



ÍNDICE



UNIVERSIDAD
POLITECNICA
DE VALENCIA



Escuela Técnica Superior de
Ingeniería de Edificación



CAPÍTULO 1.

Introducción.....

CAPÍTULO 2.

Objetivos.....

CAPÍTULO 3.

Revisión teórica.....

CAPÍTULO 4.

Metodología empleada.....

CAPÍTULO 5.

Resultados

Macroentorno.....

Microentorno

Ciutat vella

Descripción y características de las zonas.....

Descripción de la oferta.....

Descripción de la demanda.....

Descripciones sobre la promoción.....

El Pla del Real

Descripción y características de las zonas.....

Descripción de la oferta.....

Descripción de la demanda.....

Descripciones sobre la promoción.....

CAPÍTULO 6.

Conclusiones.....

ANEXOS.....



BIBLIOGRAFÍA.....



CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN



UNIVERSIDAD
POLITECNICA
DE VALENCIA



Escuela Técnica Superior de
Ingeniería de Edificación



En este capítulo se trata de exponer la justificación de por qué hacer el estudio de viabilidad comercial de promociones inmobiliarias en dos de los distritos de Valencia; estos distritos son Ciutat Vella y El Pla del Real.

Además se expone la estructura del estudio de viabilidad comercial, detallado de una forma genérica y explicando los apartados que este análisis va a tener.



Para el estudio de viabilidad comercial de promociones inmobiliarias es necesario explicar la justificación. Esta se responde a continuación con una descripción a grandes rasgos sobre el estado de la economía y de las empresas que tienen relación con la construcción. Además del porqué y casi obligatorio este estudio de viabilidad comercial de la promoción inmobiliaria.

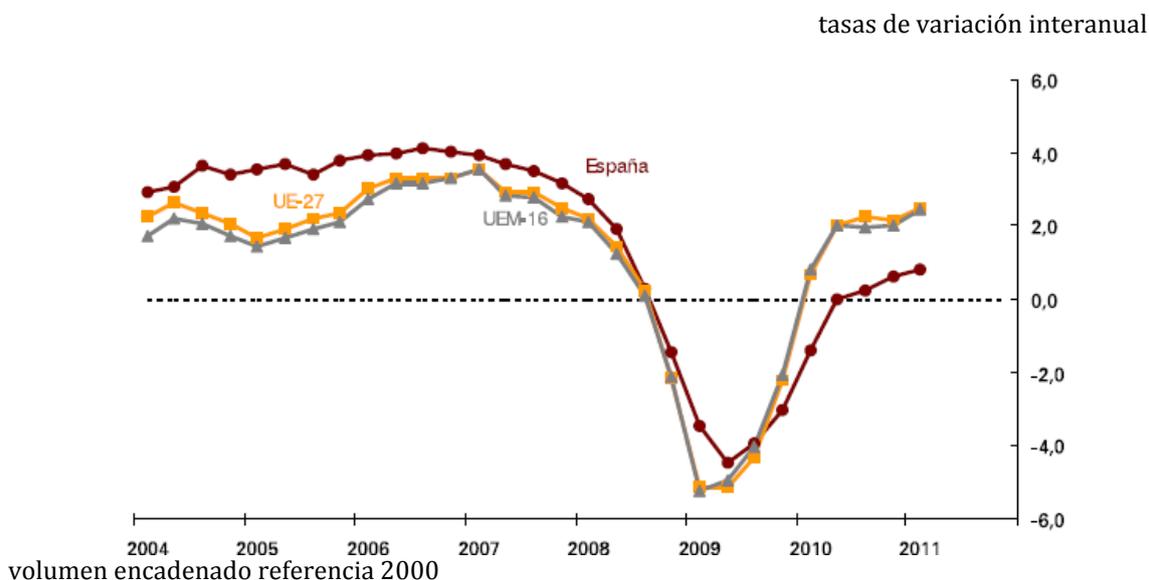
Es necesario hacer un análisis en profundidad de la actual situación económica para llegar a saber si con la futura construcción del edificio va a ser rentable o no.

En el último trimestre del año, ha sido positivo, aunque es limitado y muy débil. La evolución de la economía española, entre los meses de enero a marzo, creció un 0,3% (INE) en tasa intermensual y un 0,8% (INE) en interanual.

La demanda interna tiene un mínimo retroceso, mientras que la demanda exterior sigue siendo positiva por las exportaciones.

Pese a ello el ritmo de crecimiento es el más alto en un año en tasa intertrimestral y el más destacado desde el segundo trimestre de 2008 en comparación interanual. Aunque con todo ello este pequeño crecimiento es mínimo para crear empleo, que es lo más importante.

De esta forma la economía española tiene un crecimiento suave como consecuencia de la contribución del sector exterior.



Fuente: PIB

Figura 1: Producto Interior Bruto en España

aportaciones al crecimiento del PIBpm



volumen encadenado referencia

Fuente: PIB

Figura 2: Demanda nacional y externa

Analizando el PIB español, desde la actividad del gasto, se puede deducir que en este último trimestre hay una estabilidad en la demanda nacional y una mayor contribución del sector exterior. En el gasto económico realizado en España, se ha producido una desaceleración del consumo interior.

Por otro lado el sector de la construcción sigue teniendo un decrecimiento, aunque se pierde menos empleo que en el trimestre anterior.

La compra y venta de viviendas retrocede un 11%(INE) en marzo tras subir enero y febrero, esto se debe al final de la deducción fiscal por las adquisiciones de las viviendas, impulsó las ventas a finales de 2011. Por ello se acentúa la caída.

El total de las viviendas compradas o vendidas cayó un 11.9% (INE) con respecto al mismo mes del año anterior y un 27,4% (INE) con el mes anterior.



La compra y venta de estas viviendas se engloban en que un 84,9% (INE), de las viviendas son libres y el otro 15,1% son protegidas. La mayor caída se encuentra en la vivienda libre.

La situación de la crisis en la construcción es trágica en los tiempos que corren, ya que muchas empresas que tienen relación con la construcción han ido a la quiebra, y ya no sólo son las pequeñas empresas sino que otras empresas de nombres muy relevantes también se han sentido resentidas por la crisis.

Un caso muy ejemplar es la empresa cementera Portland que ganó 1,2 millones de euros en 2010, lo que supone una reducción del 95 % respecto al año anterior, cuando obtuvo un beneficio neto de 24 millones. La cifra de negocio disminuyó el 14,4 %, hasta los 886,7 millones de euros, en tanto que el resultado bruto de explotación de la compañía fue de 219,7 millones de euros, lo que supone una disminución del 24 %. (EFECOM).

Hay patronales como Andicop y Anmopyc, que dan datos como que el mercado nacional está muerto en torno a las ventas de maquinarias que se emplean en las obras. Estas patronales dicen que en la actualidad venden al exterior el 90% de la maquinaria que se fabrica en España.

Al igual que dicen que se esperan aún dos años más tan o más negros de los que ya hemos tenido. Esto significa que hay que tener muy claro lo que se va a construir y tener seguro que lo que se va a llevar a cabo es una promoción con futuro y con características que atraigan a posibles compradores.

Además estas empresas que forman parte del círculo de la construcción se ven muy afectadas con los plazos de pago previstos en la nueva Ley de Morosidad, ya que en la actualidad se paga a los 150 y 200 días. Y esto no es nada beneficioso para las empresas.

Por la posibilidad de hacer una construcción y que no salga como se prevé en un principio, es imprescindible hacer un estudio de viabilidad económica para que no vaya a la quiebra una empresa, ya que cuando se hace una construcción con miras de futuras ventas, si estas no se llevan a cabo, genera un problema que engloba a muchas empresas, ya que hay muchas empresas que hacen las edificaciones.

Como conclusión es muy importante en un proyecto de edificación hacer este estudio de viabilidad para saber qué promoción es la más idónea o adecuada en la zona donde se va a construir.

La viabilidad comercial de las promociones inmobiliarias es una parte importante del estudio de la futura construcción a llevar a cabo, ya que es la investigación y el análisis detallado que permite determinar la conveniencia financiera, técnica o comercial de la zona a estudiar.

Es tan importante que es el paso clave para un buen desarrollo del proyecto. Este proyecto determinará los datos finales para usarlos en el diseño, para la disposición, la calidad, el tipo de personas a las que irá el tipo de edificio, así como la conclusión y lo más importante del estudio que es el coste de la promoción a edificar.

Este estudio de viabilidad comercial de las promociones inmobiliarias engloba características muy diferentes. Se debe estudiar al macroentorno, que es sobre un entorno genérico, ya que afectan a todas las empresas del sector de la construcción. Para que sea un estudio que se tenga en cuenta se debe estudiar los factores demográficos, económicos, políticos así como los jurídicos o socio-culturales,...

Seguidamente se debe hacer un estudio del microentorno, que está es la parte más importante del estudio ya que aquí se describe toda la información necesaria para llevar a cabo el estudio y la investigación. En este apartado se engloba entre muchas otras características, la recopilación de datos de la zona, de las construcciones que ya están construidas, las personas que hacen uso de ese barrio o de las que forman parte de este de una forma transitoria. Se estudia la demanda y se llega a la conclusión sobre las decisiones de la promoción a llevar a cabo.

Este estudio es muy importante porque así se puede llegar a saber si la promoción que se va a construir es fiable económicamente o por el contrario llegaría a ser una construcción que llevaría a tener pérdidas económicas para la propia empresa constructora o promotora.

Por ello el objetivo del estudio de viabilidad comercial de las promociones, es desarrollar un procedimiento para el análisis de viabilidad de promociones inmobiliarias desde un punto de vista comercial.

La estructura de este trabajo de la viabilidad comercial de promociones inmobiliarias a desarrollar en los distritos de Ciutat Vella y del Pla del Real, distritos números 1 y 6, respectivamente, se va a desarrollar conforme a la siguiente estructura.

En este capítulo se va a realizar una justificación de la necesidad de llevar a cabo un estudio de viabilidad desde el punto de visto comercial.

En primer lugar se desarrollan los objetivos de este estudio de viabilidad comercial de promociones inmobiliarias de las dos zonas a estudiar. Aquí se expone que el objetivo primordial de este análisis es definir la forma más adecuada para llegar a construir un edificio según unas características de diseño, calidades, precio, distribución, entre otras características, para desarrollar en las dos zonas de estudio, Ciutat Vella y El Pla del Real.

Además de estudiar lo anteriormente citado se debe analizar y hacer un análisis exhaustivo de toda la zona y de los alrededores del distrito, ya que no sólo se tiene en cuenta lo que está dentro de ese distrito, porque puede llegar a ser más interesante estar alrededor de una zona con más calidad y aprovecharse de las características que ofrece ese distrito, y así el edificio a construir tenga más atractivo para los compradores como para las personas que vayan a hacer uso del mismo.

Partiendo de estos objetivos descritos de una forma muy global se hace una revisión teórica en la que se trata de exponer qué es un estudio de viabilidad. Se tiene que tener una localización del solar para el emplazamiento y el impacto ambiental que esta construcción va a hacer en la zona localizada. Luego se llevaría a cabo un coste posible para poner el precio total de la edificación a construir.

Esto se desarrolla de una forma que se detalla la situación actual y futura de estas zonas y de los posibles compradores, competidores, demanda que tendrá,... Se deberá estudiar la optimación del tamaño en los mercados ya sean decrecientes o tengan una demanda constante.

En segundo lugar se va a desarrollar la metodología empleada en la investigación, aquí se hace una descripción del plan de trabajo o secuencia de las actividades que se van a desarrollar y el método que se va a emplear para la obtención de la información necesaria para hacer el estudio de viabilidad para un promociones inmobiliarias.

A continuación se hace el estudio en profundidad de las zonas, ello se hace con pruebas fotográficas, de los comercios que hay en la zona, los edificios ya existentes, se hace un estudio de sus calles si son muy transitadas por vehículos, si son accesibles, como es el ancho de las calzadas,...

Después se hace una descripción de la oferta inmobiliaria, para ello se hace un estudio tipo de las promociones de nueva construcción que se ofrecen en la zona, en este análisis, se ha tenido que estudiar además de los de nueva construcción viviendas de segunda mano o casi nuevos, ya que no se ha construido en las zonas viviendas por las causas ya conocidas, como la crisis en la construcción. Además de las construcciones se tiene que investigar por el ritmo de las ventas que se tienen así como de la publicidad que se tiene de estas y de cómo se presentan a un futuro comprador. La conclusión de este apartado de la demanda es saber cómo está yendo la demanda y así saber cuál va a ser la competencia a la que se va a hacer frente con la futura construcción que se está analizando.

Así como para hacer la demanda se va a necesitar y llevar a cabo un estudio de lo que la ciudadanía busca en una futura adquisición de una vivienda. Para ello se debe estudiar cuales son los gustos y preferencias de las personas que forman parte de la zona a estudio, así como de los ciudadanos que transitan por él, aunque solo sea de forma obligada, se hace referencia a las personas que trabajen en esa zona de estudio.

En tercer lugar se lleva a cabo las decisiones sobre la promoción, esto se hace con el estudio de mercado que anteriormente se ha analizado e investigado. El final que tiene este apartado es definir la promoción más adecuada e idónea a desarrollar en las dos zonas que se lleva este estudio de viabilidad comercial de las promociones inmobiliarias.

Para llevar a cabo estas decisiones que tienen un carácter muy importante, ya que para ello ya se ha identificado cuál va a ser el edificio más adecuado en función de las características que se tiene en el distrito y en los alrededores, así como para los futuros propietarios.

Con ese análisis se puede llegar a poner el precio más adecuado a la promoción inmobiliaria. Esta tasación se determina con el estudio de viabilidad que se ha calculado con el estudio económico de la promoción inmobiliaria en el trabajo de título -----, en el estudio de la viabilidad económica de promociones inmobiliarias.

Este tercer apartado lleva a la decisión del tipo de publicidad que se debe hacer, a qué público va dirigido, donde se publica, si se hace anuncios para medios de comunicación tales como radio, televisión o prensa ya sea gratuita o no. Además es importante pensar correctamente a que público se quiere que llegue esta publicidad. También es importante destacar espacios que están en la zona así como si hay jardines y zonas verdes.



Por último se hace una conclusión final dando la explicación de todos los resultados que se han obtenido, por las investigaciones que se han llevado a cabo a lo largo de todo el estudio de la viabilidad comercial de la promoción inmobiliaria en las dos zonas a estudiar.

Deben quedar reflejados en esta conclusión todos los puntos importantes a los que se ha llegado después de acabar el estudio. Estos puntos son la valoración inmobiliaria a la que se ha conseguido como final del estudio. Se debe estudiar si sería una construcción viable a hacer en las zonas de estudio que son el distrito de Ciutat Vella y El Pla del Real.





CAPÍTULO 2: OBJETIVOS





Este apartado redacta los objetivos del trabajo, son los objetivos generales y los objetivos específicos.

Los objetivos generales tratan de desarrollar el procedimiento de análisis de la viabilidad comercial de las diferentes promociones inmobiliarias.

Los objetivos específicos explican los procedimientos de actualización para realizar dicho análisis de viabilidad desde el punto de vista comercial. Para ello se hace un estudio del macroentorno y otro de microentorno de las dos zonas a estudiar, impulsando las características más importantes de la zona. Además de definir la oferta inmobiliaria y la demanda. Por último en estos objetivos es definir la políticas de precio, producto y promoción más adecuada a las zonas estudiadas.





Los objetivos primordiales de este trabajo se construyen en dos grupos diferenciados; en los objetivos generales y en los objetivos específicos.

Los objetivos generales se basan en desarrollar un proyecto teniendo en cuenta la relación que hay entre los recursos empleados para conseguir lo que se busca y aquellos de los que se disponen. Los recursos de los que se disponen para evaluar la viabilidad económica son los que están presentes en la propia zona de estudio a evaluar. Por lo cual se hace un análisis del rendimiento interno, es decir, lo que se puede encontrar en ella.

Teniendo en cuenta los objetivos generales se llega a encontrar el correcto análisis de la viabilidad comercial de la promoción inmobiliaria que se está estudiando y la que se va a construir.

A partir de los objetivos generales se obtienen los objetivos específicos; que estos están influidos por muchos factores.

Estos se basan en la definición del procedimiento de actuación para realizar estudios de viabilidad desde un punto de vista comercial.

Además de un estudio analizando el sistema del macroentorno que tiene referencia en el sector económico, demográfico, político, jurídico así como el factor socio-cultural. Este estudio se tiene en cuenta para la situación real del análisis.

Se hace un análisis del microentorno de las dos zonas de las que se hace el estudio del análisis. Se deben investigar las características importantes que se pueden encontrar en las distintas zonas de estudio al igual que de la oferta inmobiliaria y de la demanda que se tiene en estas zonas sobre la construcción.

Así mismo se analiza el alcance de la necesidad de la construcción y se identifican las restricciones relativas que pueden interferir en la planificación y futura puesta a punto de ésta.

Otro de los objetivos específicos de este estudio es saber cómo se tienen que definir las políticas del inmueble, como debe ser su promoción y lo más importante es cual debe ser el precio de dichos inmuebles de las zonas a estudiar.

El objetivo concluyente de este estudio es hacer una planificación que garantice la viabilidad comercial y financiera del análisis a desarrollar.





CAPÍTULO 3: REVISIÓN TEÓRICA





Este apartado explica la parte teórica del análisis de la promoción de viabilidad económica de las zonas a estudiar. Se explica implícitamente qué es el estudio de viabilidad, además de proponerlo desde una forma comercial.

Aquí se expone en qué consiste este estudio y se analiza.



La actividad inmobiliaria se diferencia de la mayoría de los sectores industriales por las características de su proceso constructivo. Estas se engloban en una decisión de desarrollar un nuevo producto que supone siempre un difícil proceso, puesto que el criterio principal para decidir su desarrollo es el beneficio esperado y la determinación de este supuesto beneficio es a menudo difícilmente predecible. **(LIBRO ASIGNATURA)**

Una empresa de promoción inmobiliaria necesita un marketing porque una empresa dedicada a esta actividad que esté bien gestionada debe optimizar sus resultados tanto a corto como a medio y largo plazo, a lo largo de todo el ciclo económico, reduciendo su dependencia de la coyuntura externa y desarrollándose a expensas de la competencia. (Muñoz, 2.005).

Hay 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
- el saber tecnológico para el desarrollo de las estrategias

Con este análisis se va a estudiar el factor del conocimiento del mercado y la capacidad de adoptar estrategias de marketing adecuadas. **(LIBRO ASIGNATURA)**

Las estrategias a seguir se basan en las “4Pes” introducidas por Mc Carthy: “Producto, Precio, Distribución (Places) y Comunicación”. Aunque lo que se va a desarrollar en este apartado son el producto, el precio y la comunicación, ya que la distribución no es posible porque el producto que aquí interesa o se puede trasladar, porque lo interesante de la distribución es que tiene como objeto trasladar el producto desde el origen de su puesta a punto hasta el consumidor. **(LIBRO ASIGNATURA)**

Mediante estas acciones se estará introduciendo el marketing en la empresa, que en la antigüedad este sector ha tenido poca importancia en el sector inmobiliario comparado con otros sectores. Esto se debe a que hay una demanda mayor a la oferta que hizo que se vendiera la mayor parte del producto en este caso una vivienda a un comprador que no era el adecuado a esas características. Además de la poca información estadística fiable que había y la falta de información precisa hizo de los mercados inmobiliarios poco fiables.

En la actualidad además de ser importante el sector inmobiliario ahora las empresas tratan de conocer y reconocer las necesidades de los compradores al igual que diseñar los productos más afines a ellos.



Hoy en día, las empresas inmobiliarias están comprometidas de una forma creciente a las necesidades de los posibles compradores. El llevar a cabo este estudio significa que tiene que haber relaciones internas entre la promotora y los demandantes. Para ello se realiza un estudio de mercado con el objetivo de determinar el mercado potencial e identificar las necesidades de ese mercado.

La conclusión general es que para todo estudio comercial primero se debe conocer el mercado. Este apartado se desarrolla a continuación.

Estudio de mercado

Para diseñar las estrategias de marketing es necesario conocer y comprender el mercado, por ello se debe saber cuál es el mercado potencial, a que segmentos del mismo hay que dirigirse, qué productos necesitan y desean, por qué motivos los compran, dónde y cuándo lo hacen. **(LIBRO ASIGNATURA)**

El estudio de mercado o de viabilidad comercial es prioritario, ya que debe marcar la política de producto más adecuada que se pueda extraer de las normas del planeamiento urbanístico. Y a su vez dará lugar al estudio económico-financiero, a través de los ritmos y precios de venta que resulten del análisis del mercado.

Los estudios de mercado sirven para (Escudero, 1.999):

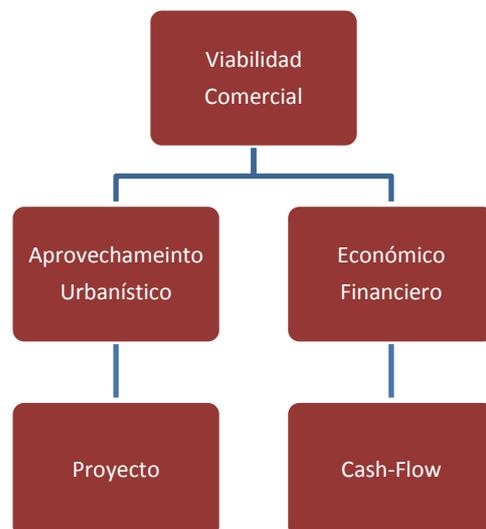
- disminuir los riesgos
- confirmar la experiencia y la intuición de los profesionales
- aproximar la oferta a la demanda
- conseguir una mejor venta, en tiempo y dinero
- disminuir los costos financieros y comerciales. La rotación del capital es

mayor.

En definitiva, obtener una mayor rentabilidad y de pasada (Escudero, 1.999):

- mejorar la competitividad empresarial
- crear puestos de trabajo
- mejorar la calidad de vida

Tipos de estudio para la promoción de inmuebles (Escudero, 1.999):



El gráfico funcional es de vital importancia ya que incide en el orden preferencial y operativo de los estudios a realizar en cada promoción.

El estudio de mercado o de viabilidad comercial es prioritario, ya que debe marcar la política de producto más adecuada que se pueda extraer de las normas del planteamiento urbanístico.

Y a su vez dará lugar al estudio económico-financiero, a través de los ritmos y precios de venta que resulten del análisis del mercado. Aunque a veces se hace al revés, se busca el máximo aprovechamiento de la edificabilidad y se encajan los números en el estudio económico para que todo que salga bien.

Pero la realidad nos demuestra que en estos casos hay un alto porcentaje de fracasos, ya que no se ha tenido en cuenta ni la competencia ni la demanda y todo el planteamiento teórico de la promoción se basa en unos cimientos construidos sobre arenas movedizas.

Aunque aparentemente el edificio parece muy sólido, terminará derrumbándose sobre sí mismo.

Además este estudio tiene una serie de objetos (Escudero, 1.999):

- seleccionar los mercados más apropiados a cada empresa y coyuntura
- definir el producto
- planificar la política comercial
- marcar los objetivos de venta
- seleccionar los medios, estrategias y canales de venta más adecuados y rentables
- controlar los resultados

Los estudios de mercado todavía no son reconocidos con total certeza, porque aún hay quién se pregunta si son fiables; todos los estudios tienen un margen de error, aunque el error ya se tiene en cuenta, si son objetivos; esta objetividad sólo se puede garantizar desde fuera de la empresa y si son predicciones; ya que no es fiable trabajar a largo plazo, se estudian ciclos anteriores, se estudian las tendencias próximas del pasado,...

En conclusión todos los estudios de mercado se basan en una parte cuantitativa que es la estadística y en otra parte cualitativa que es el análisis de los resultados.

Para hacer el estudio de mercado, se debe investigar todo lo que rodea a la empresa tanto desde el punto de vista general, el macroentorno; como el específico, el microentorno.



El estudio del macroentorno, este estudio está formado por factores que afectan de una forma general a todas las empresas del mercado, para ello se estudian los diferentes factores:

-factores demográficos, crecimiento de la población, envejecimiento, natalidad, distribución de la población por edades, sexo,... esto hace un camino para saber la demanda, la tipología que puede tener,...

-factores económicos, el tipo de interés, la renta disponible, los ciclos,... estos factores afectan por la referencia básica en el sector, teniendo especial interés por los préstamos hipotecarios, el ciclo de la vida para ajustar el ciclo del sector de la construcción.

-factores políticos, grado de intervención estatal en el sector, para saber las ayudas que se tienen en la compra de una vivienda.

-factores jurídicos, legislación que afecta al sector de alguna forma, la aprobación de un plan de ordenación...

-factores socio-culturales, cánones estéticos, nivel cultural, cambios en la familia tradicional,... esto afecta en la demanda y en las características de la oferta.

El estudio del microentorno, se basa en un conjunto de elementos específicos que afectan directamente a la empresa. Para ello se debe analizar:

-clientes, son la demanda, se trata de estudiar la población, los futuros posibles compradores. Para ello se estudian los posibles aspectos de la población, así como edad, sexo, nivel de renta, gustos, hábitos, actual ubicación,...

-competencia, es la oferta, se estudia la capacidad, el grado de suficiencia y nivel tecnológico, su potencia financiera y lo que es más importante su precio, tamaño, clientes y proveedores.

-proveedores, se describen cuántos son, gama de productos, precios, plazos de entrega, condiciones de pago, canales de distribución, clientes con los que trabaja,...

Posteriormente se lleva a cabo un desarrollo del contenido de los estudios de demanda y de oferta aplicados al ámbito inmobiliario.



Análisis de la oferta

Según Escudero (Escudero, 1.999) los objetivos de un estudio de oferta no son siempre los mismos. Pueden variar sensiblemente si por ejemplo estamos haciendo un estudio general de un área geográfica, para estratificar el mercado, o si vamos buscando el análisis en profundidad de un segmento determinado.

Puede variar también si se trata de un estudio meramente estadístico, o si lo estamos realizando para una promoción concreta, definiendo el producto que hay que proyectar, o chequeando su posicionamiento o los problemas de comercialización que tiene.

Tipos de estudio de la oferta (Escudero, 1.999):

-de viabilidad comercial:

- para la selección de mercados
- para la selección de solares

- definición de la oferta:

- para la definición del producto
- para la definición del precio y estrategias de ventas

- durante la venta:

- para el seguimiento de la oferta competitiva
- chequeo a una promoción con problemas de comercialización

-otros:

- valoración de inmuebles

Un análisis de la oferta supone estudiar a nuestra competencia, qué vende, a qué ritmo,...

El proceso de investigación de la oferta es muy similar al de la demanda.

1-Diseño de la investigación

Aquí se investiga qué producto vende la competencia, a qué precio, a qué ritmo, qué medios publicitarios emplea,..

Los datos fundamentales de un estudio de oferta inmobiliaria son:

- datos de identificación
 - tipología
 - volumen de oferta



- ritmo de ventas
- dotaciones comunes
- calidades de construcción
- producto
- precio y condiciones económicas
- decisiones sobre comunicación

2-Obtención de la información

-selección de fuentes de la información, se elige la fuente de información mixta, ya que permite recoger información de carácter cuantitativo y cualitativo. Para realizar la encuesta se hace el cuestionario con la información que se quiere obtener.

-selección de la muestra, determinar la zona de estudio, ya sea de una forma territorial o tipológico.

-recogida de información, diseñado el modelo de ficha a recoger, se hace la recogida de los datos. Esta puede realizarse por correo, teléfono, internet,...

3-Tratamiento y análisis de los datos

El objetivo de esta fase es resumir la información recogida a través de las encuestas para que sea útil en la toma de decisiones. Este tratamiento comienza con una primera revisión de los cuestionarios, la depuración.

Codificado el estudio, se pasa a la tabulación, mediante ésta se obtienen las gráficas estadísticas en las que se resume toda la información resultante.

4-Interpretación de los resultados y presentación de las conclusiones.

Disponibles las tablas estadísticas, se procede por el técnico que la dirigió a la redacción del informe correspondiente. Este informe debe aclarar datos, debe ser objetivo y no ocultar datos negativos.

Es aconsejable presentar los datos de una forma que se facilite la interpretación posterior. Dos ejemplos son el análisis comparativo y el análisis de la zonificación.

Una vez presentada la información se procede a su interpretación.

Con todos los datos proporcionados por el estudio de mercado, el analista se encuentra en situación de decidir qué producto va a edificar, a qué precio, a quién va dirigido, cómo lo va a promocionar,...



Análisis de la demanda

La demanda es el último destino, el objetivo concreto de la empresa, con el que se consigue la finalidad prevista de obtener beneficios, satisfaciendo las necesidades de los clientes.

Los objetivos de la demanda se basan en la objetividad, es el estudio que sea realizado a través de quienes no tengan responsabilidades en el proceso de producción y venta del producto; la especificidad, que lo realicen personas que se dediquen exclusivamente a estudiar el mercado inmobiliario y por último la independencia, que se basa en que las personas que hacen el estudio no pertenezcan a ningún grupo de presión política, económica o social.

Este análisis tiene unos objetivos generales (Escudero, 1.999):

- qué lo demanda
- quién lo demanda
- dónde lo demandan
- cuándo lo demandan
- cuántos lo demandan

Y también tiene unos objetivos específicos (Escudero, 1.999):

- estudio general, se basa en cuantificar y segmentar el mercado
- estudio sectorial, se basa en las zonas, tipologías de productos
- grado de opinión, sobre la zona y producto de la oferta
- grado de satisfacción, de la promoción en marcha
- estudio de apoyo, lista de espera, demanda de garajes

Para empezar con el estudio de la demanda hay que seguir los siguientes pasos
(REFERENCIA):

1-Diseño de la investigación:

Se basa en investigar que motiva la compra del consumidor, que precio están dispuestos a pagar, que producto desea,...

2-Obtención de la información:

- selección de las fuentes de información

Esta selección dependerá del tipo de información que se quiera recoger. Puede ser de forma cuantitativa que de esta forma será recogida en panel y si es cualitativa se podrá hacer una entrevista en profundidad. Según la forma elegida se podrá hacer por medio de la

observación o de una encuesta, respectivamente. Entre todas las posibilidades se hace de una forma mixta, así permite conseguir información de ambas.

Una encuesta sobre demanda unida a un producto inmobiliario, deberá estar integrada por los siguientes bloques (Escudero, 1.999):

- presentación, donde se expone el por qué, por quién, con qué fin, solicitando la ayuda del encuestado y garantizándole el anonimato.

- el producto origen, se analiza el parque actual del producto que se investiga, viviendas, oficinas, plazas de parking,...

- pregunta filtro para la cuantificación, esta pregunta es la más importante ya que es la que sirve para cuantificar la demanda. Por lo tanto hay que pensar y hacer muy bien esta pregunta preguntando exactamente lo que se quiere conocer, así como, comprar o alquilar, primera o segunda vivienda, nueva o usada,...

- producto demandado, aquí sólo se tienen en cuenta los que han pasado el filtro anterior, es decir, los demandantes y ellos son los que nos deben definir que producto quieren comprar, en cuanto a tipología, ubicación, calidades, tamaño, distribución,...

- control de fiabilidad, se pueden incluir preguntas que controlan la fiabilidad de las respuestas obtenidas, como por ejemplo, ¿estaría usted interesado en obtener información sobre este producto?, lo que proporciona información sobre el interés real del encuestado en informarse sobre el producto ofertado.

- características físico-económicas, son cuestiones sobre dichas características de los encuestados, edad, sexo, estado civil, profesión, tamaño y composición familiar, nivel de ingresos,...

- datos de control, después de tener la encuesta finalizada permite su control e inspección.

Para la realización de la encuesta es muy importante tener en cuenta unas recomendaciones tales como, que no sea una encuesta muy larga, máximo unas treinta cuestiones, hacer sólo las preguntas imprescindibles, eliminar algunas preguntas coactivas, evitar las preguntas sesgadas, evitar las respuestas vagas, confusas o indeterminadas,...

- selección de la muestra

La selección de la muestra supone determinar el subgrupo de la población o grupo de individuos de los que se quiere obtener información. Para ello hay que calcular el tamaño de la muestra se debe tener en cuenta el tamaño de la zona a investigar.



-recogida de información

La recogida de datos implica recoger información a través del trabajo de campo utilizando el método más adecuado. Estos son el teléfono, internet, correo,...

3-Tratamiento y análisis de datos:

Es la recogida de la información, que se procede a la tabulación, en la cual el objetivo es revisar los datos recogidos, eliminando las cuestiones que puedan ser dudosas, y permite realizar cruces necesarios para disponer de información más segmentada y comparada. Y después se hace el tratamiento estadístico.

El esquema a seguir por “Plan de Tabulación” sería (Escudero, 1.999):

- determinar “cabeceras generales” para segmentar la población. Estas se refieren a las características socio-económicas de la población, tales como edad, sexo,... estas cabeceras informan del perfil que tienen los distintos colectivos.

- determinar la “población total estudiada”, “la demanda global” y la “demanda específica”. La global determina el porcentaje dispuesto a comprar y la específica al porcentaje total interesado en una promoción en concreto.

- 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.

- cuantificar y tipificar el producto. Supone cruzar las variables estudiadas. Así se podría llegar a saber de forma segura aquella que muestra interés por el producto y reúne condiciones y la demanda indecisa que la forman aquellos que sin estar de acuerdo con todos los requisitos, tampoco quedan definitivamente descartados.

4-Interpretación de los resultados y prestaciones de las conclusiones

Toda investigación debe estar acompañada de un informe que recoja una serie de datos, tales como finalidad del estudio, quién lo encargó, quién lo realizó,... conclusiones y recomendaciones, tablas, gráficos y un ejemplar del cuestionario empleado.



Promoción inmobiliaria

El producto

Como indica Muñoz (Muñoz, 2005) el producto es el medio por el cual una empresa satisface las necesidades de sus clientes y alcanza sus objetivos internos. La venta de productos valorados y apreciados por los clientes que los adquieren para satisfacer algunas de sus necesidades permite a las empresas justificar su existencia y cumplir su Misión en el entorno a las empresas en que desarrollan sus actividades.

Las necesidades de los compradores tienen dos componentes fundamentales son la funcionalidad y la personal.

Un producto está constituido por tres niveles, estos son:

- prestaciones funcionales básicas
- prestaciones reales
- prestaciones complementarias

En definitiva un producto es normalmente mucho más que un bien físico con determinadas prestaciones funcionales. Suelen ser el compendio de atributos tangibles e intangibles necesidades complejas de los clientes.

A modo de resumen de lo anterior expuesto, para un producto residencial aquí se exponen los diferentes tipos de prestaciones:

Prestaciones funcionales básicas:

- alojamiento y habitabilidad
- protección
- confort y equipamientos básicos
- espacios
- seguridad
- ahorro

Prestaciones reales:

- alojamiento y habitabilidad: aislamiento térmico y acústico, luminosidad, orientación y altura
- protección: vecindad, entorno social.
- confort: calefacción, aire acondicionado, acristalamiento, alarma, materiales, acabados y comunicación
- espacio: superficie habitable, zonas comunes, jardines, terrazas, zonas deportivas



- seguridad: garantía de inversión, solvencia de la promotora
- ahorro: rentabilidad de la inversión. Revalorización
- ubicación: equipamientos públicos, transportes, accesibilidad
- estética

Prestaciones complementarias:

- financiación
- garantías postventa
- planes de personalización
- clubs de clientes. Marketing relacional

Las necesidades a tener en cuenta se pueden basar en:

- viviendas de renta libre o VPO
- unifamiliar o multifamiliar
- cuál es el tamaño ideal en proporción
- la distribución adecuada
- productos complementarios a aportar
- dotaciones y servicios comunes que va a tener la promoción
- nivel de calidad que vamos a ofertar

Para llevar a cabo esto se debe tener en cuenta qué ciclo de la vida que se estima que va tener el producto y qué elementos se van a utilizar para diferenciarlo de la competencia.

El ciclo de la vida de un producto expresa el proceso biológico de un producto en el mercado como si fuera un ser vivo.

El producto inmobiliario se caracteriza por una introducción muy rápida y una larga cola en el tiempo. De esta forma el ciclo de la vida de una promoción inmobiliaria sería como se representa en la figura 1.

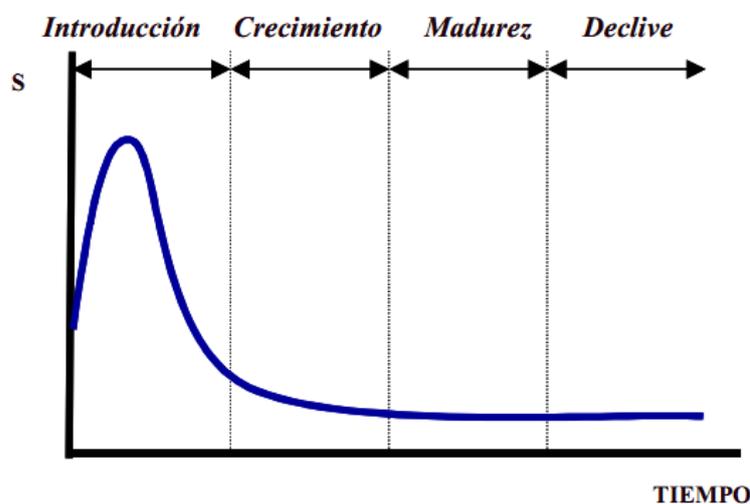


Figura 3. “Ciclo de la vida de una promoción inmobiliaria, en la época de expansión económica”

Fuente: **(LIBRO ASIGNATURA)**

La curva tan apuntalada 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 la lista de espera. En el caso en que sea contrario es muy difícil modificar la tendencia.

Para atraer a clientes hay que hacer una estrategia de marketing diferenciada de las demás, hay que resaltar las características del producto, sustanciales o simplemente accesorias, que pueden contribuir a que sea percibido como único con el fin de crear monopolio en el mercado. Se pretende presentar el producto como distinto y dejar claro que no hay otro igual.

La marca

Como estudia Muñoz, (Muñoz, 2005), la marca es la palabra mediante la que se identifica un producto o un grupo de productos, que una marca es mucho más. En a la vez el compendio de sus atributos y funcionalidades y el vehículo transmisor de las mismas. Pero también es la garantía que respalda todas sus cualidades y el símbolo de la permanencia del fabricante o comercialización. Esto último es fundamental en el caso de productos duraderos, como es el caso que se está analizando.

Es otro instrumento por el que se puede marcar la diferencia, es otro apoyo a la estrategia comercial. Un mismo producto puede ser percibido de forma distinta según la marca que lo comercializa, si esta es favorable o no, si tiene prestigio la empresa. Todo el



producto empleado que se identifique con una marca contactará inicialmente con una ventaja competitiva que facilitará su comercialización. Hoy en día la marca comienza a ser un valor reconocido en el sector inmobiliario.

Hay que tener en cuenta:

- mucha gente compra por confianza que le merece la marca
- entre dos ofertas similares, siempre prevalece la de marca más conocida
- una buena imagen de marca ahorra mucha publicidad puesto que hay que hacer un menor esfuerzo para que se conozcan
- si la marca es apreciada por los compradores, estos pueden ser la futura publicidad

Por conclusión hay que pensar que dentro del mercado inmobiliario también es posible la fidelización.

Precio

El precio como en todos los sectores es uno de los puntos fundamentales del marketing. Puesto que de él depende la venta del producto, su ritmo y el perfil del cliente potencial.

Su estimación se hace basándose en la capacidad de compras de los potenciales adquirentes, en la oferta circundante y su ritmo de ventas y en los costes en los que se va a incurrir en el desarrollo de la promoción. Con el estudio de mercado sólo podemos hacer una aproximación del precio de las viviendas, hará falta tener analizada la viabilidad para saber si es rentable o no.

A la hora de fijar el precio de una promoción de viviendas hay que tener en cuenta la tipología de la misma, es decir, si ésta es una promoción para renta libre o si por el contrario se trata de una promoción de protección oficial, ya que estas últimas tienen un precio máximo fijado.

Hay diferentes formas de fijar los precios, estos son un conjunto de reglas para la obtención del precio final de un producto o un servicio.

Los diferentes métodos que se encuentran son los basados en:

- en los costes, se centran en los datos de coste para la consecución de los precios finales de los productos.
- en la competencia, se centran en el carácter competitivo del mercado y en la actuación de las demás empresas frente a la nuestra.
- en la demanda, se centra en la demanda frente a distintos estímulos.



Publicidad

La comunicación es una de las variantes del marketing integrada por un conjunto de herramientas de comunicación masivas, la publicidad, la promoción de ventas y la fuerza de ventas. La misión final es la de comunicar a personas, grupos o organizaciones, una oferta que indirectamente satisfaga la relación de intercambio entre oferentes y demandantes.

Se puede definir a la publicidad como “toda transmisión de información personal, remunerada, efectuada a través de un medio de comunicación, dirigido a un público objetivo, con la finalidad de estimular la demanda de un producto o cambiar la opinión o el comportamiento del consumidor”. **(LIBRO ASIGNATURA)**

La publicidad constituye una de las principales fuentes de información para el consumidor. La elaboración de una campaña de publicidad incluye una serie de decisiones básicas:

-objetivo publicitario; la empresa se plantea dos cuestiones ¿cuál es el objetivo de la campaña? ¿a quién se va a dirigir? Para ello se debe dar a conocer el producto, sus características y ventajas, que personas....

-presupuesto publicitario; es la inversión que se haga en la publicidad, esto afecta a las futuras ventas. En principio cuanto mayor sea el capital, mayores serán también las ventas.

-creatividad publicitaria; esta comprende la generación de la idea base del mensaje, su ejecución o presentación y su producción.

-selección y planificación de medios; es elegir que por qué medio se quiere difundir la información. Estos pueden ser, prensa, radio, valla urbana, internet,...

-evaluación de la eficacia; La evaluación de la eficiencia, una campaña sería eficaz si alcanza los objetivos asignados y será eficiente si lo consigue al menor coste posible.

La promoción de ventas de las promociones inmobiliarias tiene como objetivo principal incrementarlas valiéndose de distintos medios como, vales de descuento, muestras gratuitas,...

El programa de promoción en el punto de venta, constituye lo que se denomina “merchandising”, e implica decisiones sobre la combinación de expositores adecuados, presentación atractiva, escaparate,...

En el sector inmobiliario de las decisiones básicas sobre la promoción en el punto de venta incluyen tres aspectos:

-oficina a pie de obra



- documentación a entregar en la venta de un piso nuevo
- piso piloto

La fuerza de la venta de las promociones inmobiliarias está integrada por el conjunto de vendedores, de plantilla o externos a una empresa. Este equipo es un elemento activo y esencial de la actividad promocional. Constituye un elemento diferenciador respecto a la competencia. En el tiempo actual el éxito o fracaso se queda en manos casi exclusivamente en el equipo de ventas.



Conclusiones

La conclusión a la que se llega después de este estudio es que imprescindible, relevante realizar el estudio de viabilidad comercial un buen estudio de viabilidad comercial de promociones inmobiliarias, ya que si este estudio se hace por buenos profesionales, puede que sea la parte más importante de la promoción, porque como se estudia lo que rodea a la futura construcción y a los posibles compradores.

Una vez ya realizada la construcción, con el estudio de viabilidad correcto, otro elemento más que importante es la venta de esta promoción, el personal de ventas debe saber todo sobre las características de las viviendas y de las zonas que las rodean.

La finalidad de hacer el estudio de viabilidad comercial de promociones inmobiliarias es muy importante en los tiempos que corren, ya que ahora hay muchas promociones acabadas y sin vender y tienen unas características similares, por lo tanto con este estudio se puede promocionar una construcción diferente y adecuada a cada persona que vayan a adquirir una vivienda.





CAPÍTULO 4: METODOLOGÍA EMPLEADA





Una vez analizados los conceptos previos de un estudio de viabilidad comercial. En este capítulo se trata de exponer la descripción del plan de trabajo o la secuencia de las actividades a realizar.



La metodología empleada para este análisis de la viabilidad comercial de promociones inmobiliarias de los distritos Ciutat Vella y El Pla del Real, se estudia en 4 etapas. A continuación se comentan cada una de ellas.

Búsqueda de información

Se comenzó este análisis con la búsqueda de información, ésta se hizo por internet, por medio de páginas web y por las páginas municipales, estas páginas son la página principal del Ayuntamiento de Valencia, por el buscador google,...

Con la información encontrada se hizo una pequeña idea en grandes rasgos de las zonas a estudiar, sobre los elementos que se pueden destacar, tales como edificaciones, accesos importantes, estatuas....

Reconocimiento de la zona

Con las diferentes referencias ya conocidas se hizo un reconocimiento de la zona, esto se llevó a cabo visitando los barrios que componen los dos distritos objeto de estudio. Durante este reconocimiento se dejó referenciada la población que frecuentan los diferentes barrios; se observan las personas que frecuentan el barrio, es decir; si son inmigrantes, si son personas que sólo circulan por los barrios por temas de trabajo, si son jóvenes o personas mayores, si se observan a familias con niños pequeños, si son personas que aparentan diferentes estatus sociales, turistas...

Además del reconocimiento que se hizo sobre las personas que transitan por el barrio se hizo también una exploración de las edificaciones que forman los barrios, para ello se tomaron fotografías de los diferentes edificios representativos del barrio, así como de elementos que hacen que sean barrios característicos, tales como el campo de fútbol de Valencia, la Catedral de Valencia, Torres de Serranos,...

También se analizó de las calles que forman el barrio, si son muy transitadas por autobuses, tranvías, vehículos privados,...

Estudio en profundidad de la zona

El estudio de profundidad de las zonas es un análisis a fondo. Para ello se hizo una recopilación de los datos que ya se vieron durante el reconocimiento de las zonas. Se observaron los comercios, las personas que hacen uso de ellos, las promociones que hay y se anuncian por publicidad o si tienen oficinas en la obra....

Para este estudio se hizo una ficha en el taller de viabilidad económica (Ficha N°1) (ver anexo).

FICHA TIPO CARACTERÍSTICAS DEMANDA (Otra muestra)		¿Algunas decidas...? ¿quieres de edificación te gustaría comprar?		Condiciones económicas	
Identificación del cliente DISTRITO: N° 34300		Edificación manzana: <input type="checkbox"/> Alberca <input type="checkbox"/> Cerdada <input type="checkbox"/> Indiferente <input type="checkbox"/> Triunfador <input type="checkbox"/> Pinedarroya <input type="checkbox"/> Indiferente Vivienda: <input type="checkbox"/> Libre <input type="checkbox"/> Privada <input type="checkbox"/> Indiferente		¿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€	
Origen: 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: _____ N° miembros de la unidad familiar: _____ ¿Vives en esta zona? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> ¿Está planeado que vivas en esta zona (sí/no/quizá)? _____		¿Indicaría vivienda? <input type="checkbox"/> menos de 40 m ² <input type="checkbox"/> 40-60 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		¿Vivienda 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€	
Preferencias del barrio: Me gustaría un barrio residencial, tranquilo <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Me gustaría un barrio multi-cultural, con inmigrantes <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Me gustaría un barrio con grandes espacios y áreas, bien ordenado urbanísticamente <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Me gustaría un barrio en expansión, con proyección de futuro <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Me gustaría un barrio juvenil y dinámico <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Me gustaría un barrio agradable, seguro, con "vida de barrio" <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Me gustaría un barrio con tráfico y ruido <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Me gustaría un barrio bien comunicado <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Me gustaría un barrio tranquilo, de seguridad <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Me gustaría un barrio con buenas equipamientos (servicios deportivos, áreas recreativas) <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> En momentos generales y respondiendo que encuestas la vivienda que se adquiere a mis necesidades, elegía esta zona para vivir <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> En momentos generales y respondiendo que encuestas la vivienda que se adquiere a mis necesidades, elegía esta zona para invertir <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>		Número de habitaciones: _____ Balcon: <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 Ascensor: <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Indiferente Orientación: _____ <input type="checkbox"/> Indiferente Demanda por rea anexa: <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Indiferente Gaseo: <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Indiferente Troncos: <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Indiferente		¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un aumento de planta en la vivienda por instalaciones deportivas? _____ ¿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 _____?	
¿Me gustaría comprar una vivienda en esta zona? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Quizá <input type="checkbox"/>		¿Me gustaría comprar una vivienda en esta zona? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Quizá <input type="checkbox"/>		Observaciones:	

Esta ficha como se observa se diseñó para que se recopilara información. La información se analizó desde la década en que se creó el barrio a estudiar. Los accesos que tiene el barrio, si estos son unos accesos grandes, como avenidas o si es por la ronda o por la autopista.

Con la ficha de características de la zona también se estudiaron las **vías**, si existen aceras, el tamaño de ellas, su accesibilidad, si el conjunto son anchas, estas se consideran anchas si tienen más de 1,2m de ancho y si el bordillo es más de 60cm de altura. Si hay áreas peatonales o no.

También se estudió el **alumbrado** de la zona, las zonas de **aparcamiento** que se puede encontrar por el barrio y el tipo que es, si es público o privado, en la calle o no,... Se analizaron las características de los edificios, si son unifamiliares o en altura, el número de plantas, la fachada de estos,...

Además se hizo un análisis en profundidad de lo que se puede encontrar en la zona, desde el **comercio** que caracteriza al barrio, si es un comercio de lujo, de barrio, de inmigración, supermercados o centros comerciales y las líneas de transporte que dan comunicación con otras zonas, esta última información se encontró en la página web de la EMT.

Respecto a los servicios de **ocio**, se analizan los bares, restaurantes, pubs, discotecas e incluso **instalaciones deportivas**.

Se controló los centros que imparten **educación** en las diferentes zonas, si son centros de obligado cumplimiento, como los de primaria y los de secundaria, si hay guarderías, institutos, si son públicos o privados o si hay universidades. Esta información se encontró en la página web: <http://www.edu.gva.es>, esta página pertenece a la Consejería de Educación



Las **zonas verdes** que forman el barrio y cómo son, abiertas, cerradas,...

Se estudiaron las diferentes actividades que puede dar el barrio, si hay **sucursales bancarias**, si ofrecen diferentes **actos culturales** por **medio** de **teatros, cines, museos**,... al igual que si se encontraron farmacias, centros de salud, hospitales, centros de días....

Otra actividad que se estudió es si los barrios a estudiar ofrecen zonas de negocios por medios de oficinas, naves industriales,.... Si se encontraron comisarías de policía, bomberos, cementerio, playa,...

Se estudió la edad media de población que vive en los distintos barrios, la inmigración, el crecimiento poblacional de la zona, la contaminación acústica, el tráfico que circula por estos, la densidad económica de la actividad económica que tiene y por último con esta ficha se estudia el tipo de viviendas que se encontraron si son libres o de protección oficial. Esta información fue obtenida en la página del ayuntamiento de Valencia, la página web es: http://www.valencia.es/ayuntamiento/estadistica.nsf/fDocMapalmagen?ReadForm&coding=CartoDistritos&idColumnaApoyo=C12573F6004BC7DFC12572DB0048A951&lang=1&nivel=9_2

Estudio de las ofertas inmobiliarias

En este análisis sobre las ofertas inmobiliarias se observaron los diferentes agentes inmobiliarios a la venta.

Estas se localizaron a la vez que se fueron a ver las características de las diferentes zonas.

Además se encontraron en páginas web como el idealista, compro casa, foto casa, segunda mano,...

La información que se tiene que recopilar para esta parte del estudio se hizo en una ficha que se estructuró en el taller de viabilidad comercial.

En la ficha se recogen datos muy diferentes. Lo primero que se debe conocer es la ubicación de la promoción, el año de construcción de esta y el promotor que la llevo a cabo. (Ficha Nº 2), (Ver anexo)

FICHA TIPO CARACTERÍSTICAS OFERTA (Obra nueva)	
Identificación del Distrito:	
DISTRITO	Nº BARRIO
Dirección de 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
Tipología de oferta:	
Total de viviendas:	
Número de ventas:	
Fecha de venta:	
Fecha de entrega:	
Meses en venta:	
Media mensual de ventas:	
Equipamiento:	
Club Social	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
Teléfono	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
Piscina	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
Servicios de depósitos	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
Características de construcción:	
Fachada	<input type="checkbox"/> Cara vista <input type="checkbox"/> Entarado <input type="checkbox"/> Otro
Carpintería exterior	<input type="checkbox"/> PVC <input type="checkbox"/> Aluminio <input type="checkbox"/> Madera <input type="checkbox"/> Otro
Revestimiento paredes	<input type="checkbox"/> Gips <input type="checkbox"/> Cemento <input type="checkbox"/> Madera <input type="checkbox"/> Otro
Tipo de subestructura	<input type="checkbox"/> Ladrillo <input type="checkbox"/> Bloque <input type="checkbox"/> Otro
Revestimiento vivienda	<input type="checkbox"/> Gips <input type="checkbox"/> Cemento <input type="checkbox"/> Madera <input type="checkbox"/> Otro
Revestimiento cocina/baño	<input type="checkbox"/> Gres <input type="checkbox"/> Cerámico <input type="checkbox"/> Otro
Revestimiento cocina/baño	<input type="checkbox"/> Gres <input type="checkbox"/> Cerámico <input type="checkbox"/> Otro
Carpintería interior	<input type="checkbox"/> Contrachapado <input type="checkbox"/> Madera
Modelado 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"/> Preinstalado <input type="checkbox"/> Instalación <input type="checkbox"/> No
Reservado:	
Orientación vivienda	
Precio al contado:	
Precio por m ² :	
Precio de gastos opcionales:	
Precio de mano de obra:	
Forma de pago:	
Uso de agua:	
% Instalado:	
% Entrega de llaves (opcional):	
Tipo de interés:	
Orientación del edificio:	
Orientación 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:	

Se estudia la tipología del edificio a estudio, la forma de edificación de la vivienda, si es manzana abierta o cerrada, como es la vivienda unifamiliar o plurifamiliar y si es libre o es una vivienda protegida.

Se sigue especificando el total de las viviendas que se han vendido, como va el rito de ventas, los meses que llevan en venta, la fecha de la entrega de llaves, la media mensual de ventas.

Se exponen las características del edificio, como es su fachada, la carpintería exterior e interior, el material de los elementos comunes, el del interior de la vivienda, el tipo de carpintería que hay en las zonas comunes al igual que en el interior de la vivienda. Los revestimientos que hay en los cuartos húmedos.

Otros elementos a destacar es que si el mobiliario está incluido en el precio o no, si la instalación de la calefacción y del aire acondicionado está colocada.

Además se exponen la orientación del edificio, los balcones si tiene galería, la altura del piso o si es un ático, si la entrada al edificio es por una calle ancha o no.

Al igual que se deben conocer las formas de pago, el precio de la vivienda, lo que incluye, el tipo de interés,...

Una cosa característica que hace que la venta fluya bien o no es la forma de publicar la promoción, se debe conocer si tiene una oficina a pie de obra, vallas in situ, si hay un piso piloto, si tienen folletos, maquetas, si se publicita por la radio, televisión, prensa, internet, televisión y al igual si esta promocionada por una inmobiliaria.

Estudio del análisis de demanda

Durante el estudio de demanda se hace un análisis en profundidad sobre las preferencias al comprar una casa por los ciudadanos de Valencia.

Este estudio se forjó por medio de una ficha que se elaboró en el taller de viabilidad con los gustos preferentes de las personas y según la zona de estudio. (Ficha Nº 3), (Ver anexo).

FICHA TIPO CARACTERÍSTICAS ZONA	
Identificación del estudio	
DISTRITO	Nº BARRIO
Desarrollo de la zona	
Etapa 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	
Acceso	
<input type="checkbox"/> Avenida <input type="checkbox"/> Ronda <input type="checkbox"/> Avenida	
Vías	
Asenas (cantidad de asenas 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	
Cubiertas (cantidad de cubiertas anchas)	
<input type="checkbox"/> Nada/Poca <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta	
Ases pasateras (o de vestir limitado a valoración de vestires)	
<input type="checkbox"/> Ninguna <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> Sí o más	
Albardado	
<input type="checkbox"/> Nada/Poca <input type="checkbox"/> Medio <input type="checkbox"/> Alto	
Zonas ajardinadas (cantidad por superficie)	
O.B.A. <input type="checkbox"/> Nada/poca <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta Uso porvenir <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 Estadio <input type="checkbox"/> Nada/poca <input type="checkbox"/> Media Páramo <input type="checkbox"/> Nada/poca <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta	
Edificaciones	
<input type="checkbox"/> Individuales <input type="checkbox"/> En altura	
Nº plantas	
<input type="checkbox"/> 2-4 <input type="checkbox"/> 5-10 <input type="checkbox"/> 11 o más	
Módulo	
<input type="checkbox"/> Casa viva <input type="checkbox"/> Entorcado <input type="checkbox"/> Muro común <input type="checkbox"/> Píntagida	
Transporte público	
<input type="checkbox"/> Metro <input type="checkbox"/> Autobús <input type="checkbox"/> Taxis <input type="checkbox"/> Tren <input type="checkbox"/> Bicicleta	
Nº áreas azules	
<input type="checkbox"/> Ninguna <input type="checkbox"/> 1-2 <input type="checkbox"/> 3 o más	
Comercio (cantidad por superficie)	
De tipo <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 negocio <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	
Zonas Ocio (cantidad 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 Otros equipamientos <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	
Edificios (interior)	
Guarderías <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No Primaria pública <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No Secundaria pública <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No Colegios privados <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No Universidades <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	
Zonas verdes (cantidad 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	
Parqueables urbanos	
<input type="checkbox"/> 0 o menos <input type="checkbox"/> 1-5 <input type="checkbox"/> más de 5	
Salud	
<input type="checkbox"/> Farmacia <input type="checkbox"/> Centro de salud <input type="checkbox"/> Hospital <input type="checkbox"/> Centro día <input type="checkbox"/> Residencia 2ª edad	
Cultura	
<input type="checkbox"/> Bibliotecas <input type="checkbox"/> Museos <input type="checkbox"/> Cineas <input type="checkbox"/> Teatros <input type="checkbox"/> Monumentos Históricos	
Zonas de negocio (cantidad por superficie)	
Oficinas <input type="checkbox"/> Nada/poca <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta Nuevas industriales <input type="checkbox"/> Nada/poca <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta	
Otros	
<input type="checkbox"/> Comercio de pulcra <input type="checkbox"/> Bancos <input type="checkbox"/> Cementos <input type="checkbox"/> Parcs <input type="checkbox"/> Solares en altura <input type="checkbox"/> Zona multicultural	
Edad media de la población	
<input type="checkbox"/> años	
Inseguridad	
<input type="checkbox"/> %	
Crecimiento poblacional de la zona	
<input type="checkbox"/> %	
Contaminación acústica	
<input type="checkbox"/> Nada/poca <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta	
Influye	
<input type="checkbox"/> Nada/poca <input type="checkbox"/> Medio <input type="checkbox"/> Alto	
Densidad de la actividad económica	
<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> Medio <input type="checkbox"/> Alta	
Tipo de vivienda (porcentaje)	
<input type="checkbox"/> 0-10% <input type="checkbox"/> 10-20% <input type="checkbox"/> 20-30% <input type="checkbox"/> 30-40% <input type="checkbox"/> 40-50% <input type="checkbox"/> 50-60% <input type="checkbox"/> 60-70% <input type="checkbox"/> 70-80% <input type="checkbox"/> 80-90% <input type="checkbox"/> 90-100%	

Con ayuda de la ficha se estudio según el sexo de la persona a la que se le hizo la ficha, si vivía en la zona de estudio, qué le parecía el barrio si es emblemático, si es un barrio multicultural, con grandes espacios y accesos. Si es un barrio juvenil y dinámico, si tiene mucho tráfico y ruido, si está bien comunicado con los demás barrios de la ciudad, si tiene negocios, buenos equipamientos.

También se les preguntó a los encuestados si a ellos les gustaría vivir en la zona de estudio o si ellos allí invertirían, y en qué zona de Valencia les gustaría vivir.

Una cuestión que es muy importante para una futura compra es el porcentaje que les dan a elegir entre la zona de la vivienda o si es más importante elegir la vivienda. Además se les preguntó cómo les gustaría que fuese su tipología de edificación si prefieren una edificación abierta o cerrada, unifamiliar o plurifamiliar, si preferirían que fuese libre o de protección oficial.

Además se les preguntó el producto deseado para su compra, desde qué dimensiones de la vivienda, número de habitaciones, orientación, entrada por vía ancha, con balcón, piscina, club social, jardín o instalaciones deportivas,...



También se les preguntó las preferencias en las calidades de la construcción, desde los materiales de la fachada, la carpintería exterior, las zonas comunes, el interior de la vivienda así como si les gustaría que colocasen las instalaciones de aire acondicionado o de calefacción.

Otras partes de la encuesta fueron las variables relacionadas con el precio por viviendas de un, dos o tres dormitorios; y el precio por un ático, por un garaje, por un trastero y por un incremento de precio de la vivienda por otras características.

Con los resultados de las encuestas se hizo un estudio, que se consiguieron hacer unas gráficas que comparaban las diferentes zonas, también la diferencia entre hombres y mujeres al comprar una vivienda,... Esto se consiguió con un programa de estadística (EPSS). Con estas gráficas el estudio de la demanda fue completo.

Se llegó a hacer una promoción que estaría adecuada a cada zona.



CAPÍTULO 5: RESULTADOS





En este capítulo se expone el estudio de todo el trabajo de viabilidad comercial de promociones inmobiliarias, es la parte más importante de este análisis. El análisis se hace de dos distritos de la ciudad de Valencia, de Ciutat Vella y El Pla del Real.

Se basa en un estudio del microentorno, este estudio se basa en el estudio de los factores que hacen forman el entorno genérico que afectan a todas las empresas del sector. Estos factores son los demográficos, los económicos, los políticos, jurídicos y los socio-culturales. Esta parte se hace de forma genérica para las dos zonas.

También se hace el estudio del microentorno, este estudio es de la zona de objeto de análisis. Se lleva a cabo con el estudio de las dos zonas en profundidad. Se hace una descripción de la zona, de las características de ésta, una descripción de la oferta inmobiliaria y una descripción de la demanda. Por último se llega a la decisión sobre la promoción, esto se hace en base al estudio de mercado realizado definiendo la promoción más idónea a desarrollar en cada zona.





5.1 MACROENTORNO





En este subapartado se estudian los factores del entorno genérico, que afectan a todas las empresas del sector.

Se hace un repaso a:

-factores los demográficos, que se estudia la tendencia del crecimiento de la población, el envejecimiento de la población o no, la tenencia de la natalidad, la distribución de la población,...

-factores económicos, se interesa por el precio del dinero, la renta disponible, la tasa del paro, los ciclos económicos,...

-factores políticos-jurídicos, se hace un pequeño estudio por las ayudas a la compra de viviendas o al alquiler, las leyes que afectan a la construcción de forma estatal y en la comunidad,...

-factores socio-culturales, se estudia la actual forma de familia, los niveles culturales, los cánones estéticos,...



Factores demográficos

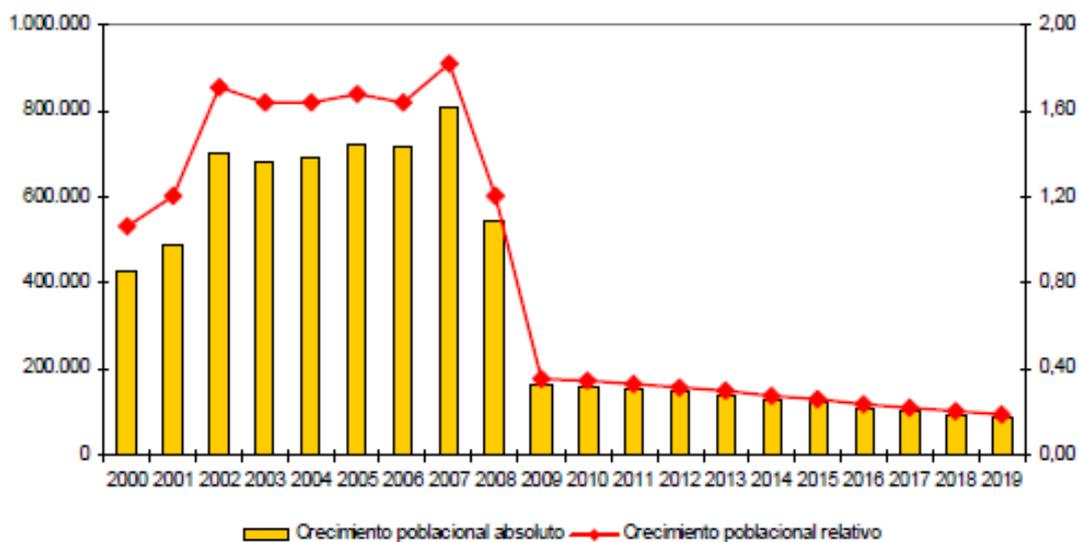
La demografía es la ciencia que tiene como objetivo el estudio de las poblaciones humanas y que trata de su dimensión, estructura, evolución y características generales, considerados desde un punto de vista cuantitativo. Por tanto la demografía estudia estadísticamente la estructura y la dinámica de la población y las leyes que rigen este fenómeno.

El estudio de los componentes demográficos está basado en el estudio de la tendencia al crecimiento de la población, tendencia de la natalidad, distribución de las edades, sexo,...

Los estudios del crecimiento de la población reflejan que la población española, tanto nacional como por comunidades autónomas, se estanca al compararla con otros años (1950-1960). La conclusión es que a nivel nacional la población se ralentizara paulatinamente.

Tanto es así que según la proyección del Instituto Nacional de Estadística (INE) presenta un crecimiento demográfico hasta 2019 por debajo del 0,35% anual. Este cálculo refleja la diferencia la depreciación de la población con la comparación de los años 2000 y 2009 que fue de 600.000 habitantes frente a la estimada que será de unos 124.591 habitantes.

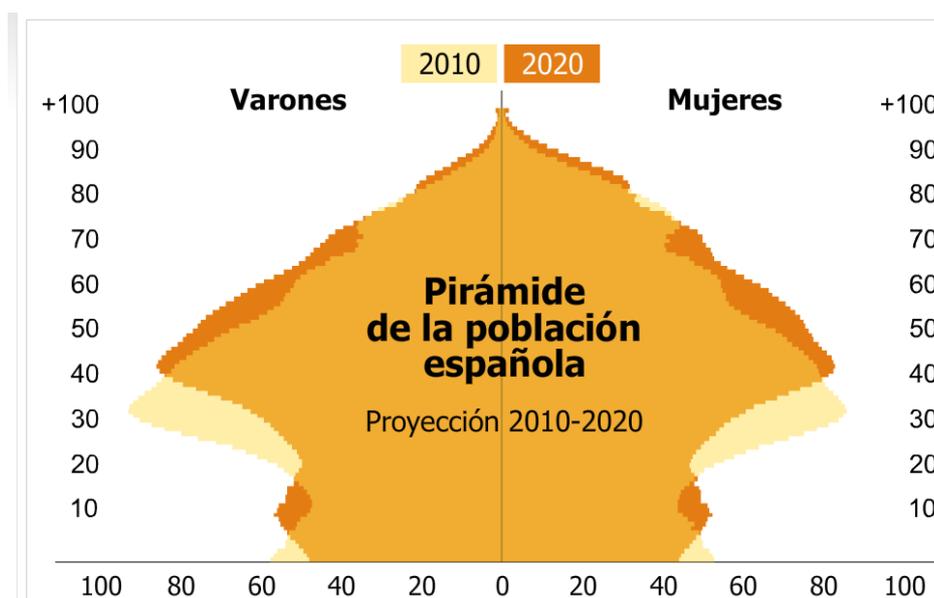
Por ello en el periodo entre 2010-2019 la población nacional crecerá 2,7% frente al 14,8% que fue en la primera década del siglo XXI. En la gráfica 1 se puede compararla disminución desde los años 2000-2019.



Fuente INE

Figura 4. Crecimiento de la población en España

En la gráfica 4 se observa el envejecimiento de la pirámide poblacional española en el año 2010 en comparación con el futuro de población previsto para 2020. Se observa el aumento de la esperanza de vida de aquellos que cumplan 65 años en más de un año en cada sexo en los próximos 10 años



Fuente: INE

Figura 5: Pirámide de la población española

La Comunidad Valenciana es a nivel nacional la cuarta autonomía que ha experimentado un mayor aumento en la población al entre 2000-2009, con un incremento del 19,92%, durante el cual también ha tenido un aumento del PIB del 2,27%. Por lo tanto ha aumentado siete puntos por encima de la media nacional. En ello ayuda que es la autonomía con mayor número de extranjeros de la Unión Europea.

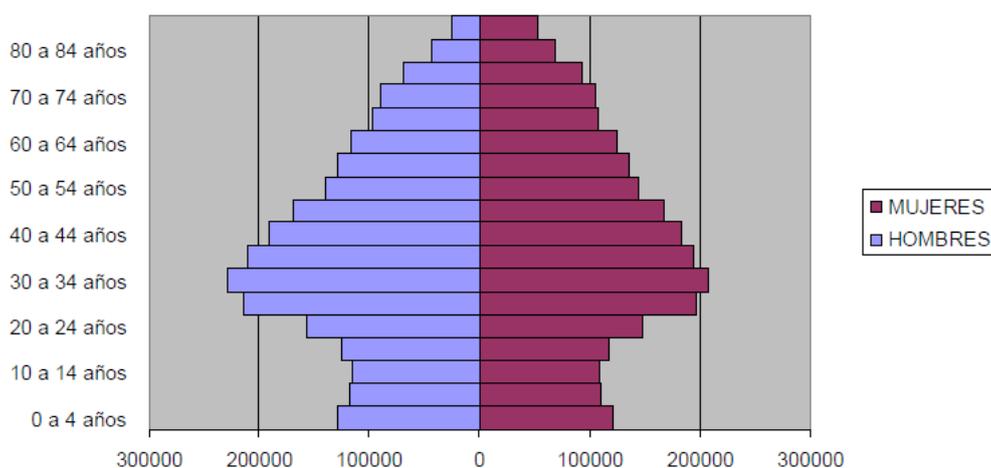


Figura 6: Comunidad Valenciana por sexos

FUENTE IVE

En la gráfica 6 se observa el perfil piramidal que es el reflejo de las poblaciones envejecidas ensanchándose en el grupo de adolescentes y de adultos jóvenes.

En conclusión del estudio de los factores demográficos las tendencias actuales llevarán a una reducción progresiva del crecimiento de la población en un futuro próximo.

La conclusión más clara es que el grupo de edad de mayores de 64 aumentará en consideración al actual y pasaría a ser alrededor del 30% de la población total de la nación española.

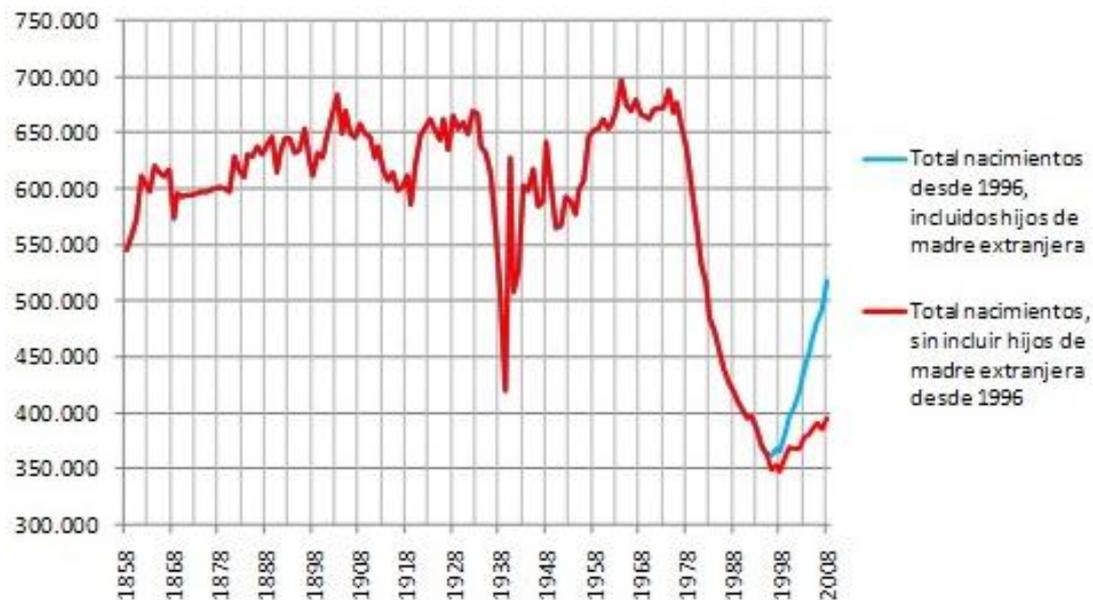


Figura 7: Evolución de la población

Fuente: INE

Se observa que la natalidad ha descendido de forma brusca, esto significa que ahora las familias son de menos miembros, en la mayor parte se componen de tres o cuatro miembros.



Factores económicos

Los factores económicos analizan la evolución de las principales magnitudes macroeconómicas, como son renta nacional, tipo de interés, inflación, desempleo, tipo de cambio, balance de pagos y carga fiscal. Todas estas variables determinan la capacidad de compra e influyen en las pautas de consumo.

El marco económico resulta determinante para el desarrollo del estudio por la situación de crisis y desconfianza que se vive. Globalmente en el ámbito de la UE se están tomando medidas para paliar en lo posible la actual crisis financiera, frenar así la desconfianza y el pánico social que se está generando y reactivarla economía.

La ley de Presupuestos Generales que como cada año trabaja en el cálculo y estudio de los valores de mercado el estudio que presenta sobre este es el siguiente:

Tipo de interés legal del dinero 4%; es el que se utiliza como referencia entre la Administración y los ciudadanos.

El tipo de interés en demora tributario en 5%; este es el que estabiliza la Agencia Tributaria con los ciudadanos.

El tipo de interés de demora comercial en 8%; es el que se tiene entre las Administraciones Públicas y los ciudadanos.

Estos datos no se ven modificados en comparación con el año anterior, 2010. Esta comparación no es buena ya que así estamos un año más muy alejados de los intereses de mercado, para ello deberían de estar referidos al Euribor.

Otro factor económico que tenemos que estudiar es la renta disponible de los españoles. Ya que es el eje de la demanda privada y supone dos terceras partes del producto interior bruto (PIB), es el principal motor de nuestro crecimiento económico.

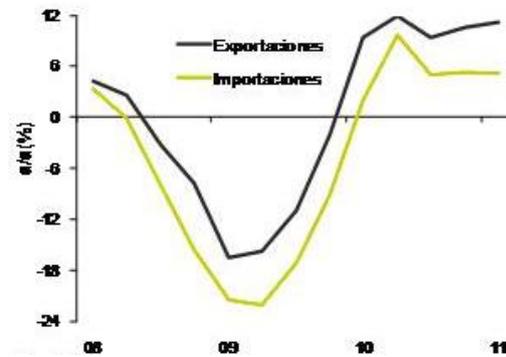


Figura 8: Demanda externa

Fuente: INE

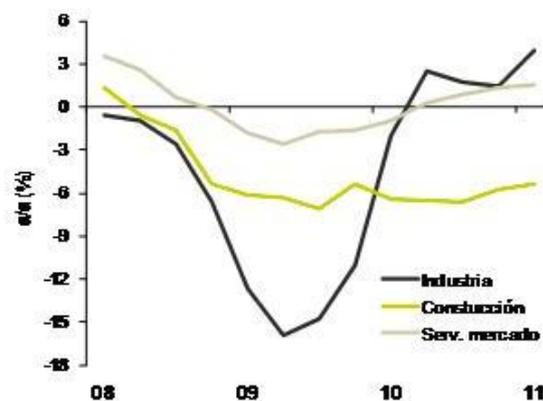


Figura 9: Crecimiento sectorial

Fuente: INE

Este patrón de comportamiento con una fuerte presencia de la demanda externa en las primeras etapas tras una crisis es además el idóneo, teniendo en cuenta los desequilibrios acumulados en la última expansión. Sin embargo, lo anterior no nos debe hacer infraestimar la importante debilidad de la demanda interna. La aportación al crecimiento de la demanda nacional ha sido nula, y no fue negativa gracias al fuerte ritmo de avance trimestral del consumo de las administraciones públicas (+1,4%), que ha compensado la atonía del consumo privado y la fuerte contracción de la formación bruta de capital fijo (-1,4%). Es difícil y, además desaconsejable, que se mantenga esa aportación positiva del consumo público en los próximos trimestres. Por tanto, a corto plazo, no parece que la demanda interna esté en condiciones de tomar el relevo de la externa, sobre todo, cuando el proceso de desapalancamiento de los agentes está lejos de haberse completado.

Mientras que esta renta no tenga ascenso será muy poco probable que España llegue al bagaje económico del que teníamos antes de la crisis. Para que lo consigamos es muy primordial el generar empleo.

Esta renta descendió en 29.000 millones en el último año. Ello se debe al desmoronamiento brusco del paro, la subida de los impuestos, el estancamiento del salario nominal y la inflación han hecho que la renta disponible haya tenido ese bajón tan a tener en cuenta. Esto solo se puede llegar a compensar por las rentas pasivas de despido y el seguro del paro, que normalmente hace que se ahorre y no se consuma lo que antes.

Según el Instituto Nacional de Estadística (INE), el número de parados se incrementó en 213.500 personas en el primer trimestre de 2011, con lo que la tasa de desempleo aumentó hasta el 21,29%, y el volumen total de parados marcó un nuevo récord al rozar los cinco millones.

La cifra de parados alcanza su nivel más alto de la serie histórica comparable, que arranca en 2001. Además, en el primer trimestre del año se volvió a destruir empleo, 1,39% puestos de trabajo, situándose el número de ocupados en 18.151.700 personas. En el último año, el número de parados se ha incrementado un 6,45%.

Otro de los factores que ha hecho mella en la bajada de la renta disponible son la subida de los impuestos, recordando que el año anterior ya se había subido los impuestos tabacaleros además del recorte que se tuvo en las rentas del capital, con incremento en la retención y liquidación de los mismos. Además de la congelación que tuvo lugar en enero de 2010 se tiene que tener en cuenta aunque no pertenezca a una renta salarial.

El principal factor para que la economía vuelva a los cauces de años atrás cuando España económicamente fluía en condiciones es el descenso del paro, que en los tiempos que corren, ocurre todo lo contrario es el principal problema que tenemos.

Caixa Cataluña dice que por aproximación el número de trabajadores crecerá en 2011 un 0,1% y que será a partir de la segunda mitad de este año, eso supone que es un incremento de la ocupación desde 2007.

Donde se prevé que haya aumentos de personas trabajando es en el sector servicios un aumento del 1,1% y en la industria 1,7%. Estos datos favorables tienen su mejoría por el sector de la construcción, que en este año se prevé que caerá un 3,2% frente al 6,6%, que se produjo en 2010.



Figura 10: Evolución del paro registrado

Fuente: la información.com Publicado por admin - 02/02/11

En la gráfica 10 se observa la evolución del paro desde el año 2.007 que es cuando nos introducimos en la crisis hasta enero de 2.011 en la actualidad. Se aprecia el aumento de paro que en el año 2.008 es cuando se aprecia la mayor diferencia desde enero hasta diciembre, cuando hay mayor diferencia de parados desde el principio al fin de año. En el año 2.011 parece que se está regulando, pero es una cifra muy elevada de parados. El año 2.011 empieza con más parados que los años anteriores pero según los estudios en el segundo semestre del año esta cifra de paro descenderá en un 0,1%.



Fuente: la información.com Publicado por admin - 02/02/11

Figura 11: Paro registrado por sectores



En esta gráfica se refleja el paro registrado por sectores y se puede apreciar que el más castigado es el de servicios en el mes de enero. Aunque queda a la vista que todos los sectores han aumentado en el número de parados.

Por géneros, el femenino es el más castigado, aumenta el valor más rápidamente que el masculino con unas tasas comparativas de 3,85% frente al 2,54% que fue el masculino.

En la Comunidad Valenciana ha aumentado el paro en 12.485 personas más, se encuentra entre las comunidades españolas con un aumento del paro.

Lo que esto nos conlleva a un crecimiento moderado, debido también a las exportaciones y al turismo, aunque el tiempo en el que se prevé que el paro llegue a lo que teníamos antes de la crisis es en torno a 5 ó 7 años adelante. (ADN)

Factores políticos-jurídicos

Estos factores se encuentran estrechamente entrelazados con el entorno social. Las empresas están sometidas a las normas jurídicas marcadas por el gobierno estatal. En general las leyes se aprueban como resultado de las presiones y los problemas sociales. El conjunto de instituciones a nivel local, regional y nacional que influyen en estos factores a la hora de tenerlos en cuenta para una empresa.

En estos influyen las leyes que afectan a la construcción, las que regulan el suelo, las de edificabilidad,.... las ayudas sociales a la compra y alquiler de viviendas,...

Las leyes que el gobierno ha implantado y que tienen que cumplir a nivel estatal y municipal, a parte del nacional. Esto es lo que se conoce como los factores jurídicos.

Una empresa está limitada por una serie de leyes y normas jurídicas. En el caso de las empresas constructoras hay numerosas leyes que afectan a muchos de los aspectos del mercado inmobiliario. Estas leyes engloban muchas características de diverso ámbito, van desde los derechos y obligaciones de los trabajadores hasta la ley de ordenación del suelo, pasando por la normativa de aplicación.

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.

La implantación de la Ordenación del Territorio en las Comunidades Autónomas ha resultado un proceso largo que prácticamente acaba de terminarse. Desde que en 1.983 se aprobó la primera Ley de Ordenación Territorial por la Comunidad Autónoma de Cataluña hasta el año 2.001 en que se aprobó la legislación extremeña han transcurrido casi veinte años.

Las normativas aplicables en la comunidad Valenciana 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.

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.

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 beneficiaron más 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 sólo se presta ayuda al comprador si no también al promotor o al arrendador.

Factores socio-culturales

Los factores socio-culturales afectan al entorno porque es un proceso de cambio social. El cambio puede afectar a diversos factores, y puede comprender el desempeño de diversos procesos simultáneos.

Los causantes de estos cambios se dan desde los cambios en la sociedad por el aumento de población, el aumento del nivel social y cultural, los cambios en las familias tradicionales,...

Los cambios en las familias tradicionales de un giro muy importante. Esto se muestra en que antes en la llamada “familia tradicional” se asociaba a la mujer la casa y la familia, ello conllevaba el cuidado y la atención del esposo y de los hijos. En cambio al hombre le correspondía el cuidado y la protección hacia la esposa y a los hijos, en una atmósfera de autocontrol, firmeza y rigidez.

Hoy en día se entiende de diferente manera el papel de la mujer en casa. Ya que además tiene un trabajo fuera de esta, ya hay un reconocimiento de igualdad entre hombres y mujeres. Por ello surgió un cambio acelerado en la sociedad que afecta de una forma trascendental la vida de la familia. Con este cambio ahora se retrasa la edad media del matrimonio a los 27-30 años y el consiguiente retraso del nacimiento del primer hijo a la edad de 27-35 años, esto conlleva al tardío abandono del hogar por parte de los hijos.

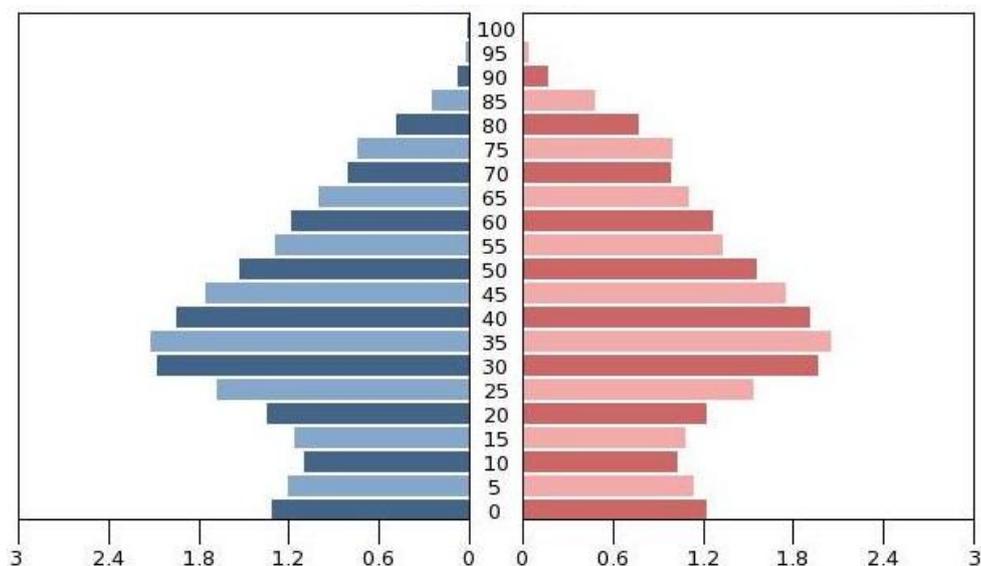
Se constituye un individualismo y racionalismo y se “representa” el matrimonio como un contrato que puede romperse como el de una empresa.

En la actualidad existen diferentes tipos de familia, se encuentra la familia nuclear reducida, tres miembros en la familia; las familias monoparentales, sólo está presente el padre o a la madre; las uniones de hecho, las parejas homosexuales y las familias reconstituidas, uno de los conyugues proviene de una unión familiar anterior.

Otra situación influyente en la sociedad es la población inmigrante, esta situación existe desde siempre, es un fenómeno de gran importancia. Según el INE 2011, a primeros de enero de 2011 residían en el país casi 6,7 millones de personas nacidas fuera de sus fronteras. Esto representa el 14,1% de una población total registrada de 47,1 millones de personas. Refleja un aumento tanto del número como del porcentaje de inmigrantes a partir de mediados de los años 90, cuando su número era de cerca de un millón y su porcentaje rondaba el 2,5% de la población total. Durante la última década no sólo el número sino también el origen de los inmigrantes han cambiado. Ya no vienen tantos de la Unión Europea. En enero de 1998 los inmigrantes provenientes de esos países constituían el 41,3% del total de residentes no nacidos en España. En enero de 2011 su porcentaje había disminuido al menos del 20%.

Hombres

Mujeres



Millones

Figura 12: Inmigrantes en España clasificados por sexos

Fuente: INE

En esta gráfica se observa que el número de mujeres y hombres inmigrantes en España es muy similar. Los inmigrantes que residen en España la mayoría vino buscando un futuro mejor para trabajar, por ello las edades que predominan son las que se encuentran entre los 25-50 años.

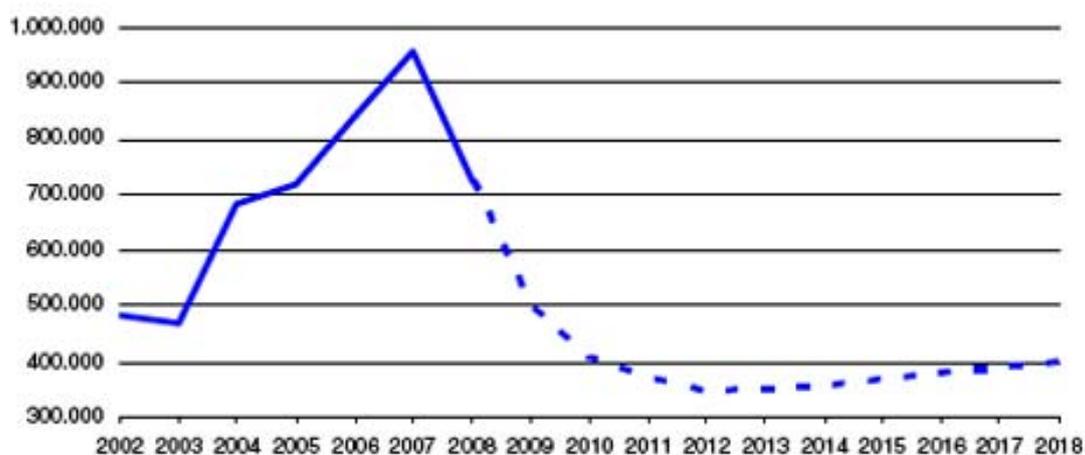


Figura 13: Inmigrantes exteriores anuales de España

Fuente: la coctelera

En la gráfica se observa que acercándose al año 2007, hay una subida muy importante y eso significa que llegaron mucho inmigrantes, a partir de ahí se observa que la curva va bajando y hasta que parece que se va a nivelar a lo largo de los años 2.011 2.018, esto se debe a que ya no hay trabajo por culpa de la crisis.

5.2 MICROENTORNO

En este subapartado se estudia en profundidad las dos zonas de objeto de análisis, de Ciutat Vella y de El Pla del Real.

Esto se basa en la descripción de una ubicación respecto a Valencia de las dos zonas y se estudian las características de las zonas, sobre todo lo que se puede encontrar en dichos distritos.

Para ello también se hace una descripción de la oferta inmobiliaria que se localizan en la zona. A continuación se hace una descripción de la demanda.

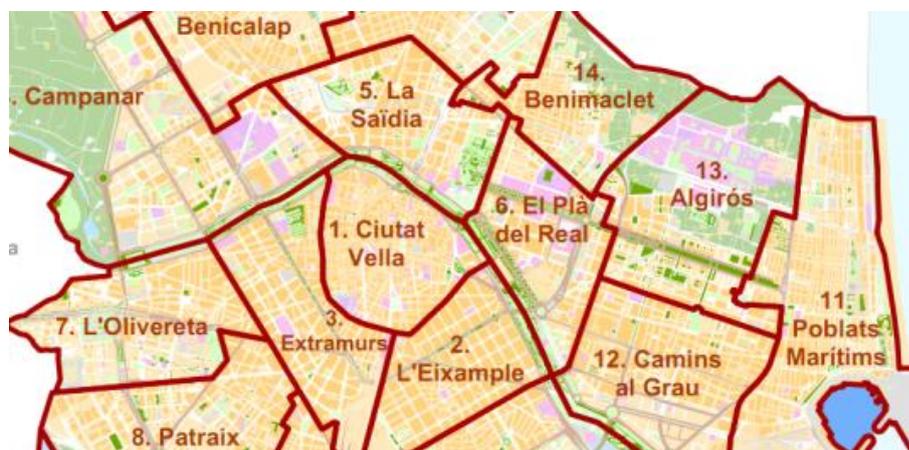
Por último se hace una exposición de la promoción que ha llegado a la decisión de promocionar, el precio de esta y la publicidad que sería la más adecuada.



5.2.1.1 CIUTAT VELLA



El distrito de Ciutat Vella constituye el núcleo histórico tradicional de Valencia. Comprende el área de la ciudad consolidada hasta el S.XIX, en el interior del recinto amurallado del S.XIV. Este distrito queda integrado por los barrios de La Seu, La Xerea, El Carme, El Pilar, El Mercat y Sant Frances. Estos barrios se diferencian por su estructura urbana, por su funcionalidad, población, estado de conservación y procesos de recalificación social al que estos barrios están sometidos.

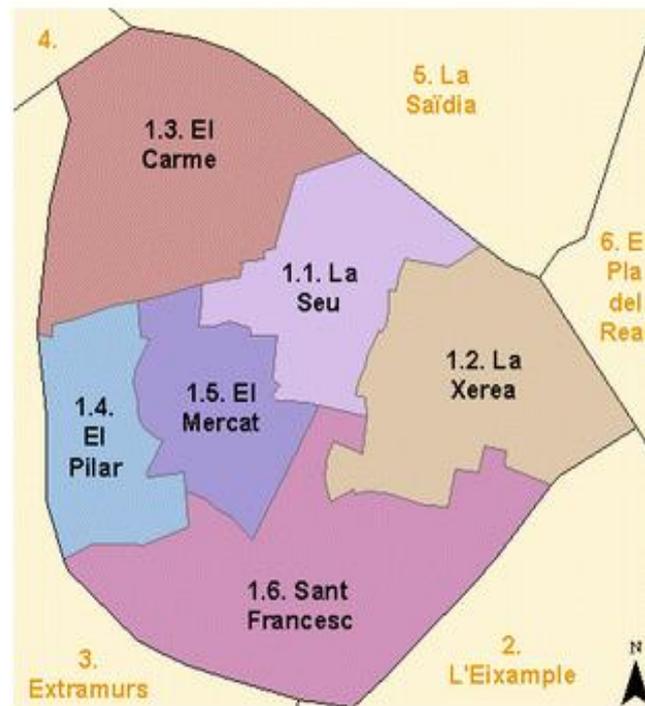


Fuente: elaboración propia

Figura 1. Situación del distrito

Este distrito como se observa está situado en pleno centro de la ciudad de Valencia. Rodeado de todos los demás que componen la ciudad.

Así es como quedan organizados los diferentes barrios que forman el distrito de Ciutat Vella.



Fuente: elaboración propia

Figura 2. Distribución de Barrios, Ciutat Vella

Una descripción a grandes rasgos, es que los barrios de La Seu y de la Xerea sirvieron de zonas principales para el desarrollo de la ciudad. Ya que en la actualidad mantienen amplios sectores residenciales de calidad, que quedan completados por la permanencia de importantes edificios institucionales y de equipamientos vinculados al servicio de la ciudad y de la comunidad. Esto hace que estos barrios se puedan identificar como centro del poder político.



5.2.1.1 DESCRIPCIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LAS ZONAS





En este subapartado se detallan la descripción del distrito, Ciutat Vella, se sitúan en la ciudad de Valencia, se hace una presentación general de todo el distrito y de los barrios que lo componen por medio de fotografías.

También se exponen las características que representan el distrito. Se exponen las peculiaridades de las zona, tales como los jardines, áreas peatonales, comercios o zonas de negocios, guarderías, tipos de edificaciones, monumentos históricos, transportes, instalaciones,...

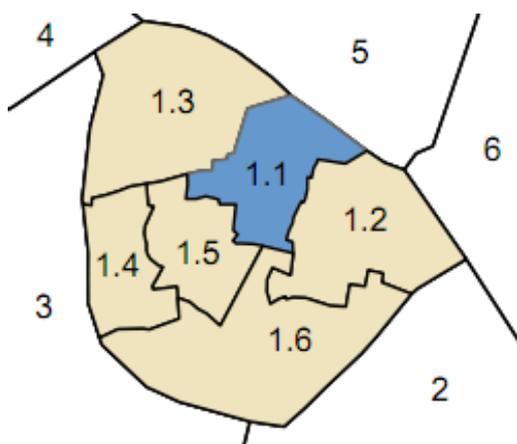




BARRIO LA SEU

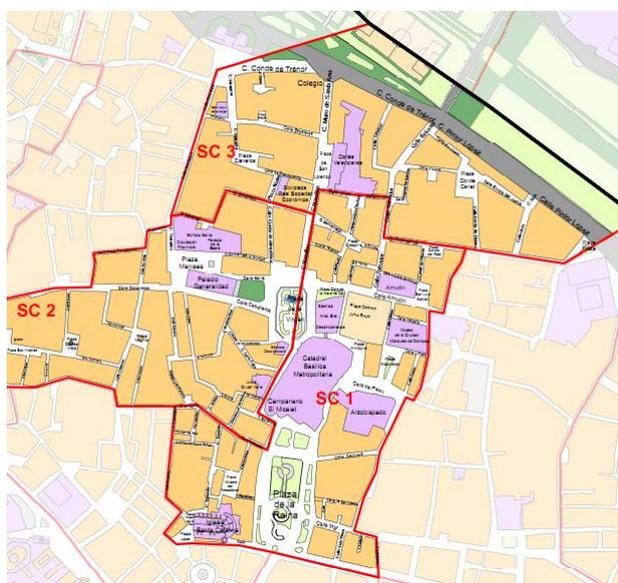


El barrio de La Seu es el más antiguo de la ciudad de Valencia, desde él se surgió la ciudad. Pertenece al barrio de Ciutat Vella, es uno de sus cinco distritos. Este barrio se sitúa al margen derecho el antiguo cauce del Río Túria, como aquí se puede ver:



Fuente: elaboración propia

Figura 16.Plano del distrito 1.1 Barrio La Seu



Fuente: elaboración propia

Figura 17.Ordenación interna barrio La Seu

Tiene este nombre porque la catedral de la ciudad de Valencia se encuentra en este barrio, ya que Seu es una palabra de mismo significado que el nombre de catedral.

Este barrio coincide con los límites de la muralla romana. Constituía el centro de la vida política y religiosa de la ciudad de Valencia, ya que en Ayuntamiento antiguamente se situaba en los jardincillos de la Generalitat, estuvo ahí hasta el siglo XX. En La Seu podemos encontrar las sedes de las Cortes Valencianas y de la Generalitat Valenciana. Además en el subsuelo de la Almoina se situaba la cárcel martirial se San Vicente. Tiene dos grandes plazas la de la Virgen y la de la Reina. Por ello en este barrio residían buena parte de la nobleza y también un gran número de gremios.

La catedral de Valencia está dedicada Santa María, por el deseo de Jaume I, esta la empezaron a construir entre 1260-1270, sobre el solar donde ya habían tenido otras construcciones tales como una mezquita y con anterioridad sobre una antigua catedral visigótica. Es un templo que corresponde al orden de gótico mediterráneo ó gótico catalán.



Fuente: elaboración propia.

Figura 18. Fotografía de la catedral

El Micalet, o torre de Miguelete, es la torre del campanario de la catedral de Valencia. Su construcción se inicia en 1381. Mide 50m de altura hasta la terraza y 61m hasta la veleta. Tiene 11 campanas litúrgicas entre las que tiene alguna de gran antigüedad. Además estas campanas suenan en fechas señaladas se tocan manualmente.



Fuente: elaboración propia.

Figura 19. Fotografía de la torre del Miguelete

También tiene la Basílica de la Virgen de los Desamparados, patrona del Valencia. Situada en la Plaza de la Virgen. Se empezó a construir en 1652 y 1666 por Diego Martínez Ponce de Urrana.

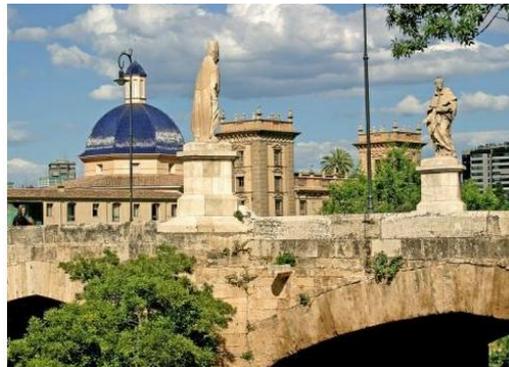


Fuente: elaboración propia

Figura 20. Fotografía de la Basílica de los Desamparados.

Las principales vías que rodean al distrito de La Seu son la Calle Serranos, la Calle de la Paz, la calle Avellanas y el cauce del río.

Antiguamente los accesos que se tenían eran los puentes de la Trinidad y el Puente de Serranos; en la actualidad esos puentes siguen siendo acceso para vehículos a este distrito. En la mayor proporción el acceso a este barrio se hace para los peatones, hay muy poca proporción de las calles donde no se puede ir con vehículos y en las calles que éstos tienen acceso es en calzadas de un solo carril y la velocidad a la que pueden circular en mínima, máximo son 30km/h. Por ello el transporte público que por esta zona pasa es muy poco, de hecho no tiene ninguna línea de autobús. Pero si que está presente el tránsito de bicicletas.



Fuente: elaboración propia

Figura 21. Puente de la Trinidad.

Como es sabido en este barrio empezó la ciudad de Valencia, por lo cual su estructura vial está formada sin organización interna, sin seguir una ordenación cuadrangular como se proyecta en la actualidad. La localización de las aceras es mínima ya que como son calles estrechas. Se forma por calles estrechas, pero tiene unas calles más anchas y que parece que se ordena a partir de ellas, que comunican las dos plazas de las que se forman, como son la Plaza de la Reina y la Plaza de la Virgen y a la vez esta se comunica con otra calle ancha con el antiguo cauce del río Turia, por dónde estaba la antigua muralla que defendía la ciudad.



Fuente: elaboración propia

Figura 22. Calle El Salvador.

Este barrio no tiene muchas zonas verdes, pero como es en gran parte un barrio peatonal o si circulan vehículos es a una velocidad mínima. Sí que se dispone plazas bastantes amplias, como son la Plaza de la Reina, la plaza de la Virgen, la Plaza de la Almoina,.....



Fuente: elaboración propia

Figura 23. Plaza de la Virgen

Las características de alumbrado del barrio es que en las zonas de amplitud, como las calles que unen las diferentes plazas, sobre todo la Plaza de la Reina y la Plaza de la Virgen con la calle que llega hasta el antiguo cauce del río Turia sí que tiene bastante cantidad de alumbrado nocturno, pero en las otras calles su alumbrado es menor.

Las edificaciones que nos encontramos en este barrio son edificaciones de poca altura, la mayoría son de 4 plantas son edificios que se conservan en buen estado. Sus fachadas están muy cuidadas, la mayoría de estas son de ladrillo cara vista.



Fuente: elaboración propia

Figura 24. Plaza de la Virgen. Diferentes tipos de fachadas

El comercio está muy presente, la mayor parte del que hay es un comercio de souvenirs, ya que esta zona es muy visitada por los turistas que vienen a Valencia, ya que es donde se concentra la mayoría de los monumentos históricos que posee esta ciudad, como la Catedral, la Basílica de los Desamparados, Plaza de la Almoína... Como también se pueden encontrar edificios culturales tales como cines, bibliotecas, museos, teatros....

El comercio que no está demasiado asentado en esta zona es de lujo, aun siendo esta una de las zonas más visitadas. El que sí que se puede ver es el comercio de barrio y también es de inmigración, pero en menor proporción. El que tampoco está establecido es el comercio de supermercados. Y tampoco hay centros comerciales situados en el barrio de La Seu.

Otro tipo de comercio es el que lo forman las farmacias, que estas sí que las podemos encontrar en esta zona, así como los centros de salud, aunque estos no están muy presentes y están en zonas donde no se localizan cerca de los edificios o zonas a visitar. Al igual que los centros de día y las residencias, que en realidad estos no están muy presente en esta zona.

Con la localización de las zonas de ocio ocurre de manera parecida a los comercios, la mayoría de los bares que hay están en las plazas y en los alrededores y en las calles que unen las dos plazas más importantes de esta zona que son la Plaza de la Reina y la Plaza de la Virgen, por la calle Micalet. Aquí se concentran muchos bares, así como heladerías y bares de pinchos. Aunque también se encuentran muchos restaurantes, un ejemplo de esto es el Restaurante La Lola, muy conocido ya que se dan cenas con espectáculos.



Fuente: elaboración propia

Figura 25. Diferentes bares en Plaza la Reina

Lo que no podemos encontrar en esta zona es mucha cantidad de pubs, ya que con la nueva norma del ruido, se ha hecho que mucho de estos cierren. Lo que sí que está presente son las sucursales bancaria, ya que así los utilizan en gran parte los turistas que visitan la ciudad. Por ello la contaminación acústica que se controla en el barrio de La Seu es medio.

Otra forma de encontrar negocios es en el tema de oficina y no se sitúan muchas en este barrio, es más un barrio residencial. Aunque no están muy presentes las zonas verdes, así como parques infantiles, ya que en mayor parte esta es una zona peatonal. Lo que sí que hay son jardines abiertos los cuales puede utilizar cualquier persona.



En este barrio residencial la edad media de las personas que hacen su población es de una edad entre los 35 y 39 años (Ayuntamiento de Valencia). Y por lo cual la tasa de nacimiento con estas edades medias es muy alta un 39,4%(Ayuntamiento de Valencia). La inmigración asentada en el barrio de La Seu es muy poca, tan solo es de 15,8%(Ayuntamiento de Valencia).

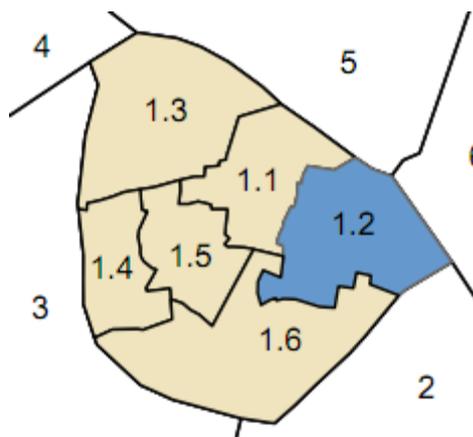
En conclusión el barrio de La Seu es un barrio muy residencial y en él convive una población con un nivel adquisitivo alto, ya que sólo se pueden encontrar 3 edificios de Viviendas de Protección Oficial.



BARRIO LA XEREA



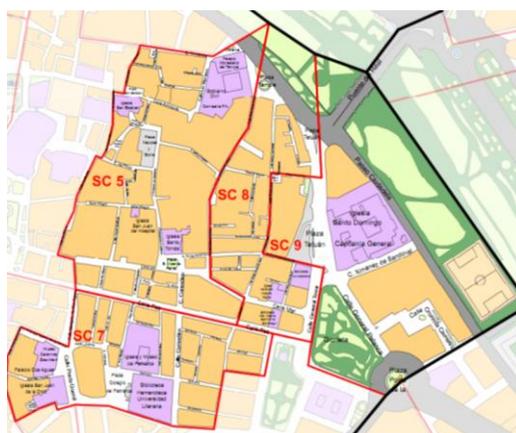
El barrio de La Xerea se sitúa en el margen derecho del cauce del Río Turia, su situación con respecto de Valencia es esta dentro del barrio de Ciutat Vella. Está situado en el centro de la ciudad y limita al norte con [Trinitat](#), al este con [Exposició](#), al sur con [Sant Francesc](#) y [El Pla del Remei](#) y al oeste con La Seu.



Fuente: elaboración propia

Figura 26. Plano del distrito 1.2 Barrio La Xerea

Se localiza desde la plaza Poeta Llorente, Paseo de la Ciudadela, calle del Justicia, plaza Puerta del Mar, calle La Paz, calle Poeta Querol y calle Avellanas hasta llegar a la calle Trinitarios.



Fuente: elaboración propia

Figura 27: Distribución interna barrio La Xerea

Xerea deriva del árabe "xaria", que significa camino, vía hacia fuera (arrabal). La historia de este barrio es que en un principio surgió de un arrabal árabe que estaba fuera de la muralla romana y árabe. Cuando se introdujo en el siglo XIV, se integro dentro de las murallas, cuando estas pasaron a pertenecer a territorio cristiano y así ya este barrio tuvo más protección. Aquí existieron dos puertas cristianas, la del Real y la Puerta del Mar y aún así se conservo la puerta árabe que se encontraba en la actual Iglesia de Santo Tomás Apóstol. En este barrio se construyeron iglesias y conventos con las Iglesias de San Esteban, San Andrés, San Juan del Hospital además de los conventos del Temple y el de Santo Domingo.



Fuente: elaboración propia

Figura 28: Iglesia Santo Tomás

Aquí se observan edificios característicos de este barrio:



Fuente: elaboración propia

Figura 29: Puerta del Mar

La puerta de la mar es un monumento histórico, son los restos de las antiguas murallas de Valencia, que protegían el casco medieval de la ciudad. Ahora ya no quedan restos de murallas. Es una copia de la Puerta Real que fue derribada junto con el resto de las murallas en 1865 esta estaba en el puente del Real. Lleva una cruz en homenaje a los valencianos muertos durante la guerra civil.



Fuente: elaboración propia

Figura 30: Iglesia de Santo Domingo

El lugar donde se construyó el convento después de la reconquista de la ciudad se encontraba extramuros de la ciudad, por lo que en 1276 el obispo de Valencia fray Andrés de Albalat construyó a sus expensas una ampliación de la muralla que abarcara este nuevo convento.



Fuente: elaboración propia

Figura 31: Jardines de la Glorieta

El nacimiento de los Jardines de la Glorieta, viene originada por un general francés Louis Gabriel Suchet durante el periodo en el que estuvo al mando de la ciudad durante la Guerra de la Independencia. En ese terreno comenzó la plantación de árboles y especies botánicas al que era muy aficionado.



Fuente: elaboración propia

Figura 32: Biblioteca Universitaria

La Biblioteca Universitaria fue, durante la Guerra Civil y después, testigo de los libros requisados a particulares y a instituciones, los cuales fueron de gran utilidad para el estudio de la historia social y las artes gráficas de esta época.

El barrio con el nombre de la Xerea se puede relacionar con el oratorio a campo abierto que había en las grandes ciudades. En este barrio valenciano se edificaron Iglesias y conventos como la Iglesia de San Esteban, Iglesia de San Andrés, Iglesia de San Juan del Hospital y los conventos como el del Temple y el del Santo Domingo. Además de tener estos monumentos históricos el barrio de la Xerea tiene museos como el de Museo Nacional de Cerámica de González Martí, Museo del Patriarca entre otros.



Fuente: elaboración propia

Figura 33: Museo Nacional de Cerámica de González Martí

Este es un barrio antiguo, era el extramuros de la muralla árabe de Valencia, por ello es un barrio que existe desde el S.IV, pertenece a la historia de la ciudad de Valencia. Por ello el acceso a este barrio es por avenidas, ya que al ser un barrio previo a la evolución de la ciudad no tiene el acceso por rondas. Las vías que hacen su acceso son calzadas anchas, tienen 4 carriles formados por los dos sentidos, eso ocurre en las vías de las que surge el barrio, tales como las calles de La Pau, El Justicia y El General Tovar.



Fuente: elaboración propia

Figura 34: Acceso Calle General Tovar

Las aceras que están con estas calzadas con aceras anchas. Pero no ocurre lo mismo con las calzadas y aceras que se surgen a partir de estas avenidas, ya que son calles de menor importancia y son más estrechas, de uno o dos carriles y las aceras que las forman son más estrechas. Pero por mayoría estas últimas forman la proporción mayor, son las que están más presentes.

Las áreas peatonales son más indiscretas, ya que no estén muy presentes, pero sí que las hay, como los Jardines de la Glorieta, donde se pueden encontrar árboles con mucha historia, son muy antiguos. No se encuentran parques infantiles ni tampoco jardines cerrados.



Fuente: elaboración propia

Figura 35: Jardines de la Glorieta

En las grandes calles el alumbrado es en gran cantidad, pero en las calles que forman el barrio y salen de éstas grandes vías el alumbrado está en menor proporción, ya que por ahí el tránsito es en menor cantidad ya de vehículos como de peatones.

La comunicación con el barrio de La Xerea es muy buena, de todas las partes de la ciudad, ya que por este barrio se puede transitar con vehículos, de hecho está muy transitado por estos. En realidad la puerta principal que une el centro de Valencia con el resto de ciudad es la rotonda de la Puerta del Mar.

El comercio de esta zona se deja notar pero no en grandes cantidades como en otros barrios la densidad de los comercios de lujo es media hacia poca. Pasa lo mismo con los comercios del tipo de supermercado que se encuentran pocos. Hay más comercio del tipo de barrio, comercios pequeños que suelen ser de pequeña superficie. Estos comercios suelen ser de personas españolas, no son de inmigrantes, aunque también están presentes estos tipos de comercios. Sí dispone de centro comercial. Por lo cual es un barrio que está muy frecuentado por los ciudadanos de Valencia.

La zona de ocio en este barrio no es muy grande se pueden encontrar bares y restaurantes, pero que tienen horario de día. Lo que menos podemos ver son bares de copas o pubs. Aunque sí que se encuentran ubicados en esta zona, pero en pequeñas cantidades. Se ubican discotecas, pero estas son de un tamaño medio, no son grandes superficies.

La contaminación acústica de este barrio es media por la integración de los bares y de las zonas de ocio.

En este barrio hay instalaciones deportivas aunque estas no ocupan grandes superficies dentro del barrio, se localizan muy pocos.

Los edificios de este barrio son de alturas no muy altas, están entre las 4 y 5 alturas. La mayoría son de fachadas de ladrillo cara vista y revestidas, tiene muy buen mantenimiento y están en un estado muy bueno. Dan un estilo de cuidado al barrio.



Fuente: elaboración propia

Figura 36: Edificio Generali Seguros

A parte de poder encontrar en este barrio zonas de ocio y pequeñas zonas de descanso podemos también hacer uso de farmacias, centros de salud y residencias de día para personas de la 3ª edad. Al igual que esta zona está muy dedicada a zonas de negocio en sentido de oficinas de grandes empresas, la mejor zona donde se pueden encontrar es en la zona de la Plaza de la Puerta del Mar.

Por estar en zona con comercios y zonas de ocio tiene que tener varias sucursales bancarias, de diferentes fundaciones, tales como Santander, Bancaja, La Caixa,...

Es una zona donde se pueden encontrar bastantes oficinas de empresas muy representativas en la ciudad de Valencia, por el caso contrario no se pueden encontrar naves industriales, al tratarse de un barrio que está en el centro de la ciudad.



Fuente: elaboración propia

Figura 37: Edificio Correos

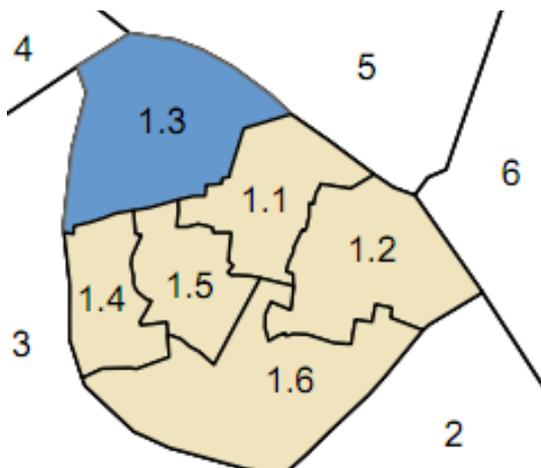
En este barrio la edad media de la población que lo forma son de 30-34 años, por lo tanto es un barrio con futuro, ya que estas personas que forman el barrio tendrán descendencia y será un barrio en crecimiento su estudio dice que será un 34,2%. También está compuesto por personas inmigrantes, estos forman el 32,2% de la población.



BARRIO EL CARMEN

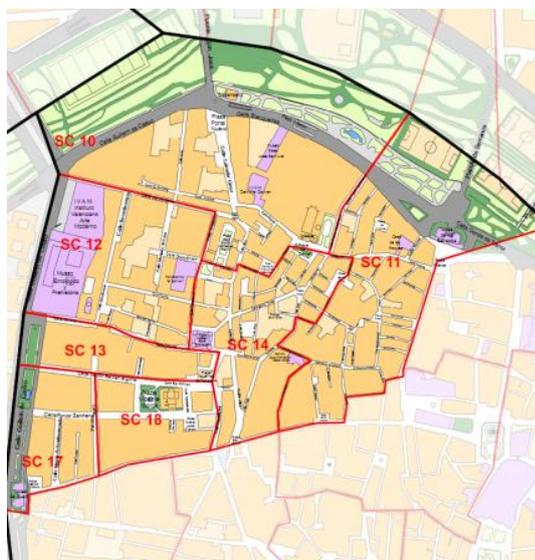


El distrito del Carmen se sitúa en la parte este del barrio de Ciutat Vella. Su estructura primitiva lo coloca entre las calles de Serranos, calle Caballeros y la muralla musulmana.



Fuente: elaboración propia

Figura 38: Plano del distrito 1.3 Barrio El Carme



Fuente: elaboración propia

Figura 39: Distribución interna barrio El Carme

Este distrito creció entre dos murallas la musulmana lo limitaba por el este y la nueva muralla cristiana que lo limitaba por el oeste. Este barrio ha sufrido muchos cambios a lo largo de su vida, ha llegado a ser huerta, arrabal, refugio musulmán, asentamiento gremial, vivienda de la aristocracia medieval, zona de conventos además de ser un lugar de ocio de la población juvenil.

Esta zona recibe el nombre de barrio o distrito de El Carmen, a que se sitúa en él el convento del Carmen Descalzo y alrededor del cual surgió este núcleo de población.

El Carmen se dividía en dos sectores; el interior dedicado al textil que después de la conquista se repobló de cerrajeros, herreros y caldereros y el exterior lo forman varios arrabales, como por ejemplo el de Roters, el de la Morería, la Balnquería,...

En la actualidad El Carmen es una de las zonas más populares, concurridas y con ambiente de toda la ciudad.



Fuente: elaboración propia

Figura 40: Iglesia Del Carmen

Los edificios con historia que se pueden encontrar en El Carmen son los siguientes:



Fuente: elaboración propia

Figura 41: Iglesia Del Carmen

El antiguo Convento del Carmen está situado en la calle Museo de la ciudad. El conjunto monumental del convento ilustra su complejidad cronológica y diversidad de estilos artísticos, importantes etapas de la historia de la arquitectura en la ciudad.

Este edificio está compuesto por varios núcleos como la capilla medieval, el claustro [gótico](#), el claustro renacentista y la iglesia nueva, que en la actualidad es la [Parroquia de Santa Cruz](#).



Fuente: elaboración propia

Figura 42: Torres de Quart

Las Torres de Quart son un par de torres gemelas, que formaban parte de la muralla medieval que rodeaba el casco antiguo de la ciudad de Valencia, cuya función era defender la ciudad. Están situadas en el cruce de la calle Guillén de Castro con la Calle Quart.

Las Torres de Quart fueron construidas por los "mestres en el noble art de la pedra" Francesc Baldomar y Pere Compte en el siglo XV, entre los años 1441 y 1460. El estilo de las torres es gótico tardío militar.



Fuente: elaboración propia

Figura 43: Torres de Serrano

La Torre de Serranos es una de las doce puertas que custodiaban la antigua muralla de la Ciudad de Valencia. Su nombre parece provenir de que están situadas aproximadamente al noroeste del casco antiguo y, por lo tanto, eran la entrada natural que comunicaba con los caminos que iban a Los Serranos. No obstante, existe otra teoría que dice que pudo tomar el nombre de la principal familia que habitaba la calle homónima.

Es un gran referente de la ciudad de Valencia y uno de sus monumentos mejor conservados. De la antigua muralla, que se ordenó derribar en 1865 por orden del gobernador de la provincia Cirilo Amorós.



Fuente: elaboración propia

Figura 44: IVAM

El Instituto Valenciano de Arte Moderno IVAM tiene como objetivo el conocimiento, tutela, fomento y difusión del arte moderno y contemporáneo. Cuenta con dos espacios: el Centre Julio González, un edificio de nueva construcción inaugurado en 1989 que presenta los fondos del museo junto a otras muestras de carácter temporal y la Sala de la Muralla, ubicada en los sótanos del edificio que conserva restos de la antigua fortificación medieval de la ciudad.

El acceso a este barrio se hace por medio de las calles de Guillermo de Castro, Blanquerías, ya que los demás accesos se hacen por medio de los barrios de La Seu y de El Pilar. Estos dos últimos barrios se hace por medio de calles estrechas de una sola calzada.



Fuente: elaboración propia

Figura 45: Acceso Calle Blaquerías

La mayor parte de este barrio está formado por calzadas de un solo carril, son estrechas, ya que este barrio pertenece a la agrupación de barrios de Ciutat Vella que es el más antiguo de Valencia. Las aceras que componen el barrio son estrechas en su mayor cantidad y lo cual su accesibilidad es nula, porque estas aceras miden menos de 1,40m de ancho y apenas tienen altura. Por ello la mayor parte de este barrio es peatonal con acceso de vehículos, pero con tráfico limitado y deben circular con poca velocidad, ya que la calzada en la mayor parte del barrio es de un único carril, y por lo cual único sentido. Aunque en un lado de la calzada se puede aparcar si tener que pagar por ello en la mayoría de las calles que componen este barrio. Y en esta zona no hay muchos aparcamientos de uso privativo ni de uso público.

La edificación en esta zona no está muy bien conservada, las fachadas de los edificios necesitan una restauración. Estas construcciones no son de gran altura, la mayoría de los edificios están entre 1 y 4 plantas. La mayor parte de estos edificios tienen la fachada echa por enfoscados y en un menor caso de fachadas de ladrillo cara vista. Y el alumbrado que ilumina estas calles estrechas y apagadas es poco vistoso y nada iluminado, sobre todo en las calles que forman el interior del barrio.



Fuente: elaboración propia

Figura 46: Fachada de un edificio del barrio

Por este problema que las calles son estrechas no puede circular transporte público por la mayoría de las calles, porque son estrechas y no entran estos vehículos, por lo cual no hay números de líneas de autobuses. Pueden ir taxis como transporte público. También pueden circular bicicletas y hay estaciones de Valenbici.



Fuente: elaboración propia

Figura 47: Calle que forma parte del barrio

El comercio que forma parte de este barrio es un comercio de barrio en gran parte y comercio también de inmigración. Estos negocios tienen un reducido espacio de superficie, pero hay muchos.

Lo que se encuentra con facilidad en este barrio es una zona de ocio, está compuesta por muchos bares, sobre todo los encontramos en la calle caballeros, es donde se concentran la mayor parte de éstos hasta la plaza del Esparto que en ella se expanden por todo su perímetro. Al igual que los bares la concentración de los restaurantes también se encuentran en estas calles. Estos son menos numerosos.



Fuente: elaboración propia

Figura 48: Plaza del Esparto

En esta zona se pueden encontrar gran variedad de pubs y discotecas, estas últimas no destacan en cantidad. En otro sentido de zona de ocio están las instalaciones deportivas que estas no se dejan ver en gran cantidad por este barrio.

Las zonas de negocios que se encuentran en este barrio la forman los bares, restaurantes, discotecas,... Aquí no se encuentran oficinas de negocios ni de naves industriales.

La densidad de la actividad económica es media en este barrio y la economía se eleva por la cantidad de bares y restaurantes que componen este barrio.

La educación en este barrio no está muy presente en el sentido de tener en él edificios destinados a ello. Se puede encontrar únicamente una guardería. Se puede encontrar dos institutos donde se ofrece secundaria pública, sin embargo para hacer la primaria pública se puede encontrar 4 edificaciones. Se encuentran cuatro institutos y dos colegios privados. Para la población que forma este barrio se tiene que desplazar para asistir al colegio.

En este barrio no encontramos apenas zonas verdes, lo que le contrarresta es que como es un barrio formado por calles estrechas y no pasan los vehículos con gran velocidad como en la mayoría de los barrios que forman la ciudad de Valencia; por ello son zonas muy peatonales y por las que el tránsito tranquilo.



Fuente: elaboración propia

Figura 49: Calles estrechas del barrio

Podemos encontrar a lo largo del barrio más de 5 sucursales bancarias, como también farmacias y residencias para la tercera edad.

Las personas que viven en este barrio la gran parte de los ciudadanos que lo forman tienen entre 30 y 34 años. La mayor parte de los ciudadanos que viven en este barrio son inmigrantes un total de 54,3%, más de la mitad de los componentes del barrio son extranjeros. El crecimiento de este barrio es muy pequeño, son el 9,3%. Las viviendas son antiguas, pero hay unas cien viviendas de V.V.P./ V.P.O.

La contaminación acústica que se puede encontrar en este barrio es media, hay zonas donde se concentra la mayor cantidad de ruidos se encuentran donde están situados los bares y discotecas, su situación es alrededor de la calle Caballeros.

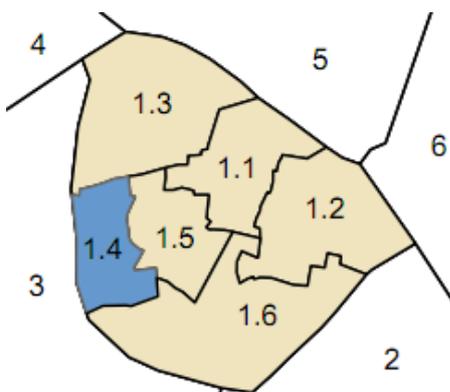




BARRIO EL PILAR

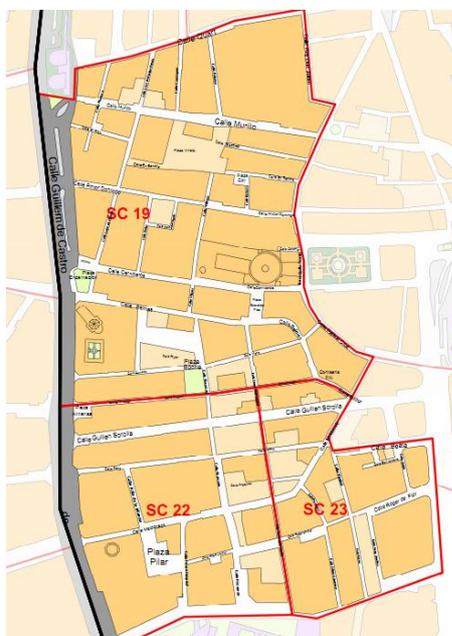


Es un de los barrios que componen el barrio de Ciutat Vella. Se le otorga este nombre por la Iglesia de Nuestra Señora del Pilar y San Lorenzo, construida en 1611. Está situado en el centro de la ciudad y limita al norte con el Carmen, al este con El Mercat, al sur con Sant Francesc y al oeste con el parque Botánico.



Fuente: elaboración propia

Figura 50: Plano del El Pilar1.4 Ciutat Vella



Fuente: elaboración propia

Figura 51: Ordenación interna barrio El Pilar

Hasta mediados del S.VIX era un arrabal poco poblado de las afueras de la muralla, pero cuando construyeron la nueva muralla cristiana fue determinante para que los ciudadanos se asentaran en este distrito. Los ciudadanos que más se asentaron fueron los artesanos de la seda.

En la actualidad este barrio ha tenido una decadencia bastante grande, probablemente sea uno de los barrios más descuidados de Valencia. Se puede encontrar en zonas concretas a personas toxicómanas. Aunque se puede encontrar a estudiantes de diaria en los alrededores de la Biblioteca Pública.

Este distrito tiene monumentos importantes a lo largo de su territorio, tales como:



Fuente: elaboración propia

Figura 52: Biblioteca Pública

La Biblioteca Pública de Valencia está instalada en el Crucero del Antiguo Hospital de Valencia, que fue declarado Monumento Histórico-Artístico Nacional en el año 1963.



Fuente: elaboración propia

Figura 53: MUVIM

El museo Valenciano de la Ilustración y de la Modernidad (MUVIM) es un centro especializado en mostrar las diferentes ideas y conceptos que se han desarrollado desde la Ilustración hasta la actualidad.



Fuente: elaboración propia

Figura 54: Iglesia El Pilar

Al lado del hospital viejo de la ciudad, se encuentra la iglesia del Pilar. La iglesia se sitúa en la **plaza peatonal** con el mismo nombre. Esta iglesia fue construida en el antiguo lugar donde antes se situaba el **convento de la orden de los dominicanos**. La iglesia se fundó principalmente para que los religiosos pudieran acudir al hospital.

Es uno de los barrios más pequeños que forman el barrio del Pilar, su acceso se hace por medio de la calle de Guillem de Castro y por calles más estrechas que llegan desde los demás barrios del barrio de Ciutat Vella.



Fuente: elaboración propia

Figura 55: Acceso calle Guillem de Castro

Las vías que circulan por este barrio son calzadas estrechas, de un solo carril en una única dirección de sentido y en la mayoría de las calles no hay otro carril para usarlo como aparcamiento. Las aceras que tienen estas calzadas no hay son mínimas ya que no cumple con el ancho mínimo de 1,4m y de altura de 12cm. y algunas calzadas no tienen el desnivel de acera, sino que tienen unos pivotes para diferenciar la calzada y la acera. Por ello la accesibilidad es nula por estas calles. Las áreas peatonales son la mayoría ya que al ser tan estrechas las calzadas los vehículos que circulan por ellas lo hacen a una velocidad mínima. Así que aunque este distrito no tenga ningún punto verde, en sentido de jardines, ya sean abiertos, cerrados, públicos o privados, se puede circular por él sin ningún peligro de atropello por vehículos.



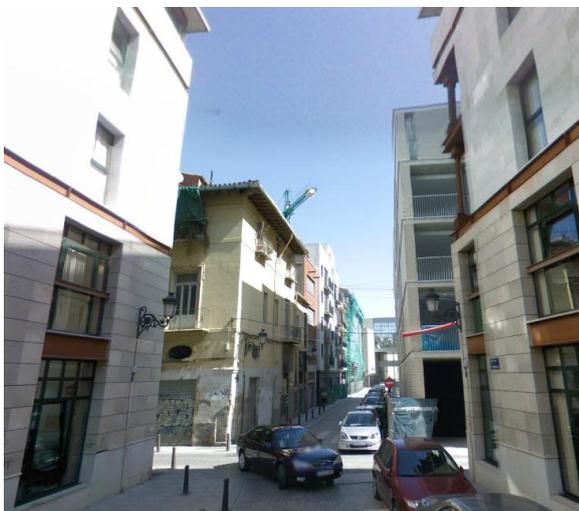
Fuente: elaboración propia

Figura 56: Calle Maldonado

Las zonas de aparcamiento son mínimas no hay zonas de aparcamiento como tales, son unas calzadas tan estrechas que no por todas se puede circular, así que los aparcamientos no se encuentran por aquí.

El transporte público aquí no es muy visto por lo de que las calzadas son muy estrecha, por lo cual este distrito tiene una calzada más bien cuidada, ya que como no es muy transitada y por lo cual su evolución a lo largo de los años es cuidada y adecuada, ya que está constituida por adoquines.

Las edificaciones que forman parte de este barrio son edificios en la gran mayoría de 1 a 4 plantas, aunque tampoco es difícil encontrar edificios de más de 4 plantas, son de 5 y 6 plantas. Las fachadas de estos edificios son en la mayoría de acabado enfoscado, y como acabado la pintura de colores pálidos, tales como rosa salmón, amarillo pálido,... esto no quiere decir que todas las fachadas sean lisas, sino que se pueden apreciar en las fachadas unos salientes longitudinales de forma de rectángulos y encima de las puertas se puede encontrar algún escudo, eso se refería a que en esa casa sería de una persona importante de la época de su construcción antes del último siglo S.XX.



Fuente: elaboración propia

Figura 57: Edificios de 3-5 alturas

El comercio que podemos encontrar en este barrio es comercio de barrio de superficies reducidas y también se pueden ver comercios de inmigración con abundancia. El tipo de comercio que no podemos encontrar en abundancia es el comercio de supermercados con grandes superficies.

Las zonas de ocio en este barrio son muy pocas, hay pocos bares y estos también son de inmigración en gran cantidad, así como los restaurantes. La densidad de los pubs es muy pequeña y apenas son de grandes superficies.

Aquí no podemos encontrar edificios destinados a la educación mínima de los niños, sólo se pueden encontrar dos guarderías y también están escuelas de primaria y secundaria, como las Escuelas Pío. Pero es poco espacio para todo el distrito, por lo cual quiere decir que las familias que vivan en esta zona se tienen que trasladar a otras zonas donde estén escolarizados los niños. También se puede encontrar la universidad de Escuela de Arte Superior de Diseño.

Se puede encontrar más de 5 sucursales bancarias en este barrio.

En relación con la cultura este barrio dispone de cines, teatros, museos así como monumentos históricos tales como Iglesia del Pilar, Parroquia Santos Juanes,...



Fuente: elaboración propia

Figura 58: Calle Maldonado

En el barrio de El Pilar, las zonas de negocios en esta zona es mínima lo único que da comercio son los bares, restaurantes y demás comercios que están situados en esta zona, ya que oficinas de grandes empresas aquí no se encuentran. Lo que sí se puede encontrar para hacer negocios son solares donde poder edificar.

La inmigración en este barrio está muy presente ya que lo forman un 64,9% de la población que forma el distrito, y la edad media de estos ciudadanos está comprendida entre los 30 y 34 años. El crecimiento estimado que estos ciudadanos le van a dar es de un 8% es muy baja para que tenga un crecimiento con futuro.

La contaminación acústica en esta zona es alta por encontrar en ella zonas de ocio.

Se compone de 326 viviendas de V.V.P./V.P.O.

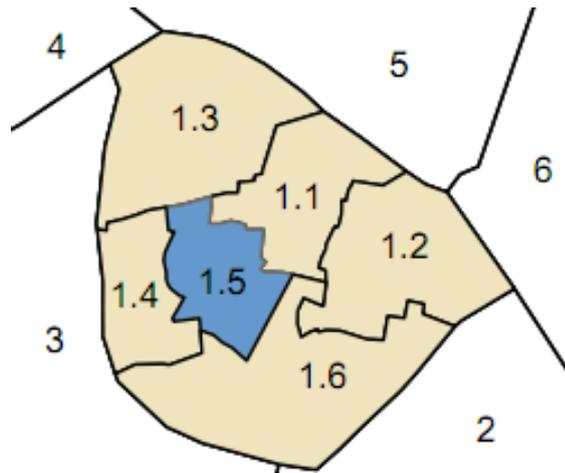




BARRIO EL MERCAT

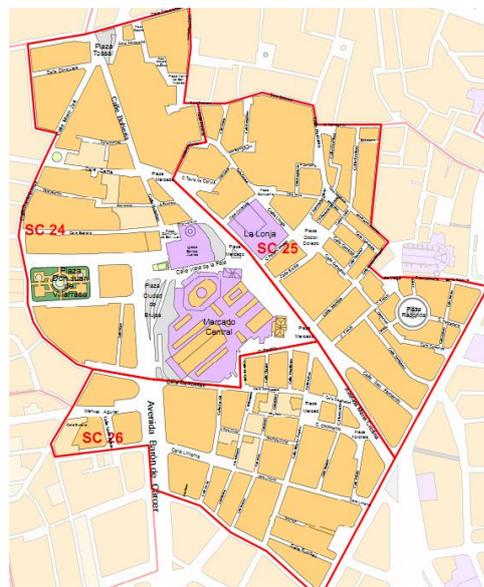


Es uno de los barrios que componen el barrio de Ciutat Vella. Recibe el nombre del mercado y la plaza homónima, donde se ha documentado actividad comercial desde el siglo XIII. El Mercat está situado en el centro de la ciudad y limita al norte con El Carmen, al este con La Seu, al sur con Sant Francesc y al oeste con El Pilar.



Fuente: elaboración propia

Figura 59: Plano del El Mercat 1.5 Ciutat Vella



Fuente: elaboración propia

Figura 60: Ordenación interna barrio El Mercat

Hasta mediados del siglo XIV era un arrabal extramuros de la muralla árabe de Valencia. La construcción en 1356 de la nueva muralla cristiana lo incluyó dentro de la ciudad, produciéndose entonces una densificación de la población.

El barrio fue configurándose a través de una serie de edificios arquitectónicos, el primero de los cuales fue la Lonja de la Seda (siglo XV), siendo el siguiente la iglesia de los Santos Juanes (entre el siglo XIV y el XVIII). La cual poseía en sus bajos unos porches donde se ubicaban algunos comercios, el mercado el más importante de la ciudad. Fue la construcción del Mercado Central, a principios del siglo XX, en el solar del antiguo convento de la Magdalena, lo que le dio la definitiva configuración comercial al barrio.

Los diferentes hitos arquitectónicos que nos podemos encontrar son:



Fuente: elaboración propia

Figura 61: Mercado central

Edificio de estilo modernista. Se empezó a construir en 1914 y en 2004 comenzaron las obras de rehabilitación integral del edificio cuyo resultado es el que se puede observar en estos tiempos.



Fuente: elaboración propia

Figura 62: Iglesia de los Santos Juanes

Era una mezquita convertida en iglesia. En la parte baja de la iglesia se instalaron pequeñas tiendas que se llamaron 'covachuelas o casillas de San Juan'. Tiene una portada barroca y ventanas cubiertas de alabastro.

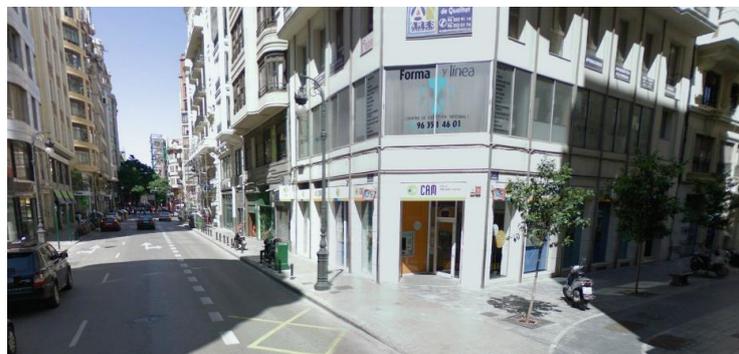


Fuente: elaboración propia

Figura 63: La Lonja de la Seda

En 1480 la mandaron construir de los Reyes Católicos. Se trata del mejor y más bello edificio del gótico civil europeo. Fue declarada Monumento Histórico Artístico Nacional en 1931 y el 7 de diciembre de 1996, Monumento Patrimonio de la Humanidad por la Unesco.

Los accesos a este distrito se hacen por medio de la calle del Mesón de Teruel y por la calle Quart, estos son los accesos más importantes por los que se puede acceder, también se puede llegar por otras calles más estrechas desde los distritos que forman el Barrio de Ciutat Vella, ya que este distrito se sitúa en el centro del barrio. Por lo cual sus comunicaciones con los demás barrios es excelente.



Fuente: elaboración propia

Figura 64: Calle Rumbao

Las vías que comunican el barrio de El Mercat, son en la mayoría calzadas estrechas, de un único carril y único sentido de dirección para los vehículos, esto no quiere decir que en sus calles más amplias, como la calle de Ercilla, la cual es la que pasa por el Mercado Central y la Lonja, tenga dos carriles en un único sentido, pero además en esta calle se puede aparcar en un lateral de la calzada, pero es zona azul, lo cual quiere decir que está controlado por los trabajadores de la O.R.A.

La cantidad de aceras es mínima, se pueden encontrar en las vías que son anchas como la ya mencionada, la calle San Fernando, que sus aceras son más anchas de 1,4m y la altura del bordillo es de 12cm, que aquí es también una calzada más ancha que por el resto de barrio, ya que tiene dos carriles en una único sentido. Por lo cual la accesibilidad está muy bien reflejada en estas calles, pero en cuanto se introduce por el distrito, por sus calles, se encuentran aceras que no se diferencian de la calzada nada más que simplemente por unos pivotes de poca altura.



Fuente: elaboración propia

Figura 65: Calle de las Calabazas

Las zonas de aparcamiento en este barrio no son amplias, si no que se encuentran alrededor del Mercado Central, en sus aledaños y en pequeñas calles alrededor de éste. Las que se encuentran en la misma calle que éste se tienen para todos los ciudadanos que cumplan con las normas de la zona azul. Y los aparcamientos que son por el interior del distrito son aparcamientos gratuitos y públicos. Aparcamientos privados de los vecinos de la zona son mínimos, pero se encuentran en los sótanos de los edificios aquí construidos.

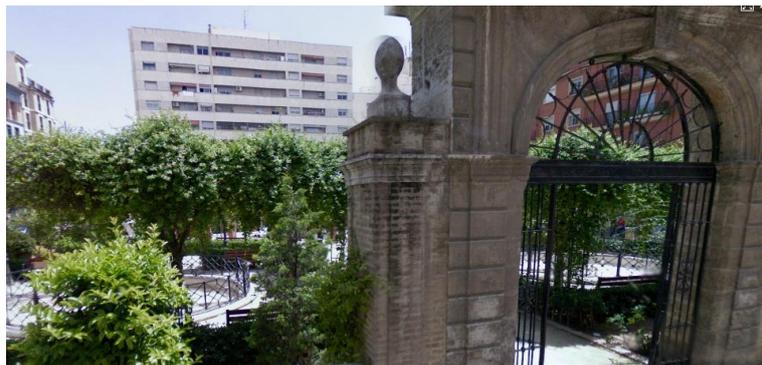
Las edificaciones aquí construidas son en altura y tienen alrededor de unas alturas de entre 4 y 6 plantas. Las fachadas de estos edificios en la gran mayoría son enfoscadas, con la peculiaridad que las edificaciones que se encuentran en las calles más importantes son fachadas más cuidadas y restauradas, no ocurre lo mismo con las edificaciones que se encuentran formando parte del interior de este barrio. Las viviendas de V.P.O. y V.P.P. son en total 37 viviendas.



Fuente: elaboración propia

Figura 66: Calle de las Calabazas

En este barrio no se pueden encontrar grandes zonas verdes, solo se pueden situar tres zonas donde se puede hacer uso de estos, se sitúan en la Plaza López de Vega y la Plaza de Don Juan de Villarrasa.



Fuente: elaboración propia

Figura 67: Calle Colomer

El transporte público que pasa por este barrio son los autobuses, pero estos no tienen una línea que tenga una parada final en este barrio. También se pueden encontrar como transporte público por este distrito taxis además de las bicicletas. Ya que se pueden encontrar paradas para éstas.

El comercio que se puede encontrar a lo largo de este barrio es un comercio de barrio que este se sitúa en la mayor parte en el interior de el Mercado, y en los alrededores de este. También se pueden encontrar por el interior del barrio comercios de inmigración. No se encuentra comercio de lujo. El comercio que se puede encontrar además del de barrio es de tiendas de souvenirs.



Fuente: elaboración propia

Figura 68: Interior Mercado Central

También dentro del margen de economía se pueden encontrar muchos bares y restaurantes por lo largo del distrito de El Mercat. Lo que no se encuentra en este barrio es apenas zonas de ocio, como pubs y discotecas. Además dentro de esta zona no se encuentran muchas instalaciones deportivas donde se puede hacer deporte.

En este barrio se pueden encontrar cajeros de diferentes sucursales bancarias. Lo que no se encuentra apenas integrado en este distrito son oficinas de grandes empresas.



No se puede asistir a centros educativos en este barrio porque no se encuentran en él, lo que esto supone es que las personas que viven aquí y asistan a una educación, ya sea obligatoria como no, se tienen que movilizar por otros distritos o acudir a otros barrios.

La población que forma este barrio es muy variada en nacionalidades, la mayor parte es de inmigración, esta población forma un grupo de 62,6%. La edad media que convive en el distrito de El Mercat es de 30-34 años. Por lo cual está en crecimiento poblacional aunque este no es muy amplio sólo es de 7,6%.

La contaminación acústica que envuelve este distrito es muy alta. También este estudio depende de que esta muy transitado por el tráfico. La densidad de la actividad económica es media, ya que hay mucho comercio de barrio.



BARRIO SAN FRANCESC





Este barrio se sitúa en el sur del barrio de Ciutat Vella. Es el barrio más grande y el segundo más poblado de los distritos que forman este barrio.

Fuente: elaboración propia

Figura 69: Plano de San Francesc 1.6 Ciutat Vella

Fuente: elaboración propia

Figura 70: Ordenación interna barrio San Francesc

La historia de este barrio comienza durante el siglo XIII, que se debe a un convento antiguo construido donde ahora se sitúa el ayuntamiento, este convento es el que dio nombre al distrito, San Francisc, que el mismo fue demolido en el año 1891, construyéndose posteriormente el actual Ayuntamiento.

Es el centro neurálgico de la ciudad, que se ha ido desplazando desde el norte del barrio al sur, desde la Plaza de la Virgen hasta la Plaza del Ayuntamiento. Es el de mayor dimensión de territorio que forma parte del barrio de Ciutat Vella. Se sitúa cerrando por la parte sur este barrio.

Este barrio posee varias funciones bien diferenciadas, la función comercial, con una gran actividad en la calle Colón. La función lúdica, con las dos únicas salas multicines que estan dentro de la ciudad y con tres de los principales teatros de la ciudad. La función financiera con las principales entidades bancarias y de seguros. Función administrativa donde se pueden incluir el Palacio de Justicia, el edificio de Correos. La función turística con grandes y gran número de hoteles, restaurantes, bares, edificios históricos que visitar.

Los diferentes hitos arquitectónicos que nos podemos encontrar son:



Fuente: elaboración propia

Figura 71: Ayuntamiento de Valencia



Fuente: elaboración propia

Figura 72: Ayuntamiento de Valencia

El Palacio de Comunicaciones, nombre que realmente tiene el edificio de correos, está situado en el corazón de la ciudad, en plena Plaza del Ayuntamiento. El estilo arquitectónico responde a algunas tendencias de la época, clasicismo, barroco y sobre todo modernismo.



Fuente: elaboración propia

Figura 73: Palacio de Justicia

El actual Palacio de Justicia fue en su origen la Casa Aduana, construida por orden de Carlos III entre 1758 y 1802, obra de los arquitectos Felipe Rubio, Antonio Gilabert y Tomás Miner. Por ella se canalizaba todo el comercio que hacía de Valencia uno de los centros económicos del siglo XVIII. En 1828 se transformó en fábrica de tabacos y en 1914 comenzaron las obras de adaptación para convertirla en la sede del Palacio de Justicia.

Los accesos a este barrio se hace por la calle Colón y calle Játiva, que estas dos calzadas son amplias, tienen hasta cuatro carriles, para un único sentido de dirección de los vehículos, sus aceras son amplias y muy accesibles, ya que estas son aceras de más de 1,40m de anchas y la altura del bordillo es superior a 12cm. por lo cual estas dos calles no son nada pertenecientes a áreas peatonales. También se puede acceder a este distrito por los distritos adyacentes, como son La Xerea, El Pilar y El Mercat. Los accesos de estos barrios al barrio San Fransesc son por calles más estrechas, pero son más peatonales.



Fuente: elaboración propia

Figura 74: Calle final de Colón inicio Játiva

Este barrio tiene una evolución favorable en sentido de su planta, está organizada tiene una cuadrícula más o menos organizada. Parten desde la plaza del Ayuntamiento las calles más amplias de este barrio, tales como la calle de Las Barcas que lleva hasta la calle de Don Juan de Austria, calle el Almirante Roger de Lauria. Pero desde estas calles se forma la dicha retícula. El alumbrado es abundante por la plaza del ayuntamiento, hacia el Paseo de Ruzafa y en sentido contrario que lleva hasta la plaza de la Reina.

Por este barrio no existe zonas de aparcamiento del tipo O.R.A., lo que si existen aparcamientos públicos en las calles, pero no son nada abundantes. Los que sí que se encuentran son aparcamientos para los residentes en este barrio, por lo cual son privados.

Las edificaciones que forman este barrio son edificaciones muy cuidadas y en altura de más de 5 plantas, la media es de 8 alturas. Y las fachadas en la gran mayoría son enfoscadas y muy cuidadas, además como son edificios importantes, ejemplo el Ayuntamiento como El edificio de Correos, por lo cual al ser tan visitados son edificios muy cuidados.



Fuente: elaboración propia

Figura 75: Edificios que forman el barrio

El transporte público en este barrio está muy presente ya que le llegan varias líneas de autobuses y por el que circulan muchos de éstos. Además se puede llegar a este barrio por metro, saliendo por la parada de Colón y Játiva. Además se pueden coger taxis en este barrio por las diferentes paradas que podemos encontrar, al igual que las bicicletas, porque se pueden situar varias estaciones donde se pueden dejar y coger dichas bicicletas.

Para los residentes de este barrio tienen en él varios centros educativos, se pueden encontrar 3 guarderías, 14 edificios donde se imparte la enseñanza primaria pública, los mismos donde se puede encontrar la enseñanza de secundaria pública. Los colegios privados también están presente en este distrito, de estos últimos podemos encontrar 6 edificaciones. También se encuentran 2 universidades



Fuente: elaboración propia

Figura 76: Instituto de Secundaria Luis Vives

Las zonas de comercio de este barrio están presentes por sus calles, hay comercio de lujo, es en el distrito donde podemos encontrar las mejores marcas. También se encuentran centros comerciales. Lo que no se encuentra tan fácil en este distrito son los comercios de barrio y de inmigración, al igual que no es muy usual encontrar supermercados.

Por lo que es una zona de mucho comercio se pueden encontrar gran cantidades de sucursales bancarias. Además se sitúan muchas oficinas de grandes empresas de Valencia y de otras que son a nivel nacional como es Correos, que podemos encontrar su gran edificio en la plaza del ayuntamiento, se sitúa en frente de este.



Las zonas de ocio están presentes en formas de bares, de estos hay gran cantidad por las calles que lo forman, pero la mayoría están por las calles más transitadas, como son las que surgen a partir de la plaza del ayuntamiento. También se encuentran muchos restaurantes, de estos se pueden encontrar de muy diversas categorías. La cantidad de pubs, no es muy elevada aunque sí que están presentes en este distrito. La densidad económica de este distrito es muy alta, ya que como está reflejado tiene mucho comercio y además tiene integrado en él muchas de las empresas que están trabajando en Valencia.

Este es el barrio donde más población se encuentra. Los residentes son personas que están entre la edad de 35-39 años, esta es la edad media que más abundan en él. La inmigración que forma parte de él son el 39% de la población. El crecimiento estudiado para este barrio es de 7%, no es muy grande.

La contaminación acústica de este barrio es muy alta, ya que tiene mucho tráfico que transita por sus calles. Además de que es muy visitado ya sea por el turismo como por hacer compras.





5.2.1.2 DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA





En este subapartado se detallan la descripción de la oferta inmobiliaria que se encuentra en la zona.



Este apartado expone un desarrollo sobre las viviendas que se pueden encontrar en el distrito de Ciutat Vella. Por ser un distrito antiguo, ya que es el núcleo por donde surgió la ciudad de Valencia, no se localizan muchas construcciones de obra nueva, son mas reformas generales de los edificios ya existentes.

En el distrito Ciutat Vella no se pueden encontrar muchas construcciones de obra nueva. Además sólo se sitúan en los barrio de El Mercat, con tan sólo tres promociones, que se sitúan en la calle Juan de Vilarrasa número 1, calle Cardá número 1 y en la calle Linterna número 13 y otro edificio de obra nueva que se encuentra en la calle San Antonio número 0, que ya pertenece al barrio de El Pilar.

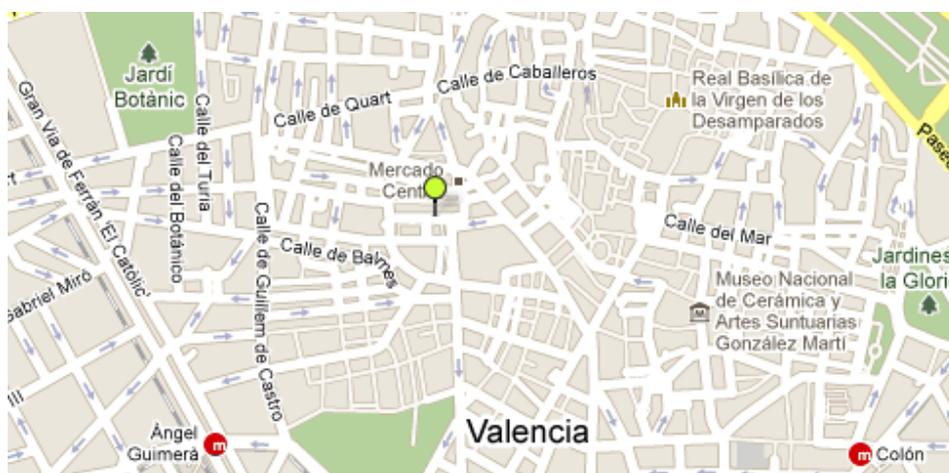


Fuente: Google Earth

Figura 77: Situaciones de las promociones

En primer lugar se estudia el barrio de El Mercat, esta es una zona que ha sufrido muchos cambios a lo largo de su historia, sus inicios vinieron marcados por el convento del Carmen Descalzo, pero se diferenciaban dos sectores claros, el de los cerrajeros, herreros... y la parte de los arrabales como el de Roters, la Morería...

Se localiza la construcción que está ubicada en la calle Juan de Vilarrasa, número 12. Esta edificación se empezó a hacer el diez de enero de dos mil siete, por el promotor Grupo Fortuni. La llamaremos Promoción 1.



Fuente: elaboración propia

Figura 78: localización Promoción 1

Como se observa esta construcción es un edificio de manzana cerrada, es plurifamiliar ya que dispone de una planta grande y se compone de varias alturas, son tres alturas más el ático. En total dispone de 14 viviendas y un local comercial. Es un edificio de vivienda libre. En el tiempo que lleva construido este edificio no se ha logrado vender ninguna de las viviendas.



Fuente: elaboración propia

Figura 79: fachada del edificio Promoción 1

Este edificio tiene tres viviendas diferentes. La primera es de una única habitación doble, con una cocina y salón unidos, un baño completo y el hall. Otra vivienda de una sola habitación, pero la diferencia con la vivienda anterior es que no se comunican la cocina con el salón. El último tipo de vivienda que dispone este edificio es una vivienda que ya se compone de dos habitaciones, salón, cocina, baño completo y un aseo.



Fuente: elaboración propia

Figura 80: Diferentes disposiciones de la Promoción 1



Las características constructivas de este edificio son que la cimentación es por medio de pilotajes y encepados de hormigón armado. El forjado es reticular de hormigón armado y los pilares las vigas son de estructura metálica.

Los materiales empleados en el cerramiento exterior de este edificio son que la fachada había que rehabilitarla de la fachada original, por ello la cara interior hay una cámara de aislamiento térmico-acústico y trasdosado con tabiques de pladur.

La cubierta es de terraza transitable en viviendas, el ático, compuesta con aislamiento térmico-acústico de hormigón celular con impermeabilización y pavimento de gres.

Los pavimentos que se han utilizado son diferentes en las zonas comunes y en las individuales, en la zona común se ha empleado mármol crema marfil, esta es una característica muy importante, ya que este material hace que sea una vivienda de un nivel adquisitivo importante. En los interiores de las viviendas se ha colocado una tarima de parquet flotante.

Los ascensores son cabinas de 4 personas con puertas automáticas, con alarma de emergencia.

Centralización de contadores se encuentra en el zaguán. Las llaves de paso para lavadora y lavavajillas también y tienen un calentador eléctrico 80L para agua caliente. Las instalaciones de agua fría y caliente con tubería de cobre.

Además disponen de Instalación de video-portero sistema visión. Instalación de antena colectiva, según Reglamento de Telecomunicaciones. Aire acondicionado mediante Bomba de frío- calor en todas las viviendas a través de conductos.

Ya en el interior de la vivienda se aprecian unos materiales de características muy elevadas, la mayoría de estos son de primera calidad.

Las puertas de acceso a las viviendas son puertas de seguridad en MDF con el interior lacado en blanco, con cerradura de tres puntos de cierre de seguridad y cuatro visagras anti-palanca.

El cerramiento interior está constituido por tabiques de pladur, ya sea en el interior de las viviendas como en la separación de las viviendas contiguas. Los chapados y revestimientos de pinturas en las cocinas y en los baños, son paredes en liso con pinturas especiales en las paredes de las cocinas y en los baños con gres porcelánico rectificado en beige o en granito.

En el resto de la vivienda el revestimiento es con yeso maestreado, los falsos techos son de pladur, con una moldura perimetral de pecho de paloma. En los baños se encuentra un falso techo de pladur registrable. Y las paredes de la vivienda son de pintura plástica lisa en varios colores.

Las puertas de acceso interiores son abatibles o correderas con un acabado laqueada en blanco, con unos herrajes, manivelas en acero cromado y cantos macizos.

Las ventanas son de madera tipo castellano en Pino Melis, abatibles. Con un vidrio doble del tipo “climalit.” formado por dos lunas de 6 y 4mm. De espesor y cámara de 8mm. Para mejor aislamiento térmico y acústico, en toda la carpintería exterior.

El mobiliario de las cocinas es melaminado en blanco con puertas postformadas en color blanco brillo y los tiradores de estos son de acero cromado. La bancada de la cocina es de marca Silestone pulido de color blanco Zeus o color crema Minerva o similar en calidad superior. Los electrodomésticos son en acero.

También colocan los armarios empotrados que están constituidos por módulos, con baldas y con puertas abatibles. El color de estos es en blanco, de hojas ranuradas y lacadas en blanco.



Fuente: el idealista

Figura 81: Interior de la vivienda, de la Promoción 1

Los precios de los pisos son diferentes, ya que tienen diferentes características en la planta. El piso que tiene un solo dormitorio y un baño, que es de 50m², vale un total de 165.000 € y el metro cuadrado sale a 3.300€. El piso que tiene 56m² se eleva a 190.000 € y el metro cuadrado es de 3.393€. El piso que es de 2 dormitorios y tiene un total de 80m² vale 250.000 € y el metro cuadrado se queda en 3.125m².

La forma de pago es mediante la entidad bancaria de La Caixa, con una entrada del 10% del total y una letra de 10% también, esto hace que la hipoteca sea del 80%.

Esta promoción es posible competitiva ya que tiene muy buenas características desde las mejores calidades en los materiales empleados así como de la situación en la que esta, ya que esta es muy importante a la hora de decidirse por la compra de la vivienda.

Esta promoción no tiene mucha venta, ya que la mayor parte de estas viviendas siguen en venta. Son sólo dos viviendas las que se han vendido.

El público al que va dirigido es un público joven que vaya a vivir en pareja o solo, por las viviendas que tienen comunicación de la cocina y el salón. Al igual que puede ir para parejas que ya se han quedado solos y quieren cambiar su residencia al centro y en un piso más cómodo. No es para una pareja que tengan pensado formar una familia, ya que cerca de esta zona no hay muchos centros educativos.

La relación entre la vivienda y la zona en la que está ubicado es muy buena, ya que como son unas viviendas de tamaño pequeño son adecuadas para personas dinámicas y que les guste estar comunicados con el trasiego que conlleva vivir en el centro de las ciudades.

Esta promoción ha sido anunciada en folletos, maquetas, además tiene un piso piloto, como se han observado en las fotos. Se puede tener información de él por internet, a través de la página el idealista o por inmobiliaria, "Grupo Fortuni".

Otra de las ofertas de venta que hay en este barrio se encuentra en la calle Cardá, número 1. La promotora que llevo a cabo esta construcción es Iniciatives Urbanes Barri Antic, S.L. La fecha de entrega de las llaves es desde enero de 2010.

El edificio está ubicado en el centro histórico de Valencia en un entorno privilegiado, junto al mercado central, la lonja, la iglesia de los santos Juanes, la futura estación del metro del Mercat (actualmente en construcción) con la calidad de vivir en el centro, y la comodidad de su buena accesibilidad y dotación de servicios. Lo llamaremos Promoción 2.



Fuente: Goolge maps

Figura 82: Localización de la vivienda de la Promoción 2

El edificio se compone de dos plantas de sótano, planta baja, tres plantas altas y una última planta bajo cubierta. Consta de 27 viviendas de uno y dos dormitorios, siendo las de las últimas plantas tipo dúplex. Los locales comerciales se sitúan en planta baja, y el aparcamiento en las plantas de sótano.



Fuente: elaboración propia

Figura 83: Fachada de la vivienda, Promoción 2

Las viviendas son de diferentes plantas, ya que el dúplex tiene dos alturas comunicadas por medio de unas escaleras de tarima flotante, con un posa manos acabado en madera y con unas protecciones laterales de cristal.



Fuente: el idealista

Figura 84: Foto interior de vivienda Promoción 2

Los materiales empleados en esta edificación son materiales de primera calidad. En los elementos comunes se emplean materiales nobles, tanto es así que el pavimento de la escalera es de mármol compacto blanco. Los ascensores que se han colocado tienen dos velocidades, las puertas son automáticas en rellanos y cabina. El pavimento del ascensor es de granito. La puerta de entrada de garaje es mediante apertura electrónica con mando a distancia.

Los acabados exteriores del edificio que se observan quedan muy presentes en la fachada, esta es con un revestimiento con mortero monocapa, como se observa en la fotografía superior. La carpintería exterior es de aluminio lacado y vidrios de la marca "Climalit".



Fuente: elaboración propia

Figura 85: Foto fachada de la Promoción 2

Además todas las viviendas tienen una instalación de aire acondicionado de frío-calor, antenas de TV UHF-VHF con tomas en salón-comedor, habitación principal y cocina. Y se compone también con un video-portero electrónico.

El interior de las viviendas también se caracteriza por tener materiales de primera calidad, con un pavimento laminado de parquet flotante de Quick-Step serie Eligna. La puerta de entrada a vivienda blindada y de seguridad.

La carpintería interior está compuesta por puertas con acabado lacado o barnizado. El aislamiento térmico y acústico está presente en toda la vivienda. Los revestimientos de las paredes de la vivienda están con un acabado de pintura plástica lisa.

Los cuartos húmedos, como el baño tiene un pavimento cerámico de gres de primera calidad, los alicatados son de azulejos también de las mejores calidades, y son de forma rectangular.

En la cocina se encuentra con alicatado de azulejos de primera calidad. El mobiliario viene también colocado, con unos armarios superiores e inferiores con una encimera de mármol de la marca Compac Quartz en color blanco Zeus. También vienen colocada la placa vitrocerámica de la marca Teka. Con una campana extractora colocada. Un fregadero de acero inoxidable y la grifería colocada es de monomando cromado.

Las dimensiones de las viviendas son de 63m², el precio de la vivienda es de 254.000€ así que el precio por metro cuadrado es de 4.032€. El dúplex que tiene dos dormitorios vale 288.000€ y el metro cuadrado es de 3.945, la planta de este dúplex es de 73m².

Esta vivienda es una vivienda que puede ser una de las más competentes, ya que su finalización es del año pasado, por lo cual es una obra de nueva construcción.



Las características que tiene es que son viviendas con los mejores materiales del mercado así como la situación donde se encuentra, que es una zona privilegiada, ya que está en pleno centro del barrio del Carmen.

Esta vivienda está destinada a personas que les gusta vivir en pleno centro neurológico de la ciudad y en una zona con mucho movimiento a lo largo de todo el día.

Por esta zona se encuentran personas de diferentes nacionalidades, de diferentes estatus económicos, es una de las zonas donde conviven personas muy diferentes. La conclusión a la que va dirigida las promociones es a una gente activa y joven, con poca proyección de formar una familia, ya que en la vivienda se distribuyen dos habitaciones como máximo.

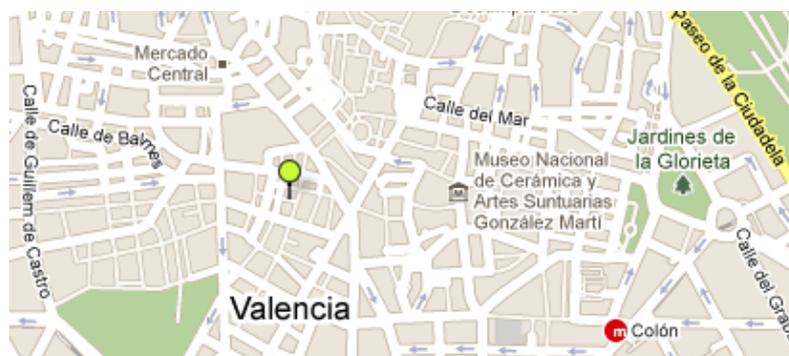
La venta de esta promoción es muy lenta, tan sólo se han vendido 14 viviendas.

La decisión de la publicidad de esta construcción ha sido por medio de folletos impresos, por medio de un piso piloto, en información a través de páginas web como es la página de el idealista. Además estas promociones se pueden tener por medio de diferentes inmobiliarias.

La conclusión es que esta obra es una competencia elevada al edificio que se quiere construir, ya que es una vivienda que se adapta muy bien a la zona donde está situada.

Otro edificio que se encuentra para en este barrio se sitúa en la calle Linterna número 13. El año de construcción de este edificio es el siete de enero de 2007. Y las llaves se entregaron en julio de 2009. El promotor de esta promoción es Inversiones Hortaleza, S.L. A esta promoción la llamaremos Promoción Nº3.

Es una rehabilitación del edificio emblemático y señorial. Ubicado en el centro histórico de Valencia, junto a la pza. del ayuntamiento y al mercado central. Cercano a calle San Vicente, de las Barcas y a la futura estación de Mercat de metrovalencia.



Fuente: Google maps

Figura 86: Localización de la vivienda de la Promoción 3

Es un edificio de rehabilitación de 22 viviendas, que son viviendas de un dormitorio y oficinas.



Fuente: elaboración propia

Figura 87: Fachada de la Promoción 3

Las características de este edificio son que la cimentación son con micro pilotajes y encepados de hormigón armado. Los forjados son planos reticulares de hormigón armado y los pilares son de estructura metálica. Este edificio tiene unos materiales de primera calidad.

Los cerramientos exteriores de la fachada son rehabilitación de la fachada original, por la cara interior se realizará una cámara de aislamiento térmico-acústico y trasdosado con tabiques de pladur. La carpintería exterior está compuesta por madera de tipo castellano en Pino Melis, abatibles. Y los vidrios son doble tipo "climalit-" formado por dos lunas de 6 y 4mm. De espesor y cámara de 8mm. Para mejor aislamiento térmico y acústico, en toda la carpintería exterior.

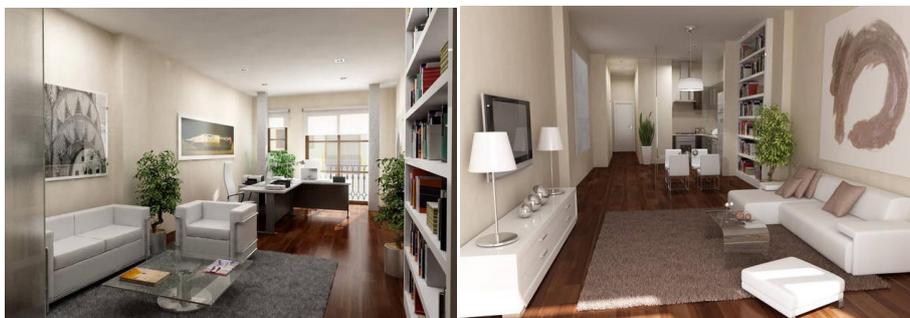
Las cubiertas son terrazas transitables en viviendas, con aislamiento térmico-acústico, hormigón celular, impermeabilización y pavimentos de gres.

Las partes comunes están constituidas con materiales de primera calidad, por ello en el zaguán y la escalera están revestidos con mármol de color crema marfil.

La fontanería son instalaciones de agua fría y caliente con tubería de cobre. Centralización de contadores en zaguán. Llaves de paso para lavadora y lavavajillas. Calentador eléctrico 80L para agua caliente. El ascensor tiene una cabina para 6 personas, puertas automáticas, alarma y emergencia.

El interior de la vivienda está constituido con tabiquería de pladur, ya sea en separaciones interiores de la misma vivienda como si es para separar viviendas contiguas. Los pavimentos interiores de la vivienda están colocados son tarima de parquet flotante.

La carpintería interior, la puerta de seguridad en MDF con el interior lacado en blanco, con cerradura de 3 puntos de cierre de seguridad y 4 bisagras anti-palanca. Y las puertas de paso, son puertas interiores de distribución en la vivienda abatible o correderas según estancias, en MDF laqueada en blanco, con herrajes, manivelas en acero cromado y cantos macizos.



Fuente: el idealista

Figura 88: Interior de la Promoción 3

Armarios empotrados vienen colocados, contruidos por módulos según dimensiones con balda maletero con puertas abatibles en MDF plastificado en color blanco, hojas ranuradas en MDF lacadas en blanco.

Los chapados, revestimientos y pinturas de las cocinas, las paredes están en liso con pintura especial para cocinas. Los baños tienen colocados gres porcelánico rectificado marca Colorker. El revestimiento de las paredes es con yeso maestreados, falso techo de pladur, con moldura perimetral de pecho de paloma, falso techo registrable baños.

Mobiliario de las cocinas, es interior melaminado en blanco con puertas postformadas en color wengué y tiradores en acero cromado. La bancada de la cocina está con la marca Silestone pulido color blanco dune o marrón Júpiter o similar en calidad superior.

La forma de pago es por medio de la entidad financiera de la Caixa. La entrada que se debe abonar por la compra de esta vivienda es el 10% del total. Al igual que con la entrada el pago de las letras también es del 10%. Por lo cual el precio de la hipoteca se queda en el 80% del total del precio.

El precio total de la vivienda de 96m² es de 288.000€, por lo cual el metro cuadrado se queda en 3.130€. El de la vivienda de 65 m² el metro cuadrado sale a 3.385€, por lo cual el precio de la vivienda es de 220.000€. El precio de la vivienda de 55m² es de 210.000€ y el de un metro cuadrado es de 3.818€.

Estas viviendas que sólo dispone de un dormitorio son unas viviendas que no son tan competitivas como las otras promociones, porque las demás tienen dos dormitorios.

Como los otros estudios de las demás viviendas esta también está hecha con materiales de primera calidad y la localización es especialmente céntrica.

La venta de esta promoción va lenta, como las anteriores, por lo cual sigue siendo competición para la promoción a estudiar. A las personas que va dirigido es a personas jóvenes o personas que les gusta vivir en pareja y que no vayan a formar familia, porque esta vivienda sólo dispone de un único dormitorio. Además los futuros compradores serán personas que les guste vivir en plena zona de ocio, comercio, diversión,....

La conclusión de esta promoción es que es una de las viviendas con menor competencia porque sólo dispone de un dormitorio aunque por las demás características es una obra muy similar.

Fachada realizada con doble hoja siendo la interior de panel prefabricado de yeso reforzado acabado liso sobre estructura normalizada de perfilaría metálica y la hoja exterior de ladrillo cerámico enfoscado interiormente con cámara y aislamiento térmicoacústico. El acabado exterior se realizará con un revoco impermeable liso en tonos claros sobre el ladrillo triple hueco. La zona baja del edificio se revestirá con aplacado de piedra hasta la altura del primer forjado.

La estructura del edificio se consigue con una estructura mixta con soportes y vigas de acero y forjados de hormigón armado sobre losa de cimentación y muros de contención de hormigón armado.

Siguiendo con la descripción de los elementos, en las zonas comunes de la obra se sitúan elementos de primera calidad esto se ve en el ascensor que tiene puertas automáticas y la cabina está decorada con elementos de acero inoxidable. Esta construcción tiene los garajes en la planta baja y en el sótano.



Fuente: el idealista

Figura 91: Detalle ascensor de la Promoción 4

Las escaleras y los rellanos de las zonas comunes se revisten con mármol de primera calidad. La antena colectiva está preparada para TDT, las tomas se localizan en el salón-comedor, dormitorio principal y 2º dormitorio o cocina. Las tomas para teléfono están en el salón comedor, en el dormitorio principal y la opción de poder estar en el 2º dormitorio o en la cocina.

La separación de viviendas es mediante doble tabique compuesto por estructura interior de perfilaría normalizada, cámara y aislamiento termo-acústico interior y doble placa prefabricada de yeso reforzado a cada lado, los acabados son en liso.

El agua caliente sanitaria llega mediante placas solares en cubierta y depósito acumulador con apoyo de termo eléctrico.

La carpintería exterior es de aluminio lacado, con preparado para un doble acristalamiento tipo “climalit”, con la hoja exterior de cristal de seguridad. Las ventanas son batientes y oscilo-batientes con cierre hermético.

El interior de la vivienda está decorada con tarima flotante laminada, el pavimento es de gres de 1ª calidad en la cocina y los aseos, los alicatados en los baños y en la cocina son de azulejos de 1ª calidad los formatos son de diferentes tamaños, medio y grande con piezas decoradas y a juego con sanitarios y muebles de cocina. Aunque está la posibilidad de elección entre varias combinaciones de Alicatados y Pavimentos de gres.

La carpintería interior está con la puerta de entrada a la vivienda blindada, con cerradura de seguridad, mirilla óptica y bisagras antipalancas pueden ser de madera de haya o de cerezo. Las puertas interiores de paso con estructura de madera macizada, acabada con chapa de haya o cerezo, con marcos y galce en madera maciza de haya o cerezo. Los tiradores son cromados. Y por último los armarios forrados en su interior, con barra de colgar.



Fuente: elaboración propia

Figura 92: Puerta de la vivienda de la Promoción 4

Los aparatos sanitarios son de porcelana vitrificada, de color blanco, y de marca roca. La grifería es monomando en la cocina y en los baños, también de marca roca o similar. Los muebles de lavabos en baño y en los aseos vienen colocados.

Las cocinas se personalizan por cuenta del cliente. La encimera es tipo Silestone a juego con los muebles. La placa encimera es de vitrocerámica y horno, eléctricos, fregadero y con la campana extractora de humos decorativa, con acabado acero inoxidable. Además viene completamente equipada, con lavadora, nevera y microondas.

Al igual que las características ya citadas tiene otros elementos que hacen que esta vivienda sea de primera calidad como vídeo-portero, la instalación de alarma con detectores de presencia, la instalación de aire acondicionado frío – calor, la Instalación eléctrica preparada para radiadores eléctricos de calor azul.

Además tiene la característica para los futuros compradores o propietarios que los importes entregados a cuenta para la adquisición de la vivienda estarán garantizados mediante aval bancario.

Estas viviendas de dos dormitorios son muy competitivas porque ofrecen las mismas características que se ofrecerán en la posible construcción de la promoción. Además van dirigidas al mismo tipo de personas, aquellas que se sienten muy activas y dinámicas y las que busquen un lugar donde vivir en el que tengan muchas facilidades a la hora de obtener diferentes adquisiciones, tales como comercios de alimentos, ocio, lugares donde descansar, poder pasear sin problemas de riesgos a atropellos..... Es una zona muy tranquila para poder vivir y poder evolucionar como una pequeña familia o vida en pareja. Ya que la mayoría de las promociones que se ofrecen en estos barrios son viviendas de dos dormitorios y rara vez de tres dormitorios.

Esta promoción se ha vendido muy bien, ya que sólo les quedan de las veintidós viviendas ocho que aún no han sido vendidas.

La forma de promocionar esta vivienda ha sido por pedio de oficinas en pie de obra, teniendo un piso piloto, mediante folletos, unas maquetas reflejando las diferentes distribuciones de las plantas, por diferentes medios de comunicación como la radio, las televisiones, prensa y el mayor medio de comunicación de la actualidad por internet, como en paginas tales como “el idealista”.

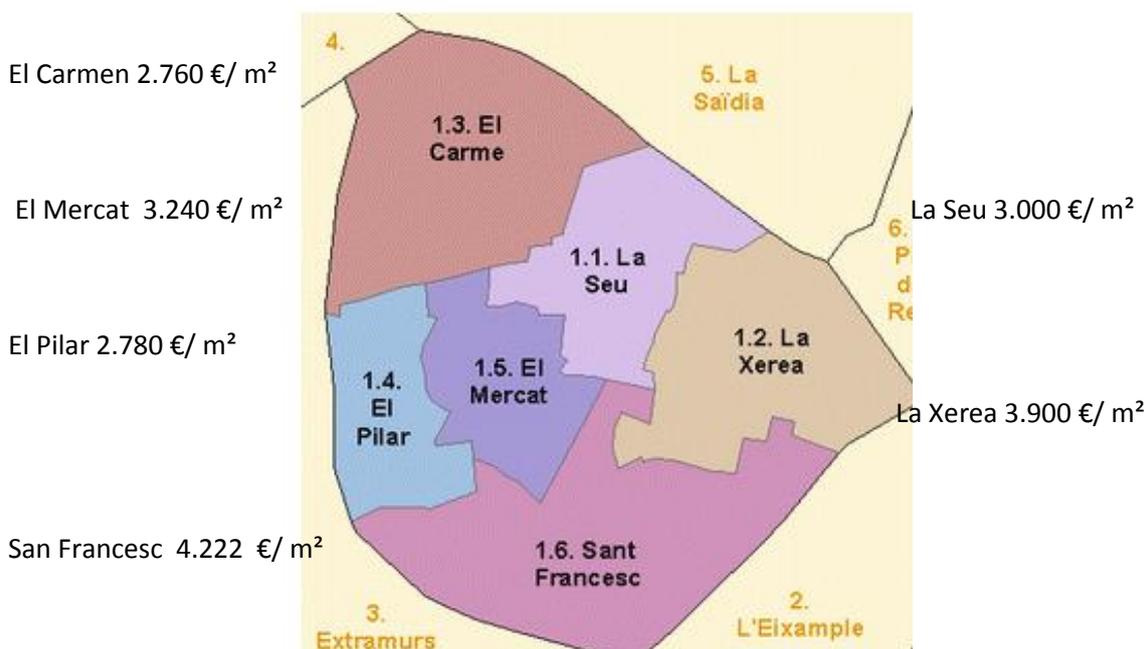
Las características de estos edificios de nueva construcción son características muy similares, con materiales de las mejores calidades y características que hacen que sean edificios con un alto nivel.

La idea común que dan estas edificaciones son que al estar situados en un entorno del casco antiguo de la ciudad de Valencia, sean reconocidas como una de las edificaciones con más calidad ahora mismo en la ciudad.

Además están pensadas para personas que son activas y muy dinámicas y a aquellas personas que les gusta vivir en una zona muy transitada por turistas y personas que residen en toda la ciudad. Ya que en este distrito hay mucho comercio de diferentes tipos además de tener muchas zonas de ocio.

Así que el precio medio que se pueden dar por metro cuadrado de estas edificaciones en este distrito diferenciado por los barrios y por el estudio de las diferentes ofertas que se han analizado es que el valor medio que se puede dar es:

- La Seu 3.000 €/ m²
- La Xerea 3.900 €/ m²
- El Carmen 2.760 €/ m²
- El Mercat 3.240 €/ m²
- El Pilar 2.780 €/ m²
- San Francesc 4.222 €/ m²





Por lo que se observa en los precios es que según las diferentes zonas el precio puede llegar a ser muy diferente. La zona más barata del centro es el barrio de El Carmen, aunque es prácticamente igual al barrio de El Pilar. Luego en sentido ascendente la zona más cara es el barrio de La Seu, el barrio de El Carmen. Y los dos barrios más caros son el barrio de la Xerea y el Barrio de San Francesc, que este por la localización es el más caro.

La conclusión final es que es recomendable hacer una promoción en esta zona, aunque esta sería la rehabilitación total de un edificio ya existente en la zona.

Iría destinada a personas que quieren vivir en pleno centro de la ciudad y que sea muy dinámica y no les importe estar siempre rodeados de turistas y personas que circulen por el centro de la ciudad de Valencia.





5.2.1.3 DESCRIPCIÓN DE LA DEMANDA





En este subapartado se detallan e identifican las necesidades de los ciudadanos.





5.2.1.4 DESCRIPCIÓN DE LA PROMOCIÓN





En este subapartado se detalla a base del estudio de mercado la promoción más idónea a desarrollar en la zona.



La decisión para la promoción se ha llevado conjuntamente con el estudio realizado en el proyecto: “ANÁLISIS DE LA VIABILIDAD FINANCIERA PARA LA EDIFICACIÓN DE PROMOCIONES INMOBILIARIAS. UN ESTUDIO DE LAS ZONAS “PLA DEL REAL” Y “CIUTAT VELLA”.

En ese análisis se ha localizado un solar en la calle Linterna número 31, localizándose a pocos metros de ella la plaza del ayuntamiento, la Lonja y la parroquia de los Santo Juanes, así como el Parc de la Cultura.

En ella se estudia la construcción de 12 viviendas provistas con plaza de garaje y de dos locales comerciales, además el edificio contaría con una planta bajo rasante con destinación de sótano y de cinco plantas sobre rasante destinadas a viviendas y locales comerciales.

Las superficies útiles de cada una de las tipologías se establece en: 100 m² para las viviendas tipo y 125 m² para los locales comerciales.

Se ha considerado hacer viviendas de 100 m², para atraer a gente o a un grupo de personas que quieran formar una familia y poder construir su futuro en el centro de Valencia. Además las características de estas viviendas son de las mejores calidades.

Serían unas viviendas que estarían compuestas por tres dormitorios, dos baños; uno de ellos completo y otro un aseo, también se constituiría de una cocina y de un salón. Estos habitáculos tendrían grandes dimensiones para poder hacer un buen uso de ellos.

Las partes comunes como las partes interiores de las viviendas se construirían con los mejores materiales del mercado. Estos serían además de última generación para poder hacer que esta promoción fuese única. Además para atraer a las personas se estudiarían los últimos elementos que se pueden agregar a una vivienda para hacerla única, esto se basa en las características que pueden generar la domótica.

Las decisiones sobre el precio estarían alrededor de 2.800-3.000 €/ m² para las viviendas tipo. Para los locales y garajes serían 1.600-1.800 €/ m². Estos precios pueden competir de una forma adecuada a las viviendas, locales y garajes que hay en la zona. No son cantidades demasiado elevadas para las que se pueden encontrar en la zona y por ello la competencia contra las otras promociones serían adecuadas.

Las decisiones sobre la publicidad depende de la cuantía económica de la que se dispone y en esta promoción va a ser de 47.682,00 €. Con esta cantidad la publicidad puede ser elevada y de calidad. En primer lugar se colocaría una valla publicitaria en la localización de la promoción. Además se comunicaría por medios de comunicación tales como internet, radio, prensa y televisión.



Se puede tener una oficina de ventas en la propia construcción y aquí debe haber una persona que sea adecuada para tal fin, esta persona debe conocer muy bien la construcción desde las características de los materiales hasta el detalle mínimo de la promoción. Aquí además sería muy interesante tener folletos publicitarios para las personas que van a interesarse en pie de obra y así con el folleto se pueden hacer una buena impresión de la promoción.

Esta promoción va dirigida a personas jóvenes que quieren formar una familia y vivir en pleno pulmón de la ciudad de Valencia.

Además cuando la promoción ya este construida se debe tener un piso piloto y este estará decorado con muebles modernos y de forma dinámica, con una decoración adecuada para personas jóvenes.

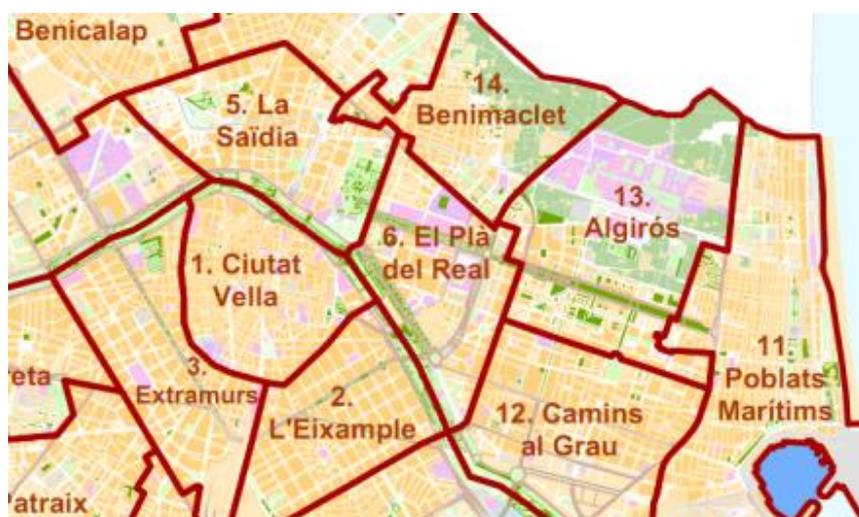


5.2.1.2 EL PLA DEL REAL



El Pla del Real, que traducido al castellano significa, El Llano del Real. Es el nombre que recibe el distrito número seis de la ciudad de Valencia. Limita al norte con Benimaclet, al este con Algirós y Camins al Grau, al sur con Eixample y al oeste con Ciutat Vella y La Zaidía. Está compuesto por cuatro barrios: Exposició, Mestalla, Jaume Roig y Ciutat Universitària.

Se trata de uno de los tres barrios que integran el distrito de l'Eixample. Se construyó después del desmantelamiento de las murallas medievales en el año 1868.



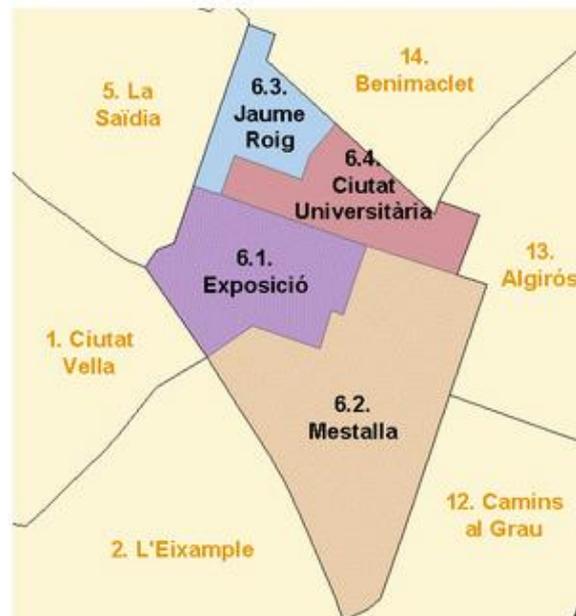
Fuente: elaboración propia

Figura 1.Situación del distrito

Este distrito como se observa está situado casi en pleno centro de la ciudad de Valencia.

La zona es muy importante para de Valencia ya que hay dos motores muy característicos de la ciudad, estos dos motores son el estadio del Valencia C.F. y el campus universitario de la Universidad de Valencia, así como un elevado número de edificios de oficinas. En este barrio se integran además muchas viviendas para estudiantes.

Así es como quedan organizados los diferentes barrios que forman el distrito de El Pla del Real.



Fuente: elaboración propia

Figura 2. Distribución de Barrios, El Real del Pla

Una descripción de forma genérica de este distrito, es que el barrio de la Exposició es un barrio en el que las personas que residen en él son personas acomodadas económicamente. En el barrio de Mestalla, que su principal elemento a destacar es el campo de fútbol que le da el nombre. En el barrio de Jaume Roig es un barrio de residentes que están muy bien acomodados en la sociedad y en el barrio de Ciutat Universitària es una zona donde la mayor parte de las personas que viven en él son personas que viven en alquiler y son estudiantes.



5.2.1.1 DESCRIPCIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LAS ZONAS





En este subapartado se detallan la descripción del distrito, El Pla del Real, se sitúan en la ciudad de Valencia, se hace una presentación general de todo el distrito y de los barrios que lo componen por medio de fotografías.

También se exponen las características que representan el distrito. Se exponen las peculiaridades de las zona, tales como los jardines, áreas peatonales, comercios o zonas de negocios, guarderías, tipos de edificaciones, monumentos históricos, transportes, instalaciones,...





BARRIO EXPOSICIÓN



Se le da este nombre al barrio, porque en 1909 se celebró en Valencia una Exposición Regional. Se construyeron varios edificios, pero en su mayoría, fueron demolidos cuando terminó esta exposición. Sólo se conservan tres de estos edificios y son reutilizados con otros usos, el Palacio de la Exposición, el edificio de la Tabacalera y el edificio de la Lanera. Estos edificios son los únicos que han quedado en pie del recinto ferial donde se celebró en 1909 la Exposición Regional Valenciana, esta feria convirtió a Valencia en una ciudad con una expectativa amplia en sentido cultural y político. La Exposición ocupaba 16 hectáreas y se construyó sobre la vía medieval conocida como Camino de Algirós.

El palacio de la Exposición se encuentra situado en un entorno privilegiado de la ciudad en plena expansión, excelente comunicado y rodeado de espacios abiertos.



Fuente: elaboración propia.

Figura 5. Palacio de la Exposición

La construcción del edificio fue pedida por el Ayuntamiento de Valencia al arquitecto Francisco Mora Berenguer, que tuvo que construir el Palacio en sólo setenta días para cumplir con la fecha de inauguración de la Exposición, el 22 de mayo de 1909.



Fuente: elaboración propia.

Figura 6. Palacio de la Exposición

En el año 1995 el Ayuntamiento de Valencia empezó con la rehabilitación de este edificio. El proceso de rehabilitación, duró siete años, su objetivo fue el respeto a los elementos originales. Por ello el Palacio de la Exposición ha recuperado todas sus características iniciales, así como las funciones para las que fue creado.

El edificio de la tabacalera empezó a construirse en 1906, su arquitecto fue Celestino Aranguren. Este es un edificio de grandes dimensiones, y su utilización primitiva fue como Palacio de industria, ya que su construcción fue durante la Exposición Regional.

Este edificio es muy llamativo por sus grandes dimensiones, su fachada tiene 75 m, y además tiene 120m de profundidad. Su disposición tiene una forma simétrica y se caracteriza por su austeridad y seriedad en la fachada. Su fachada es de ladrillo muy trabajado lo que hace que sea una fachada muy lisa y con escasos vanos. Pero se puede destacar que en la fachada principal haya un arco de piedra de medio punto y algunos motivos ornamentales, como es el caso de un reloj.



Fuente: elaboración propia.

Figura 7. Edificio Tabacalera



Fuente: elaboración propia.

Figura 8. Edificio Tabacalera, interiores

También el edificio de la Lanera fue construido para esta ocasión, que estaba destinado al Balneario de la Alameda. Esta construcción ahora tiene un uso muy lujoso, ya que ahora es el hotel más lujoso de la ciudad Valencia, el Hotel Westin. El arquitecto de este edificio fue Ramón Lucini Callejo.



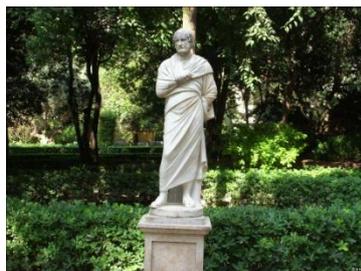
Fuente: elaboración propia.

Figura 9. Hotel Westin

Además de encontrarnos estas edificaciones históricas, el paseo de la Alameda, uno de los más característicos de la ciudad de Valencia, se pueden encontrar los Jardines de Monforte con su palacio.

Estos jardines los encontramos en la Plaza de la Legión Española. El origen de estos jardines es por un huerto situado extramuros de la ciudad. El diseño del jardín fue encargado al arquitecto valenciano Sebastián Monleón Estellés.

Este jardín transmite tranquilidad y relajación, porque por su situación en la ciudad esta es una zona muy circulada por todo tipo de transporte ya sea público o privado. Este jardín es de estilo neoclásico, tiene estatuas de mármol, estanques, bancos y zonas verdes.





Fuente: elaboración propia.

Figura 10. Jardín de Monforte

También se sitúa en este barrio el puente de la Exposició o también conocido como el puente de la Peineta, por su forma característica. Su arquitecto es Santiago Calatrava. Se encuentra en la parte superior de la estación del metro de la Alameda. Fue construido entre los años 1991 y 1995. Las características de este puente son que tiene una altura de 14 metros, 26 metros de anchura y casi 131 metros de longitud.



Fuente: elaboración propia.

Figura 11. Puente de la Exposición

Las edificaciones de este barrio son en altura la mayor parte de estas son de plantas entre 5 y 10, la media suelen ser de 7 plantas de altura. Las fachadas de estas edificaciones son en gran parte con acabado de enfoscado aunque también están presentes las fachadas de ladrillo cara vista.



Fuente: elaboración propia.

Figura 12. Calle Micer Mascó

Las personas que residen en esta zona la mayor parte de ellas están comprendidas en una edad entre 30 y 34 años. Además el crecimiento que se tiene previsto en este barrio es de un 11%. En este barrio conviven personas de origen nacional, españoles al igual que gente inmigrante, estos representan el 32,1% de la población empadronada en el barrio de la Exposició.

El acceso que se tiene a este barrio es por medio de las avenidas como Blasco Ibáñez y el Paseo de la Alameda. En este barrio se encuentran aceras por todas las calzadas que forman el barrio. Estas son muy accesibles ya que son de una anchura de más de 1,2m y tiene un bordillo de 60cm, por lo cual estas son unas aceras accesibles para todos los peatones que hacen uso de ellas. Al igual que las calzadas que forman parte de este barrio son unas calzadas anchas que se forman de dos carriles y además tienen en la mayoría a un lateral de estas unos aparcamientos en forma de batería.



Fuente: elaboración propia.

Figura 13. Plaza del Real, acceso

Estos aparcamientos que se encuentran en las calzadas de este barrio son unos aparcamientos públicos, no se pueden encontrar por ninguna zona aparcamientos públicos con la característica de la O.R.A. También se sitúan en este barrio aparcamientos privados, estos se encuentran en las edificaciones construidas, en los sótanos de éstos edificios, ya que son construcciones nuevas.



Fuente: elaboración propia.

Figura 14. Calle Micer Mascó, aparcamientos en línea

El tráfico que se encuentra en esta zona es elevado ya que en la situación en la que está situado al lado de la Avenida Blasco Ibáñez y la Avenida de Suecia, son unas avenidas muy concurridas por el tráfico, ya sea por taxis, que estos tienen paradas en la zona, también se encuentran paradas de autobuses y pasan muchas líneas de estos. También se pueden encontrar carril bici al igual que estaciones de estas mismas.



Fuente: elaboración propia.

Figura 15. Avenida Blasco Ibáñez

El alumbrado que se observa en este barrio es una iluminación media, no exagerada, pero si es un barrio que está muy iluminado.

Este es un barrio residencial y por lo cual se encuentran muchos comercios, pero esto son del tipo de barrio. Se pueden localizar supermercados no tienen una superficie exagerada, también se encuentran comercios de barrio y además hay comercio de inmigración.

Las zonas de ocio que se sitúan en este barrio son de gran variedad, ya que se encuentran muchos bares estos son de pequeñas dimensiones, también hay restaurantes al igual que pubs, aunque tampoco están muy presentes en el barrio.

Además de las zonas de ocio y los comercios, también hay otro tipo de negocios, que son los que forman las oficinas de grandes y pequeñas empresas. Estos están muy presentes en el barrio. Con esto queda reflejado que la densidad de la actividad económica es media-alta.

Los centros educativos que forman parte del barrio la Exposició no son muy numerosos, se pueden encontrar dos guarderías, un instituto de primaria público al igual que de secundaria público y se encuentran cinco colegios privados. También hay varias facultades que pertenecen a la Universidad de Valencia. Se localiza también una sede de la Universidad Europea de Madrid (UEM).



Fuente: elaboración propia.

Figura 16. Fachada de la UEM

Las zonas verdes se encuentran por las dos avenidas de mayor importancia, en el Paseo de la Alameda, está el antiguo cauce del Río Turia y también se encuentra una zona verde abierta la zona media de la Avenida de Blasco Ibáñez, entre las calzadas. La zona verde más importante y atractiva a los futuros compradores es la que tiene el Jardín de Viveros al lado.



Fuente: elaboración propia.

Figura 17. Acceso Jardín de Viveros

Se encuentran varias sucursales bancarias, no son muy visibles en el barrio. Ocurre lo mismo con las farmacias. En el barrio se encuentra el Hospital Clínico Quirón. Detrás de este hospital se pueden encontrar los Jardines de Monforte.

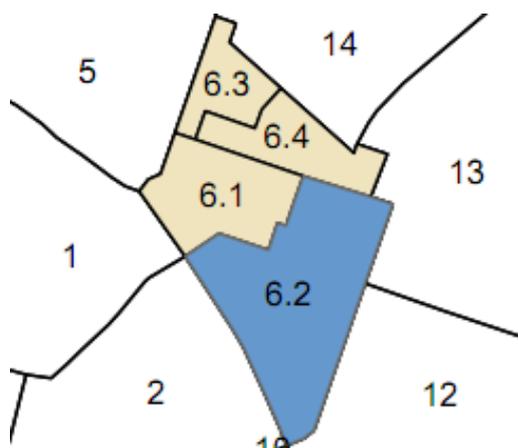




BARRIO MESTALLA

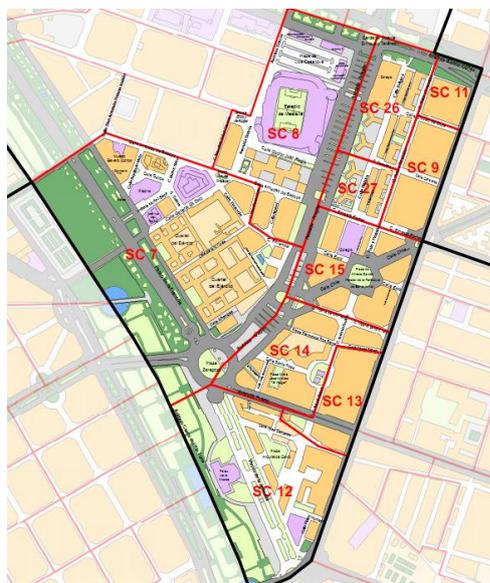


El barrio de Mestalla está situado en el centro de la ciudad y limita al norte con Ciutat Universitària, al este con Amistat, Albors, Camí Fondo y Penya-Roja, al sur con El Pla del Remei y Gran Via y al oeste con Exposició.



Fuente: elaboración propia

Figura 18.Plano del distrito 6.2 Barrio Mestalla



Fuente: elaboración propia

Figura 19.Ordenación interna barrio de Mestalla

Este situado en los alrededores del estadio con este mismo nombre, tiene su década aproximada de creación alrededor de 1981, aunque cuando más personas pusieron allí su residencia es en el año 2009, que tuvo un elevado número en el catastro.

El barrio de Mestalla, es un barrio muy importante y visitado en la ciudad de Valencia, ya que este barrio recibe el nombre por el Estadio que se encuentra en él. Este estadio es el oficial del equipo de la ciudad, del Valencia Club de Fútbol.

Se considera que es joven y muy vivo porque integran en él bares de copas, pubs, restaurantes o spas.

Por lo tanto al hablar de este barrio se tiene que destacar el Estadio de Mestalla. Esta construcción se debe al arquitecto Francisco Almenar Quinzá, en el año 1923. Recibe el nombre por la acequia de Mestalla que pasa por debajo del campo. Aunque este estadio ha tenido varias reformas, estas han sido en los años 1927, aunque en los años 50 tuvo la mayor reforma, con una ampliación. Otra reforma fue en el año 1957 porque hubo una gran riada del río Turia y la última ampliación que tuvo fue en el año 1998.



Fuente: elaboración propia.

Figura 20. Estadio de Mestalla

En el barrio se encuentra también una zona verde, este es el jardín de la calle Chile es una zona muy urbana, densa y carente de espacios de ocio y esparcimiento.

Es un jardín con un espacio interior pavimentado y protegido del exterior por un espacio ajardinado y con unas vallas que lo limitan. Tiene unas zonas de ocio para juegos de niños, una fuente ornamental con bebedero, unos bancos continuos de madera que enlazan el espacio ajardinado perimetral. Es de carácter plaza-jardín.



Fuente: elaboración propia.

Figura 21. Jardín calle Chile

En este barrio se localiza también el Archivo del Reino de Valencia. Este edificio se compone de dos realidades distintas muy diferentes. Una es el propio edificio y que es la más importante, el contenido que el edificio alberga, ya que en él se guarda la memoria histórica del antiguo Reino de Valencia; desde el siglo XIII hasta el siglo XVIII en que bajo el reinado de Felipe V desaparecieron los derechos forales. Pero aún hay más, porque desde esta fecha y hasta el siglo XX se han ido incorporando documentos relativos a la vida de los valencianos. Encontramos pues en este archivo documentos que abarcan desde el siglo XIII hasta el siglo XX.



Fuente: elaboración propia.

Figura 22. Edificio del Archivo del Reino de Valencia

Las vías de acceso a este barrio son por las Avenidas de Blasco Ibáñez, Avenida de Aragón, Avenida del Cardenal Benloch y su continuación Avenida de Eduardo Boscá y por el Paseo de la Alameda. Estas avenidas son amplias, ya que tienen tres carriles para cada sentido y en medio de estos hay unos tramos que hacen de aceras por las que caminan los peatones y también hay aparcamientos para los coches, estos aparcamientos son públicos.



Fuente: elaboración propia.

Figura 23. Avenida Aragón

Por estas mismas calzadas y pos las laterales externas de las calzadas, se encuentran tramos del carril bici, además las aceras por las que estos carriles bicis están son unas aceras amplias y accesibles, ya que tienen una anchura de más de 1,20m y la altura de estas aceras es de más de 60 cm.



Fuente: elaboración propia.

Figura 24. Avenida Aragón, carril bici

Además por estas avenidas se encuentran áreas peatonales con jardines abiertos para poder pasear sin peligro de atropellos, también en estas zonas se encuentran parques infantiles públicos. En este barrio no se encuentran jardines privados, ya que lo que se encuentra en este barrio son edificios de manzanas abiertas y de altura.

Aunque no en todo el barrio ocurre lo mismo que con estas avenidas, ya que por el interior de este barrio se encuentran calles más estrechas, es decir, calles con dos carriles y en el lateral de uno de ellos se puede encontrar aparcamientos que son en forma de batería y en línea. Estos carriles son de un único sentido de circulación.



Fuente: elaboración propia.

Figura 25. Calle Galicia

Por este barrio se encuentra transporte público, circulan por él varias líneas de autobuses, ya que hay muchas paradas de ellos. También hay una parada de metro Aragón. Además de que pueden circular taxis y hay varias estaciones de bicis.

Las edificaciones de este barrio son edificios que en mayor parte cogen la manzana y están en su mayoría con medianerías y son manzanas abiertas o bloques en altura. Las alturas que tienen estas construcciones son unas plantas que están entre 5 y 10 alturas. La media de plantas que tienen estas construcciones son de 8 plantas. Las fachadas de estas construcciones son en la mayor parte de ladrillo cara vista aunque también se pueden encontrar fachadas enfoscadas y aplacadas.



Fuente: elaboración propia.

Figura 26. Edificio del barrio

El alumbrado de este barrio no es en toda la superficie de él igual, ya que en las avenidas con tránsito, las ya nombradas, están muy iluminadas, pero no ocurre lo mismo con las calles interiores que forman parte del barrio. Estas calles están menos iluminadas ya que además son menos transitadas.

El comercio que forma parte de este barrio es más un comercio de barrio, con unos supermercados no de gran superficie. Además se pueden encontrar comercio de inmigrantes. Otra forma de comercios son los bares y restaurantes que estos sí que son más numerosos que los comercios de supermercados. Además también hay discotecas.

Otra forma de comercio son las oficinas de las diferentes empresas que están situadas en el barrio, estas zonas de negocios forman parte del barrio de una forma importante. Además está es una zona de una densidad de la actividad económica media- alta.



Fuente: elaboración propia.

Figura 27. Edificio Europa

La educación en forma de edificaciones como en colegios e institutos está presente. Se pueden encontrar dos guarderías, un colegio privado y cuatro institutos.

La cultura que se puede encontrar en este barrio es por medio de museos como el de Severo Ochoa, además del Museo del Ejército. Además se puede encontrar un recinto donde se encuentran unas piscinas públicas. También se sitúan en este barrio una comisaría de la Policía Nacional, hay un Cuartel del Ejército y se pueden encontrar un parque de bomberos.



Fuente: elaboración propia.

Figura 28. Museo Histórico Militar

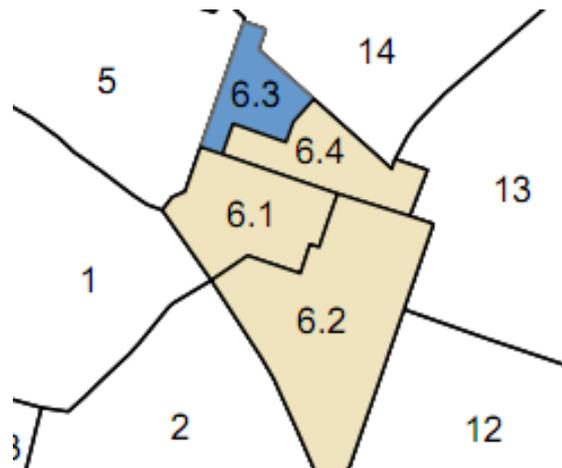
Los residentes en este barrio son personas que tienen en la mayoría una edad media de la población entre 30 y 34 años. Además estos residentes van a dar un crecimiento de la población de un 10,3%. Los inmigrantes que forman parte de este estudio son un 39,6% de la población.



BARRIO JAUME ROIG



Otro de los barrios es Jaime Roig, está situado en el centro de la ciudad y limita al norte con Benimaclet, al este con Ciutat Universitària, al sur con Exposició y al oeste con Trinitat.



Fuente: elaboración propia

Figura 29.Plano del distrito 6.3 Barrio Jaime Roig



Fuente: elaboración propia

Figura 30.Ordenación interna barrio de Jaime Roig

Se le da este nombre al barrio porque Jaume Roig fue un médico y escritor valenciano perteneciente al Siglo de Oro de las letras valencianas. Es autor de una de las grandes obras de la literatura valenciana medieval, titulada *Espill*.

Este pequeño barrio se considera que tuvo su decisivo estacionamiento alrededor de 1981.

En este barrio se encuentran edificios espectaculares, como en la calle Jaume Roig, la que le da el nombre a este barrio.



Fuente: elaboración propia

Figura 31. Casas representativas de la calle Jaume Roig

Los orígenes de este barrio se basan en la inmigración que procedía de la comunidad de Cataluña. Las casas de estos ciudadanos eran unas casas de poco coste, de menor calidad y de menor tamaño que en los barrios de alrededor.

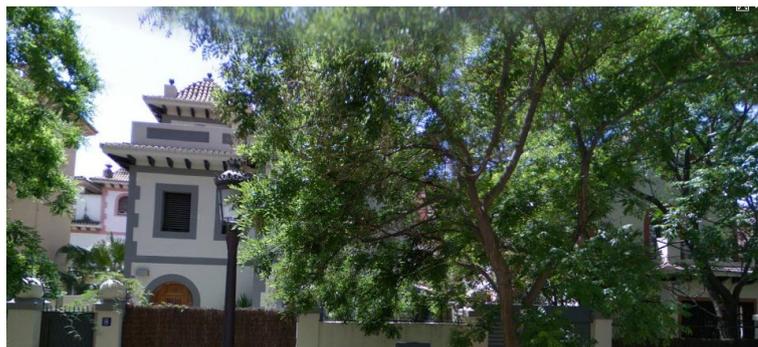
El barrio de Jaume Roig se caracteriza porque la mitad de los habitantes está titulado. Es un barrio con cultura entre sus calles por estos ciudadanos. Se compone de casas de dos plantas rodeadas de jardines, que se construyeron durante la República por las cooperativas de artes gráficas y de periodistas. Además se localizan edificios que están entre 11 y 15 plantas de alturas y que estaban ocupadas por liberales a los que les faltaba espacio cultural en el centro de la ciudad. Además este era un barrio muy tranquilo y seguro para pasear por sus calles.



Fuente: elaboración propia

Figura 32. Edificios del barrio Jaume Roig

Este es un barrio pequeño en el que no destaca ningún edificio histórico ni ninguna construcción característica. Lo que se puede destacar son las viviendas unifamiliares de dos plantas con jardín.



Fuente: elaboración propia

Figura 33. Casa unifamiliar de 2 plantas

A este barrio se puede acceder por las avenidas del Botánico Cabanilles y por la avenida Primado Reig. Las vías de este barrio son anchas en las dos avenidas de acceso, estas tienen más de cuatro carriles por donde circular los vehículos, en las calles interiores que forman el barrio son unas calzadas más estrechas, pero tienen dos carriles y en un lateral tienen aparcamientos en un lado de la calzada, estos aparcamientos son en batería y en línea. Además todos estos son públicos y no se tiene que pagar por hacer uso de ellos. Además los residentes en este barrio también tienen la opción de poder aparcar en forma de un uso privado en los garajes que tienen las construcciones que están situados en el barrio.



Fuente: elaboración propia

Figura 34. Avenida Primado Reig

Las aceras que forman este barrio son unas aceras muy accesibles, ya que estas tienen una anchura de más de 1,20m de ancho y su altura es de alrededor de 60cm, además en los pasos de cebra tiene una accesibilidad en forma de cuesta para poder hacer un buen uso de ellas las personas que utilizan sillas de ruedas o los carros de los niños.

Las edificaciones que forman este barrio son edificaciones que están formadas por edificios de varias alturas, hay edificios que tienen más de 10 plantas al igual que hay construcciones que tienen 8 alturas. La media de estas edificaciones están entre 8 y 10 plantas. Son edificios de manzanas abiertas y de construcciones aisladas en altura. Estas construcciones en su mayoría las fachadas son con enfoscados, aunque también ese pueden observar fachadas de ladrillo cara vista.

El alumbrado no es que sea muy importante en este barrio, aunque en las dos avenidas que dan el acceso a éste sí que están muy iluminadas.

El transporte público que circula por este barrio está presente aunque está circulado por varios tipos de transporte, ya que se puede encontrar tanto autobuses, como taxis, tranvía y también estaciones de bicicletas.

El comercio que se encuentra en esta zona es un comercio de barrio. Este barrio no es muy grande en extensión por lo cual no se puede encontrar gran variedad de estos. Se puede encontrar supermercados, aunque como pasa con el barrio estos no tienen grandes superficies de terreno. Además se puede encontrar comercio de inmigrantes, ya que estos se han instalado de una forma muy decisiva en la ciudad de Valencia.

Las zonas de ocio en este barrio son muy pocas, se pueden observar que sí que hay bares y restaurantes, aunque no es que sean muy destacados en este pequeño barrio. Al contrario no se puede ver ninguna discoteca o pubs.

Otra zona como las de negocios, en su densidad en este barrio es muy poca, ya que no es un barrio que esté muy expuesto a grandes o importantes avenidas.

Como es un barrio de pequeñas dimensiones no se pueden encontrar muchos centros educativos, estos son tres institutos privados y dos institutos públicos. Por lo cual las familias con niños de pequeña edad se tienen que desplazar de su barrio para que puedan acudir a los centros de enseñanza. Aunque los centros que están en este barrio son centros educativos que en tradición tenían y tienen mucho prestigio, tales como el colegio Alemán, el colegio de Escolapios o Las Esclavas.



Fuente: elaboración propia

Figura 35. Colegio Alemán

Las zonas verdes en este barrio no son muy importantes, se pueden encontrar pequeñas zonas verdes alrededor de algunos edificios, como en la calle Bernat y Valdiví. Estos son unos jardines privados, ya que en esta zona se encuentran unas casas aisladas y de grandes dimensiones. Aunque no forma parte del barrio de Jaume Roig, una característica que puede atraer a futuros compradores, es la proximidad de los Jardines de Viveros.



Fuente: elaboración propia

Figura 36. Jardines de Viveros

Las personas que forman parte de este barrio son personas que están alrededor de los 30 y 34 años, está es la edad media de las personas que tienen en este barrio su residencia. Las personas inmigrantes que forman parte del barrio son un 31,7% de la población. No ocurre lo mismo con el crecimiento de la población que se tiene estudiado que ocurra en este barrio ya que sólo un 8,8% es el crecimiento de la población.

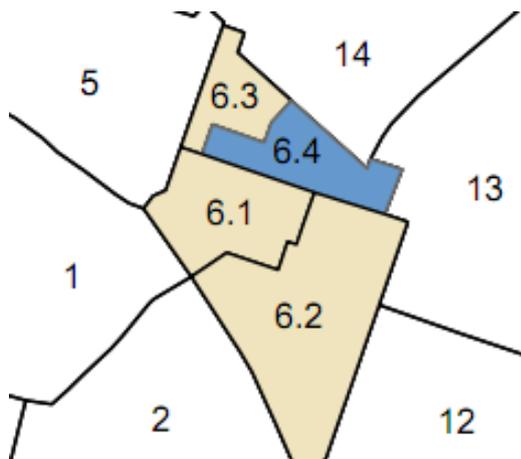
La contaminación acústica que rodea este barrio es una contaminación pequeña comparada con los otros barrios que forman este distrito del Pla del Real.



BARRIO CIUTAT UNIVERSITARIA

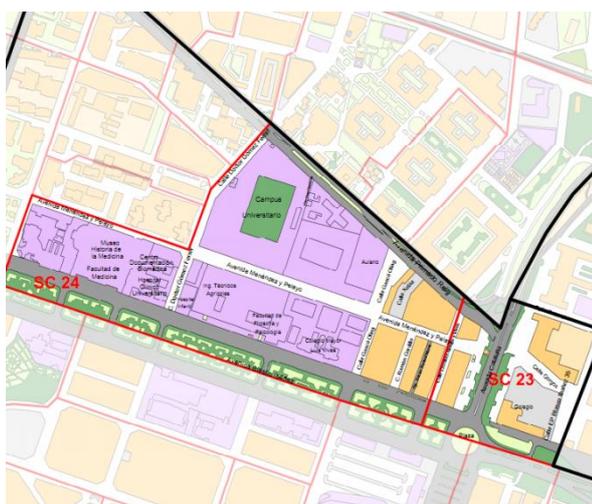


El último barrio que forma parte del distrito es Ciutat Universitària. Está situado en el centro de la ciudad y limita al norte con Benimaclet y La Carrasca, al este con La Bega Baixa y Amistat, al sur con Mestalla y Exposició y al oeste con Jaime Roig.



Fuente: elaboración propia

Figura 37. Plano del distrito 6.4 Ciutat Universitaria



Fuente: elaboración propia

Figura 38. Ordenación interna barrio Ciutat universitaria



Este barrio nace alrededor del año 1981, después va surgiendo la población aunque en menor número de personas.

Recibe su nombre porque se constituye en mayor parte de las facultades de la Universidad de Valencia, aunque también se sitúa en él el Hospital Clínico Universitario.



Fuente: elaboración propia.

Figura 39. Hospital Clínico Univeristario

Se destaca la Universidad de Valencia, que se fundó en el año 1499, bajo el nombre de Estudi General, lo que significa que es una de las universidades más antiguas de España. Es una universidad pública, que está orientada a los estudios llamados de letras, como las carreras de derecho, letras, medicina, farmacia, aunque es una universidad orientada a la docencia e investigación de muchos ámbitos. En este barrio se encuentra una zona que pertenece al campus de Blasco Ibáñez.

La construcción del edificio de la facultad de Medicina, la primera piedra se puso en Diciembre de 1909, pero no se empezaron con las cimentaciones hasta 1922. El arquitecto es Juan Luis de Oriol. La ejecución fue lenta y con muchas incidencias, las obras estuvieron paralizadas durante 2 años. Las obras se terminaron en 1937. Aunque cuando se empezó a hacer uso de esta facultad es al terminar la guerra civil, ya que durante la guerra le dieron uso como Hospital Militar.



Fuente: elaboración propia.
Figura 40. Facultad de Medicina

También destaca el Hospital Clínico Universitario, ya que es uno de los cuatro hospitales referentes de la ciudad. Se trata de un edificio centenario que está vinculado a la Facultad de Medicina.



Fuente: elaboración propia.
Figura 41. Hospital Clínico Universitario

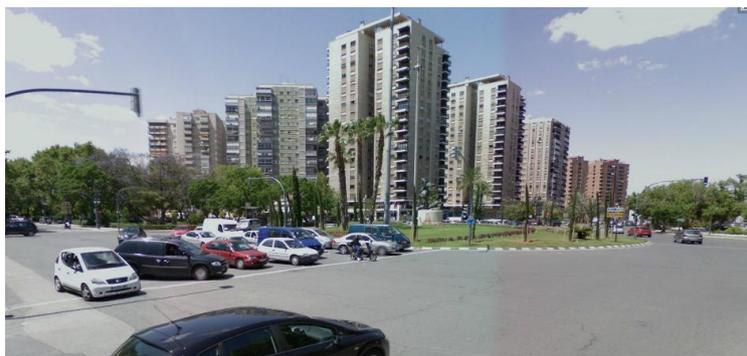
Otro edificio característico de la zona es el aulario de la Universidad de Valencia



Fuente: elaboración propia.

Figura 42. Aulario de Universidad de Valencia

Este barrio surge alrededor de tres avenidas muy transitadas como son las avenidas de Primado Reig, avenida de Cataluña y la Avenida Blasco Ibáñez. De estas avenidas se puebla el barrio, aunque este barrio está más alrededor de diferentes edificaciones como son las facultades y el campus universitario de la universidad de Valencia.



Fuente: elaboración propia.

Figura 43. Acceso a Avenidas Blasco Ibáñez-Cataluña

Las aceras y las calzadas de este barrio que se considera un barrio muy nuevo, ya que surgió a finales del S. XX, son amplias y son accesibles, además la conservación de ellas es muy buena. Las aceras se consideran muy accesibles porque sus dimensiones son amplias, miden más de 1,20m de ancho y su altura con respecto a la calzada es más de 60cm, además cuando hay pasos de cebra tienen un rebaje para que las personas que van en sillas de ruedas o con carros de niños puedan hacer un buen uso de ellas. Las calzadas que forman este barrio son unas calzadas amplias, ya que son de dos carriles o incluso hasta tres y además puede que en los dos laterales de la calzada al lado de las aceras se puede aparcar de una forma pública y gratuita, no ocurre lo mismo en todas las calzadas, ya que en unas se puede aparcar solamente en un lateral de la calzada. Esto puede pasar en el interior del barrio.



Fuente: elaboración propia.

Figura 44. Acceso a Avenidas Blasco Ibáñez

En las grandes avenidas que dan el acceso a este barrio se encuentran calzadas de más de tres carriles en cada sentido de dirección, lo que no pasa lo mismo que en el interior del barrio y no se tiene unos aparcamientos públicos y gratuitos en los laterales de la misma calzada, lo que ocurre es que en los laterales de estas calzadas se encuentran otros carriles separados por unas medianas laterales y por ahí circula el carril bus-taxi y también se encuentran aparcamientos en forma de batería. Por lo que se entiende que este barrio es muy transitado por toda clase de transporte, como metro, ya que aquí se sitúa la parada de metro Facultades, también hay varias líneas de autobuses que llegan hasta aquí, además pueden circular taxis y se encuentran varias estaciones donde se pueden coger y dejar las bicicletas.



Fuente: elaboración propia.

Figura 45. Calle Palancia

Las personas que residen en este barrio tienen una media de edad entre 30 y 34 años, aunque también hay muchas personas que tienen alrededor de 25 y 29 años, por lo cual hace que sea un barrio joven. La inmigración que forma este barrio es muy alta, son un 47%, esto dice que casi la mitad de las personas que residen en este barrio son inmigrantes. El crecimiento poblacional de este barrio es de 10,6%, no es muy alta a pesar de que este barrio lo forman personas con edad para tener niños.

En este barrio se pueden encontrar muchos edificios que imparten enseñanza, ya que ese barrio surge a partir de los centros educativos no obligatorios como son las universidades. Lo forman las facultades de farmacia, la de medicina, la de agricultura.... Se pueden encontrar hasta 6 facultades que pertenecen al campus de la universidad de Valencia. Al igual que se sitúan en este barrio cuatro colegios de enseñanza obligatoria, dos colegios de enseñanza primaria, tres de enseñanza secundaria, se localizan dos colegios de enseñanza privados y siete institutos.



Fuente: elaboración propia.

Figura 46. Colegio El Pilar

Las edificaciones de este barrio son edificios de gran altura, tienen unas 15, 17 plantas de altura, por lo cual son edificaciones muy altas y suelen ser edificios que forman una manzana, algunos de estos tienen un jardín interior y es de uno privado. Estas construcciones son en mayor parte de ladrillos cara vista aunque también se encuentran fachadas acabadas con el método de enfoscado.



Fuente: elaboración propia.

Figura 47. Edificios característicos

En este barrio se encuentra un comercio de barrio y además también está presente aunque en menor medida se encuentra un comercio de inmigración. Se localizan supermercados aunque no son de muy grandes dimensiones.

Las zonas de ocio que encontramos en este barrio son bares y restaurantes, además también se localizan instalaciones deportivas, que estas forman parte del campus de la universidad de Valencia.

Las zonas verdes que se encuentran en este barrio son las que encontramos a lo largo de la avenida Blasco Ibáñez. Se encuentran muy pocos parques infantiles ya que este barrio es muy transitado por estudiantes, porque la más de la mitad del barrio está compuesta por las facultades y el campus.



Fuente: elaboración propia.

Figura 48. Jardines intermedios de Avenida Blasco Ibáñez

Por la situación de las facultades este barrio tiene la cultura muy presente, ya que algún edificio como el de la facultad de medicina tiene un pasado importante, se puede catalogar como un monumento histórico en este barrio. También podemos encontrar en este barrio bibliotecas públicas, museos. También se localiza un hospital público universitario al igual que otro infantil.

Por ser tan transitada por su localización este barrio tiene una contaminación acústica muy elevada, se debe al tráfico por el que está transitado.



5.2.2.2 DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA





En este subapartado se detallan e identifican las necesidades de los ciudadanos.



Este apartado expone un desarrollo sobre las viviendas que se pueden encontrar en el distrito de El Pla del Real. Este distrito es nuevo, se tiene información de él desde los inicios de las construcciones de las facultades alrededor del año 1900, aunque cuando llega a su auge constructivo y residencial es a partir del año 1981. Por lo tanto han pasado muchas décadas desde su inicio hasta su total población.

Por ello se considera un distrito nuevo de la ciudad, aunque se encuentran edificios con relevancia histórica para Valencia, ya sea para la ciudad, como de Comunidad y Provincia. Esto se debe a que en este barrio se encuentran edificaciones que pertenecen a la Universidad de Valencia y en las cuales hay muchos alumnos haciendo uso de ellas. Además de encontrarse en esta zona el Estadio del equipo de la ciudad el C.D. Valencia.

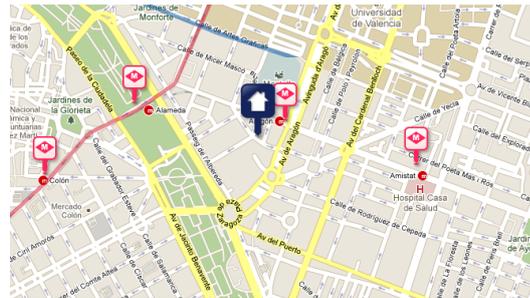
Estas son las viviendas que se pueden encontrar en la zona de estudio:



Fuente: Google Earth

Figura 141: Situaciones de las promociones

El único edificio de obra nueva que se encuentra en un sitio privilegiado, ya que disfruta de una excelente ubicación, junto a la avenida de Aragón, en la calle Pintor Ricardo Verde Nº5. La llamaremos promoción 5.



Fuente: elaboración propia

Figura 145: Localización de la promoción 5

Este edificio está compuesto por viviendas de 1, 3 y 4 dormitorios y áticos con grandes terrazas. Amplias viviendas de diseño equipadas con un completo sistema domótico. Tienen una distribución del espacio estudiado hasta el último detalle, esto hace de “Tría Mestalla” un referente arquitectónico de primer orden. Las calidades utilizadas en este edificio son de una categoría muy alta, a continuación se exponen.



Fuente: el idealista

Figura 146: Fachada de la Promoción 5

La cimentación de esta construcción es mediante losa y muros pantalla en las plantas de los sótanos, la estructura es de hormigón armado.

Los cerramientos, como la fachada principal del edificio es una fachada ventilada compuesta por placas, con sistema de fijación ocultos, más hoja de $\frac{1}{2}$ pie de ladrillo perforado, enfoscado con mortero de cemento hidrófugo y trasdosado autoportante de tabiquería de yeso laminado, formado por dos placas, una estructura de acero galvanizado y un aislamiento de panel de lana mineral de arena entre montantes al interior, y con mortero proyectado de lana de roca mineral al exterior.

Los miradores de la fachada principal se realizarán a base de carpintería de aluminio lacado en color.

En la fachada posterior y patios de luces, el cerramiento estará compuesto por una hoja de $\frac{1}{2}$ pie de ladrillo perforado, enfoscado a ambas caras con mortero de cemento hidrófugo siendo coloreado en masa al exterior, y trasdosado autoportante de tabiquería de yeso laminado por dos placas, estructura de acero galvanizado y aislamiento de panel de lana mineral arena entre montantes al interior.

La carpintería exterior es a base de carpintería de aluminio lacado en color, con rotura de puente térmico y manivelas que son de acero inoxidable, con sistema de apertura de una hoja abatible y/u otra son oscilobatientes y corredera de dos hojas elevables en salidas a terraza de planta ático. El acristalamiento exterior es a base de doble hoja con cámara de aire 6+12+8 tipo CLIMALIT, siendo en la fachada principal la hoja exterior de vidrio de control solar y aislamiento térmico reforzado coollite.

Los elementos comunes como el zaguán, es de pavimento de piedra natural. Tiene un espejo pegado en pared. La decoración del zaguán se realizará según proyecto de interiorismo. Las escaleras son con solados de mesetas de escaleras, rellanos y peldaños de las mismas serán de pavimento de piedra natural. Las puertas de acceso a escalera desde distribuidores, excepto las de los sótanos, llevarán ojo de buey, tapajuntas de suelo a techo y tarja superior, con acabado en madera de roble teñido wengué. Los revestimientos de paredes y techos son enlucidos de yeso y a buena vista en techos. El ascensor tendrá una capacidad para 6 personas y será de última generación que incorpora la tecnología y mecánica más actual. Sistema de comunicación con central de emergencias 24 horas según legislación vigente.

El interior de la vivienda se compone de las mejores calidades de los materiales empleados. Las puertas de entrada a las viviendas son acorazada, de tres pernios regulables y seis pivotes antipalanca, con cerradura multipunto de tres puntos de cierre frontal, cilindro de seguridad, con tapajuntas de suelo a techo y tarja superior, rechapadas en madera de roble teñido en wengé. Las bisagras y las manivelas con acabado en acero inoxidable.



Fuente: el idelaista

Figura 147: Interior de la vivienda de la Promoción 5

Las puertas de paso son ciegas, con tapajuntas de suelo a techo y fijo superior, rechapadas en madera de roble teñido en wengué. Las bisagras y las manivelas en acero inoxidable.

Los armarios empotrados son modulares, con puertas de armarios practicables de suelo a techo, rechapadas en madera de roble teñido en color wengué, con estante de separación y barra para colgar.

El interior de la vivienda está acabada con alicatados y aplacados según diseño de interiorismo, el baño principal, con revestimiento de pasta blanca y cenefa. El baño secundario, con revestimiento porcelánico y cenefa. En el aseo, el revestimiento será de pasta blanca y cenefa con brillo. En cocinas, el frente compuesto de cuarzo natural y sílice.

Las pinturas serán plásticas lisas en los techos y en las paredes. En los baños y en las cocinas.

En las instalaciones interiores de la vivienda se emplearán tuberías y desagües de evacuación insonorizados con tres capas de polipropileno. La instalación de fontanería para agua fría y caliente según normativa vigente. La producción de agua caliente sanitaria se obtendrá mediante una caldera estanca mixta de gas natural individual.

Tendrá climatización para frío y calor por bomba de calor, con máquinas con sistema inverter. Además de un sistema de zonificación at home con control independiente de la temperatura de cada estancia desde cualquier punto de la vivienda y desde el exterior.

La instalación completa de calefacción por agua caliente con radiadores de aluminio inyectado en color blanco en todas las estancias

Se dotará a la vivienda de telecomunicaciones con tomas de TV., TF. y toma de TLCA. Con hilo de guía en tubos para servicios de Banda Ancha en salón-comedor, dormitorios, cocina y terrazas de planta ático.

El mobiliario de cocina de la firma alemana “LEICHT”, compuesto por muebles bajos y columnas en chapa natural de roble antracita y muebles altos en laca alto brillo. La bancada compuesta de cuarzo natural y sílice. Los electrodomésticos en acero inoxidable, con campana extractora integrada en mobiliario, horno independiente y carro extraíble, placa vitrocerámica con marco, microondas, lavavajillas de integración total, fregadero compuesto por una o dos cubetas según planos, en acero inoxidable independientes colocadas bajo encimera.

En estos momentos sólo quedan en venta viviendas de un solo dormitorio, y el precio de estas viviendas es de 230.000 €, que como su planta es de 63 m² útiles, el metro cuadrado es a 3.650 €.

Esta promoción está destinada a personas que formen una familia, ya que alrededor de esta zona se puede encontrar diferentes centros educativos para todas las edades, se pueden localizar desde guarderías hasta universidades. Por lo tanto es una zona para convivir personas de diferentes edades.

Esta promoción tiene mucha competencia con la futura construcción de la promoción a analizar, ya que se encuentran en este edificio viviendas con tres y dos dormitorios, donde poder formar una familia y con un dormitorio donde vivir un estudiante que curse curso en una facultad. Además en esta zona al encontrarse cerca del edificio Europa, donde se localizan muchas oficinas de grandes empresas, esta promoción puede ir destinada a personas que trabajen allí.

Por lo tanto estas viviendas se acercan a personas que trabajen por la zona, que vayan a formar una familia, estudiantes....

En conclusión esta vivienda tiene unas características muy buenas, ya es por la situación en la que se encuentra y por la calidad que esta vivienda tiene, y no sólo la vivienda, sino las parte comunes que tiene este edificio.

Además el precio no es altamente imposible para una familia o persona que se decida a comprarlo porque la relación precio calidad está muy similar.



La publicidad que ha tenido este edificio ha sido por diferentes medios de comunicación como radio, televisión, por internet, una herramienta de publicidad muy amplia y visitada.

Además ha tenido piso piloto y las oficinas en el mismo edificio. Es una promoción adaptada a la zona y muy íntegra con esta.

El análisis de la oferta inmobiliaria de este distrito se debe hacer desde las viviendas que no son de obra nueva, ya que en esta zona no se localizan más viviendas. Por lo cual se seleccionan viviendas con características similares tales que sean de materiales de primera calidad y que sean viviendas con una planta alrededor de los 90m².

Por lo cual aquí se exponen unos estudios de dichas viviendas.

El primer estudio es de una vivienda que se localiza en la avenida Blasco Ibáñez, número 26. Pertenece al barrio de Exposició. La llamaremos promoción 6.



Fuente: Google maps

Figura 148: Localización vivienda de la Promoción 6

Es un edificio que su construcción es de más de siete años. La fachada de este edificio es una fachada revestida. Las características específicas de esta vivienda es que son 90 m² construidos. Esta en la planta uno con ascensor, tiene una orientación norte. Tiene calefacción individual. Y el beneficio de ser dos vecinos por planta. Además tiene el aliciente de tener un conserje y portero automático.



Fuente: elaboración propia

Figura 149: Fachada de la Promoción 6

La distribución y los materiales de esta construcción es que se compone de dos dormitorios, de dos baños, uno completo y otro aseo. La cocina es independiente.



Fuente: el idealista

Figura 150: Interior de la promoción 6

La vivienda no está amueblada, ya que anteriormente han sido oficinas de una empresa aseguradora.

Se compone de dos habitaciones, un baño completo, un aseo, de un amplio salón y de una cocina. El salón y la cocina, disponen de dos puertas para salir a la terraza.

El dormitorio principal con vistas a la avenida Blasco Ibáñez, es muy amplio y tiene acceso al baño, el cual se compone de bañera y de los aparatos sanitarios necesarios.



Fuente: elidealista

Figura 151: Interior de la Promoción 6

La habitación más pequeña también es muy luminosa y desde esta se accede a otra terraza de 6 m² cubierta.

La vivienda tiene el suelo de terrazo. Además se tiene la característica de que se vende con trastero.

El precio de la vivienda es de 240.000 €, por lo tanto el metro cuadrado es a 2.667 €/m². La hipoteca de la vivienda sale a 929 euros al mes.

La conclusión es que esta vivienda según la relación de calidad y precio es un poco elevado el precio, ya que sólo tiene dos dormitorios. Además el precio según la relación euro y metro cuadrado es demasiada.

Esta vivienda puede competir con las demás analizadas, pero no es una vivienda del todo comparable, ya que esta hay que amueblarla y las demás tienen la cocina y los baños ya colocados.

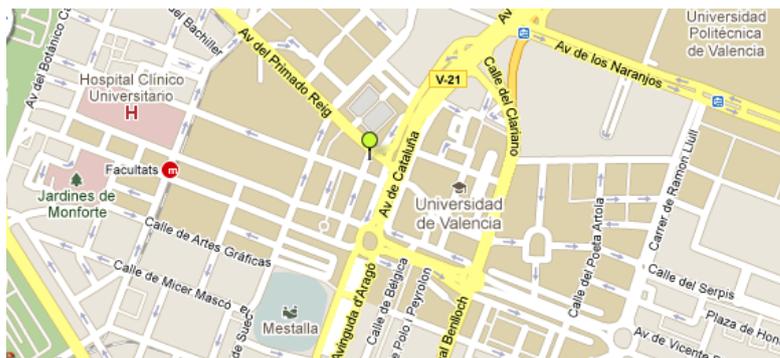
La parte que si se puede comparar es a las personas a las que está destinada, al estar en una zona que se forma con muchos estudiantes y familias que tienen descendencia, por la cercanía de las universidades y colegios.

Por lo tanto se debe tener en cuenta pero en un porcentaje menor. Además al estar en una primera planta el ruido de la avenida Blasco Ibáñez está muy presente.



La publicidad que está teniendo esta promoción es que se está distribuyendo por diferentes agencias inmobiliarias y por páginas de internet, como el idealista.

Otro de las viviendas analizadas para tener unas características parecidas en todos los edificios estudiados es este edificio situado en la calle avenida de Menéndez y Pelayo, número 29. Pertenece al barrio de Ciudad Universitaria. La llamaremos promoción 7.



Fuente: Google maps

Figura 152: Localización de la Promoción 7

Es un inmueble reformado con una antigüedad entre 12 años. La vivienda hace chaflán, con muchísima luz, fresco en verano y cálido en invierno. Su orientación es este y sureste. Tiene vistas a la avenida de Aragón. Está situado muy cerca de las universidades y de los colegios, así como del centro. Además está muy bien comunicado por bus y metro.



Fuente: elaboración propia

Figura 153: Entrada Promoción 7

Tiene cerca otros lugares de interés como son las farmacias, los supermercados... Es una zona tranquila. Además se tiene la opción de una plaza de garaje en el mismo edificio.

La vivienda tiene 93 m² con todas las vistas al exterior, es una planta 10 de 15 alturas, con ascensor. Está en muy buen estado, recién reformado. Tiene calefacción individual de gas natural, agua caliente individual gas natural, aire acondicionado de frío/calor.



Fuente: el idealista

Figura 154: Interior de la Promoción 7

La oferta de la que se trata está equipada con tres dormitorios, dos baños, una cocina equipada totalmente.

Además de cinco armarios empotrados. El suelo es de parquet.

El precio de la vivienda es de 280.000 €, por lo tanto el metro cuadrado es de 3.011 €/m². La hipoteca es de 1.112 €/mes, aunque se puede personalizar.

Esta promoción se puede considerar competitiva ya que es una vivienda que ha sufrido una reforma íntegra global, ya sea el interior de la vivienda y las partes comunes del edificio.

Para las personas que va dirigida esta venta es a personas que tienen o ya son una familia, ya que se compone de tres habitaciones y dos baños. Además la situación que tiene es que es una zona dinámica y muy poblada por personas jóvenes, ya que cerca están las universidades. Además de estas se pueden encontrar buenos centros donde pueden ir a colegios públicos y concertados con buenas características.



La conclusión que se puede llegar según este estudio es que la vivienda al encontrarse en tan buenas condiciones y con la situación que tiene el precio que tiene es el adecuado. Ya que esta vivienda ha sido reformada íntegramente.

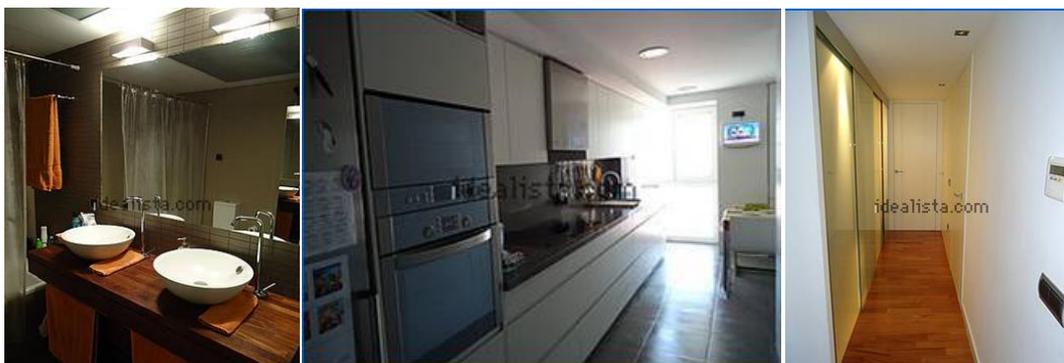


Fuente: el idealista

Figura 156: Interior de la Promoción 8

La vivienda se compone de tres dormitorios muy amplios y con mucha entrada de luz natural.

Además tiene dos baños, uno de ellos equipado completamente y el otro es un aseo.



Fuente: el idealista

Figura 157: Interior de la Promoción 8

La cocina está equipada con todos los aparatos necesarios además de la mesa y de las sillas. Los revestimientos de esta son materiales de primera calidad, así que se ha empleado para el revestimiento de las paredes unas baldosas de porcelana.

Tiene una terraza de unos 5 m² que está cubierta por el voladizo de la terraza de la planta superior.

El suelo de la vivienda es de parquet. Los revestimientos de las paredes son de pintura lisa.

La casa está dotada con una instalación de aire acondicionado de aire caliente y frío. Tiene cinco armario empotrados tres de ellos están cada uno en una habitación y luego se encuentran en los pasillos de las viviendas.

Las instalaciones de agua caliente son individuales en el edificio y en esta vivienda son de gas natural.

Además la vivienda está dotada de un portero automático y la puerta está blindada.

El precio total de la vivienda es de 330.000€, por lo tanto el metro cuadrado de la vivienda sale a 2.750€/ m². la hipoteca se puede personalizar pero será alrededor de 1.341€.

Esta promoción está destinada a familias que quieran vivir por la zona de las universidades y por una zona joven y dinámica. Ya que en ella se encuentran diferentes facultades de la Universidad de Valencia y también está cerca el campo de fútbol de Mestalla.

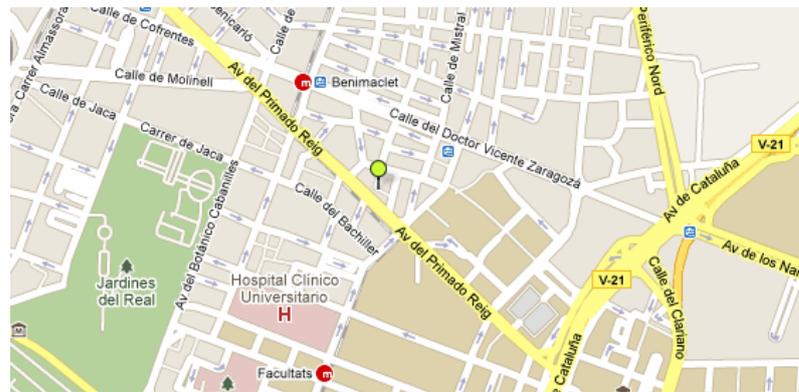
Estas familias deben comprender que en esta zona pueden encontrar muchos centros educativos aparte de las facultades. Es una zona que tiene muchas empresas instaladas, ya sea en el edificio de Europa como en los alrededores, por lo tanto las personas que transitan por este barrio son personas formadas con una carrera.

Es una vivienda que se recomienda para esta zona, aunque la única diferencia con las demás promociones es que la construcción de este edificio es más antigua que las demás, pero su íntegra reforma hace que sea competitiva.

La conclusión a la que se llega con esta vivienda es que como esta en una planta muy alta el precio no es elevado, ya que al ser una planta alta el ruido exterior es menos molesto. Además con la situación en la que se localiza hace que no sea una vivienda de un precio elevado.

El en barrio de Jaime Roig se localiza una vivienda en la avenida Primado Reig, número 96. Alrededor de la zona Bachiller. Alrededor del edificio se encuentran múltiples servicios, tales como colegios, supermercados, hospitales,.... La llamaremos promoción 9.

Está muy bien comunicado ya que por la zona circulan muchas líneas de autobuses. Cerca de esta zona hay parques y zonas deportivas.



Fuente: Google maps

Figura 158: Localización de la Promoción 9

El piso del que se hace el estudio es un edificio que su fachada tiene un acabado en enfoscado de color salmón en dos tonalidades.



Fuente: elaboración propia

Figura 159: Fachada de la Promoción 9

La vivienda está a una altura de 7 plantas, siendo tres vecinos por rellano. El edificio tiene un total de 15 alturas. Además se tiene la opción del uso de la piscina, para ello sería pagar una cuota anual. Tiene una antigüedad de 25 años. Pero está totalmente rehabilitado.

Las zonas comunes del edificio están recientemente reformadas y para ello se ha utilizado materiales de muy buena calidad. El pavimento del zaguán esta con baldosas de mármol y los ascensores son nuevos.

El piso se compone de 100 m², y es todo exterior, por lo cual es muy bueno para la posible venta. Ya que es muy luminoso.

La puerta de la entrada a la vivienda es una puerta blindada, además tiene portero automático.

La vivienda se integra con tres dormitorios, dos baños, un amplio salón y una cocina equipada.

La cocina se forma con todos los equipamientos, ya que tiene lavadora, lavavajillas,... y los muebles que están colocados son de las mejores calidades del mercado.



Fuente: el idealista

Figura 160: Interior de la Promoción 9

Los dormitorios son muy amplios. Ya están decorados con armarios y todos estos son de muy buena calidad. Además los dormitorios al dar a exterior son muy luminosos.

El dormitorio principal tiene un pequeño balcón que da al exterior.

Los baños también están reformados, al igual que toda la vivienda. Hay dos servicios, uno es más grande, que es el principal que tiene una bañera y todos los aparatos sanitarios necesarios. Y el aseo se compone de los aparatos sanitarios y de un plato de ducha.



Fuente: el idealista

Figura 161: Interior de la Promoción 9

El salón de la vivienda tiene unas dimensiones muy amplias, además de ser muy luminoso. Se pueden diferenciar varias zonas, la de descanso donde están los sillones.

Y la zona que se puede denominar la zona de reuniones que es la que se compone de una mesa amplia y de sillas alrededor de esta.

En esta vivienda esta instalada la calefacción, esta tiene una instalación individual de gas natural. El agua caliente también es de forma individual y con gas natural. Además esta instalado el aire acondicionado de frío. También se encuentran cinco armarios empotrados en la vivienda, estos se encuentran en las habitaciones y en el pasillo. El suelo de la vivienda es de parquet de las mejores calidades.

El precio de esta vivienda es de 310.000 €, por lo tanto el metro cuadrado de esta vivienda es de 3.100 €/ m². La hipoteca se puede personalizar y quedara alrededor de 1.249€.

Esta promoción es competitiva, ya que en esta zona se encuentran muchas familias que les gusta vivir en una zona activa durante la jornada diurna y más tranquila durante la noche. Además es un área que está continuamente transitado por personas jóvenes que en la gran mayoría son estudiantes.



Por lo tanto los posibles compradores serán personas que querrán formar una futura familia o que ya la es y a los que les gusta vivir cerca de una zona tranquila y muy transitada, ya que en los alrededores se encuentran diferentes facultades de la universidad de Valencia.

Esta promoción ha sido anunciada por la radio, mediante folletos publicitarios, así como de la forma de comunicación más extensiva en la actualidad, internet, por medio de páginas web como “el idealista”.

La conclusión de esta vivienda es que el precio va en relación con las características que tiene la oferta. Ya que ha sufrido una reforma integral la vivienda y las zonas comunes del edificio. Y a las personas que va destinada serán las que están alrededor de una edad de 30 años, con miras de formar una familia.

Según el estudio realizado y las conclusiones sacadas se puede obtener una idea global sobre el precio y las características de las viviendas, ya que todas ellas son similares en calidades, en rehabilitación de las mismas y al público que va destinado.

Así que el precio medio que se pueden dar por metro cuadrado de estas edificaciones en este distrito diferenciado por los barrios y por el estudio de las diferentes ofertas que se han analizado es que el valor medio que se puede dar es:

Exposició 3.000 €/ m²

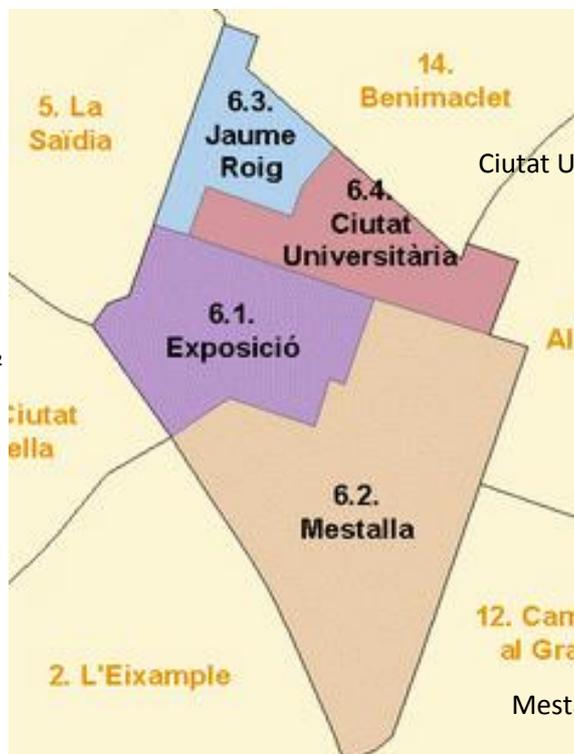
Mestalla 3.000 €/ m²

Jaume Roig 3.600 €/ m²

Ciutat Universitaria 2.650 €/ m²

Jaume Roig 3.600 €/ m²

Exposició 3.000 €/ m²



Ciutat Universitaria 2.650 €/ m²

Mestalla 3.000 €/ m²



Por lo tanto la zona más cara para comprar piso por este distrito es el barrio de Jaume Roig, que por historia es el más conocido porque las personas que residen en él tienen un alto nivel adquisitivo. Además este barrio está muy bien comunicado con otros barrios y zonas de la ciudad. Además no hay que olvidar que este barrio tiene muy cerca los jardines de Viveros, un lugar donde poder desconectar de todo el ruido de los vehículos que por este barrio circulan.

En segundo lugar estarían los barrios de la Exposició y el barrio de Mestalla, estos barrios también son zonas pobladas con residentes que pueden llegar a ser estudiantes y familias, en la zona de Mestalla está la mayor concentración de estudiantes en el caso contrario barrio de la Exposició está más poblado por familias.

Y el barrio más barato es el de Ciutat Universitaria, este es un barrio que tiene muchas personas viviendo en alquiler, la mayoría de estos son pisos para estudiantes.

El estudio final es que este distrito de El Pla del Real es caro, y con pocas viviendas de nueva construcción, en realidad sólo hay una que sea de nueva construcción y a este edificio sólo le quedan por vender dos viviendas de un solo dormitorio.

La conclusión final es que es recomendable hacer una promoción en esta zona, ya que irá destinada a personas jóvenes que tendrán un futuro como formar una familia y estar en una zona tranquila a la vez que joven y dinámica. Además de tener una comunicación con toda la ciudad de una forma casi inmejorable.





5.2.2.3 DESCRIPCIÓN DE LA DEMANDA





En este subapartado se detallan e identifican las necesidades de los ciudadanos.





5.2.2.4 DESCRIPCIÓN DE LA PROMOCIÓN





En este subapartado se detalla a base del estudio de mercado la promoción más idónea a desarrollar en la zona



La decisión para la promoción se ha llevado conjuntamente con el estudio realizado en el proyecto: “ANÁLISIS DE LA VIABILIDAD FINANCIERA PARA LA EDIFICACIÓN DE PROMOCIONES INMOBILIARIAS. UN ESTUDIO DE LAS ZONAS “PLA DEL REAL” Y “CIUTAT VELLA”.

En ese análisis se ha localizado un solar en la calle Micer Mascó número 38, cercana al estadio de Mestalla, y a las estaciones de metro de Facultats, Aragón, y Alameda, muy cerca también de los jardines del Real y del balneario de la Alameda.

En ella se ha estudiado la creación de 93 viviendas, siendo de éstas 9 en ático y 9 locales comerciales, contando el edificio con dos plantas bajo rasante con destinación de sótano y de nueve plantas sobre rasante destinadas a viviendas y locales comerciales. Además se prevé la construcción de una plaza de garaje por cada vivienda construida.

Las superficies útiles de cada una de las tipologías se establece en 140 m² para las viviendas tipo; 130 m² para las viviendas en ático y 250 m² para los locales comerciales.

Las viviendas tipo y los áticos constarán de cuatro habitaciones, con dos baños completos una cocina y un amplio salón.

Se ha estudiado este tipo de promoción ya que como aquí se localizan muchos estudiantes y familias ya construidas por varios miembros de familia. Se puede llegar a proveer que estas promociones pueden llegar a ser para una segunda residencia con el objetivo de comprar una segunda vivienda para poder alquilarla a estudiantes que vienen a estudiar a las facultades cercanas que en esta zona se encuentran.

Los materiales empleados que utilizaran en esta promoción son materiales de calidad número 3, que es la media. Aquí no se prevé que se tenga que atraer a personas de alto nivel cultural porque como es una zona muy transitada para estudiante esta clase de personas se compraría una vivienda en zonas anexas a esta.

Las partes comunes como las partes interiores de las viviendas se construirían con materiales de características similares a las viviendas.

Las decisiones sobre el precio estarían alrededor de 2.500-2.700 €/ m² para las viviendas tipo. Para los áticos serían 2.700- 2900€.

Las decisiones sobre la publicidad depende de la cuantía económica de la que se dispone y en esta promoción va a ser de 243.578,22 €. Con esta cantidad la publicidad puede ser elevada. En primer lugar se colocaría una valla publicitaria en la localización de la promoción. Además se comunicaría por medios de comunicación tales como internet, radio, prensa y televisión. La publicidad iría a toda clase de personas ya que como puede que no sea solo para personas que quieran formar una familia sino también para personas que quieran o



estén interesados en poder invertir en una vivienda que se sabe que va a poder ser alquilada para futuros estudiantes.

Además cuando la promoción ya este construida se debe tener un piso piloto y la decoración debe ser para un público amplio, entonces la decoración debe ser muy simple y llamativa, para poder observar la amplitud que van a tener estas viviendas.



CAPÍTULO 6: CONCLUSIÓN





En este subapartado se detalla a base del estudio de mercado la promoción más idónea a desarrollar en la zona



Resumen de los deducciones obtenidas en el capítulo de resultados

A continuación, se describen ambas promociones referenciando los datos que mejor expresen la situación de ellas, para luego comentar conjuntamente sobre las dos promociones objeto de estudio.

Ciutat Vella

Con este estudio se ha llegado a una conclusión con los resultados obtenidos. Se ha realizado adecuando las características a las del entorno más cercano, con lo que se han estudiado unas viviendas de mediana-elevada dimensión y de calidad alta, para así hacerlas similares a las viviendas de la zona más inmediata. Para el estudio se ha tenido en relevancia la situación en la que se encuentra la zona, ya que es en una zona privilegiada, en pleno pulmón y el centro de la ciudad de Valencia. Además hay te promover las zonas de interés cultural y general que tiene esta zona, tales como la Basílica, las Torres de Serranos, el Ayuntamiento,...

Como consecuencia a estas localizaciones el precio que se ha establecido a las viviendas en una cantidad media-alta. Además para estas se han utilizado materiales de muy buena calidad e instalaciones de características similares.

Pla del Real

Al igual que en el caso anterior del estudio del distrito de Ciutat Vella, se ha llegado a la conclusión de los resultados obtenidos. En esta promoción se ha estudiado conforme a las características del entorno. Se aprecian viviendas de grandes dimensiones y de calidad media. Por lo tanto el precio que se ha establecido en esta construcción en comparación con el de la promoción de Ciutat Vella es relativamente semejante, pero al ser dos distritos muy diferentes se puede llegar a la conclusión de que esta promoción es más cara, porque no dispone de tantos elementos culturales como en el otro distrito, aunque en esta zona se encuentran características y elementos atractivos, como facultades y zonas verdes, para poder atraer a las personas que estén buscando una vivienda.

El resultado a las localizaciones de las facultades, de las zonas vedes como el jardín de Viveros, el antiguo cauce del río Turía,..... y de las localizaciones inmediatas se ha establecido un precio relativamente alta. Ya que los materiales empleados son de calidad media.

Valoración de los resultados obtenidos

La valoración a la que se llega con estos resultados es que ambas promociones son rentables para la actualidad, en comparación con las otras promociones que se encuentran por las zonas.

El estudio por separado de las dos promociones se puede llegar a la conclusión de que realizando estas promociones se puede llegar a un buen resultado con las ventas. Aunque si tiene que predominar una frente a la otra puede ser que se pueda llegar a la conclusión de que la venta ira mejor la del distrito de El Pla del Real.

La venta de esta promoción tiene más impacto social para futuros compradores que quieren invertir en una vivienda de la cual se pueden obtener un buen beneficio para en un futuro poder alquilarla a estudiantes.

Aunque si se decide por hacer la promoción del distrito de Ciutat Vella, esta promoción también puede ser rentable ya que vivir en el centro de la ciudad de Valencia tiene muchos atractivos, poder vivir en el centro económico, comercial y financiero de la propia ciudad.

Aspectos no tratados en el proyecto que pudieran servir de base para futuros proyectos

Por último, se comentarán los aspectos que no se han tratado en el proyecto, pero que se consideran útiles o de gran importancia para la actuación en futuros proyectos.

Uno de los aspectos que se consideran importantes y no ha sido tratado es el de poder hacer un estudio financiero y económico. Ya que para hacer un buen estudio de promociones inmobiliarias tendrían un peso muy grande estos dos apartados. Ya que con un estudio de viabilidad comercial de promociones inmobiliarias no es del todo fiable, porque dependen tanto los demás factores como el comercial.



CAPÍTULO 8: ANEXOS



ANEXO 1:

FICHA TIPO CARACTERÍSTICAS DEMANDA (Obra nueva)												
Identificación del Distrito												
DISTRITO	Nº	BARRIO										
Datos de identificación												
<p>Género: Hombre <input type="checkbox"/> Mujer <input type="checkbox"/></p> <p>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"/></p> <p>Profesión: _____</p> <p>Estado civil: _____</p> <p>Nº miembros de la unidad familiar: _____</p> <p>¿Vives en esta zona? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/></p> <p>Motivo por el que vives en esta zona (familiar, trabajo...): _____</p>												
Percepción del barrio												
<table border="1"> <thead> <tr> <th>A</th> <th>B</th> <th>C</th> <th>D</th> <th>E</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Totalmente en desacuerdo</td> <td>En desacuerdo</td> <td>Neutro</td> <td>De acuerdo</td> <td>Totalmente de acuerdo</td> </tr> </tbody> </table>			A	B	C	D	E	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutro	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
A	B	C	D	E								
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutro	De acuerdo	Totalmente de acuerdo								
Me parece un barrio emblemático, único	<table border="1"> <thead> <tr> <th>A</th> <th>B</th> <th>C</th> <th>D</th> <th>E</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </tbody> </table>		A	B	C	D	E	<input type="checkbox"/>				
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	<table border="1"> <thead> <tr> <th>A</th> <th>B</th> <th>C</th> <th>D</th> <th>E</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </tbody> </table>		A	B	C	D	E	<input type="checkbox"/>				
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	<table border="1"> <thead> <tr> <th>A</th> <th>B</th> <th>C</th> <th>D</th> <th>E</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </tbody> </table>		A	B	C	D	E	<input type="checkbox"/>				
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	<table border="1"> <thead> <tr> <th>A</th> <th>B</th> <th>C</th> <th>D</th> <th>E</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </tbody> </table>		A	B	C	D	E	<input type="checkbox"/>				
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	<table border="1"> <thead> <tr> <th>A</th> <th>B</th> <th>C</th> <th>D</th> <th>E</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </tbody> </table>		A	B	C	D	E	<input type="checkbox"/>				
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	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 invertir	A B C D E <input type="checkbox"/> <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			
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



ANEXO 2:

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		

ANEXO 3:

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	
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) Oficinas <input type="checkbox"/> Nada/poca <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta Naves industriales <input type="checkbox"/> Nada/poca <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta
Otros <input type="checkbox"/> Comisaria de policía <input type="checkbox"/> Bomberos <input type="checkbox"/> Cementerio <input type="checkbox"/> Playa <input type="checkbox"/> Solares en oferta <input type="checkbox"/> Zona multicultural
Edad media de la población ____ años
Inmigración ____ %
Crecimiento poblacional de la zona ____ %
Contaminación acústica <input type="checkbox"/> Nada/poca <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta
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





CAPÍTULO 7: BIBLIOGRAFÍA





En este trabajo se ha servido de un soporte de apoyo auxiliar de la siguiente bibliografía:

Organismos:

- Instituto Nacional de Estadística (INE)
- Instituto Valenciano de Estadística (IVE)
- Ministerio de Fomento
- Banco de España
- Ministerio de Economía y Hacienda
- Agencia EFE
- Ayuntamiento de Valencia

Artículos e informes:

- Villar Mir, J.M. (2010). La salida de la crisis y el sector de la construcción.
- Marías, Julián (2010). El nivel de la cultura española.
- Valdivia, Carmen (2008). La familia: concepto, cambios y nuevos modelos.
- Benavent, Manuel (2007) TERRITORIO, los planes de ordenación del territorio en España. De la instrumentalización a la gestión.
- Pacual, Raul (2010) Población española
- Seopán. Informe económico 2009
- Caixa Catalunya (2011) Número de trabajadores
- García Montalvo, José (2003) Profesor del departamento de Economía y Empresa de la Universitat Pompeu Fabra e investigador asociado del IVIE Burbujas inmobiliarias
-

Páginas web:

- www.economist.com
- www.expansion.es
- www.valencia.es/urbanismo
- www.elidealista.com
- www.buscocasa.com
- www.cincodias.com
- www.adn.es
- www.pymesyautonomos.com
- www.zfinanzas.es

