estrategias en el mundo inmobiliario: dónde y cuándo comprar, qué construir y cómo vender incluso en época de crisis*. Madrid: Díaz de Santos.
- Escudero Musolas, Antonio (1995). *Métodos y técnicas de investigación*. Valencia: CISS.
- Escudero Musolas, Antonio (2008). *Marketing inmobiliario eficaz*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Kotler, Philip (1995). *Dirección de marketing*. Madrid: Prentice Hall.
- Llinares Millán, María Del Carmen (2001). *Viabilidad económica de promociones inmobiliarias. Marketing inmobiliario*. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia.
- Miranda Cabrera, Alfonso (1995). *Manual del promotor inmobiliario: De viviendas libres y de Protección Oficial*. Granada: Comares.
- Muñoz Valero, Santiago (2005). *Manual de marketing inmobiliario*. Madrid: CIE Dossat.
- Santesmases Mestre, Miguel (2007). *Marketing: conceptos y estrategias*. Madrid: Pirámide.

Páginas web:

- Ayuntamiento de Valencia. www.valencia.es
- Empresa municipal de transportes urbanos de Valencia. www.emtvalencia.es
- Metro de Valencia. www.metrovalencia.es
- Sanidad pública de Valencia. www.san.gva.es
- Ayuntamiento de Valencia, urbanismo. <http://mapas.valencia.es>
- Compra venta de inmuebles. www.mercadodeobranueva.com, www.idealista.com
- Instituto Nacional de Estadística. www.INE.es

ANEXO

Ficha 1. Ficha tipo características de la zona

Fuente: elaborado en el taller 30 de PFG. Estudio viabilidad en la edificación de la ETSIE. UPV.

FICHA TIPO CARACTERÍSTICAS ZONA			
Identificación del Distrito			
DISTRITO	Nº	BARRIO	
Características de la Zona			
Década aproximada de creación de la zona			
<input type="checkbox"/> Anterior 1950	<input type="checkbox"/> 1950-1969	<input type="checkbox"/> 1970-1989	<input type="checkbox"/> 1990-2010
Accesos			
<input type="checkbox"/> Avenida	<input type="checkbox"/> Ronda	<input type="checkbox"/> Autovía	
Vías			
Aceras (cantidad de aceras anchas)			
<input type="checkbox"/> Nada/Poca	<input type="checkbox"/> Media	<input type="checkbox"/> Alta	
Accesibilidad			
<input type="checkbox"/> Nada/Poca	<input type="checkbox"/> Media	<input type="checkbox"/> Alta	
Calzadas (cantidad de calzadas anchas)			
<input type="checkbox"/> Nada/Poca	<input type="checkbox"/> Media	<input type="checkbox"/> Alta	
Áreas peatonales (o de tráfico limitado a vehículos de vecinos)			
<input type="checkbox"/> Ninguna	<input type="checkbox"/> 1-2	<input type="checkbox"/> 3 o más	
Alumbrado			
<input type="checkbox"/> Nada/Poco	<input type="checkbox"/> Medio	<input type="checkbox"/> Alto	
Zonas aparcamiento (densidad por superficie)			
Público			
O.R.A.	<input type="checkbox"/> Nada/poca	<input type="checkbox"/> Media	<input type="checkbox"/> Alta
Uso privativo	<input type="checkbox"/> Nada/poca	<input type="checkbox"/> Media	<input type="checkbox"/> Alta
Uso público	<input type="checkbox"/> Nada/poca	<input type="checkbox"/> Media	<input type="checkbox"/> Alta
En calle	<input type="checkbox"/> Nada/poca	<input type="checkbox"/> Media	<input type="checkbox"/> Alta
Privado			
<input type="checkbox"/> Nada/poca	<input type="checkbox"/> Media	<input type="checkbox"/> Alta	

Edificación			
<input type="checkbox"/> Unifamiliar	<input type="checkbox"/> En altura		
Nº plantas			
<input type="checkbox"/> 1-4	<input type="checkbox"/> 5-10	<input type="checkbox"/> 11 o más	
Fachada			
<input type="checkbox"/> Cara vista	<input type="checkbox"/> Enfoscado	<input type="checkbox"/> Muro cortina	<input type="checkbox"/> Protegida
Transporte público			
<input type="checkbox"/> Metro	<input type="checkbox"/> Autobús	<input type="checkbox"/> Taxis	<input type="checkbox"/> Tren
Nº líneas autobús			
<input type="checkbox"/> Ninguna	<input type="checkbox"/> 1-2	<input type="checkbox"/> 3 o más	
Comercio (densidad por superficie)			
De lujo	<input type="checkbox"/> Nada/poca	<input type="checkbox"/> Media	<input type="checkbox"/> Alta
De barrio	<input type="checkbox"/> Nada/poca	<input type="checkbox"/> Media	<input type="checkbox"/> Alta
De inmigración	<input type="checkbox"/> Nada/poca	<input type="checkbox"/> Media	<input type="checkbox"/> Alta
Supermercado	<input type="checkbox"/> Nada/poca	<input type="checkbox"/> Media	<input type="checkbox"/> Alta
Centro Comercial	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	
Zona Ocio (densidad por superficie)			
Bares	<input type="checkbox"/> Nada/poca	<input type="checkbox"/> Media	<input type="checkbox"/> Alta
Restaurantes	<input type="checkbox"/> Nada/poca	<input type="checkbox"/> Media	<input type="checkbox"/> Alta
Pubs	<input type="checkbox"/> Nada/poca	<input type="checkbox"/> Media	<input type="checkbox"/> Alta
Discotecas	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	
Instal. deportivas	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	
Educación (número)			
Guarderías	_____		
Primaria pública	_____		
Secundaria pública	_____		
Colegios privados	_____		
Institutos	_____		
Universidades	_____		
Zonas verdes (densidad por superficie)			
Parques infantiles	<input type="checkbox"/> Nada/poca	<input type="checkbox"/> Media	<input type="checkbox"/> Alta
Jardines abiertos	<input type="checkbox"/> Nada/poca	<input type="checkbox"/> Media	<input type="checkbox"/> Alta
Jardines cerrados	<input type="checkbox"/> Nada/poca	<input type="checkbox"/> Media	<input type="checkbox"/> Alta
Sucursales bancarias			
<input type="checkbox"/> 2 o menos	<input type="checkbox"/> 3 - 5	<input type="checkbox"/> más de 5	

<p>Salud</p> <p><input type="checkbox"/> Farmacias <input type="checkbox"/> Centros de salud <input type="checkbox"/> Hospitales <input type="checkbox"/> Centros día <input type="checkbox"/> Residencia 3ª edad</p>
<p>Cultura</p> <p><input type="checkbox"/> Bibliotecas <input type="checkbox"/> Museos <input type="checkbox"/> Cines <input type="checkbox"/> Teatros <input type="checkbox"/> Monumentos Históricos</p>
<p>Zonas de negocios (densidad por superficie)</p> <p>Oficinas <input type="checkbox"/> Nada/poca <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta</p> <p>Naves industriales <input type="checkbox"/> Nada/poca <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta</p>
<p>Otros</p> <p><input type="checkbox"/> Comisaria de policía <input type="checkbox"/> Bomberos <input type="checkbox"/> Cementerio <input type="checkbox"/> Playa</p> <p><input type="checkbox"/> Solares en oferta <input type="checkbox"/> Zona multicultural</p>
<p>Edad media de la población</p> <p>_____ años</p>
<p>Inmigración</p> <p>_____ %</p>
<p>Crecimiento poblacional de la zona</p> <p>_____ %</p>
<p>Contaminación acústica</p> <p><input type="checkbox"/> Nada/poca <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta</p>
<p>Tráfico</p> <p><input type="checkbox"/> Nada/poco <input type="checkbox"/> Medio <input type="checkbox"/> Alto</p>
<p>Densidad de la actividad económica</p> <p><input type="checkbox"/> Baja <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta</p>
<p>Tipo de viviendas (totales)</p> <p>V.P.O/V.P.P (licencia de obra o primera ocupación) _____ viviendas</p>
<p>OBSERVACIONES</p>

Ficha 2. Ficha tipo, características de la oferta

Fuente: elaborado en el taller 30 de PFG. Estudio viabilidad en la edificación de la ETSIE. UPV.

FICHA TIPO CARACTERÍSTICAS OFERTA (Obra nueva)		
Identificación del Distrito		
DISTRITO	Nº	BARRIO
Datos de identificación		
Ubicación de la Promoción:		
Año de construcción:		
Nombre del promotor:		
Tipología		
Edificación manzana	<input type="checkbox"/> Abierta	<input type="checkbox"/> Cerrada
Vivienda	<input type="checkbox"/> Unifamiliar	<input type="checkbox"/> Plurifamiliar
Vivienda	<input type="checkbox"/> Libre	<input type="checkbox"/> Protegida
Volumen de Oferta		
Total de viviendas:		
Ritmo de ventas		
Stock sin vender:		
Fecha de entrega:		
Meses en venta:		
Media mensual de ventas:		
Dotaciones comunes		
Club Social	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
Jardín	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
Piscina	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
Instalaciones deportivas	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
Calidades de Construcción		

Fachada	<input type="checkbox"/> Cara vista	<input type="checkbox"/> Enfoscado	<input type="checkbox"/> Otros _____	
Carpintería exterior	<input type="checkbox"/> PVC	<input type="checkbox"/> Aluminio	<input type="checkbox"/> Madera	<input type="checkbox"/> Otros _____
Pavimento zaguán	<input type="checkbox"/> Gres	<input type="checkbox"/> Granito	<input type="checkbox"/> Mármol	<input type="checkbox"/> Otros _____
Tipo de tabiquería	<input type="checkbox"/> Ladrillo	<input type="checkbox"/> Pladur	<input type="checkbox"/> Otros _____	
Pavimento vivienda	<input type="checkbox"/> Gres	<input type="checkbox"/> Granito	<input type="checkbox"/> Mármol	<input type="checkbox"/> Otros _____
Revestimiento cocina/baños	<input type="checkbox"/> Gres	<input type="checkbox"/> Porcelánico	<input type="checkbox"/> Mármol	<input type="checkbox"/> Otros _____
Pavimento cocina/baños	<input type="checkbox"/> Gres	<input type="checkbox"/> Porcelánico	<input type="checkbox"/> Mármol	<input type="checkbox"/> Otros _____
Carpintería interior	<input type="checkbox"/> Contrachapado		<input type="checkbox"/> Maciza	
Mobiliario de cocina	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No		
Armarios empotrados	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No		
Calefacción	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No		
Aire Acondicionado	<input type="checkbox"/> Preinstalación	<input type="checkbox"/> Instalación	<input type="checkbox"/> No	
Producto				
Dimensiones vivienda	_____ m ²			
Balcón	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No		
Galería	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No		
Altura	_____	Ático	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
Orientación	_____			
Entrada por vía ancha	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No		
Precio y condiciones económicas				
Precio al contado:				
Precio por m ² :				
Precio de garajes opcionales:				
Precio de trasteros opcionales:				
Forma de pago:				
% Reserva:				
% Aplazado				
% Entrega de llaves (hipoteca)				
Tipo de interés				
Decisiones sobre comunicación				
Oficina a pie de obra	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No		
Vallas in situ	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No		
Piso piloto	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No		
Folletos	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No		
Maquetas	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No		
Radio	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No		
Prensa	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No		
Internet	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No		
Televisión	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No		
Inmobiliaria	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No		
OBSERVACIONES				

Ficha 3. Ficha tipo de características sobre la demanda

Fuente: elaborado en el taller 30 de PFG. Estudio viabilidad en la edificación de la ETSIE. UPV.

FICHA TIPO CARACTERÍSTICAS DEMANDA (Obra nueva)					
Identificación del Distrito					
DISTRITO	Nº	BARRIO			
Datos de identificación					
Género: Hombre <input type="checkbox"/> Mujer <input type="checkbox"/>					
Edad: entre 20 - 30 <input type="checkbox"/> entre 30 - 40 <input type="checkbox"/> entre 40 - 50 <input type="checkbox"/> entre 50 - 60 <input type="checkbox"/> más de 60 <input type="checkbox"/>					
Profesión: _____					
Estado civil: _____					
Nº miembros de la unidad familiar: _____					
¿Vives en esta zona? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>					
Motivo por el que vives en esta zona (familiar, trabajo...): _____					
Percepción del barrio					
	A	B	C	D	E
	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutro	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Me parece un barrio emblemático, único	A	B	C	D	E
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Me parece un barrio multicultural, con inmigrantes	A	B	C	D	E
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Me parece un barrio con grandes espacios y accesos, bien ordenado urbanísticamente	A	B	C	D	E
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Me parece un barrio en expansión, con proyección de futuro	A	B	C	D	E
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Me parece un barrio juvenil y dinámico	A	B	C	D	E
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Me parece un barrio agradable, acogedor, con "vida de barrio"	A	B	C	D	E
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Me parece un barrio con tráfico y ruido	A	B	C	D	E
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Me parece un barrio bien comunicado	A	B	C	D	E
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Me parece un barrio comercial, de negocios	A	B	C	D	E
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Me parece un barrio con buenos equipamientos (servicios deportivos, áreas peatonales)	A	B	C	D	E
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

En términos generales, y suponiendo que encontrara la vivienda que se ajustara a mis necesidades, elegiría esta zona para residir	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E
En términos generales, y suponiendo que encontrara la vivienda que se ajustara a mis necesidades, elegiría esta zona para invertir	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E
Suponiendo que encontrara la vivienda que se ajustara a sus necesidades, ¿en qué zona de Valencia le gustaría vivir?	_____
Importancia en la compra vivienda-barrio	
Cuando compra una vivienda, ¿qué tiene más relevancia en su elección?	
Zona <input type="checkbox"/>	Vivienda <input type="checkbox"/>
Establezca un porcentaje aproximado (<i>por ejemplo, 60%- 40%</i>)	
Zona _____%	Vivienda _____%
Tipología deseada ¿Qué tipo de edificación le gustaría comprar?	
Edificación manzana	<input type="checkbox"/> Abierta <input type="checkbox"/> Cerrada <input type="checkbox"/> Indiferente
Vivienda	<input type="checkbox"/> Unifamiliar <input type="checkbox"/> Plurifamiliar <input type="checkbox"/> Indiferente
Vivienda	<input type="checkbox"/> Libre <input type="checkbox"/> Protegida <input type="checkbox"/> Indiferente
Producto deseado	
Dimensiones vivienda	
<input type="checkbox"/> menos de 60 m ² <input type="checkbox"/> 60-80 m ² <input type="checkbox"/> 80-100 m ² <input type="checkbox"/> 100-120 m ² <input type="checkbox"/> 120-140 m ² <input type="checkbox"/> más de 140 m ²	
Número de habitaciones _____	
Balcón	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Indiferente
Galería	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Indiferente
Altura _____ Ático	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Indiferente
Orientación _____	<input type="checkbox"/> Indiferente
Entrada por vía ancha	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Indiferente
Garaje	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Indiferente
Trastero	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Indiferente
Dotaciones comunes	
Club Social	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Indiferente
Jardín	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Indiferente
Piscina	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Indiferente
Instalaciones deportivas	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Indiferente

Preferencias en Calidades de Construcción				
Fachada	<input type="checkbox"/> Cara vista	<input type="checkbox"/> Enfoscado	<input type="checkbox"/> Indiferente	
Carpintería exterior	<input type="checkbox"/> PVC	<input type="checkbox"/> Aluminio	<input type="checkbox"/> Madera	<input type="checkbox"/> Indiferente
Pavimento zaguán	<input type="checkbox"/> Gres	<input type="checkbox"/> Granito	<input type="checkbox"/> Mármol	<input type="checkbox"/> Indiferente
Tipo de tabiquería	<input type="checkbox"/> Ladrillo	<input type="checkbox"/> Pladur	<input type="checkbox"/> Indiferente	
Pavimento vivienda	<input type="checkbox"/> Gres	<input type="checkbox"/> Granito	<input type="checkbox"/> Mármol	<input type="checkbox"/> Indiferente
Revestimiento cocina/baños	<input type="checkbox"/> Gres	<input type="checkbox"/> Porcelánico	<input type="checkbox"/> Mármol	<input type="checkbox"/> Indiferente
Pavimento cocina/baños	<input type="checkbox"/> Gres	<input type="checkbox"/> Porcelánico	<input type="checkbox"/> Mármol	<input type="checkbox"/> Indiferente
Carpintería interior	<input type="checkbox"/> Contrachapado		<input type="checkbox"/> Maciza	<input type="checkbox"/> Indiferente
Mobiliario de cocina	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Indiferente	
Armarios empotrados	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Indiferente	
Calefacción	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Indiferente	
Aire Acondicionado	<input type="checkbox"/> Preinstalación	<input type="checkbox"/> Instalación	<input type="checkbox"/> Indiferente	
Condiciones económicas				
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una vivienda de 1 habitación en esta zona ?				
<input type="checkbox"/> menos de 120.000€ <input type="checkbox"/> 120.000-150.000€ <input type="checkbox"/> 150.000-180.000€ <input type="checkbox"/> 180.000-210.000€ <input type="checkbox"/> 210.000-240.000€ <input type="checkbox"/> más de 240.000€				
¿Y de 2 habitaciones ?				
<input type="checkbox"/> menos de 150.000€ <input type="checkbox"/> 150.000-180.000€ <input type="checkbox"/> 180.000-210.000€ <input type="checkbox"/> 210.000-240.000€ <input type="checkbox"/> 240.000-270.000€ <input type="checkbox"/> 270.000-300.000€ <input type="checkbox"/> más de 300.000€				
¿Y de 3 habitaciones ?				
<input type="checkbox"/> menos de 180.000€ <input type="checkbox"/> 180.000-210.000€ <input type="checkbox"/> 210.000-240.000€ <input type="checkbox"/> 240.000-270.000€ <input type="checkbox"/> 270.000-300.000€ <input type="checkbox"/> 300.000-330.000€ <input type="checkbox"/> 330.000-360.000€ <input type="checkbox"/> más de 360.000€				
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un ático en esta zona ? _____				
¿Qué incremento de precio estaría dispuesto a pagar por tener instalaciones comunes (piscina, instalaciones deportivas...)? _____ euros.				
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un garaje en esta zona ? _____				
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un trastero en esta zona ? _____				
En general, estaría dispuesto a pagar un incremento de precio en la vivienda por _____				
OBSERVACIONES				

Tabla 10. Valores asignados a las variables categóricas

Fuente: Elaborado en el taller 30 de PFG. Estudio viabilidad en la edificación de la ETSIE. UPV.

GÉNERO	Hombre=0	Mujer=1						
EDAD	20-30=1	30-40=2	40-50=3	50-60=4	Más 60=5			
VIVE ZONA	No=0	Sí=1						
EMBLEMÁTICO	A=1	B=2	C=3	D=4	E=5			
MULTICULTURAL	A=1	B=2	C=3	D=4	E=5			
ORDENADO	A=1	B=2	C=3	D=4	E=5			
EN EXPANSIÓN	A=1	B=2	C=3	D=4	E=5			
DINÁMICO	A=1	B=2	C=3	D=4	E=5			
"VIDA BARRIO"	A=1	B=2	C=3	D=4	E=5			
TRÁFICO/RUIDO	A=1	B=2	C=3	D=4	E=5			
BIEN COMUNICADO	A=1	B=2	C=3	D=4	E=5			
DE NEGOCIOS	A=1	B=2	C=3	D=4	E=5			
BUENOS EQUIPAMIENTOS	A=1	B=2	C=3	D=4	E=5			
ELECCIÓN ZONA PARA RESIDIR	A=1	B=2	C=3	D=4	E=5			
ELECCIÓN ZONA PARA INVERTIR	A=1	B=2	C=3	D=4	E=5			
ZONA	No=0	Sí=1						
VIVIENDA	No=0	Sí=1						
ABIERTA	No=0	Sí=1						
CERRADA	No=0	Sí=1						
UNIFAMILIAR	No=0	Sí=1						
PLURIFAMILIAR	No=0	Sí=1						
LIBRE	No=0	Sí=1						
PROTEGIDA	No=0	Sí=1						
DIMENSIONES VIVIENDA	menos 60=1	60-80=2	80-100=3	100-120=4	120-140=5	más 140=6		
BALCÓN	No=0	Sí=1						
GALERÍA	No=0	Sí=1						
ÁTICO	No=0	Sí=1						
ENTRADA VÍA ANCHA	No=0	Sí=1						
GARAJE	No=0	Sí=1						
TRASTERO	No=0	Sí=1						
CLUB SOCIAL	No=0	Sí=1						
JARDÍN	No=0	Sí=1						
PISCINA	No=0	Sí=1						
INSTAL. DEPORTIVAS	No=0	Sí=1						
CARAVISTA	No=0	Sí=1						
ENFOSCADA	No=0	Sí=1						
PVC	No=0	Sí=1						
ALUMINIO	No=0	Sí=1						
MADERA	No=0	Sí=1						
GRES	No=0	Sí=1						
GRANITO	No=0	Sí=1						

MÁRMOL	No=0	Sí=1						
GRES	No=0	Sí=1						
PORCELÁNICO	No=0	Sí=1						
MÁRMOL	No=0	Sí=1						
GRES	No=0	Sí=1						
PORCELÁNICO	No=0	Sí=1						
MÁRMOL	No=0	Sí=1						
CONTRACHAPADO	No=0	Sí=1						
MACIZA	No=0	Sí=1						
MOBILIARIO COCINA	No=0	Sí=1						
ARMARIOS EMPOTRADOS	No=0	Sí=1						
CALEFACCIÓN	No=0	Sí=1						
AA	Preinstalació n=1	Instalación =2						
1 HABITACIÓN	menos 120.000=1	120.000- 150.000=2	150.000- 180.000=3	180.000- 210.000=4	210.000- 240.000=5	más 240.000=6		
2 HABITACIONES	menos 150.000=1	180.000- 180.000=2	210.000- 210.000=3	240.000- 240.000=4	270.000- 270.000=5	300.000- 300.000=6	más 300.000=7	
3 HABITACIONES	menos 180.000=1	180.000- 210.000=2	210.000- 240.000=3	240.000- 270.000=4	270.000- 300.000=5	300.000- 330.000=6	330.000- 360.000=7	más 360.000=8

