

ESTUDIO DE VIABILIDAD DE UNA PROMOCIÓN DE VIVIENDAS Y UNA PROMOCIÓN HOTELERA EN ONTINYENT

INTRODUCCIÓN

1997-2007

- Aumento del ritmo de la construcción y el precio de la misma.
- Endeudamiento.

2007-2015

- Paralización del sector.
- Aumento del paro y del stock de viviendas

2015

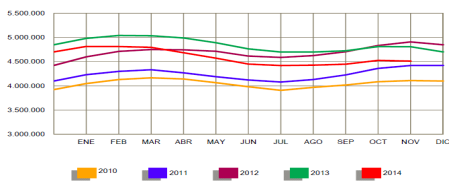
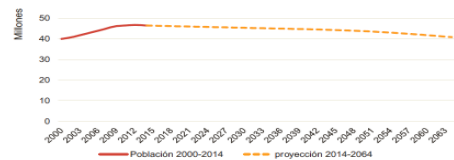
- Disminución del paro y del stock de viviendas.
- Recuperación lenta del sector.

RESULTADOS

ESTUDIO DEL SOLAR



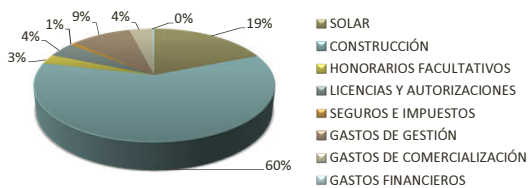
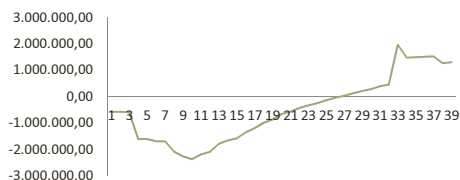
El solar en el que se construirá el edificio está ubicado en la plaza Poeta Ausiàs March nº11, 12, 13 y 14, en la población de Ontinyent (Valencia).



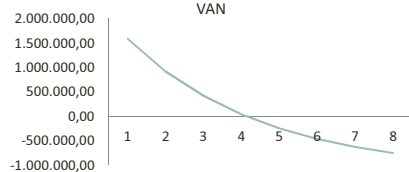
ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO

Promoción de viviendas

Flujo neto de caja

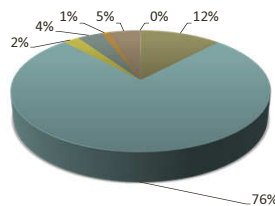
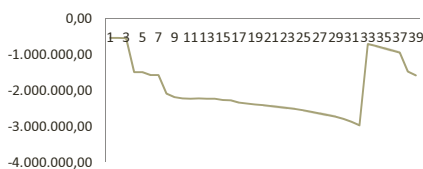


VAN

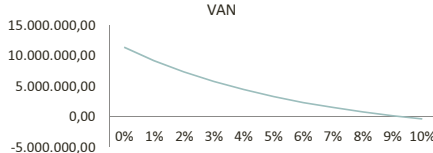


Promoción hotelera

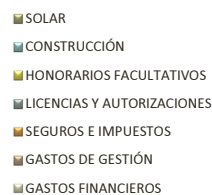
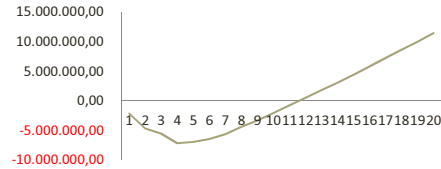
Flujo neto de caja



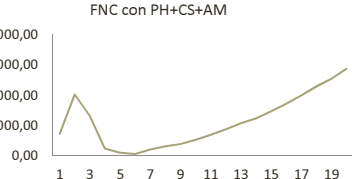
VAN



Flujo neto de caja después de la explotación



FNC con PH+CS+AM



CONCLUSIONES

- Las condiciones legales y urbanísticas del solar se adaptan al tipo de construcción definida.
- Se consiguen desarrollar los estudios de viabilidad.
- La promoción de viviendas descrita parece rentable en todos los aspectos.
- La forma de financiación aconsejada para los flujos negativos de caja es un préstamo hipotecario más un préstamo puente con amortización del tipo americano para los primeros meses de desfase con una aportación por parte de los socios de un 40%.
- Cualquier promoción de viviendas es una inversión arriesgada dada la situación actual de crisis que afecta principalmente al sector inmobiliario.
- En conclusión, siempre será necesario advertir al promotor de lo arriesgado de la inversión.
- En el caso de la promoción hotelera ésta es rentable a partir de los 16 años. En este caso la TIR es positiva y superior a los costes de financiación en las acciones correctoras.
- La forma de financiación aconsejada para los flujos negativos de caja es un préstamo hipotecario durante la construcción y un préstamo puente con amortización del tipo americano para los primeros meses de desfase con una aportación por parte de los socios de un 50%.
- Esta opción resulta más probable que se plantee a que los socios aporten el 100% del capital.
- En conclusión, en la actualidad son muy necesarios estos estudios de viabilidad sea cual sea el proyecto que se quiera realizar y el uso que se le quiera dar. De esta forma, el promotor puede decidir si llevar a cabo la promoción.

OBJETIVOS

GENERALES:

Desarrollar estudios de viabilidad, uno de una promoción de viviendas y otro de una promoción hotelera.

ESPECÍFICOS:

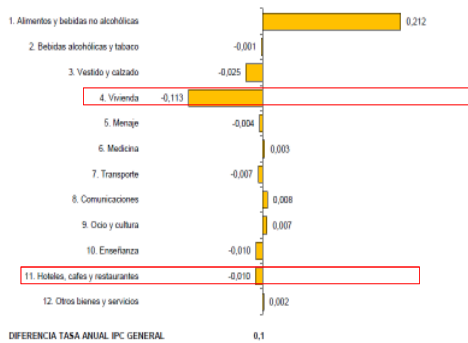
- Estudiar las características del solar
- Estudiar el macroentorno
- Estudiar el microentorno
- Estudios económico-financieros

METODOLOGÍA Y ETAPAS

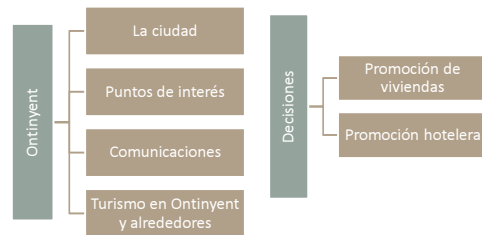


ESTUDIO DEL MACROENTORNO

Factor demográfico	Factor económico	Estudio sector turístico
<ul style="list-style-type: none"> Evolución población Proyección de la población Crecimiento poblacional 	<ul style="list-style-type: none"> Número de empresas Paro Producto Interior Bruto Índice de Precios de Consumo 	<ul style="list-style-type: none"> Ocupación y pernoctaciones Índice de Precios Hoteleros Entrada de turistas Motivos del viaje



ESTUDIO DEL MICROENTORNO



	Total	% Vertical	Tasa de Variación Interanual	Acumulados Desde Enero	Tasa de Variación Interanual Acumulada
Total	5.894.255	100 %	7,8	58.301.904	7,5
Hoteles y similares	3.908.943	66,3 %	4,2	36.655.238	5,5
Alojamiento no hotelero	1.985.313	33,7 %	15,6	21.646.666	10,9
Vivienda gratuita (Propia, Familiares)	1.018.481	17,3 %	5,9	11.128.351	6,6
Vivienda Alquilada	638.792	10,8 %	23,4	6.881.943	17,8
Otros Alojamientos	328.039	5,6 %	37,9	3.636.372	12,4

	Nº de Viajes	% Var. Interanual Viajes	Porcentaje Vertical
Total	15.520.766	-4,2	100 %
Ocio, recreo, vacaciones	9.760.708	2,1	62,9 %
Visita a familiares o amigos	4.622.623	-11,3	29,8 %
Trabajo/Negocios	770.482	-20,2	5 %
Estudios	110.392	-31,6	0,7 %
Otros *	256.562	-17,0	1,7 %