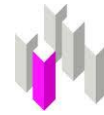
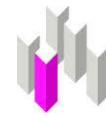




CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN





1.- INTRODUCCIÓN.

Actualmente la economía española y más aún, la economía de la construcción se encuentran inmersas en un contexto de crisis generalizada.

En el sector de la construcción, esta situación de crisis viene precedida de un periodo de crecimiento desproporcionado entre los años 1997-2007 y el posterior estallido de la burbuja inmobiliaria.

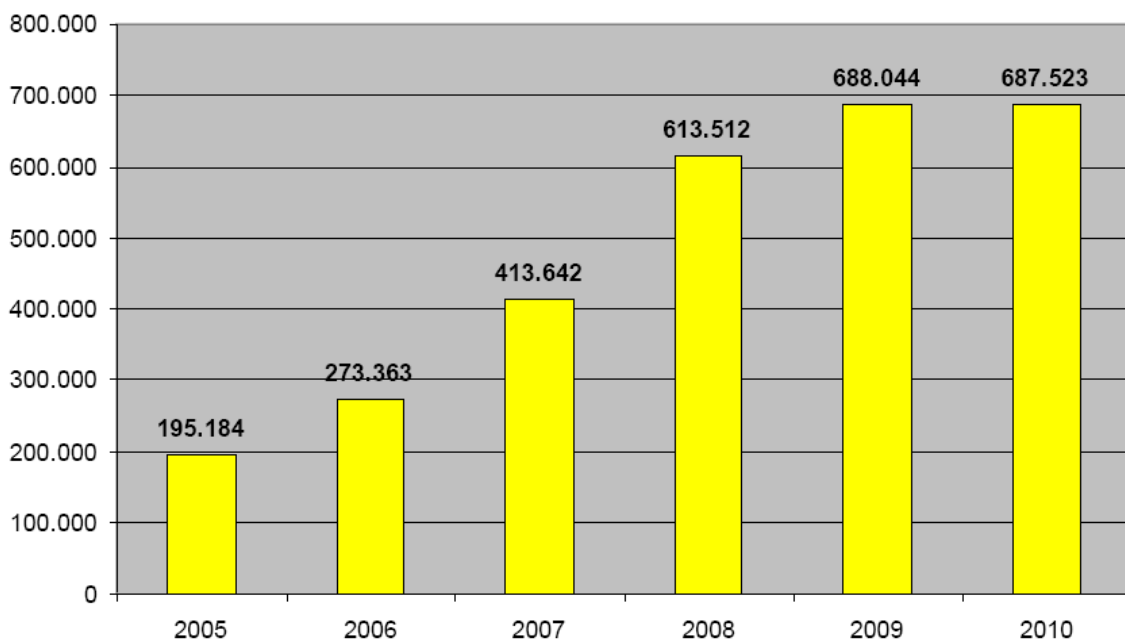
Según el Banco de España, la burbuja inmobiliaria se inició en nuestro país en el año 1997 cuando empezó a aumentar la demanda de forma considerable. La fácil financiación de las entidades bancarias con tipos de intereses muy bajos, provocó el fácil endeudamiento de las familias para comprar una casa. Las expectativas de poder adquirir una vivienda crecieron en toda la población, lo que llevó al aumento de los precios y el encarecimiento del suelo, además, la especulación en nuestro país tomaba más y más fuerza y muchos eran los que invertían en bienes inmuebles, ya que les permitía una rápida recuperación de lo invertido y beneficios muy altos en sus ventas. Después de EE.UU y Reino Unido, España fue el país donde más subió el precio de la vivienda, subidas por encima del IPC que hicieron que los precios se triplicaran entre 1996-2007.

Los factores desencadenantes de este aumento en la demanda sobre el periodo 1997-2007, entre otros, son los siguientes:

- **Factores Demográficos:** Durante este periodo se produce un pico en pirámide poblacional de jóvenes que cumplen la mayoría de edad a mitad de la década de los 90. A este factor hay que añadirle el gran aumento registrado de la inmigración en el mismo periodo, alcanzando tasas nunca vistas.
- **Factores Políticos:** La aparición de la *Ley del Suelo de 1998* liberaliza el suelo en España con el objetivo de abaratar su precio, aunque más bien contribuyó a la aceleración de la especulación.
- **Factores Económicos y financieros:** Se produce un abaratamiento de los tipos de interés y una fácil concesión de préstamos hipotecarios por parte de bancos y cajas. Por otra parte la entrada de España en la zona Euro produce el afloramiento de dinero negro destinado a la compra de inmuebles.

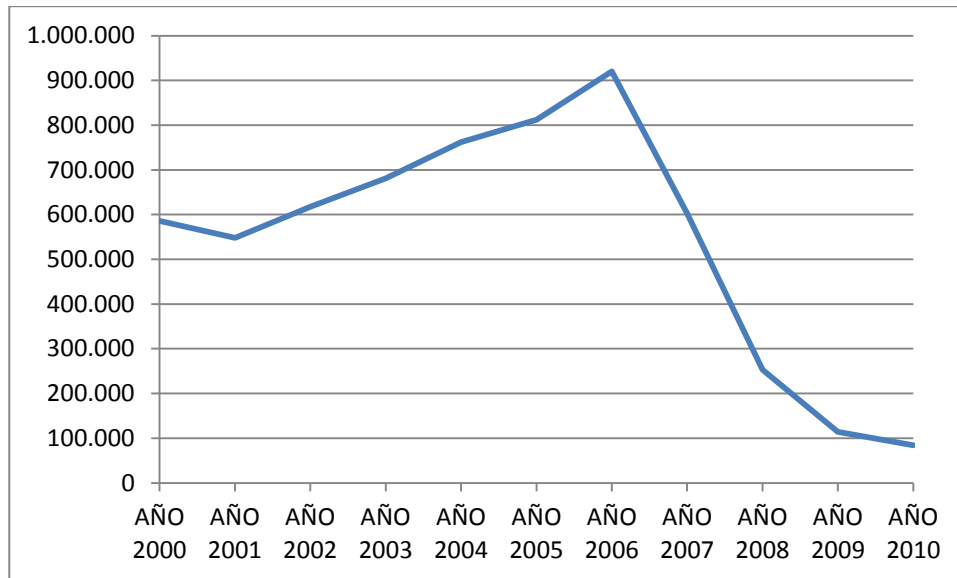
- **Factores Sociológicos:** La sociedad española se caracteriza por la preferencia generalizada a la compra de viviendas frente al alquiler. Debido a una gran facilidad para el endeudamiento y unos tipos de interés muy bajos, esta preferencia por la compra de propiedad privada aumentó.
- **La Especulación inmobiliaria:** Debido al gran aumento de los precios en intervalos cortos de tiempo provoca desde el punto de vista de inversores una oportunidad única para obtener grandes rentabilidades de la compra y posterior venta de inmuebles.

Como consecuencia de estos factores se incrementó año a año la construcción de viviendas, llegando a un colapso del mercado y tras la caída de la demanda en el año 2007, a la generación de un gran “stock” de viviendas sin vender.



Fuente: Ministerio de Fomento.

“Figura 1.1: Evolución del stock de viviendas de nueva construcción.”



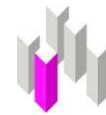
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Consejo Superior de Colegios de Arquitectos de España.

“Figura 1.2: Proyectos Visados en la última década.”

Ahora más que nunca se hace de vital importancia para una empresa promotora el analizar todos los factores que afectan a la oferta y a la demanda de viviendas, desde un entorno genérico hasta el más pormenorizado, para tomar las decisiones más acertadas sobre el tipo de promoción más idónea a desarrollar así como el precio o los recursos publicitarios necesarios según sean su destino.

Otro punto clave para las empresas en este momento es la inversión necesaria, por lo que se hace necesario un estudio que englobe los costes, así como los ingresos que resulten de las ventas, para presuponer en cada momento el flujo de caja y buscar la financiación más factible y que mejor se amolde en cada momento.

Por todo lo anterior, el objetivo del presente trabajo va a ser desarrollar un procedimiento para el análisis de viabilidad de promociones inmobiliarias, tanto desde el punto de vista comercial como del económico-financiero, centrándonos en la promoción inmobiliaria de un solar del distrito valenciano de Algirós.



ESTRUCTURA DEL TRABAJO

El trabajo se va a estructurar en seis capítulos:

1. Introducción.
2. Objetivos.
3. Revisión teórica.
4. Metodología empleada.
5. Resultados.
6. Conclusiones.

1. INTRODUCCIÓN:

En este primer capítulo, se comenta la situación de crisis del sector de la construcción con datos, luego se comenta la necesidad de realizar estudios de viabilidad en este contexto en el que las empresas están cerrando y se finaliza comentando que este es el objetivo del presente trabajo, desarrollar un procedimiento para el análisis de viabilidad de promociones inmobiliarias tanto desde un punto de vista comercial como desde el punto de vista económico-financiero.

2. OBJETIVOS:

Tras la justificación del trabajo en el apartado anterior, en este segundo capítulo se describen los objetivos generales y específicos del proyecto.

3. REVISIÓN TEÓRICA:

En este tercer capítulo vamos a realizar una descripción teórica del trabajo contestando a las siguientes preguntas: ¿Qué es un estudio de viabilidad?, ¿Qué es un estudio de mercado?, ¿Qué es un estudio de viabilidad económico-financiero?, ¿En qué consisten?. Para ello describiremos previamente una serie de conceptos sobre la actividad inmobiliaria y su desarrollo.

4. METODOLOGÍA EMPLEADA:

En él se describe el plan de trabajo o la secuencia de actividades a realizar para la obtención de los resultados. Se estructura paso a paso el método



seguido para la obtención de información tanto de la parte comercial como de la económico-financiera.

5. RESULTADOS:

Se divide en dos apartados: *ESTUDIO COMERCIAL* y *ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO*.

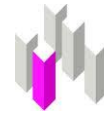
Siguiendo los pasos descritos en el capítulo 4, se muestran los resultados obtenidos en los siguientes apartados:

ESTUDIO COMERCIAL: Se muestran y comentan los resultados del estudio de macroentorno, del microentorno y se toman las decisiones sobre la promoción objeto de estudio en el distrito de Algirós.

ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO: Se muestran y comentan los resultados de los siguientes apartados: *Descripción del solar, Descripción de la Promoción, Estudio de costes, Estudio de ingresos, Análisis de la cuenta de resultados, Análisis del cash-flow, Acciones correctoras y Análisis de sensibilidad.*

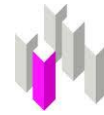
6. CONCLUSIONES:

Explicación de los resultados obtenidos de los distintos estudios realizados, valorando los mismos y señalando las cuestiones que han quedado pendientes que podrían ser punto de partida para futuras investigaciones.





CAPÍTULO 2: OBJETIVOS

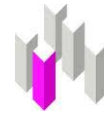


2.- OBJETIVOS.

El objetivo principal del presente proyecto es desarrollar un procedimiento del análisis de la viabilidad de promociones inmobiliarias, tanto en su vertiente comercial como en su estudio económico-financiero. Por tanto, este objetivo principal puede desarrollar los siguientes objetivos específicos:

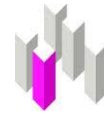
- Desde el punto de vista comercial:
 1. Definir el procedimiento de actuación para realizar estudios de viabilidad comerciales en promociones inmobiliarias.
 2. Realizar un análisis macroeconómico del sector.
 3. Realizar un análisis del microeconómico del distrito del Algirós y más en concreto del barrio de Ciutat Jardí, analizando las características más relevantes de la zona, la oferta inmobiliaria y la demanda.
 4. Definir las políticas de precio, producto y promoción más adecuadas a la zona en cuestión.

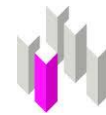
- Desde el punto de vista económico-financiero:
 1. Definir el procedimiento de actuación para realizar estudios de viabilidad económico-financieros en promociones inmobiliarias.
 2. Analizar la rentabilidad de las promociones a desarrollar en el solar seleccionado.
 3. Analizar el flujo de caja generado en la promoción.
 4. Analizar las fuentes de financiación necesarias para desarrollar la promoción y su coste.
 5. Realizar el análisis de sensibilidad de las promociones estudiadas.





CAPÍTULO 3: REVISIÓN TEÓRICA





3. REVISIÓN TEÓRICA

LA ACTIVIDAD INMOBILIARIA

La actividad inmobiliaria es una actividad económica caracterizada por su complejidad y un largo proceso con medios de producción tanto propios como ajenos, y recursos humanos. Las actividades inmobiliarias más habituales en el mercado son la compra de terrenos y edificaciones para su posterior venta o arrendamiento, y por otro lado la compra de terrenos y edificaciones para su urbanización, parcelación y construcción a terceros, para su venta.

Según Llinares (*Llinares, 2000*), las características más importantes que diferencian la actividad inmobiliaria respecto a cualquier otro tipo de actividad económica son las siguientes:

- La promoción-construcción se centra en la creación de productos heterogéneos y únicos. Nunca encontraremos dos productos completamente iguales.
- La producción se concentra en un lugar de trabajo, que es la obra.
- La incorporación de nuevos avances e innovaciones al sector se hace lentamente.
- Un alto porcentaje de la mano de obra es poco cualificada y los contratos suelen ser temporales o hasta final de obra.
- La seguridad e higiene en el trabajo es muy importante, ya que se trabaja a cielo abierto y el riesgo de accidente es extremadamente alto, por lo que hay que tomar medidas previas.
- Se necesita vigilancia de materiales para evitar posibles robos, tanto en acopios como en almacén.
- A diferencia de otras industrias, se presentan nuevos materiales que permiten una mejor puesta en obra y un mejor rendimiento tras la colocación.
- El comprador influye poco en la calidad del producto aunque si se suele mostrar exigente.

Estas características son una pieza importante en las nuevas promociones inmobiliarias y requieren de grandes estudios previos, lo que hace que la inversión por parte del promotor presente diferencias respecto a otras inversiones en otros sectores.

Los grandes promotores siempre han mostrado un alto conocimiento de todas sus gestiones previas al inicio de obra y han sabido incorporar buenos profesionales en sus plantillas. Los productos de estos promotores siempre han sido novedosos, bien comercializados y publicitados, lo que les ha llevado durante muchos años al éxito. En los últimos años han aparecido en el sector pequeños y medianos promotores que por falta de conocimiento y experiencia han mostrado importantes carencias en varias áreas de la promoción. Por ejemplo, los promotores que proceden del mundo de la construcción conocen perfectamente el mundo de la obra pero muestran carencias en otros aspectos de esta área multidisciplinar que es la promoción inmobiliaria. Lo mismo sucede en promotores que proceden de la venta inmobiliaria o de otros sectores.

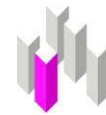
Los conocimientos que intervienen en una promoción inmobiliaria son difíciles de adquirir y se aprenden porque la actividad profesional esté ligada al sector, o por el riesgo de querer desarrollar un proyecto inmobiliario e ir adquiriendo conocimientos por el transcurso del tiempo (*Llinares, 2000*).

La promoción inmobiliaria es una actividad multidisciplinar donde intervienen profesionales de diferentes sectores como ingenieros de la edificación, arquitectos, notarios, registradores, economistas, etc. No es imprescindible que el promotor sea un experto en todas las materias pero debe tener una visión global del negocio en el que va a invertir, que le permita además coordinar a estos profesionales, sabiendo acudir a cada uno de ellos según sus necesidades y con la finalidad de conseguir un producto único que satisfaga los aspectos relativos a funcionalidad, seguridad y habitabilidad, intentado optimizar los objetivos de coste, plazos y calidad. La finalidad del promotor será maximizar sus beneficios con el menor riesgo posible y será respaldado por todos los profesionales de su plantilla. Los promotores arriesgan grandes cantidades de recursos durante periodos de tiempo largos sin saber con certeza cuándo recuperarán lo invertido y cuanto recaudarán por lo invertido.



En el sector, para que los promotores mantengan en funcionamiento la actividad inmobiliaria, es imprescindible que inicien nuevas promociones con cierta regularidad, tratando cada promoción como única y distinta a las demás. Las decisiones de los promotores deben hacerse en periodos de tiempo cortos ya que el suelo, como materia básica, es escaso y muy buscado (*Montoya, 2007*).

El análisis de inversiones inmobiliarias tiene una gran relevancia dentro del sector ya que da al promotor una idea aproximada de la viabilidad económica de la promoción y las rentabilidades que podría obtener antes de la compra del solar. No existe un sistema unificado para este tipo de estudios y cada empresa suele utilizar el suyo propio.



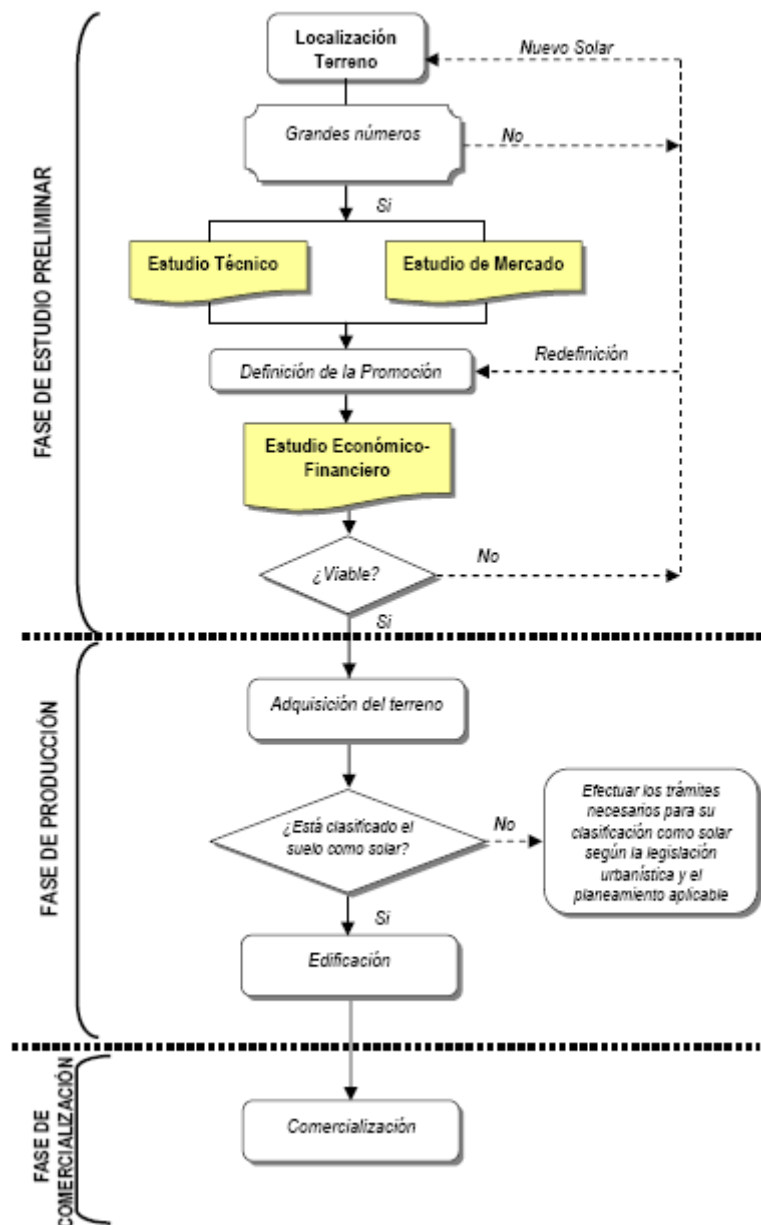
DESARROLLO DE LAS PROMOCIONES INMOBILIARIAS

El proceso de las promociones inmobiliarias está compuesto por fases que constituyen subprocesos. Podemos distinguir cuatro grandes fases (*Sabater, 2009*):

- Fase 1: Estudios previos a la adquisición del solar.
 - o Estudio de la zona de actuación
 - o Estudio urbanístico
 - o Estudio comercial
 - o Estudio de viabilidad económico-financiero
- Fase 2: Gestión para la construcción.
 - o Compra del solar. Estudios previos.
 - o Proyecto básico y licencias
 - o Proyecto de ejecución
 - o Contratación
- Fase 3: Construcción.
 - o Actividades previas
 - o Ejecución de las obras
 - o Final de las obras
- Fase 4: Comercialización.
 - o Marketing inmobiliario
 - o Ventas
 - o Servicio postventa

Este es solo un proceso “tipo” de una promoción inmobiliaria pero en la realidad estas fases que hemos nombrado se suelen solapar unas con otras. Por ejemplo, muchas veces ocurre que la compra del solar ha sido previa a los

estudios de viabilidad o la comercialización se produce antes y durante la ejecución de las obras.



Fuente: Viabilidad Económica de Promociones Inmobiliarias. Marketing Inmobiliario.(Linares,2001)

“Figura 3.1: Proyectos Visados en la última década.”

- **FASE1. Estudios previos a la adquisición del solar**

Es la fase donde se toma el primer contacto con el solar que se pretende adquirir para nuestra promoción. Se contrastarán los datos facilitados por el vendedor y se hará una consulta urbanística. Junto con el estudio de mercado se definirá la promoción en cada caso. Tras la obtención de unos resultados favorables se realizarán los estudios necesarios para determinar la viabilidad del proyecto. Esta fase termina con la aprobación o rechazo de la compra del solar (*Sabater, 2009; Llinares, 2000*).

Según Llinares, la primera estimación de la inversión se basa en el cálculo de “grandes números” estimando precios de venta y el coste de construcción. Se suele aplicar en la siguiente fórmula:

$$Ps = Pv - (Tc + Mb)$$

Siendo:

Ps: precio del suelo.

Pv: precio de venta de la vivienda.

Tc: total de costes. Esta cifra resulta de la suma de las siguientes partidas:

Cc: coste de la construcción

Gv: gastos varios (licencias, proyectos, honorarios técnicos, impuestos, etc.)

Gg: gastos generales

Gf: gastos financieros

Gc: gastos comerciales

Mb: margen de beneficio

Esta fórmula se adapta según necesidades de cada promoción ya que permite jugar con tres variables: margen de beneficio, costes generales y costes financieros que le son propios. Si los datos obtenidos son favorables, se procede al estudio de la zona de actuación, el estudio urbanístico y el estudio de mercado.

- Estudio de la zona de actuación

El estudio se centra en el conocimiento del entorno en el que se sitúa el solar con el fin de determinar las actuaciones que se deberán realizar en función de la evolución demográfica, infraestructuras, vías de comunicación, mejoras previstas, etc.

- Estudio urbanístico

El objetivo es conocer la situación jurídica, legal y urbanística del solar. Para ello se debe hacer una visita y determinar así: la configuración del solar, servidumbres aparentes, documentación gráfica y fotografías. Se consultará la situación catastral y la situación registral ya que el solar deberá constar en el registro de la propiedad.

En la consulta urbanística se estudiarán las posibilidades edificatorias que marque el Plan General de Ordenación Municipal que permitan edificar sobre el y se estudiará la clasificación del suelo, la calificación del suelo y la edificabilidad. Esta consulta se suele realizar tras la petición al ayuntamiento competente el certificado de compatibilidad urbanística.

- Estudio de mercado

Conocimiento detallado del mercado donde se va a realizar la promoción, conocer las necesidades de la zona para intentar acercarse al producto más demandado. Para ello se hará un estudio minucioso de necesidades y posibilidades.

Con el estudio de la oferta se pretende averiguar cuál es la competencia de la zona y las características del producto que se está ofreciendo. Se pretende averiguar precios, calidades y condiciones de venta para poder diseñar una promoción que destaque frente al resto.

Con el estudio de la demanda se pretende averiguar cuáles son las necesidades de la zona, las posibilidades económicas y preferencias de los futuros compradores. El estudio se centrará en la demografía, la estructura de la población, las posibilidades económicas y la construcción.

Una vez conocidas las condiciones del mercado se tendrá que determinar el destino de la promoción, precios, tipología a edificar,

solución a realizar en Planta Baja, concretar capacidad de aparcamientos, diseño del producto, siempre teniendo en cuenta las condiciones urbanísticas del suelo donde se va a realizar dicha promoción.

- Estudio de viabilidad económica-financiera

Una vez finalizado el estudio urbanístico, haber realizado el estudio de mercado y definida la promoción que se va a construir, se realiza un estudio económico y financiero, proporcionando información estimada de las ganancias o posibles pérdidas, el cálculo del capital necesario para llevar a cabo la promoción y la rentabilidad de esta.

- **FASE 2. Gestión para la construcción**

Es la fase donde se compra el solar y en la que se realizan todas aquellas gestiones y actividades para poder iniciar las obras con garantías. Para esta fase previa a la edificación, es necesaria la elaboración de estudios y proyectos, la obtención de licencias, el pago de una serie de gastos, así como actividades que son necesarias para poder desarrollar la promoción conforme a la legalidad y a las exigencias técnicas. Además, se gestiona la contratación de los agentes que intervienen durante la promoción inmobiliaria (*Sabater, 2009*).

- Compra del solar. Estudios previos.

El suelo, como ya se ha indicado anteriormente, es un bien escaso. Tras los estudios previos a la adquisición del solar y después de confirmarse la viabilidad de la promoción, el promotor está en disposición de la compra del bien. Una vez adquirido este, se elabora sobre él estudios técnicos necesarios para la redacción del proyecto básico.

Estudio topográfico: Analiza la situación real del terreno, su superficie real, los lindes, accidentes topográficos, etc.

Estudio geotécnico: Analiza las características del terreno. Este estudio se encarga a una empresa externa con laboratorio homologado por el Ministerio de Fomento o por las Comunidades Autónomas. El estudio consiste en la toma de muestras para un ensayo en el laboratorio y consta de un reconocimiento del terreno, el ensayo del laboratorio y un informe geotécnico.

- Proyecto básico y licencias.

Se inicia la redacción del proyecto básico contratando al arquitecto responsable y se definen las características generales de la obra, determinando las exigencias técnicas de acuerdo con las especificaciones requeridas por la normativa aplicable. Tras la redacción y una vez obtenidos los visados de los colegios profesionales correspondientes, se solicita en el ayuntamiento la licencia o licencias necesarias para la ejecución de las obras y se pagan las tasas e impuestos correspondientes. Tras la contestación por parte del ayuntamiento y una vez obtenida la licencia de obras, y antes de su inicio, se hace entrega en el ayuntamiento del proyecto de ejecución.

- Proyecto de ejecución.

Se redacta el proyecto de ejecución con la determinación completa de detalles, y especificaciones de todos los materiales, elementos, sistemas constructivos y equipos, y se entrega una copia al ayuntamiento para poder iniciar las obras. Entre el Proyecto básico y el Proyecto de ejecución se debe mantener una rigurosa coordinación. Mientras se realiza este proceso, se deberán realizar previsiones de coste y plazos para que posteriormente si inicie el proceso de contratación de recursos.

- Contratación.

Paralelamente al proceso de redacción del proyecto y teniendo en cuenta los costes previstos en el proyecto, se elige el proceso de contratación de la empresa constructora encargada de las obras, se gestiona la contratación de facultativos y todos aquellos recursos humanos y materiales necesarios para posibilitar los trabajos de ejecución. Así mismo, se contratan los correspondientes seguros (seguro decenal, responsabilidad civil, etc.), el laboratorio de control de calidad, el organismo de control técnico durante el proceso de ejecución y los suministros provisionales de obra.

- **FASE 3. Construcción**

Es la fase que comprende el proceso de la ejecución material de la obra.

- Actividades previas

Mediante las actividades previas se analizan los aspectos del proyecto que influirán en el proyecto y gestión de la ejecución de las obras:

- Localización de las dificultades de ejecución del proyecto
- Organización a emplear
- Implantación en obra y puntos críticos
- Análisis de los sistemas constructivos
- Planificación inicial de la ejecución de la obra

- Ejecución de la obra

Tras el Acta de Replanteo si inicia el periodo para ejecutar las obras y se fijan los trabajos según los documentos del contrato. Cualquier acto que altere el incumplimiento del contrato ha de ser consultado a la dirección facultativa.

Se debe actualizar la situación legal del conjunto de la promoción, mediante la realización de:

-Declaración de obra nueva: se hace constar el hecho de la nueva construcción, las características del inmueble construido, sus superficies y su valor fiscal.

-División horizontal: acto mediante el cual se divide un inmueble en varias y distintas fincas registrales independientes, con asignación a cada una de ellas de un coeficiente de copropiedad o participación en el total del inmueble.

Durante el transcurso de la obra se aprueban las certificaciones de obra, la aprobación de precios contradictorios, propuestas de modificaciones del proyecto y una cronología de las certificaciones para hacer previsiones. Además la dirección facultativa hará un seguimiento minucioso del control de la ejecución para evitar así desviaciones en el tiempo, precio y calidad. Con la finalidad de informar al promotor de lo sucedido durante la ejecución, es recomendable emitir un informe mensual detallando los puntos de importante relevancia (*Sabater, 2009*).

- Final de las obras

Una vez finalizada la obra, la dirección facultativa emite el certificado final de obra, se programa con el constructor el momento para realizar el acto de recepción de obra, y se hacen la liquidación final. Seguidamente se verifica por parte de las administraciones competentes, que la promoción se ajusta a la normativa vigente y se obtienen los documentos correspondientes (cédula de habitabilidad, licencia de actividades, etc).

- **FASE 4. Comercialización**

Es la fase que comprende la venta del producto inmobiliario. El promotor de viviendas puede optar por tener su propia estructura comercial o encargar la venta de sus productos a intermediarios. Se establece por el promotor una estrategia para intentar vender toda la promoción en el menor tiempo posible, para evitar así cargas y pérdidas. Una vez finalizada la venta del inmueble la promoción indirectamente está obligada directa o indirectamente a ofrecer un servicio postventa (*Sabater, 2009*).

- Marketing Inmobiliario

El marketing incluye la investigación del mercado, publicidad, promoción y venta, así como la combinación de cinco aspectos principales a tener en cuenta: producto, precio, distribución, promoción y servicio.

Es importante y necesario que previamente se valoren cuáles son los objetivos y la estrategia publicitaria que se va a adoptar. Una vez diseñado el producto y establecida la campaña publicitaria, se establece la estructura comercial y se determina la gestión comercial y donde se lleva a cabo la venta.

Como indica Enrique Bueno (*Bueno, 2009*), el marketing no es otra cosa que la voluntad por escuchar al consumidor para satisfacerlo de manera rentable y competitiva. La novedad que aporta el marketing es escuchar de manera sincera y activa al consumidor y responder de manera coherente a sus necesidades. Y para ello no se precisa a priori de ninguna de esas cuatro *pes* sino de investigación de mercados y sistemas de información de mercados de una correcta comunicación de la oferta. Las cuatro *pes* realmente se refieren al mundo de la venta:

- Todo producto o servicio tiene un ciclo de vida estándar en el cual existen diversas fases que tienen una incidencia muy importante en las ventas y en el beneficio, como son introducción, crecimiento, madurez y declive, ya comentadas en el capítulo III.
- El precio está determinado, principalmente, por la demanda que dicho producto tiene. Es evidente que, cuanto mayor sea el precio del producto, más baja será su demanda, y viceversa. El precio será impuesto sobretodo en función de las tendencias sociales y los gustos de los consumidores.
- El “place” será la colocación o ubicación del producto en el mercado, después de haber realizado un estudio previo.
- Por último la promoción, que tiene como objetivo el incremento de las ventas del producto, para lo que se recurre a diferentes técnicas de comunicación (publicidad, promoción de ventas y merchandising).

Mientras que las tres *íes* se refieren al mundo del marketing. El marketing, en definitiva, es la manera más cómoda, menos arriesgada, más rentable y conservadora de hacer negocios y comercializar. (Información al mercado, información desde el mercado, innovación permanente).

El marketing es precisamente el conjunto de técnicas y acciones que nos permitirá poner en contacto el producto con las necesidades del cliente, algo indispensable para sobrevivir con éxito en un mercado cada vez más competitivo. (*Escudero Musolas, 2008*).

Es importante conocer mejor a la demanda, imprescindible sistematizar una recogida de datos que nos permita conocerla mejor, por medio de preguntas indirectas y durante el proceso de información. (*Escudero Musolas, 2008*).

La investigación del mercado realizada en el sector inmobiliario ha estado fundamentalmente enfocada a la determinación y el conocimiento de sus aspectos cuantitativos. Existe una gran cantidad de información de esa naturaleza producida por entes públicos: Ministerio de Fomento, Instituto Nacional de Estadística, Ayuntamientos,

Diputaciones, Cámaras de Comercio, etc., así como por empresas privadas. El contenido de la información atiende básicamente a:

- Nº de viviendas y otros productos inmobiliarios construidos anualmente.
- Tipo de productos inmobiliarios construidos.
- Cantidad de suelo calificado para cada tipo de producto inmobiliario.
- Nº de licencias de construcción y de habitabilidad concedidas.
- Previsiones futuras de construcción.
- Número de proyectos visados.
- Análisis demográficos.
- Análisis de la demanda previsible en función de la evolución demográfica, de los saldos migratorios y de los distintos productos inmobiliarios.
- Volumen de concesiones de préstamos hipotecarios.

Toda esta información tiene un gran valor para los departamentos de Marketing de las empresas inmobiliarias, ya que conforma el marco de referencia del sector y provee los datos necesarios para determinar tendencias y expectativas.

- Venta

Es importante en este proceso que se analicen las gestiones comerciales de la operación. No solo se debe considerar la participación en el proceso de agencias inmobiliarias y oficinas de venta, sino que se debe marcar una buena relación con el cliente. Para ello, se debe crear un servicio de atención al cliente y se hace un seguimiento comercial de la promoción.

Previamente a la recepción final de la obra, el equipo de ventas se encarga de inspeccionar las viviendas con el fin de que no existen desperfectos y más tarde se programará la visita con el cliente.



Una vez finalizada la obra y obtenida toda la documentación necesaria indicada en el punto “final de las obras” se procede a la escritura de las viviendas. La transmisión y toma de posesión de la vivienda al comprador se realiza mediante la escritura de compraventa, y en la mayoría de estos casos se aporta la escritura el préstamo hipotecario por parte del comprador.

Con la escritura de compraventa realizada, la Propiedad/Promotor o en su caso el equipo postventa hará la entrega de las llaves y de la documentación a los compradores (dossier cliente, boletines de contratación, cédula de habitabilidad, listado de empresas que han intervenido en la ejecución, garantía de los aparatos).

- Servicio postventa

Es el servicio responsable de revisar la gestión y control del proceso de recepción de la promoción ya que se ha de tener en cuenta que durante los primeros meses después de la venta es donde se generan más reclamaciones y estas requieren de una solución rápida y efectiva. Es una tarea con mucha atención por parte de las empresas, ya que intentan obtener el reconocimiento dentro del sector inmobiliario.

ESTUDIOS DE MERCADO

Tiene por objeto el análisis del sector en que se ubica el nuevo negocio. Así, en este apartado se pretende estudiar la oferta y demanda existente actualmente en la zona, con objeto de determinar la posible existencia de un hueco de mercado en dicho sector y zona.

El estudio de la oferta inmobiliaria debe permitir al vendedor comparar los distintos productos de la zona y posicionar su oferta respecto a la competencia.

Por otro lado cuando hablamos de los estudios de demanda se trata de estudios basados en técnicas cuantitativas (encuestas personales) a una muestra representativa de la población objetivo (futuros demandantes de vivienda en el área determinada). Dichos estudios de demanda suelen venir introducidos y acompañados de datos de fuentes secundarias, como población y características determinantes de la misma. (*Bueno, 2009*).

Los resultados de dichos estudios nos ofrecen la siguiente información:

- Características socioeconómicas y estilos de vida de los posibles compradores.
- Vivienda ideal.
- Intención de compra.
- Vivienda actual.
- Percepción de los barrios.

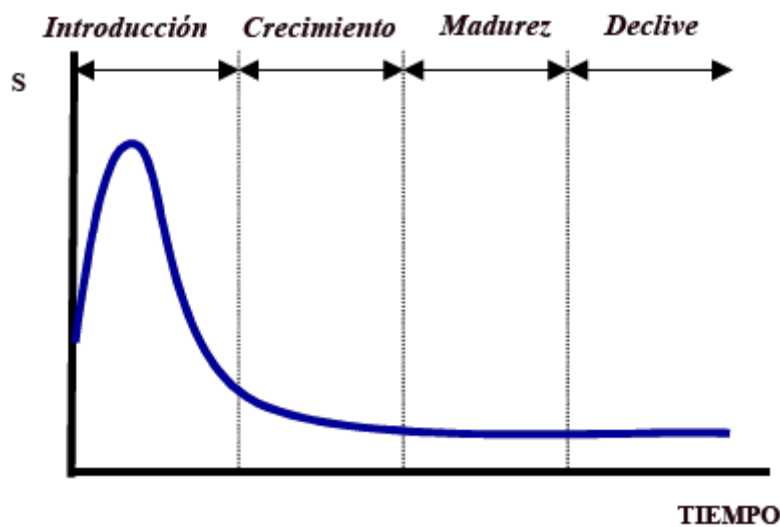
Todo producto o servicio tiene un ciclo de vida estándar, más o menos largo, en el cual existen diversas fases que tienen una incidencia muy importante en las ventas y en el beneficio.

Estas fases son:

- 1) **INTRODUCCIÓN:** presentación del producto en el mercado. Tanto para un nuevo producto o servicio siempre existe esta fase de introducción. Suele y debe ser corta, y se caracteriza por un volumen bajo de ventas y con un beneficio del negocio negativo, ya que ha sido necesario el realizar unos desembolsos importantes y los beneficios de unas ventas bajas no permiten compensar aún los gastos e inversiones
- 2) **CRECIMIENTO:** Una vez presentado el producto en el mercado, se produce su fase de crecimiento. El público conoce el negocio y comienza

a usarlo, el producto se empieza a comercializar y los pedidos de los vendedores, para abastecer los almacenes, dan lugar a un importante crecimiento de las ventas. A lo largo de esta fase, más hacia el final de la misma que al principio, pueden o deben aparecer los primeros beneficios.

- 3) MADUREZ: El producto o negocio ya está estabilizado, se produce lo que se consume, la clientela es estable, las ventas son estables, y los beneficios empiezan a crecer. Esta fase es, o debe ser, la de mayor duración; cuanto más larga sea, mayores serán los beneficios.
- 4) DECLIVE: El negocio producto se han saturado. La clientela abandona el producto por otros nuevos, o abandona el negocio por otros nuevos. Esta fase es la más peligrosa, ya que la curva de la decadencia puede ser muy rápida, y si no se detectan sus comienzos, puede que cuando se perciban sus efectos sea tarde para protegerse de ellos.



Fuente: Viabilidad Económica de Promociones Inmobiliarias. Marketing Inmobiliario.(Linares,2001).

“Figura 3.2: Ciclo de vida de una promoción inmobiliaria.”

En cuanto al estudio de mercado, no es fácil realizarlo, ni muchas veces obtener datos fiables sobre el mismo. A pesar de que, para muchos negocios, no es imprescindible un estudio de mercado en toda su profundidad, tampoco es cierto que los estudios de mercado son para empresas grandes.

El análisis del mercado permite el emprendedor conocer diferentes aspectos del entorno en que desarrollará su actividad; competencia, tamaño del mercado y crecimiento, inversión media, margen medio, etc.

El principal objetivo del estudio de mercado es obtener información que nos ayude para afrontar las condiciones del mercado, tomar decisiones y anticipar la evolución del mismo.

Esta información debe de ser lo suficientemente veraz para poder demostrar:

1. Que existe un número suficiente de consumidores con las características necesarias para considerarlo como demanda de los productos y/o servicios que se piensan ofrecer.
2. Que dichos consumidores pueden ejercer una demanda real que justifique la producción y/o servicios que se piensan ofrecer.
3. Que contamos con las bases para utilizar canales de comercialización adecuados.
4. Que podemos calcular los efectos de la demanda con respecto a productos y/o servicios sustitutos y complementarios.

El logro de los objetivos mencionados solo se podrá llevar a cabo a través de una investigación que nos proporcione información para ser utilizada como base para una toma de decisión; esta deberá ser de calidad, confiable y concreta.

Como objetivos secundarios un estudio de mercado nos relevará información externa acerca de nuestros competidores, proveedores y condiciones especiales del mercado, hábitos de consumo de a quién va dirigido el producto y/o servicio. Así como también información interna como las especificaciones de nuestro producto, nuestra producción interna, normas técnicas de calidad, entre otros aspectos a considerar.

El estudio del mercado trata de eliminar el espacio que ocupa un bien o un servicio en un mercado específico. Está compuesto por bloques, buscando identificar y cuantificar, a los factores y participantes que influyen en su comportamiento.



Busca probar que existe un número suficiente de consumidores, empresas y otros entes que en determinadas condiciones, presentan una demanda que justifican la inversión en un programa de producción de un bien durante cierto periodo de tiempo.

Uno de los graves problemas que nos encontramos a la hora de llevar a cabo un estudio de mercado es la confusión que se crea entre los potenciales entrevistados sobre si se trata realmente de una investigación, de carácter neutro, que pretende conocer las condiciones del mercado o la opinión de los clientes.

A menudo se ponen en marcha supuestos estudios de mercado que enmascaran iniciativas comerciales, este engaño termina molestando a los consumidores y perjudican la realización de estudios de mercado de calidad.

ESTUDIO DE VIABILIDAD ECONÓMICO FINANCIERO

Los estudios de viabilidad económico-financiera tienen como condición de partida el producto diseñado a partir del análisis de la situación jurídica-legal y urbanística del solar y haber realizado el estudio de mercado. Una vez analizado esto, se estudia la viabilidad de la promoción para así prever las ganancias y pérdidas posibles, el cálculo del capital necesario y la rentabilidad de la misma (*Montoya, 2007*).

El diseño del producto se centra en el estudio comercial, y hay que tener en cuenta todos los aspectos referentes a tipo de producto, características, precios y ritmo de ventas. Por lo tanto si estos datos son erróneos o incompletos, también lo será el estudio económico financiero.

El estudio se suele centrar en dos tipos de análisis:

- Análisis estáticos, que no tienen en cuenta el factor temporal.
- Análisis dinámicos, que tienen en cuenta el factor temporal y la inversión de la promoción.

Tomando como base estos análisis se puede observar si el desarrollo del producto inmobiliario que se ha diseñado, alcanza las tasas mínimas de rentabilidad, y se rechazará el proyecto si no se cumplen los objetivos. Cuando el producto inmobiliario sea conforme y supere este análisis, se estará en condiciones de ejecutarse la promoción mediante una adecuada planificación.

El análisis se basa en la aceptación o rechazo de la inversión, conociendo los posibles gastos e ingresos generados en la promoción. La estructura del estudio de viabilidad económico y financiero es la siguiente (*Sabater, 2009*):

- ESTUDIO ECONÓMICO

1. Estudio simple económico. Pérdidas y ganancias.

-Previsión de costes de la promoción:

- Coste del solar.
- Coste de construcción.
- Honorarios facultativos.

- Gastos legales.
- Costes de gestión y comercialización.
- Costes financieros.
- Previsión de ingresos por ventas:
 - Criterio de medición.
 - Criterio de valoración.
- 2. Previsión de tesorería o “Cash-flow”.
- 3. Análisis de la rentabilidad de la inversión.
- ESTUDIO FINANCIERO
 - 1. Necesidades de financiación.
 - 2. Financiación aplicada a la promoción.
 - 3. Negociación del pago del solar.

A continuación se comenta de forma detallada cada uno de los bloques anteriores:

- **ESTUDIO ECONÓMICO**

- 1. Estudio simple económico. Pérdidas y ganancias.**

Se analiza el hipotético beneficio, que será resultado de la diferencia entre los ingresos y los gastos. Por lo tanto, es necesario llevar una cuenta de pérdidas y ganancias.

- 1.1- Previsión de costes de la promoción**

- *Coste del Solar***

Contempla el precio que se paga por la adquisición del terreno y los gastos necesarios previos a la edificación, precio compra-venta, impuesto de transmisiones patrimoniales, indemnizaciones, intermediarios, posibles derribos, etc. Se deben tener en cuenta los siguientes parámetros (*Sabater, 2009*):

- El terreno debe tener la condición de solar.
- El terreno reúna las características para poder pedir la licencia y poder edificar en él.

En cuanto al concepto de precio, suele hacerse referencia al “precio total” que es el importe total a pagar, pero también al “precio de repercusión” cuantificado en €/m² edificado.

Existen gastos que conllevan la documentación en escritura pública de la adquisición del solar y su posterior inscripción en el Registro de la Propiedad correspondiente. La escritura pública de adquisición está sometida al Arancel Notarial vigente (R.D. 1426/1989, de 17 de noviembre) y la inscripción de cualquier finca o derecho en el Registro de la Propiedad al Arancel de los Registradores de la Propiedad (R.D.1427/1989 de 17 de noviembre).

➤ *Coste de construcción*

Se trata del coste estimado de la ejecución material de la obra. Tomando como base los m² construidos del estudio previo, y segregándolos por unidades tales como: viviendas, locales comerciales, trasteros, garajes en sótanos, etc. Se imputarán diferentes precios de ejecución material en función de la zona de la que se trate, dicho precio variará en función del lugar y nivel de calidad.

Para la estimación del PEM los Colegios de arquitectos publican un procedimiento para la obtención de los precios por metro cuadrado que, como mínimo, deben aplicarse en los presupuestos de ejecución material de los proyectos. Se parte de un precio base (525€/m² desde febrero de 2008) y sobre él se aplican unos coeficientes correctores en función del tipo de municipio, tipo de calle, altura del edificio e incluso tipología de la edificación (entre medianeras o bloque exento).

Estos precios suelen estar por debajo de lo que serán los precios reales de contratación. Para pasar de este valor al PEC se deberían añadir aquellos gastos que en estas estimaciones no se han tenido en cuenta como el control de calidad, la seguridad y salud, los gastos generales y el beneficio industrial (la relación PEC/PEM de 1.20).

Por otra parte, para la estimación del PEC, el Ministerio de Economía y Hacienda realiza de forma periódica estudios de mercado sobre los valores del suelo y de la construcción en una diversidad de municipios, datos que se utilizan para calcular el valor catastral de los inmuebles de naturaleza urbana (RD 1020/1993, de 25 de junio).

Otros gastos varios son aquellos que afectan de forma indirecta las obras de construcción, pero que normalmente no forman parte del presupuesto a contratar a la empresa constructora. Pretenden ser: acometidas provisionales de obra, consumos provisionales. Acometidas definitivas de servicios, traslados ET antiguas y líneas baja tensión, obra civil ET de nueva construcción, contadores servicios comunidad, permisos estacionamiento y parada. Permisos de vallas, alquiler valla provisional de obras, teléfono de obra, seguro todo riesgo construcción y Responsabilidad civil (Sabater, 2009).

➤ *Honorarios Facultativos*

Comprende la totalidad de gastos referentes a la intervención de los distintos profesionales: proyecto básico de ejecución y Dirección Arquitecto, de Arquitecto Técnico. Proyecto de seguridad, programa control de calidad, proyectos Ingeniería actividades Industriales. Proyecto ingeniería instalaciones climatización, proyecto cálculo de estructura, laboratorio de control, estudio geotécnico, sondeos, topográfico, etc.

Según la Ley 7/1997, de 14 de abril, de medidas liberalizadoras en materia de suelo y de Colegios Profesionales, los honorarios regulados por Colegios profesionales para la intervención profesional de arquitectos, arquitectos técnicos e ingenieros desaparecen y pasan a tener un carácter orientativo.

➤ *Gastos Legales(gastos de seguros e impuestos + gastos de licencias y autorizaciones)*

Son todos aquellos gastos necesarios para realizar la promoción inmobiliaria, de tipo jurídico y fiscal. Estos pueden ser aproximadamente: tasas licencia, impuesto licencia, permisos de derribo, declaración de obra nueva, división en propiedad horizontal, impuesto de bienes inmuebles (IBI), licencia vado definitivo garaje, licencia y tasas municipales garaje (Actividad industrial), seguro decenal promotor y todo

riesgo, auditoría técnica para seguro decenal, impuesto actividades económicas (IAE), cédula de habitabilidad, etc. (Llinares, 2000).

➤ *Costes de Gestión y Comercialización*

Los costes que derivan de la gestión son aquellos gastos producidos por la propia empresa y que engloban los gastos de administración y los gastos generales.

Los costes relacionados con la comercialización y venta de la promoción, tales como: publicidad, vallas y letreros exteriores, anuncios en prensa, impresos, folletos, catálogos, ...pisos de muestra: decoración, acondicionamiento, montaje de oficinas de ventas en obra. Atención a clientes: personal especializado (comercial) en oficina de ventas, piso de muestra u oficina central, estructura de empresa suficiente para realizar la gestión y los documentos necesarios para la compra-venta, entrega de llaves y formación comunidad de propietarios. Dichos servicios pueden estar integrados en la empresa Promotora, o ser encargado a una organización inmobiliaria externa, previa contratación de los mismos por un porcentaje tipo sobre el valor de las ventas. Aproximadamente entre el 3 y 5%, dependiendo de los servicios comprendidos (Llinares, 2000).

➤ *Costes financieros*

Se consideraran todos aquellos costes generados por la política financiera de la empresa y debidos por la financiación externa. Entre ellos: intereses de hipoteca, gastos de formalización y pólizas de crédito, intereses renovación efectos bancarios (proveedores), gastos compra efectos bancarios, etc.

1.2- Previsión de ingresos por ventas

➤ *Criterio de Medición*

Viviendas: se utilizaran los m² construidos especificados como propiedad en la declaración de obra nueva, incluyendo las terrazas cubiertas, sin contemplar la parte proporcional de superficie de las zonas comunes. Este es el criterio más extendido en el mercado inmobiliario de compra-venta (Sabater, 2009).

Locales comerciales: se utilizarán los m² construidos, especificando los correspondientes a planta baja, sótanos, etc.

➤ *Criterio de Valoración*

Viviendas: Es aconsejable establecer un listado provisional inicial, otorgando una primera valoración a los distintos departamentos en venta, en el que se tendrá en cuenta los siguientes factores, comunes a la demanda en general.

Corrección de precio por altura (plantas bajas - plantas altas).

Corrección de precio por situación en altura.

Una vez completada la lista de precios provisional, calcular el precio m² construido, en venta, promedio, que servirá de base para la valoración del Estudio de Promoción.

Locales comerciales: se tendrán en cuenta el estudio de mercado. El precio además dependerá del total de m² construidos. El precio será normalmente inversamente proporcional al número de m². Se tendrá en cuenta los metros de fachada, accesos, etc. y su posible subdivisión. Evidentemente el precio m² de planta baja, será muy diferente, del otorgado a sótanos o bajo cubierta.

Aparcamiento: dependerá de los siguientes factores:

- Precio de la plaza en la zona dependiendo del Estudio de mercado.
- Dimensiones y facilidad de maniobra del garaje.
- Inclusión de trastero o espacio alternativo.

Una vez obtenidos los valores de mercado se deberá analizar los precios promedio de las muestras del estudio de mercado, para comprobar que son coherentes con los obtenidos en el análisis de viabilidad. Ya con resultados de ingresos y los gastos, se obtendrá el beneficio de la promoción, el cual lógicamente es el resultado de la diferencia (*Sabater, 2009*).

2. Previsión de tesorería o “Cash-flow”

Como indican Sabater (*Sabater, 2009*) y Llinares (*Llinares, 2000*), el “Cash-Flow” informa del saldo de tesorería al final del periodo de la promoción, para poder conocer si se dispondrá de liquidez. Para ello se debe disponer de la información de cobros y pagos que se deberán realizar a lo largo de la vida de la promoción para que, partiendo de la tesorería inicial, se pueda conocer la tesorería final. A cada uno de estos cobros y pagos se les ha de asignar un espacio en el tiempo, por lo que se debe realizar una planificación temporal. La planificación temporal determinará las etapas de desarrollo de la promoción, con la fijación estimativa de fechas previas, para así poder establecer un control temporal de cumplimiento de objetivos, conocer el momento en el que se encuentra la promoción.

- Planificación de Adquisición del Solar: en la planificación temporal la presencia de la adquisición del solar se realiza en el primer momento en el cual la Propiedad/Promotor hace entrega de una parte o totalidad del precio del solar.

- Planificación de la Fase de Gestión: una vez realizada la adquisición del solar, se inician una serie de actividades que se deberán dirigir, estas fases son denominadas fase de gestión, y que son: realización del proyecto básico, tramitación de licencia de obras y realización del proyecto de ejecución, concesión de la licencia de obras. Todas estas actividades no son independientes, y su ejecución es consecuencia de las anteriores. Así una vez determinados su espacio en el tiempo se puede rellenar los datos de las filas: honorarios de proyecto, licencia de obras, etc.

- Planificación de la Fase de Construcción: la fecha de inicio a partir de la concesión de Licencia, y la realización del proyecto de ejecución. En el estudio económico en la fase de construcción se debe destacar la tipología de obra a construir, clasificada como: viviendas, locales, garajes, trasteros, determinando a cada tipología el precio en euros/m² construido. Para estimar el coste de construcción podrá determinándolo a través de la experiencia, los conocimientos del mercado de la construcción y de la propia tipología de la obra a construir, y a falta de datos, puede servirse del valor de la construcción que periódicamente publica el Ministerio de Economía y Hacienda, los

publicados por los Colegios de Arquitectos, así como en diversas revistas especializadas. Los costes de la construcción dependen de la propia tipología de la construcción de la promoción inmobiliaria a realizar, así como de la calidad de los materiales empleados en la misma y del lugar donde se ubica la promoción. El ritmo de ejecución de la obra depende de diferentes variables tales como: situación de la obra, cantidad de recursos, medios mecánicos, etc. Una vez planificadas temporalmente las actividades representativas de la construcción de la promoción, se precede a su valoración total y su división por certificaciones mensuales. Para poder calcular el total de pagos previstos con periodicidad mensual.

- Hipótesis de ventas: partiendo de los datos reflejados en el estudio de mercado, referente al ritmo de ventas previsible, según la zona y promociones inmobiliarias en curso, la Propiedad/Promotor determina la política de ventas a seguir, decidiendo la fecha de inicio de las mismas, así como sus condiciones de pago. Establecida la hipótesis de ventas y las condiciones de pago, se introducen los datos de valoración correspondiente en el planning económico, colocando para una mejor claridad los importes por separado, ya sean viviendas, garajes o locales. Una vez comprobados que sus importes coinciden con los cálculos previos del Estudio Simple Económico, se calculará la tesorería.

3. Análisis de la rentabilidad de la inversión

Las medidas utilizadas para calcular la rentabilidad, son las siguientes:

- Medidas estáticas: derivada de los costes, gastos, ingresos y beneficios reflejados en el Estudio Económico del proyecto:
 - REI (Rentabilidad estática sobre la Inversión).
 - RRP (Rentabilidad de los Recursos Propios), conocidos también como ROE.
 - MgV (Margen sobre ventas).
 - Repercusión del suelo sobre las ventas.
 - Repercusión del suelo.
- Medidas dinámicas: que tienen en cuenta el calendario de cobros y pagos recogidos en el cash-flow.
 - Entre los métodos más utilizados para el análisis de rentabilidad dinámica podemos señalar: Valor Actual Neto (VAN), que consiste en

actualizar los flujos netos de caja a una determinada tasa de descuento K ; para los flujos de caja no se deben considerar los intereses que genera la financiación, por lo que la solución es suponer que no existe financiación hipotecaria para el solar, y que la hipoteca a la construcción se cobra en su totalidad (la parte del promotor más la del comprador) en el momento de entrega de la promoción.

Como tasa de descuento se recomienda utilizar el coste de capital de la empresa, que se calcula ponderando los costes de los recursos propios y ajenos utilizados por la empresa, con lo cual el VAN, que es una medida de rentabilidad total, una cifra, tendrá sentido económico al representar el exceso de recursos que genera el proyecto, una vez devueltos y remunerados los fondos propios y ajenos utilizados. Tasa Interna de rentabilidad o tasa interna de retorno (TIR), es el máximo coste de capital que se puede pagar, es decir el valor de K que hace el $VAN=0$. Los métodos dinámicos o financieros tienen en consideración los flujos derivados de la promoción inmobiliaria (no el beneficio ni el coste total) a lo largo del tiempo así como el valor temporal del dinero por medio de la asignación de coste a los recursos invertidos tanto si son recursos propios como si son recursos ajenos (*Sabater, 2009*).

Una vez estudiada la situación socio-económica, la oferta y la demanda existente, realizado el estudio jurídico y legal-urbanístico del terreno objeto de estudio, haber definido el producto inmobiliario y, por último, haber hecho el estudio económico, se llegará a una conclusión, si esta es desfavorable se abandonará el estudio, en caso contrario e procede a realizar el contrato pertinente para adquirir la propiedad de la finca o el solar. A su vez es necesario realizar el estudio financiero, que entidad será la que financiará la operación, modalidades de financiación, etc.

ESTUDIO FINANCIERO

Una vez que se haya decidido quién va a financiar la promoción, la primera actuación que realizan las entidades financieras ante la solicitud de financiación es ordenar la tasación del proyecto de la promoción que se quiere realizar. La tasación proporcionará el importe de la edificación total, y un importe para cada uno de los componentes que lo integran (*Sabater, 2009*).

1. Necesidades de financiación

Para ello se deberán estudiar:

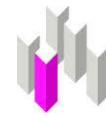
- Gastos fijos de estructura.
- Introducción en el mercado.
- Mayor rentabilidad.
- Cubrir el punto muerto.
- Control de gastos fijos.
- Coste de capital y coste de la deuda.
- Lograr mayor beneficio neto.

2. Financiación aplicada a la promoción

Se debe realizar un análisis de la fórmula más adecuada y de los medios para obtener los recursos financieros suficientes para poder llevarla a cabo, estos pueden ser a corto plazo o a largo plazo.

A corto plazo:

- Financiación espontánea: crédito comercial, anticipo clientes.
- Descuentos de efectos bancarios: descuentos de efectos bancarios a cobrar de ventas realizadas a crédito, aplazamiento de efectos comerciales a pagar de las compras efectuadas a los proveedores.
- Pólizas de Crédito: se amortizan en el plazo máximo de 1 año, los intereses se abonan mensual o bimestralmente según el tipo establecido



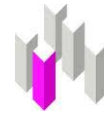
y las cantidades dispuestas en cada momento, se suelen utilizar para cubrir crestas de tesorería.

A largo plazo:

- Créditos a medio y a largo plazo.
- Hipoteca Inmobiliaria: la entidad financiera solicitará las oportunas garantías o avales, concedida sobre la debida afectación en el Registro de la Propiedad Inmobiliaria.
- Durante el proceso de construcción, puede disponerse de un plazo de carencia, en el que sólo se abonan intereses pactados, iniciando más tarde la oportuna amortización.

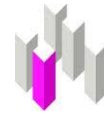
3. Negociación del pago del solar

Considerar las diferentes opciones de pago del solar en función de las necesidades y objetivos del propietario del solar y del inversor, para ello se debe establecer una estrategia para la negociación del pago del solar, entre ellas: el pago del solar con permuta mixta, pago del solar a través de permuta, pago fraccionado (sin hipoteca), permuta y apalancamiento, pago del solar fraccionado (con hipoteca), etc.



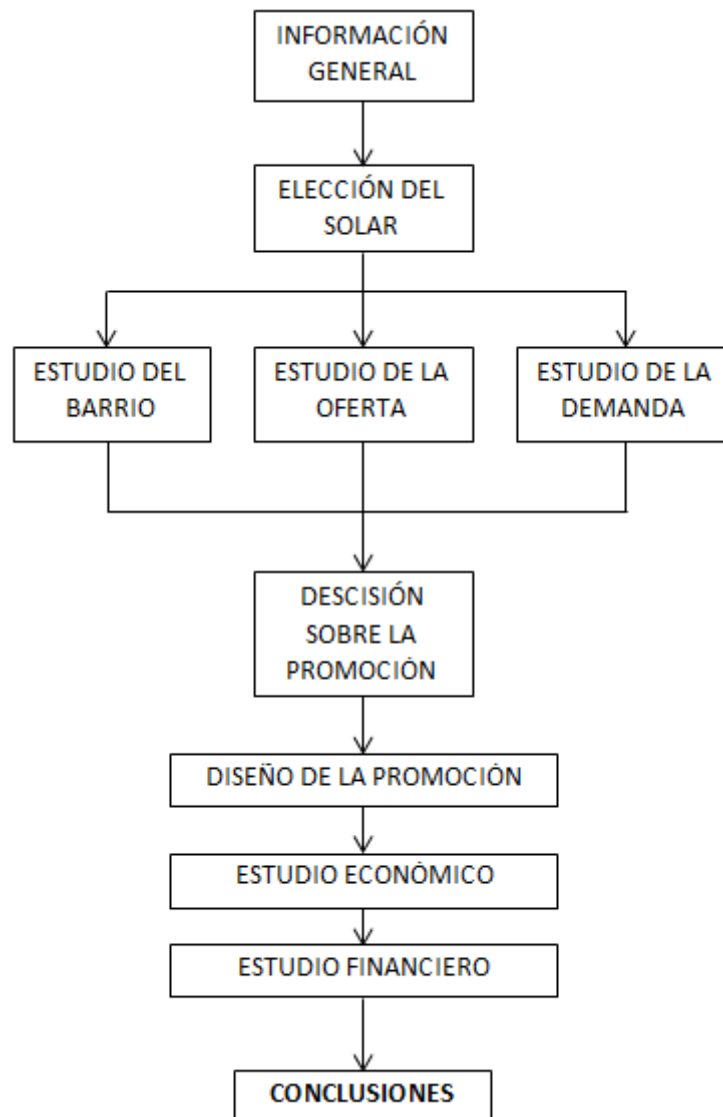


CAPÍTULO 4: METODOLOGÍA EMPLEADA



4.-METODOLOGÍA EMPLEADA.

El siguiente diagrama muestra las fases empleadas en el estudio realizado. Posteriormente se explica el procedimiento empleado de cada una de estas fases.



Fuente: Elaboración propia

“Figura 4.1: Fases de la metodología empleada.”

Para realizar el estudio de este proyecto en el distrito de Algirós, se estableció la siguiente metodología concreta que se desarrolla a continuación.



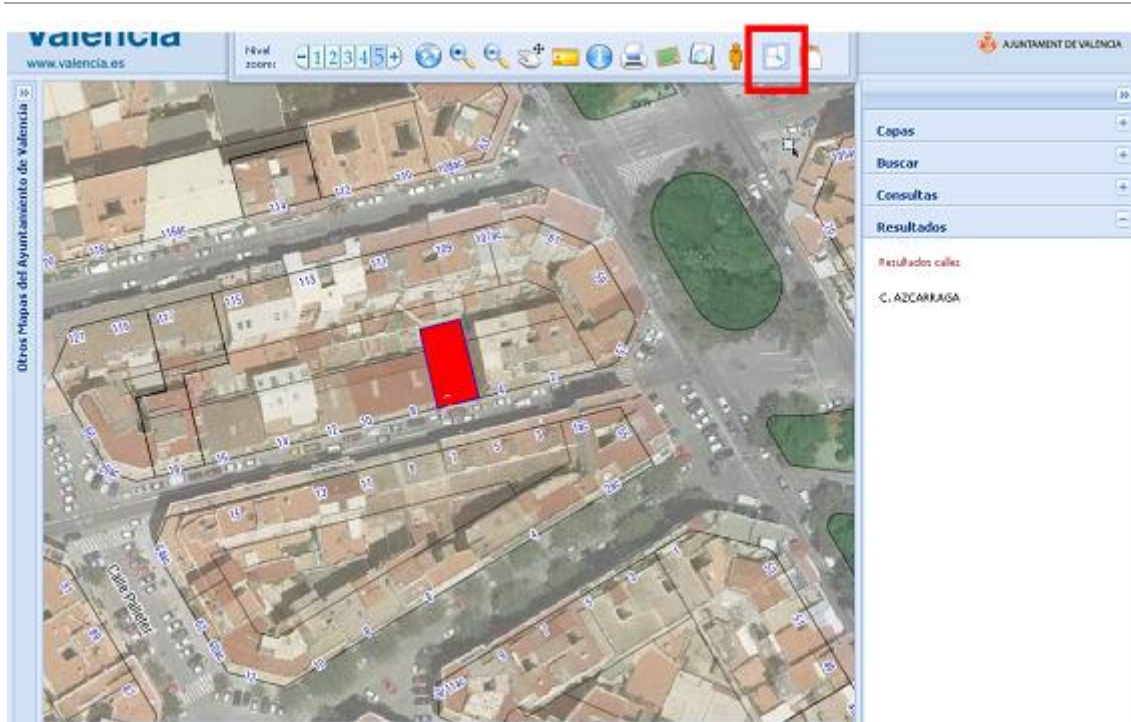
FASE 1: INFORMACIÓN GENERAL

En primer lugar se buscó dentro de cada barrio de este distrito información sobre sus calles, sus lindes, su ordenación urbanística, sus dotaciones y las características propias de cada zona. Así, se pretendió obtener una imagen general y la repercusión de una posible promoción inmobiliaria en el barrio. Se buscó información en la página web de urbanismo del ayuntamiento de Valencia “valencia.es/urbanismo”, en su Plan General de Ordenación Urbana, y se visualizó el barrio de forma general mediante las páginas web “google.es/maps”.

FASE 2: ELECCIÓN DEL SOLAR Y SU ESTUDIO.

Una vez realizada la primera fase anteriormente descrita, se hizo una visita in situ a cada uno de los barrios en busca de solares aptos para su edificación. Se tomaron anotaciones de las dotaciones y servicios que ofrecía cada zona, y se prestó atención a la búsqueda de carteles publicitarios de nuevas promociones inmobiliarias y venta de solares. A continuación, se realizó una búsqueda de la oferta de solares en el barrio a estudiar, y para ello se utilizaron las páginas web miparcela.com, milanuncios.com, habitat24.com, yaencontre.com, y otras páginas comerciales similares.

Tras no encontrarse resultados de solares en venta, se procedió a buscar nuevamente terrenos sin edificar con el programa “[google earth](http://google.com/earth)”. Sobre estos terrenos se consultaron las características urbanísticas en la página web de urbanismo de Valencia (nombrada anteriormente), en la sección de “[planeamiento y gestión/ información urbanística](#)”.



Fuente: www.valencia.es

“Figura 4.2: Consulta de características urbanísticas.”

Esta consulta nos permitió encontrar un único solar edificable, situado en Avenida Blasco Ibáñez, 137. Tras la visita a la parcela, no se observaron carteles ni referencia alguna sobre el propietario del solar.

Para averiguar la identidad del propietario de la finca se pidió una Nota Simple Informativa en el REGISTRO DE LA PROPIEDAD DE VALENCIA Nº6, situado en la calle Pintor Peyró, 12.

El propietario del solar era una empresa zaragozana de construcción y tras contactar telefónicamente, se mostraron reacios a ponerle un valor de venta al solar.

 **NOTA SIMPLE INFORMATIVA** K 3804165

Para información de consumidores se hace constar que la manifestación de los libros por esta Nota Simple Informativa se hace con los efectos que expresa el art. 312 de Reglamento Hipotecario, ya que sólo la Certificación acredita, en perjuicio de tercero, la libertad o gravamen de los bienes inscritos, según dispuso el art. 225 de la Ley Hipotecaria.

REGISTRO DE LA PROPIEDAD DE VALENCIA Nº 6
C/ PINTOR PEYRÓ, 12, VALENCIA
Teléfono: 96 389 78 06 Fax: 96 393 34 48
valencia6@registrodepropiedad.org

Fecha de Emisión: 15/03/2011
Solicitante: ESPINOSA NAVARRO, DAVID
NÚMERO DE FINCA REGISTRAL: 75321
IDUFTR: 46054000486328



DESCRIPCIÓN

URBANA: Solar en VALENCIA, AVENIDA VICENTE BLASCO IBAÑEZ
UNIDAD ACTUACION X
Superficie del solar/terreno: mil veinticuatro metros cuadrados;
Linda: por Norte y Este, con vial de servicio; por Sur, con la Avenida Blasco Ibáñez, y por Oeste, con la Plaza Actor Enrique Rambal

TITULARIDAD

CONSTRUCCIONES ANGEL PALLAS SL, con C.I.F. número B50685239, **EL PLENO DOMINIO DE UNA MITAD INDIVISA.**
- **TÍTULO:** reparcelación en escritura otorgada en Valencia el 1 de diciembre de 2.003, ante su Notario Alfonso Mulet Signes.- Inscripción 1ª, al folio 127, del tomo 2.549, libro 911, practicada con fecha 26 de marzo de 2.004.

DESARROLLO URBANO METROPOLITANO SA, con C.I.F. número A50031558, **EL PLENO DOMINIO DE UNA MITAD INDIVISA.**
- **TÍTULO:** reparcelación en escritura otorgada en Valencia el 1 de diciembre de 2.003, ante su Notario Alfonso Mulet Signes.- Inscripción 1ª, al folio 127, del tomo 2.549, libro 911, practicada con fecha 26 de marzo de 2.004.

CARGAS DE PROCEDENCIA: NO hay cargas registradas

CARGAS DE LA FINCA:

AFECCIÓN durante el plazo de siete años, otros, según nota al margen de la inscripción 1ª, extendida con fecha 26 de marzo de 2.004.

- **HIPOTECA** a favor de **BANCO SANTANDER SA** sobre toda la finca, para responder de **15.715.000 EUROS DE PRINCIPAL**; intereses ordinarios, que ascienden a 942.900 euros; intereses de demora, que ascienden a 2.200.100 euros; por 1.571.500 euros de costas.
- Interés inicial: 2,614 por ciento
- **VENCIMIENTO:** 13 de julio de 2.007
- Formalizada en escritura otorgada en Zaragoza el 13 de julio de 2.004 ante su Notario Jose Luis De Miguel Fernandez.
- Constituida con fecha 11 de agosto de 2.004, según consta en la inscripción 2ª, al folio 127, del tomo 2.549, libro 911.

ANOTACION PREVENTIVA DE SENTENCIA a favor de la entidad **PROLEVAN SL**, con C.I.F. B46078622, sobre toda la finca, **DE PRINCIPAL**; decretado en autos de Ejecución de Títulos Judiciales número 498/2006 tramitados en el Juzgado De Primera Instancia Número Seis de Valencia, ordenado en mandamiento de fecha ocho de Mayo del año dos mil seis; según consta en la **ANOTACIÓN LETRA B**, al folio 126, del tomo 2.549, libro 911, practicada con fecha 30 de Mayo de 2.006.

DESCRIPCIÓN DE LA DEMANDA: Anotación de Sentencia número 1129/2005, dictada el 27 de diciembre de 2.005, por el Juez de Primera Instancia número Seis de Valencia, en el procedimiento 791/2004, seguido por Prolevan SL contra Desarrollo Urbano Metropolitano S.A. y Construcciones Angel Pallas, S.L., por la que, entre otros pronunciamientos, se condenó a: "declarar resuelto el contrato de compraventa otorgado entre demandante y demandadas en fecha 15 de noviembre de 2.001, sobre la finca registral 74.386 del Registro de la Propiedad número 6 de Valencia, declarándose la procedencia de la inscripción registral de esta resolución y se ordene al Registrador de la Propiedad de Valencia número 6 la constancia de tal resolución y la inscripción del dominio de la entidad demandante Prolevan sobre el 53% de las referidas fincas registrales 75321 y 75322, todo ello con el otorgamiento, en su caso, de cualquier otra documentación que a tal finalidad fuere precisa." Asimismo, se condenó "a declarar disuelta la comunidad de propietarios entre la actora y las demandadas sobre la finca registral 75.321 del Registro de la Propiedad de Valencia número 6, adjudicándose a la entidad Prolevan S.L. la plena propiedad de la que se identifica como finca B, y, adjudicando a Damesa y Construcciones Angel Pallas, S.L. la plena propiedad de la que se identifica como finca A", según la conformación descrita en el fallo de la sentencia. Igualmente, se condenó "a declarar resuelto el contrato de compraventa entre la actora y las demandadas sobre la finca registral 75.322 del Registro de la Propiedad de Valencia número 6, y como quiera que la finca resulte esencialmente

Fuente: Registro de la Propiedad de Valencia.

"Figura 4.3: Nota Simple Informativa."

Seleccionado este solar como el definitivo para nuestro proyecto, se procedió a un estudio de sus circunstancias urbanísticas para obtener datos de edificabilidad y tipologías urbanísticas que se pueden desarrollar en él.

Fase 3. ESTUDIO EN PROFUNDIDAD DEL BARRIO.

Recopilación de la información, que para ello hemos elaborado en el taller una ficha con las características de cada barrio (Figura 4.4).

Esta ficha permitió recoger la información del tipo: la década aproximada de creación de la zona; accesos mediante avenida, ronda o autovía; características de las vías, si son aceras anchas ($\geq 1,2m$) o no; accesibilidad; cantidad de calzadas anchas (2-3 carriles); áreas peatonales; zonas de aparcamiento (O.R.A., públicos, privados, en calle); tipo de edificación si es unifamiliar, plurifamiliar y nº de plantas en altura; acabados fachada (cara vista, enfoscado, muro cortina...); transporte público (metro, autobús, taxis, tren, bicicletas), nº de líneas de autobús; comercio en cuanto a densidad por superficie (de lujo, de barrio, de inmigración, supermercados, existencia o no de centros comerciales); zona de ocio en cuanto a densidad por superficie (bares, restaurantes, pubs, discotecas, instalaciones deportivas); educación (nº de guarderías, de primaria pública, secundaria pública, colegios privados, institutos, universidades); zonas verdes en cuanto a densidad por superficie (parques infantiles, jardines abiertos y cerrados); nº de sucursales bancarias; salud (farmacias, hospitales, centros de salud, centros de día, residencia de 3º edad); cultura; zonas de negocios en cuanto a densidad por superficie (oficinas, naves industriales); otros.

Toda esta última información ha sido recogida a través de la oficina de estadística de la página web del Ayuntamiento de Valencia y mediante la visita in situ del barrio.

FICHA TIPO CARACTERÍSTICAS ZONA	
Identificación del Distrito	
DISTRITO	Nº y 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"/> 1990-2000	
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	
Zonas peatonales (o de tráfico limitado a vehículos de vecinos)	
<input type="checkbox"/> Ninguna <input type="checkbox"/> 1-2 <input type="checkbox"/> 3 o más	
Altimetría	
<input type="checkbox"/> Nada/Poca <input type="checkbox"/> Medio <input type="checkbox"/> Alto	
Zonas aparcamiento (densidad por superficie)	
Público	
<input type="checkbox"/> O.R.A. <input type="checkbox"/> Nada/poca <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta	
<input type="checkbox"/> Uso privado <input type="checkbox"/> Nada/poca <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta	
<input type="checkbox"/> Uso público <input type="checkbox"/> Nada/poca <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta	
<input type="checkbox"/> En calle <input type="checkbox"/> Nada/poca <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta	
Privado	
<input type="checkbox"/> Nada/poca <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta	
Edificio/etna	
<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"/> Píntegra	
Transporte público	
<input type="checkbox"/> Metro <input type="checkbox"/> Autobús <input type="checkbox"/> Taxi <input type="checkbox"/> Tren <input type="checkbox"/> Bicicletas	
Nº líneas autobús	
<input type="checkbox"/> Ninguna <input type="checkbox"/> 1-2 <input type="checkbox"/> 3 o más	
Comercio (densidad por superficie)	
<input type="checkbox"/> De lujo <input type="checkbox"/> Nada/poca <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta	
<input type="checkbox"/> De barrio <input type="checkbox"/> Nada/poca <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta	
<input type="checkbox"/> De inmigración <input type="checkbox"/> Nada/poca <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta	
<input type="checkbox"/> Supermercado <input type="checkbox"/> Nada/poca <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta	
Centro Comercial	
<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	
Zonas ocio (densidad por superficie)	
<input type="checkbox"/> Bares <input type="checkbox"/> Nada/poca <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta	
<input type="checkbox"/> Restaurantes <input type="checkbox"/> Nada/poca <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta	
<input type="checkbox"/> Pubs <input type="checkbox"/> Nada/poca <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta	
<input type="checkbox"/> Discotecas <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	
<input type="checkbox"/> Instal. deportivas <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	
Edificación (etna)	
<input type="checkbox"/> Cuadriles <input type="checkbox"/> ---	
<input type="checkbox"/> Promesa pública <input type="checkbox"/> ---	
<input type="checkbox"/> Secundaria pública <input type="checkbox"/> ---	
<input type="checkbox"/> Colegios privados <input type="checkbox"/> ---	
<input type="checkbox"/> Institutos <input type="checkbox"/> ---	
<input type="checkbox"/> Universidades <input type="checkbox"/> ---	
Zonas verdes (densidad por superficie)	
<input type="checkbox"/> Parques infantiles <input type="checkbox"/> Nada/poca <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta	
<input type="checkbox"/> Jardines abiertos <input type="checkbox"/> Nada/poca <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta	
<input type="checkbox"/> Jardines cerrados <input type="checkbox"/> Nada/poca <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta	
Sucursales bancarias	
<input type="checkbox"/> 0 o ninguna <input type="checkbox"/> 1-5 <input type="checkbox"/> más de 5	
Salud	
<input type="checkbox"/> Farmacias <input type="checkbox"/> Centro de salud <input type="checkbox"/> Hospitales <input type="checkbox"/> Centros día <input type="checkbox"/> Residencia 3º edad	
Cultura	
<input type="checkbox"/> Bibliotecas <input type="checkbox"/> Museos <input type="checkbox"/> Casas <input type="checkbox"/> Teatros <input type="checkbox"/> Monumentos Históricos	
Zonas de negocios (densidad por superficie)	
<input type="checkbox"/> Oficinas <input type="checkbox"/> Nada/poca <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta	
<input type="checkbox"/> Naves industriales <input type="checkbox"/> Nada/poca <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta	
Otros	
<input type="checkbox"/> Comercio de policía <input type="checkbox"/> Bomberos <input type="checkbox"/> Cameraman <input type="checkbox"/> Playa	
<input type="checkbox"/> Solares en oferta <input type="checkbox"/> Zona multicultural	
Tasa media de la población	
<input type="checkbox"/> --- por	
Inmigración	
<input type="checkbox"/> --- %	
Crecimiento poblacional de la zona	
<input type="checkbox"/> --- %	
Contraintegración estructural	
<input type="checkbox"/> Nada/poca <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta	
Turismo	
<input type="checkbox"/> Nada/poca <input type="checkbox"/> Medio <input type="checkbox"/> Alto	
Resultados de la actividad económica	
<input type="checkbox"/> Bajo <input type="checkbox"/> Medio <input type="checkbox"/> Alto	
Tipo de vivienda (porcentaje)	
<input type="checkbox"/> V.P. Q. V.P.2 (densidad de obra o primera ocupación) <input type="checkbox"/> --- viviendas	
OBSERVACIONES	

Fuente: elaboración de forma conjunta por los alumnos del Taller 30. ETSIE. UPV

“Figura 4.4: Ficha tipo Características de la zona.”

FASE 4. ESTUDIO Y ANÁLISIS DE LA OFERTA.

En esta fase se realiza un estudio exhaustivo de las ofertas inmobiliarias de nueva construcción existentes en la zona, para así hacernos una idea sobre las características, calidades y precios que van a entrar en competencia con nuestra promoción. Para ello hemos seguido los siguientes pasos:

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

Al no encontrar resultado alguno de viviendas de obra nueva en la zona, nos vimos obligados a repetir el procedimiento anterior con viviendas de segunda mano.

Dada la gran cantidad de oferta de viviendas de segunda mano en la zona, procedimos a seleccionar las viviendas que se encuentren en parcelas de características similares (ubicación en una avenida principal, mismas características urbanísticas, etc.).

Una vez elegidas dichas viviendas se procedió a clasificarlas según la antigüedad, para así hacernos una idea de la evolución que han sufrido las características.

Tras esta clasificación de viviendas se realizó una tabla de homogenización de características en función del tiempo para así intentar sacar un criterio de precio para nuestra promoción.

FASE 5. ESTUDIO Y ANÁLISIS DE LA DEMANDA.

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

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

ENCUESTA DE DEMANDA UPV
(TALLER 30)

FICHA TIPO CARACTERÍSTICAS DEMANDA (Otra nueva)					
Identificación del Distrito					
DISTRITO:	ALGIRÓS	Nº13	BARRIO:		
Datos de identificación					
Género: Hombre <input type="checkbox"/> Mujer <input type="checkbox"/>					
Edad: entre 20 - 30 <input type="checkbox"/> entre 30 - 40 <input type="checkbox"/> entre 40 - 50 <input type="checkbox"/> entre 50 - 60 <input type="checkbox"/> más de 60 <input type="checkbox"/>					
Profesión: _____					
Estado civil: _____					
Nº miembros de la unidad familiar: _____					
¿Vives en esta zona? Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>					
Motivo por el que vives en esta zona (familiar, trabajo...): _____					
Percepción del barrio					
	A	B	C	D	E
	Indiferente al propietario	En desarrollo	Malito	De sobra	Indiferente de calidad
Me parece un barrio emblemático, único	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Me parece un barrio multicultural, con inmigrantes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Me parece un barrio con grandes espacios y accesos, bien ordenado urbanísticamente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Me parece un barrio en expansión, con proyección de futuro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Me parece un barrio juvenil y dinámico	<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"	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Me parece un barrio con tráfico y ruido	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Me parece un barrio bien comunicado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Me parece un barrio comercial, de negocios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Me parece un barrio con buenos equipamientos (servicios deportivos, áreas peatonales)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En términos generales, y suponiendo que encontrara la vivienda que se ajustara a mis necesidades, elegiría esta zona para residir	<input type="checkbox"/>	<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	<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 que 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 (por ejemplo, 60%- 40%)					
Zona _____ %			Vivienda _____ %		

ENCUESTA DE DEMANDA UPV
(TALLER 30)

Tipología deseada ¿Que 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"/> Si	<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Indiferente
Galería	<input type="checkbox"/> Si	<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Indiferente
Altura	_____	Ático <input type="checkbox"/> Si	<input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Indiferente
Orientación	_____	<input type="checkbox"/> Indiferente	
Entrada por vía ancha	<input type="checkbox"/> Si	<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Indiferente
Garaje	<input type="checkbox"/> Si	<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Indiferente
Trastero	<input type="checkbox"/> Si	<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Indiferente
Dotaciones comunes			
Club Social	<input type="checkbox"/> Si	<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Indiferente
Jardín	<input type="checkbox"/> Si	<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Indiferente
Piscina	<input type="checkbox"/> Si	<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Indiferente
Instalaciones deportivas	<input type="checkbox"/> Si	<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Indiferente
Preferencias en Calidades de Construcción			
Fachada	<input type="checkbox"/> Cara vista	<input type="checkbox"/> Enfoscado	<input type="checkbox"/> Indiferente
Carpintería exterior	<input type="checkbox"/> PVC	<input type="checkbox"/> Aluminio	<input type="checkbox"/> Madera <input type="checkbox"/> Indiferente
Pavimento zaguán	<input type="checkbox"/> Gres	<input type="checkbox"/> Granito	<input type="checkbox"/> Mármol <input type="checkbox"/> Indiferente
Tipo de tabiquería	<input type="checkbox"/> Ladrillo	<input type="checkbox"/> Pladur	<input type="checkbox"/> Indiferente
Pavimento vivienda	<input type="checkbox"/> Gres	<input type="checkbox"/> Granito	<input type="checkbox"/> Mármol <input type="checkbox"/> Indiferente
Revestimiento cocina/baños	<input type="checkbox"/> Gres	<input type="checkbox"/> Porcelánico	<input type="checkbox"/> Mármol <input type="checkbox"/> Indiferente
Pavimento cocina/baños	<input type="checkbox"/> Gres	<input type="checkbox"/> Porcelánico	<input type="checkbox"/> Mármol <input type="checkbox"/> Indiferente
Carpintería interior	<input type="checkbox"/> Contrachapado	<input type="checkbox"/> Maciza	<input type="checkbox"/> Indiferente
Mobiliario de cocina	<input type="checkbox"/> Si	<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Indiferente
Armarios empotrados	<input type="checkbox"/> Si	<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Indiferente
Calefacción	<input type="checkbox"/> Si	<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Indiferente
Aire Acondicionado	<input type="checkbox"/> Preinstalación	<input type="checkbox"/> Instalación	<input type="checkbox"/> Indiferente

ENCUESTA DE DEMANDA UPV
(TALLER 30)

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una vivienda de 1 habitación en esta zona?	
<input type="checkbox"/> menos de 120.000€	<input type="checkbox"/> 120.000-150.000€ <input type="checkbox"/> 150.000-180.000€ <input type="checkbox"/> 180.000-210.000€
<input type="checkbox"/> 210.000-240.000€	<input type="checkbox"/> más de 240.000€
¿Y de 2 habitaciones?	
<input type="checkbox"/> menos de 150.000€	<input type="checkbox"/> 150.000-180.000€ <input type="checkbox"/> 180.000-210.000€ <input type="checkbox"/> 210.000-240.000€
<input type="checkbox"/> 240.000-270.000€	<input type="checkbox"/> 270.000-300.000€ <input type="checkbox"/> más de 300.000€
¿Y de 3 habitaciones?	
<input type="checkbox"/> menos de 180.000€	<input type="checkbox"/> 180.000-210.000€ <input type="checkbox"/> 210.000-240.000€ <input type="checkbox"/> 240.000-270.000€
<input type="checkbox"/> 270.000-300.000€	<input type="checkbox"/> 300.000-330.000€ <input type="checkbox"/> 330.000-360.000€ <input type="checkbox"/> más de 360.000€
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un ático en esta zona? _____	
¿Qué incremento de precio estaría dispuesto a pagar por tener instalaciones comunes (piscina, instalaciones deportivas...)? _____ euros.	
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un garaje en esta zona? _____	
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un trastero en esta zona? _____	
En general, estaría dispuesto a pagar un incremento de precio en la vivienda por _____	
OBSERVACIONES	

Fuente: elaboración de forma conjunta por los alumnos del Taller 30. ETSIE. UPV

“Figura 4.4: Ficha tipo Características de la zona.”

Esta ficha permitió reunir todo tipo de información en relación a: primero que nada identificación del distrito y del barrio, luego datos anónimos de

identificación del encuestado (edad, género, profesión, nº de miembros de la unidad familiar,...), más tarde una pequeña percepción del barrio (si le parece un barrio emblemático, único, multicultural, con tráfico, juvenil y dinámico,...); importancia en la compra vivienda-barrio; tipología deseada; producto deseado (m², nº habitaciones, garaje, trastero, orientación,...); dotaciones comunes (club social, piscina,...); preferencias en calidades de construcción (tipo fachada, carpintería interior y exterior, pavimentos, revestimientos, mobiliario de cocina, armarios empotrados, calefacción y aire acondicionado); y por último lo que estaría dispuesto a pagar por una vivienda de 1, de 2, de 3 habitaciones, de un ático, de un garaje y de un trastero.

En segundo lugar se procedió a realizar las encuestas. Se realizaron un total de cincuenta en todo el distrito. La recogida de información se realizó de forma personal por los distintos barrios del distrito de Algirós.

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

FASE 6. DECISIONES SOBRE LA PROMOCIÓN

Una vez realizado todo el estudio y análisis de la oferta y la demanda se procedió a:

1. Identificar el producto más adecuado, que reúna todas las características obtenidas anteriormente.
2. Determinar el precio más adecuado de venta, en función de la competencia.

FASE 7: DISEÑO DE LA PROMOCIÓN.

Mediante la información de las fichas urbanísticas obtenidas en la Fase 2 se analizaron las condiciones urbanísticas del suelo y apoyándonos en los datos arrojados en el “estudio de mercado” realizado (fases 3-5), se diseñó la promoción inmobiliaria.

Para el diseño de la promoción se tuvo que determinar el destino de la promoción, la tipología edificatoria, la solución a realizar en Planta Baja, la capacidad de los aparcamientos, el diseño de las viviendas, y los precios.

FASE 8: ESTUDIO ECONÓMICO

Una vez diseñada la promoción, en esta fase, se estudió la viabilidad de la misma realizando una previsión de los costes e ingresos. Para estos cálculos se siguió mediante una hoja de cálculo el estudio de posibles pérdidas y ganancias de la promoción siguiendo el esquema mencionado en el “Capítulo III: Revisión teórica”. A continuación se comentan de forma detallada las fuentes de las que se ha obtenido la información.

ESTUDIO ECONÓMICO

-Previsión de costes de la promoción:

- Coste del solar
- Coste de construcción
- Honorarios facultativos
- Gastos Legales(gastos de seguros e impuestos + gastos de licencias y autorizaciones)
- Costes de gestión y comercialización
- Costes financieros

-Previsión de ingresos por ventas.

-Previsión de tesorería o “Cash-flow”

A continuación se desarrolla cada uno de los puntos explicando la metodología para el cálculo de los resultados:

-PREVISIÓN DE COSTES DE LA PROMOCIÓN

- **COSTE DEL SOLAR:** se calcularon todos aquellos costes generados por la adquisición del solar y que se presentan a continuación.
 - **Precio del solar:** en primer lugar se opta por coger el importe de la carga hipotecaria que aparece en la Nota Simple Informativa.
 - **Gastos documentales:** se calcularon los gastos que conlleva la documentación en escritura pública y la posterior inscripción en el Registro de la Propiedad. Para esto, se calcularon los honorarios de Notario y Registrador de la propiedad según el siguiente texto extraído de la ley tomando como base imponible el precio del solar:

<p>Anexo I. Arancel de los notarios</p> <p>Número 2. Documentos de cuantía.</p> <p>1. Por los instrumentos de cuantía se percibirán los derechos que resulten de aplicar al valor de los bienes objeto del negocio documentado la siguiente escala:</p> <ul style="list-style-type: none">a. Cuando el valor no exceda de 6.010,12 euros: 90,151816 euros.b. Por el exceso comprendido entre 6.010,13 y 30.050,61 euros: 4,5 por mil.c. Por el exceso comprendido entre 30.050,62 y 60.101,21 euros: 1,50 por mil.d. Por el exceso comprendido entre 60.101,22 y 150.253,03 euros: 1 por mil.e. Por el exceso comprendido entre 150.253,04 y 601.012,10 euros: 0,5 por mil.f. Por lo que excede de 601.012,10 euros hasta 6.010.121,04 euros: 0,3 por mil. <p>Por lo que excede de 6.010.121,04 euros el Notario percibirá la cantidad que libremente acuerde con las partes otorgantes.</p> <p style="text-align: center;">Anexo I. Arancel de los registradores de la propiedad.</p> <p>Número 2. Inscripciones.</p> <p>1. Por la inscripción, anotación o cancelación de cada finca o derecho, se percibirán las cantidades que fijan las siguientes escalas:</p> <ul style="list-style-type: none">a. Si el valor de la finca o derecho no excede de 6.010,12 euros 24,040484 euros.b. Por el exceso comprendido entre 6.010,13 y 30.050,61 euros, 1,75 por 1.000.c. Por el exceso comprendido entre 30.050,62 y 60.101,21 euros, 1,25 por 1.000.d. Por el exceso comprendido entre 60.101,22 y 150.253,03 euros, 0,75 por 1.000.e. Por el exceso comprendido entre 150.253,04 y 601.012,10 euros, 0,30 por 1.000.f. Por el valor que exceda de 601.012,10 euros 0,20 por 1.000. <p>En todo caso, el arancel global aplicable regulado en el número 2 del arancel no podrá superarlos 2.181,673939 euros.</p>

Fuente: RD 1426/1989 y RD 1427/1989, de 17 de noviembre, ambos convertidos a euros por la Instrucción de 14 de diciembre de 2001, y RD-Ley 6/2000, de 23 de junio.

“Figura 4.5: Cálculo de honorarios de Notarios y Registradores de la Propiedad.”

Se aplicó una deducción del 5% de los honorarios de Notarios y Registradores de la Propiedad aprobado por el RD Ley 8/2010 de 20 de mayo, como medida extraordinaria para la reducción del déficit público.

En cuanto a las repercusiones fiscales se tuvo en cuenta el pago del IVA para este tipo de operaciones según la Ley 37/1992 de 28 de diciembre (18% vigente en 2011) y de una retención del 15% al tratarse de servicios prestados por profesionales independientes.

- **Impuestos:** tomando como base imponible el precio del solar se calcularon los impuestos generados por la operación de compra venta, teniendo en cuenta que existe una transmisión de un bien entre dos empresas. Por lo tanto, se calculó el 18% de IVA por existir la transmisión del bien, y el 1% de AJD por inscribir en escritura pública (RD legislativo 1/1993 de 24 de septiembre por el que se aprueba el TR de la Ley del ITP y AJD, los artículos 90 y 91 del Reglamento aprobado por el RD 3494/1981 de 29 de diciembre sobre Honorarios de Liquidación y el RD 828/1995 de 29 de mayo por el que se aprueba el documento).
- **Otros gastos:** se tuvieron en cuenta otros costes generados como actividades previas a la construcción, estimándose precios de levantamiento topográfico y estudio geotécnico, el IVA generado por ambos, y la petición al ayuntamiento de la cédula de calificación urbanística que establece el ayuntamiento de Valencia en su “Ordenanza fiscal relativa a las tasas por prestación de los servicios relativos a las actuaciones urbanísticas”.

Una vez calculados los costes generados por el solar, se calcularon los costes estimados de obra y los costes de urbanización interior.

- **COSTE DE CONSTRUCCIÓN:** diseñada la promoción se estimó el coste de la ejecución de ésta. Una vez obtenidos los costes, se distribuyeron los gastos durante los meses de construcción según un ritmo tipo que figura en el apartado “5.2.C- ESTUDIO DE COSTES”. También se calculó una retención en concepto de garantía de un 5% de cada certificación mensual y un IVA de los costes de obra del 8% según la Ley de

Presupuestos Generales del Estado para 2010, con aplicación desde 1 de julio de 2010)

- **Coste de la obra:** Se estimó el PEC de la obra a partir de los estudios de mercado sobre los valores del suelo y de la construcción que realiza de forma periódica el Ministerio de Economía y Hacienda. Estos estudios, estiman costes mediante módulos básicos de construcción, y estos valores recogen los costes de ejecución material en función de la calidad, estableciendo 7 categorías tipo (la categoría cuatro es equivalente a viviendas de protección oficial). La siguiente tabla muestra los módulos básicos de construcción ($\text{€}/\text{m}^2$) publicados el año 2008.

MBC	Valor de Construcción ($\text{€}/\text{m}^2$)
MBC-1	700
MBC-2	650
MBC-3	600
MBC-4	550
MBC-5	500
MBC-6	450
MBC-7	400

Fuente: Circular de la Dirección General del Catastro 1/04/08.

“Figura 4.6: Valor de los Módulos Básicos de Construcción.”

Elegido el módulo correspondiente, se actualizaron los datos mediante el valor de actualización del año 2011 publicado por el Ministerio De Economía y Hacienda.

Como las tipologías diseñadas diferían de la “tipología tipo” se aplicaron al MBC escogido coeficientes que por uso, clase, modalidad y categoría se ajustaban a nuestra promoción. Estos coeficientes venían dados según la tabla “Cuadro de relaciones de las distintas tipologías constructivas” recogida en el RD 1020/1993, del 25 de junio.

Una vez calculado el MBC con sus respectivas actualizaciones y coeficientes, se calculó el PEC de la promoción, como sumatorio de los costes de viviendas, garajes, locales y trasteros. Cada uno de estos costes se obtuvo como el resultado del producto entre el

módulo de construcción de cada tipología, la superficie construida y el número de unidades.

Para la obtención del PEM para posteriores cálculos, se estimó este como el 80% del PEC.

- **Urbanización interior:** se tuvo en cuenta la posibilidad que las parcelas necesitasen de urbanización, en este caso no era de aplicación ya que los solares estaban consolidados en zonas urbanas y las obras de urbanización ya estaban realizadas.
- **HONORARIOS FACULTATIVOS:** se calcularon de manera orientativa los honorarios facultativos de Arquitecto, Ingeniero de telecomunicaciones e Ingeniero de la Edificación, basándose en las tarifas propuestas por los Colegios Profesionales. Se tuvo en cuenta el pago del IVA para este tipo de operaciones según la Ley 37/1992 de 28 de diciembre (18% vigente en 2011) y de una retención del 15% al tratarse de servicios prestados por profesionales independientes.
 - **Arquitecto:** Se calcularon los honorarios del arquitecto por la redacción del proyecto básico, el proyecto de ejecución, la dirección de obra y la liquidación final, según la siguiente fórmula proporcionada por el Colegio Profesional.

$$H = S \times M \times (F1 \times F2 \times F3 \times \dots \times Fi)$$

S = superficie de cada uso distinto en m²

M = Importe de honorarios base (según tablas)

Fi = coeficientes correctores (según tablas)

- **Ingeniero de telecomunicaciones:** se estimaron los honorarios del ingeniero de telecomunicaciones por la redacción del proyecto y la dirección de obra ajustándose de la siguiente tabla proporcionada por el Colegio Profesional y dependiendo del número de viviendas de la promoción.

Número de viviendas de la promoción	Honorarios (€)	
	Redacción del proyecto	Dirección de obra y certificado
N < 100	402,68+18,03 x N	402,68+12,02xN
N > 100	402,68+16,23 x N	402,68+12,02xN

Fuente: Manual de Gestión Inmobiliaria, Caparrós, A.

“Figura 4.7: Tabla orientativa de cálculo de honorario de ingenieros de telecomunicaciones.”

- **Arquitecto técnico:** en cuanto a los honorarios del arquitecto técnico se estimó el 30% de los honorarios facultativos del arquitecto en concepto de la dirección de ejecución de la obra, la redacción del programa del control de calidad como el 20% de la dirección de la ejecución, y el encargo de las actuaciones en materia de seguridad y salud según la siguiente fórmula. Las tarifas que se detallan a continuación son una aproximación de lo publicado por el Colegio Profesional de Ingenieros de la Edificación de Valencia.

$$H = S \times M \times P \times C_A$$

S = superficie construida en m²

M = importe base de honorarios (según tabla del Colegio)

P = coeficiente de ponderación (según tabla del Colegio)

CA = coeficiente de actualización en función del IPC

- **GASTOS LEGALES:** corresponde con los gastos de los subapartados 5.2.C.4 y 5.3.C.5.
 - **Licencias:** Se obtuvieron los costes de licencia de obra y licencia de primera ocupación.

Para la Licencia de obras, se calculó el abono de la tasa correspondiente y el Impuesto sobre Construcciones, Instalaciones y Obras (ICIO). El importe de la tasas varía según Ordenanza del Ayuntamiento de Valencia en función del PEM utilizando la siguiente tabla.

B.- TARIFAS (*)

1) 1. a) Licencias de nueva planta, reformas, rehabilitaciones y, en general, las que no tengan epígrafe específico en este Anexo-Tarifa: según Presupuesto de Ejecución de la Obra (PEM):

Presupuesto	Tarifa / Euros
- Hasta 6.010,12 de euros	131,23
- Mayor de 6.010,12 y hasta 30.050,61 euros	236,14
- Mayor de 30.050,61 y hasta 60.101,21 euros	699,75
- Mayor de 60.101,21 y hasta 150.253,03 euros	1.526,48
- Mayor de 150.253,03 y hasta 300.506,05 euros	3.498,47
- Mayor de 300.506,05 y hasta 601.012,10 euros	7.434,26
- Mayor de 601.012,10 euros, se abonará 9.358,38 euros, más el importe resultante de multiplicar por 8,99 el exceso sobre 601.012,10 euros, considerando fracciones de 6.010,12 euros.	

Fuente: Ordenanza del Ayuntamiento de Valencia.

“Figura 4.8: Tasa para lo obtención de la licencia de obras.”

En cuanto al ICIO se valoró como el 4% del presupuesto de ejecución material, según marca el Ayuntamiento de Valencia en sus ordenanzas.

La licencia de primera ocupación fue calculada como, según establece el Ayuntamiento de Valencia, el 10% de lo que hubiera tocado abonar en concepto de tasa por licencia de obras.

- **Declaración de obra nueva:** la declaración de obra nueva está sujeta a los gastos de notaría y registrador de la propiedad según la Ley 6/1998, de 13 de abril, sobre Régimen del Suelo, y al Impuesto sobre Actos Jurídicos Documentados.

Los gastos de notaría se calcularon según la Figura 4.5: “Cálculo de honorarios de Notarios y Registradores de la propiedad”, tomando como base imponible el PEC, y deduciendo el 5% según lo aprobado por el RD Ley 8/2010 de 20 de mayo.

Para el abono del Impuestos sobre Actos Jurídicos Documentados se calculó según lo expuesto en el artículo 31 del RD Legislativo 1/1993 que establece que en el plazo de 30 días hábiles siguientes a la formalización del documento, habrá que presentar autoliquidación, devengándose el 1% (Comunidad Valenciana) del PEC.

La cuantía referente al pago por la inscripción en el Registro de la Propiedad se obtuvo conforme a lo explicado en la Figura 4.5: “Cálculo de honorarios de Notarios y Registradores de la

propiedad”, tomando como base imponible el PEC y deduciéndose el 5% según lo aprobado por el RD Ley 8/2010 de 20 de mayo.

Se tuvo en cuenta el pago del IVA para este tipo de operaciones según la Ley 37/1992 de 28 de diciembre (18% vigente en 2011) y de una retención del 15% al tratarse de servicios prestados por profesionales independientes.

- **Declaración de división horizontal:** se dividió la promoción en varias fincas, una por cada vivienda, local, garaje y trastero, para la inscripción en escritura pública, surgiendo tantas fincas registrables como fincas independientes constaban en el diseño de la promoción. Se calcularon los costes de notaría y registrador de la propiedad así como el gasto derivado del Impuesto sobre Actos Jurídicos Documentados.

Los gastos notariales se obtuvieron siguiendo al gráfico anteriormente descrito Figura 4.5: “Cálculo de honorarios de Notarios y Registradores de la propiedad” pero utilizando como base imponible el valor del suelo más el valor de la construcción individualizado para cada finca (Art.613 del Reglamento Hipotecario).

Para el abono del Impuestos sobre Actos Jurídicos Documentados se calculó según lo expuesto en el artículo 31 del RD Legislativo 1/1993 mencionado con anterioridad, devengándose el 1% (Comunidad Valenciana) del valor del suelo más el valor de la construcción.

Los gastos del Registro de la Propiedad se obtuvieron a partir del gráfico Figura 4.5: “Cálculo de honorarios de Notarios y Registradores de la propiedad” con la diferencia que en este cálculo se aplica sobre el valor del suelo más el valor de la construcción (el valor de cada finca resultante), reduciéndolos al 70% de su importe.

En los importes resultantes de la notaría y el registro de la propiedad se mantuvo la deducción del 5% según lo aprobado por el RD Ley 8/2010 de 20 de mayo. Se tuvo en cuenta el pago del IVA para este tipo de operaciones según la Ley 37/1992 de 28 de

diciembre (18% vigente en 2011) y de una retención del 15% al tratarse de servicios prestados por profesionales independientes.

- **Cédula de habitabilidad:** como establece el Decreto 316/60, de 25 de febrero, se exige para la ocupación de la vivienda la cédula de habitabilidad, por lo que se obtuvo el importe calculando la tasa regulada según la Ley 12/1997. El importe resultante del producto del Módulo básico vigente, la superficie útil de las viviendas, el número de viviendas y el tipo impositivo.

En cuanto a seguros e impuestos generados por la promoción se tuvieron en cuenta los que a continuación se detallan.

- **Seguro de responsabilidad decenal:** atendiendo a la Ley 38/1999 de Ordenación en la Edificación (LOE) que establece la obligatoriedad de un seguro por parte del promotor de daños materiales o seguro de caución en el edificio por vicios o defectos, se calculó la póliza de seguro y el contrato de los servicios de un Organismo de Control Técnico homologado. Se estimó de forma orientativa el control técnico en un 0,5% del PEM y la póliza de seguro en un 0,7% del PEM, además del IVA soportado generado por el control técnico.
- **Impuesto de Actividades Económicas (IAE):** es un impuesto que grava cualquier actividad empresarial, profesional o artística y está regulado por el RD legislativo 2/2004, de 5 de marzo. La cuota de la actividad se calculó como suma de una cuota fija y otra variable ajustándose a las tarifas de la CNAE por RD legislativo 2/2004, de 5 de marzo, e incrementándolos según coeficientes de ponderación, coeficientes de situación y recargos provinciales.
- **Impuesto sobre Bienes Inmuebles (IBI):** el impuesto fue obtenido ajustándose a la ley que lo regula, RD legislativo 2/2004, de 5 de marzo, tomándose como base imponible el valor catastral del inmueble, multiplicándolo por el tipo impositivo marcado por las ordenanzas municipales y deduciéndole la bonificación que le correspondía.

- **COSTES DE GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN:** se estimaron los costes derivados producidos por la empresa y los costes debidos a la comercialización y venta de la promoción.
 - **Costes de gestión:** siendo estos costes los generados por la empresa y que engloban los gastos de administración y los gastos generales, se estimaron como porcentaje de la suma de los costes del solar, el coste de construcción, los honorarios facultativos y los gastos legales. Se calculó el pago del IVA soportado para este tipo de operaciones según la Ley 37/1992 de 28 de diciembre (18% vigente en 2011).
 - **Costes de comercialización:** se dividieron estos costes en gastos de ventas y gastos de publicidad estimándose, calculados como porcentaje de los cobros por ventas de toda la promoción inmobiliaria, y añadiéndole además el 18% del pago del IVA.

- **COSTES FINANCIEROS:** se consideraron todos aquellos costes derivados de la constitución del préstamo hipotecario, los intereses y el aval de entregas a cuenta.
 - **Constitución del préstamo hipotecario:** se calcularon los gastos de la constitución del préstamo hipotecario considerando una fase de tramitación y solicitud, en el que se exigen unos gastos de tasación y unos gastos de estudio calculados de forma estimada. Seguidamente se calculó la constitución del préstamo ante notario y registrador, y el AJD. Por último se valoró un seguro de incendios y la comisión de apertura para obtener la disposición del préstamo.
 - **Intereses y aval de entregas a cuenta:** teniendo en cuenta que el préstamo hipotecario se calcula como un porcentaje del precio de las viviendas y sabiendo el tipo de interés anual, se calcularon los intereses generados durante toda la promoción y el aval de entregas a cuenta.

Calculados estos como los últimos costes de la promoción a tener en cuenta se sumaron todos como el total de pagos de la promoción inmobiliaria y

se procedió a la estimación de la previsión de ingresos por las ventas que se detallan a continuación.

-PREVISIÓN DE INGRESOS POR VENTAS

Los ingresos de la promoción inmobiliaria comprenden el precio de venta de las viviendas, locales, garajes y trasteros. Para ello se supuso que todas las viviendas se vendían antes del fin de obra atendiendo al siguiente ritmo de ventas:

	MES 11	MES 12	MES 13	MES 14	MES 15	MES 16	MES 17	MES 18	MES 19
VIVIENDAS	8	7	4	3	3	3	4	4	4
LOCALES									
GARAJES	8	7	4	3	3	3	4	4	4
TRASTEROS	8	7	4	3	3	3	4	4	4
	MES 20	MES 21	MES 22	MES 23	MES 24	MES 25	MES 26	MES 27	MES 28
VIVIENDAS	5	5	7	7	6	6	6	7	7
LOCALES						1	1	1	1
GARAJES	5	5	7	7	6	6	6	7	7
TRASTEROS	5	5	7	7	6	6	6	7	7

Fuente: Elaboración Propia.

“Figura 4.9: Previsión Ritmos de ventas.”

Una vez obtenidos los resultados de todos los costes y suponiendo que se vendía toda la promoción inmobiliaria, se obtuvo el beneficio de la promoción como el resultado de la diferencia entre ambos.

-PREVISIÓN DE TESORERÍA O “CASH-FLOW”

Junto con el cálculo de los costes y la previsión de los ingresos por ventas, se hizo la previsión de tesorería o “Cash-flow”. Para esta previsión, se le asignó durante la vida de la promoción el espacio y tiempo en el que se relacionaban cada uno de los cobros y los pagos, y se realizó una planificación temporal para conocer la tesorería final de la promoción y conocer las etapas.

Terminada esta Fase 8 y dentro del estudio económico, se procedió al cálculo de las rentabilidades de la inversión, que se detallan a continuación.

FASE 9: RENTABILIDAD DE LA INVERSIÓN

En esta fase se analizaron los resultados obtenidos por las rentabilidades estáticas y dinámicas de la promoción, a partir de la cuenta de resultados y el “Cash-flow”.

Las rentabilidades estáticas calculadas fueron: rentabilidad estática sobre la inversión, rentabilidad de los recursos propios, margen sobre ventas, repercusión del suelo y repercusión del suelo sobre las ventas. Para ello, se utilizaron las fórmulas anteriormente explicadas en el *“Capítulo 3: Revisión teórica, Estudio económico, 3. Análisis de la rentabilidad de la inversión”*.

En cuanto a las medidas dinámicas, teniendo en cuenta el “Cash-Flow”, se calcularon el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Rentabilidad (TIR).

FASE 10: ESTUDIO FINANCIERO

Conociendo el beneficio, se creó un gráfico de flujo de caja durante la promoción inmobiliaria para observar el tiempo que se tardaba en recuperar lo invertido (payback). A partir de esta gráfica, el estudio se centró en la financiación externa del proyecto, estudiando modalidades de financiación y la creación de un préstamo hipotecario, y aplicándole posibles acciones correctoras para posteriormente elegir la más ventajosa para la promoción: capital social 100%, 75% capital social más el resto con un préstamo puente tipo francés o 75% capital social más el resto con un préstamo puente tipo americano.

Una vez analizado el estudio comercial, el estudio jurídico y legal-urbanístico del terreno objeto del estudio, haber diseñado la promoción inmobiliaria y, por último, haber hecho el estudio económico y financiero, se estudiaron las rentabilidades de la promoción para llegar así a la fase de conclusiones.

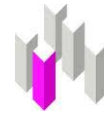


FASE 11: CONCLUSIONES Y MEDIDAS

En esta fase se analizó todo el proceso anteriormente descrito, para tomar así la decisión final y comunicar si la promoción sería o no rentable para el promotor. Las dos posibilidades que se pueden contemplar tras el estudio son:

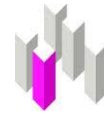
- **La promoción parece rentable:** si tras el estudio, las rentabilidades son favorables, el promotor estaría en la condición de adquirir el solar para construir la promoción diseñada y prevista.
- **La promoción no parece rentable:** si tras el estudio, las rentabilidades son desfavorables se abandona el proyecto o se buscan medidas para que éste lo sea.

Entre las posibles medidas, en este proyecto se contemplaron las siguientes: negociación de un precio más bajo del solar y una reducción del Proyecto de Ejecución Material.





CAPÍTULO 5: RESULTADOS



5.1- RESULTADOS DEL ESTUDIO COMERCIAL

A. ESTUDIO DEL MACROENTORNO.

A.1. FACTORES DEMOGRÁFICOS

Actualmente la población de Valencia se puede describir de la siguiente forma, tal como afirma el Ayuntamiento de Valencia en su página web:

“La ciudad de Valencia cuenta actualmente con un total de 815.440 habitantes y es el centro de una extensa área metropolitana que sobrepasa el millón y medio. Representa el 16% de la población de la Comunidad Valenciana y es por tamaño demográfico, la tercera ciudad de España después de Madrid (3.255.944 habitantes) y Barcelona (1.621.537 habitantes).

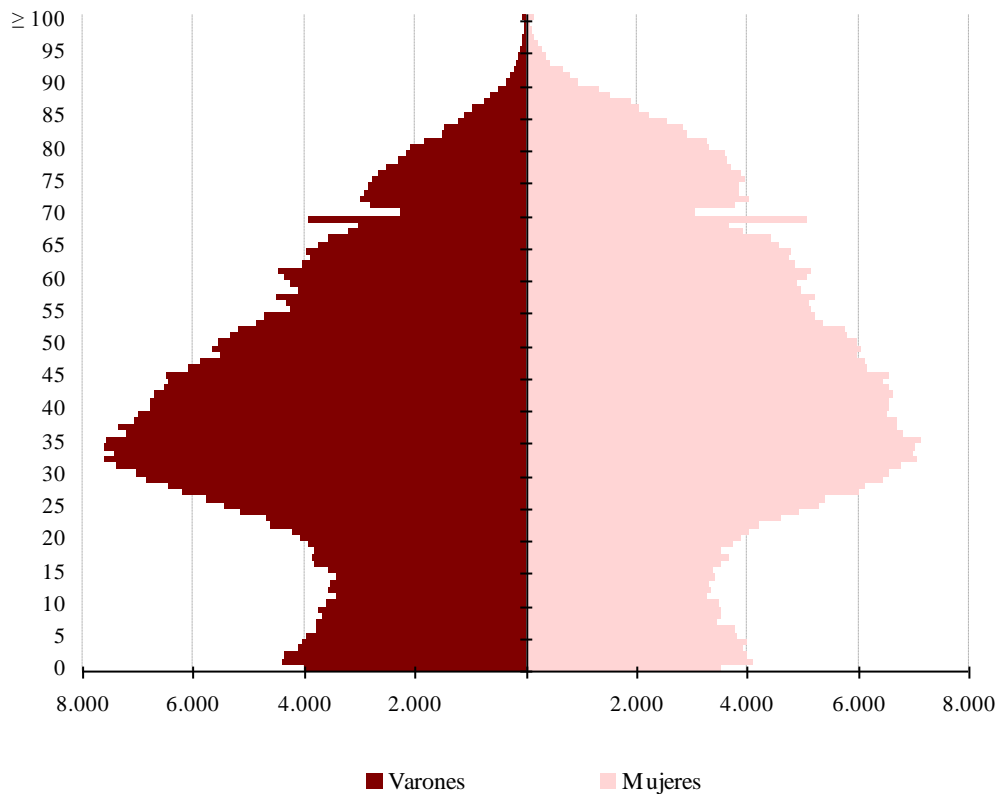
A lo largo del siglo XX la ciudad ha multiplicado por tres y media su población inicial, siendo los periodos de máximo crecimiento demográfico los años 1930-1940 y la década de los sesenta. En los primeros años del siglo XXI la ciudad está experimentando una dinámica demográfica muy positiva, impulsada por los movimientos migratorios, así como por un repunte de la natalidad.

El progresivo aumento de la esperanza de vida y la reducción de la fecundidad experimentada a partir de los años sesenta se han reflejado en una pirámide de edades que se estrecha en su base y se ensancha en la parte superior, con un peso creciente de las generaciones de mayor edad. No obstante, el crecimiento de los últimos años ha llevado a un ensanchamiento de la base de la pirámide. La población de la ciudad es relativamente joven, con un 19% de sus efectivos en las generaciones de 15 a 29 años y un 33% en las de 30 a 49 años”.

En los últimos cinco años Valencia no ha experimentado una evolución notable de la población, se ha mantenido estable, superando los 800.000 habitantes, es decir, no se ha producido crecimientos bruscos como ocurrió en los años setenta y ochenta. Sus aumentos cada año de estos últimos comentados oscilan en valores de miles de habitantes.

La **densidad de población** se centra en las zonas del extrarradio, entre los dos cinturones urbanísticos más periféricos de la ciudad, como se refleja en la figura X que se adjunta a continuación. Con esto se quiere decir que ha habido

POBLACIÓN SEGÚN EDAD Y SEXO. 2010



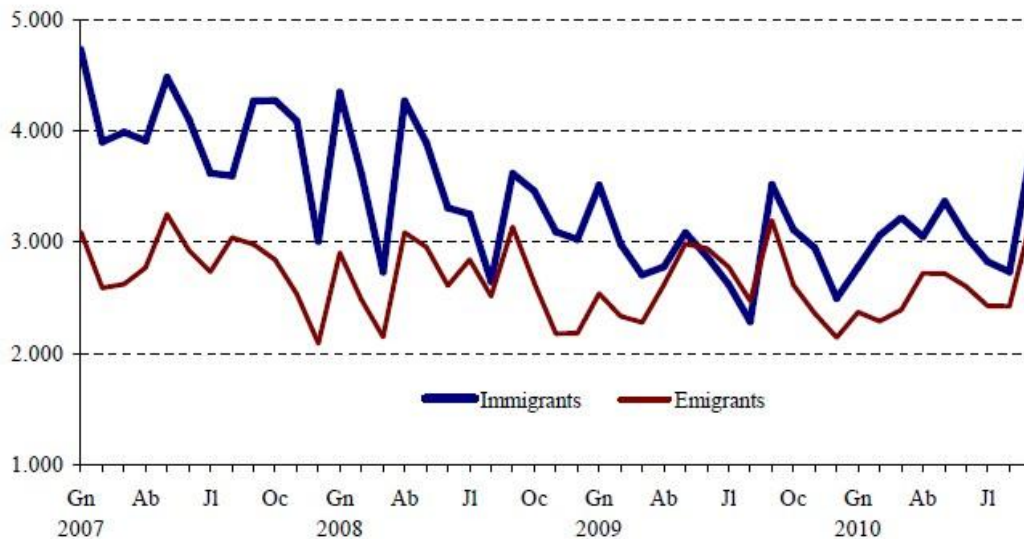
Fuente: Ayuntamiento de Valencia.

“Figura 5.1.A.1.2: Población según edad y sexo 2010.”

En cuanto al **sexo de la población**, según los datos facilitados por la sección de estadística del Ayuntamiento de Valencia, la diferencia en número, de hombres y mujeres no es grande, más bien lo contrario, teniendo unos porcentajes que varían, uno con respecto al otro tan solo del 2-4 %, se puede decir que Valencia, en términos generales, tiene el mismo número de mujeres que de hombres, en los últimos dos años, es decir, su crecimiento ha sido similar.

Una de las consecuencias que ha tenido el “boom” constructivo ha sido la imposición de unos precios prácticamente prohibitivos dentro de la ciudad. Este hecho está repercutiendo también en **los movimientos migratorios**. Valencia sufrió en el 2007 un mayor movimiento inmigratorio que emigratorio con una diferencia de más de 1.500 habitantes en el mes de enero, dándose a partir de entonces un sentido decreciente en el movimiento inmigratorio, acercándose al movimiento emigratorio pero siempre con valores superiores a este último. En cambio la emigración, desde el 2007 hasta mitad del 2010, se mantiene dentro

del mismo intervalo, sin sufrir cambios de habitantes, por meses, de más de 1000 habitantes.



Fuente: Ayuntamiento de Valencia.

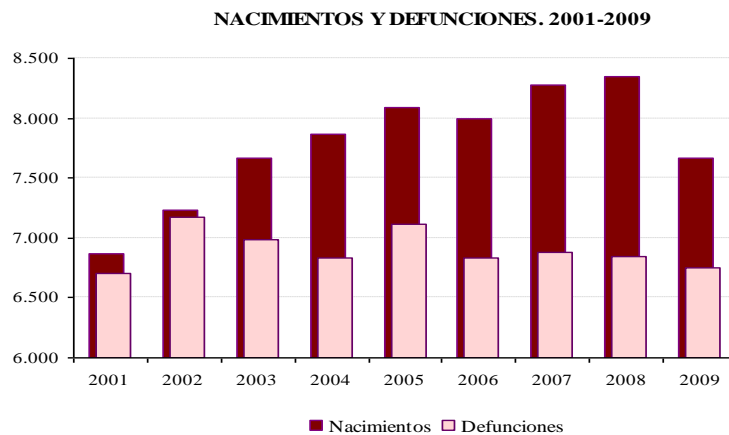
“Figura 5.1.A.1.3: Evolución mensual de la migración registrada.”

Otro dato de interés que nos ofrece la oficina virtual de estadística del Ayuntamiento de Valencia, en los últimos estudios referidos al tercer trimestre del 2010, es que tanto la emigración como inmigración experimentada en ese momento según sexo y edad, es prácticamente igual. Se destaca también que, en ambos casos, el movimiento se produce, en habitantes de 26 a 35 años, con un porcentaje muy similar tanto para hombres como para mujeres, seguido de habitantes entre 16 a 25 años, igual para ambos sexos. En resumen, el colectivo de gente joven, por su estatus social y económico de menor estabilidad, es más permisible a estos movimientos migratorios en la ciudad de Valencia.

La diferencia entre **natalidad y mortalidad** en el año 2009 es baja, esto quiere decir, que el porcentaje de nacimientos en ese año fue prácticamente igual al porcentaje de defunciones.

Como podemos observar en la “figura 4”, los nacimientos experimentan un aumento hasta el 2008, coincidiendo así con el periodo de auge económico vivido en aquellos años; en el 2009 se produce un descenso considerable en el número de nacimientos, pudiéndonos imaginar que es debido a la situación actual de crisis. Relativo al número de defunciones, se mantienen sin variaciones considerables en los últimos años.

Si analizamos el número de nacimientos y defunciones producidas en Valencia, según datos obtenidos, que a fecha de 1 de enero del 2010, con una población de 810.444 habitantes, podemos decir que los nacimientos



Fuente: Ayuntamiento de Valencia.

“Figura 5.1.A.1.4: Nacimientos y defunciones 2001-2009.”

producidos durante el 2009 representaron un 0,95% de la población total, mientras las defunciones es un 0,83%.

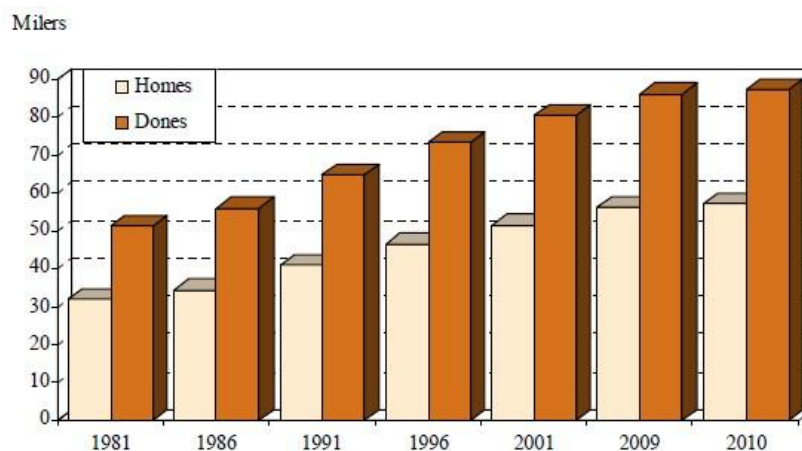
Desde el año 2000 dichos porcentajes han sido similares hasta día de hoy, no llegando nunca a sobrepasar el número 9.000 de nacimientos y otro tanto de defunciones. También los datos nos muestran que no hay diferencia de nacimientos de niños y niñas, al igual que las defunciones.

Analizando estos movimientos por distritos, los datos nos reflejan que se produce mayor número de nacimientos en los distritos del sureste y suroeste de Valencia. Mientras las mayoría de las defunciones en la zona oeste y centro. Todo esto concuerda con el movimiento de población y crecimiento urbanístico que se ha producido desde tiempo atrás, y comentado en apartados anteriores, hacia la periferia de la ciudad.

En conclusión, hay pocos nacimientos, con una tasa muy baja de fecundidad del 37‰ y cada vez la gente vive más años, donde la esperanza de vida de los hombres es de 78 años, mientras las de las mujeres de 84 años, siendo la edad media de la población valenciana de 42 años. En los últimos 10 años no se ha visto una evolución en esta estadística, y conforme a la actual situación económica, no se prevé un aumento considerable de nacimientos en los próximos años.

La **población mayor** es cada vez más, un sector importante en nuestra sociedad, tanto desde el punto de vista demográfico, como económico y social. En el año 2010, la población mayor de 64 años era un 17,8% de la población total en ese momento, siendo un 39,53% de hombres y un 60,47% de mujeres.

Según la gráfica de la “figura 5”, que se adjunta a continuación, desde el año 2001 el número de personas mayores de 64 años ha seguido un sentido creciente moderado, al igual que la cantidad de hombres y mujeres manteniendo aproximadamente la misma relación entre porcentajes comentados en el párrafo anterior.

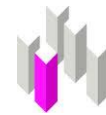


Fuente: Ayuntamiento de Valencia.

“Figura 5.1.A.1.5: Evolución de las personas mayores de 64 años por sexo.”

Analizando por distritos la distribución de población mayor en Valencia, correspondiendo con los análisis realizados con anterioridad de los movimientos de población y la migración de la gente joven, la población tratada se encuentra mayoritariamente en los distritos del centro de la ciudad.

Conforme el crecimiento de la población mayor, los datos manejados reflejan que las mujeres son más longevas que los hombres, la previsión de natalidad y de crecimiento de la ciudad y del alto porcentaje de mayores de 64 años que viven solos o con otros de la misma generación, supone un subconjunto de la población con unas necesidades de atención específicas (económicas, sanitarias o de ocio) en crecimiento constante, que los diferentes agentes sociales han de tener en cuenta en el momento de planificar y cuantificar sus actividades.



Respecto a la **población extranjera** residente en Valencia, a lo largo de la última década, se incrementó considerablemente, desde el año 2000 hasta el 2007, a partir de entonces y coincidiendo con el ciclo de crisis económica, ha ido decreciendo hasta situarse actualmente en una población alrededor de los 120.000 habitantes. La mayoría de ella es procedente de América del Sur con un 42,5%, seguida Europa con un 31% y de África con un 13%.

Con respecto a la ocupación por distritos, la población extranjera se encuentra bastante diversificada por toda la ciudad, destacando con una ocupación mayor del 18% en los distritos de Rascanya y L'olivereta, solamente.

Coincidiendo, en su mayoría, con el análisis migratorio por sexo y edad, la mayor parte de población extranjera está comprendida entre 20 y 45 años, destacando el mayor porcentaje entre las edades de 25 a 35, suponiendo un 2% de la población total, compuesto equitativamente tanto de hombres como de mujeres.

A.2. FACTORES ECONÓMICOS.

Actualmente la actividad económica de Valencia, según su Ayuntamiento, se puede describir de la siguiente forma, tal como afirma en su página web.

“La ciudad de Valencia es fundamentalmente un área de servicios cuya influencia llega mucho más allá de los límites de su término municipal. Actualmente la población ocupada en el sector servicios es el 74% del total, con un gran peso de las actividades de demanda final, del comercio minorista y mayorista, de los servicios especializados a empresas y de actividades profesionales.

No obstante la ciudad mantiene una base industrial importante, con un porcentaje de población ocupada del 14%, formada por pequeñas y medianas empresas entre las que destacan los sectores de papel y artes gráficas, de madera y mueble, de productos metálicos y de calzado y confección.

La economía de la ciudad ha tenido durante los últimos años una dinámica positiva que se ve reflejada en las cifras de desempleo registrado, de matriculación de vehículos, o de licencias de construcción. Su dinamismo como centro económico y como lugar de referencia para múltiples actividades económicas se refleja también en la pujanza de instituciones claves para el desarrollo económico como Feria Valencia, el Puerto Autónomo, la Bolsa, el Palacio de Congresos o sus Universidades.

Valencia cuenta también con importantes instituciones culturales que tienen una importancia creciente en su desarrollo: el Palau de les Arts, el IVAM, el Palau de la Música o la Ciudad de las Artes y las Ciencias aportan un innegable valor añadido a la ciudad y a su entorno metropolitano como centro cultural y de ocio.

Por otra parte las actividades agrarias, aun teniendo una importancia relativamente menor, perviven en el término municipal, ocupando un total de 3.668 has., en su mayor parte por cultivos hortícolas”.

La agricultura, en la actualidad, casi se reduce a lo meramente simbólico, ya que estamos hablando de la ciudad. Las nuevas instalaciones portuarias han acabado con la zona sureste de la huerta, así como al sur y oeste de la ciudad la

ampliación propia de la ciudad, la construcción de la nueva ciudad sanitaria, nuevos viales y cinturones de la ciudad, prácticamente han acabado con los campos de cultivos. Actualmente queda al norte también el último reducto de la huerta, que está amenazada por los nuevos cinturones norte de la ciudad. Sin embargo, la mayor concentración del comercio agrícola se realiza en Valencia, ya que por sus infraestructuras está preparada para la comercialización de los productos perecederos provenientes del campo.

Para saber los factores económicos de la ciudad de Valencia analizaremos los de la Comunidad Valenciana, siendo Valencia la ciudad más importante y representativa. Primeramente se comentará la información obtenida de diversos artículos escritos en los últimos meses sobre la economía valenciana, y finalmente se complementará con información obtenida del informe económico del 2010 realizado por la Cámara de Valencia.

Resumiendo los artículos publicados en los últimos meses, la economía valenciana se encuentra en la siguiente situación:

“La economía española durante el 2010 ha arrojado un resultado negativo del 0,1%. Es el resultado del nulo crecimiento en términos nacionales del producto interior Bruto (PIB). Sin embargo, pese a los bajos números del sistema económico nacional, la Comunidad Valenciana ha cerrado con unas cifras aún peores, al quedar situada como la cuarta comunidad autónoma con un crecimiento en negativo del PIB de 0,6%, tres décimas mejor que Andalucía y Castilla La Mancha y de Canarias, con un -0,8%.”

“El informe, redactado por la Fundación de las Cajas de Ahorros, revela que el grave deterioro de la industria manufacturera valenciana, los denominados sectores tradicionales, arrastra a la baja la renta media y aleja a la Comunidad Valenciana de Europa. Ni siquiera el crecimiento del sector de la construcción antes del frenazo registrado a finales de 2007 compensa esa caída”.

“El informe apunta que el PIB por habitante de la Comunidad Valenciana era un 92,7% de la media española en 2000 y cae al 87,8% en 2010. De la misma manera, si el poder estimado de compra de los valencianos alcanzaba el 94% de la media española en 2000, diez años más tarde representa apenas el 88%. Con respecto a Europa, la evolución

es paralela, la renta regional bruta de los españoles está en la media europea y la de los valencianos se queda en el 88%”.

“La crisis económica está golpeando con dureza a la industria valenciana. La caída del consumo a nivel general, pero también la estrecha vinculación que algunas actividades productivas guardan con la construcción, y que por tanto ahora se ven afectadas por el parón inmobiliario, afectan con claridad al mercado laboral en la industria. A principios de febrero, de hecho, el 60% de los expedientes de regulación de empleo (ERE) de extinción solicitados por los empresarios y pendientes de resolución en la Comunidad Valenciana procedían de la industria, según datos de la Dirección General de Trabajo a los que ha tenido acceso este periódico”.

“La Comunidad Valenciana es una de las autonomías españolas donde más crece el paro desde hace meses. Y entre las estadísticas que gotean en los últimos meses sobre distintos aspectos de la evolución económica, una resume especialmente la situación: la economía valenciana apenas logró un crecimiento del 0,5% en 2008, con respecto al año anterior, el peor dato autonómico registrado a nivel nacional según los datos de Contabilidad Regional de 2008 publicados por el Instituto Nacional de Estadística (INE). El crecimiento es inferior no solo a la media española (1,2%) sino a la de la Unión Europea (0,9%).

“El menor dinamismo de la economía valenciana se explica principalmente y en primer lugar por una fuerte caída de la industria, que registró un retroceso del 6,9%, según el INE. La industria es, tras los servicios, el sector que más aporta al PIB valenciano (por encima de la construcción), un 13,9% concretamente. La caída de la industria es la más acusada a nivel autonómico. A esta situación se suma el parón general de la construcción, que en la Comunidad Valenciana cayó un 3,5%. La construcción aportó en 2008 el 11,3% de la riqueza autonómica. La caída de actividad, pese al retroceso, fue superada por otras autonomías. El sector servicios, mientras, mantuvo cierto tono, al crecer un 2,7%, dato algo inferior al de la mayor parte de autonomías. El gran cajón que es servicios aporta un 62,4% al PIB valenciano. La economía valenciana registró un crecimiento negativo del 0,4% en el último trimestre del año pasado.

El deterioro de la economía valenciana, que creció un 2,6% en los primeros tres meses de 2008, un 1,4% en el segundo trimestre y un 0,7% en el tercero. Esta tendencia decreciente llevó a la economía a registrar un retroceso del 0,4% en el último tramo del año pasado.

El estudio del INE, por otro lado, también refleja que el crecimiento medio de la economía valenciana entre 2000 y 2008 fue del 3,05%, por debajo de la media española del 3,13%. El desglose del crecimiento económico en los últimos años también muestra cómo fue en 2000 cuando la autonomía registró el mayor crecimiento, un 5,6% (igual que en 1998), seis décimas por encima de la media española.

De otra parte, la renta per cápita de los valencianos se situó el año pasado en 21.468 euros, por debajo de la media española, que se fijó en 24.000 euros.

La Generalitat también defendió que el ratio entre deuda y PIB de la Comunidad Valenciana se mantiene en los niveles de 2004. Desde 1998 la Comunidad Valenciana mantiene el ratio deuda/PIB más alto de España. El año 2008 lo cerró con un 11,4%”.

Además, con los datos facilitados por la Cámara de Valencia, el análisis de la **economía valenciana** continúa con lo siguiente:

La Comunidad Valenciana es la cuarta autonomía española en términos de Producto Interior Bruto (PIB), representando el 9,7% de la producción total de España, siendo además una de las zonas de mayor crecimiento y actividad, según la Cámara de Valencia.

Podemos concretar que en el 2010, según los datos estadísticos de la web del Ayuntamiento, la actividad principal de Valencia es “comercio y servicios” con un 65,9% del total de actividades, seguida de “profesionales y artistas” con un 21%, “construcción” con un 9% e “industriales” con un 4,1%, como ya se ha comentado antes “agricultura y ganadería” representa un 0%.

La evolución del sector de la construcción en la última década ha sido espectacular, en todo el ámbito de la Comunidad Valenciana, incluyendo Valencia y su extrarradio. De tal forma que representó en el año 2008 más del

12% del PIB regional. Pero a partir de entonces, el boom inmobiliario comenzó a decaer, influyendo, lógicamente, en la economía valenciana.

Durante el período 1995-2007, la economía valenciana experimentó un elevado crecimiento económico, de la forma que el resto de España. Entre 2003 y 2007, la economía valenciana ha crecido a un ritmo ligeramente inferior a la media española (3,3% de media en la C. Valenciana, frente al 3,5% de media en España). Sin embargo, tras el comienzo de la crisis internacional en 2008, eso llevo a que en el 2009 se redujera notablemente la actividad económica: -4,3%, una de las más intensas de todas las autonomías españolas, mientras que la economía española descendió un 3,9%.

Pero en la primera mitad de 2010, la economía de la Comunidad Valenciana, y por lo tanto la de Valencia, ha sufrido una recuperación de la actividad.

Además, el ritmo de caída del PIB valenciano durante la primera mitad de 2010 se haya mantenido por encima de la media española, principalmente por los siguientes motivos:

- La demanda externa a lo largo de 2009 se ha desvanecido, debido a la notable recuperación de las importaciones. A nivel nacional la aportación sigue siendo positiva. los mercados exteriores se han convertido en el principal motor de la recuperación de la actividad industrial valenciana, ante la crisis del mercado interior. Pero también las importaciones han experimentado una notable recuperación, al alcanzar un incremento del 17,6% hasta abril, tasa que casi duplica la media nacional (9,8%), y supera ampliamente el crecimiento de las exportaciones. En consecuencia, el saldo comercial valenciano ha vuelto a ser deficitario (-142,7 millones de euros).
- La falta demanda interna ha sido de menor intensidad que en el resto de España. El aumento de las importaciones de automóviles y de otros bienes de consumo (textil, electrodomésticos, muebles, etc.), cercioran una todavía demanda de consumo valenciano.

Se ha producido con respecto a la crisis una recuperación de la **producción industrial** en los cinco primeros meses de 2010, destacando las industrias de química, textil, material de transporte, azulejo y material y equipo

eléctrico. Sin embargo, la industria del mueble, de la madera y la de maquinaria y equipo mecánico, siguen descendiendo en su actividad.

Por el contrario, la repercusión de la industria en la inversión y el empleo, no refleja beneficio inmediato, por causa del exceso de capacidad que lleva la industria como consecuencia de las inversiones de años atrás.

La **actividad constructora** en la Comunidad Valenciana sigue inmersa en una profunda recesión, esto es por causa de que el número de viviendas iniciadas se contrae un 65% en el primer trimestre (respecto al mismo período del año anterior), los certificados de fin de obra también se reducen un 29% hasta abril y la fabricación de cemento gris en la zona del levante español cae un 31% hasta mayo, siendo además la zona donde la caída es mayor.

Además, la terminación de las obras municipales del Plan de Impulso Local y las medidas de austeridad del gasto público para reducir el déficit tienen un efecto negativo sobre la obra pública.

Contrariamente, el aumento desempleo en el sector constructivo ha dejado de ser tan vertiginoso en el 2010, incluso a retrocedido un -3,1% en el segundo trimestre de 2010 con respecto al trimestre anterior. Estos datos pueden expresar que se está produciendo una reducción de la población activa de este sector, a la vez que un trasvase hacia otras actividades productivas de la economía valenciana.

En la Comunidad Valenciana, y desde las modificaciones urbanísticas en Valencia potenciándolo, el turismo se ha convertido en un servicio muy importante. Los datos ofrecidos por la Cámara de Valencia muestran una ligera recuperación con respecto al año anterior.

El **comercio minorista**, experimentó durante el primer trimestre de 2010 una mejoría, pero no se ha repetido en el siguiente trimestre. El índice de comercio al por menor de la Comunidad Valenciana registra en los meses de abril y mayo una caída media del 2,1% en términos reales, frente al -1,7% registrado en el primer trimestre.

En cuanto a la actividad del **transporte marítimo**, el puerto de Valencia sigue liderando el transporte marítimo en el mediterráneo español, con un incremento del tráfico del 5,1% hasta mayo, duplicando la tasa media nacional.

El tráfico en el puerto de Castellón se ha mantenido estable, mientras que en el puerto de Alicante ha retrocedido un 8%.

El **tráfico aéreo** se ha incrementado de forma similar en los aeropuertos de Alicante y Valencia, en torno al 2,7%, incluso a pesar de los negativos efectos que sobre este tipo de transporte tuvo la nube volcánica en los meses de abril y mayo. Asimismo, las mercancías transportadas por vía aérea han registrado un notable crecimiento, que en el caso del aeropuerto de Valencia ha superado el 20% interanual en los cinco primeros meses de 2010.

El **sistema financiero** continúa sufriendo los efectos de la crisis económica. En el primer trimestre de 2010 los depósitos en el sistema bancario han caído un 3,7% respecto al mismo trimestre de 2009, tasa que duplica la que se registra en el conjunto del sistema bancario español. También cae a mayor ritmo el volumen de créditos del sistema bancario al sector privado valenciano: -1,8% en el primer trimestre.

La **destrucción de empleo** se ha moderado en el primer trimestre de 2010, con una tasa interanual negativa del 5,8%, que aun así sigue siendo muy elevada. Con respecto al trimestre anterior, el número de ocupados se redujo en 29.500 personas. Servicios, y en menor medida, industria, son los sectores donde el comportamiento del empleo mejora en el primer trimestre.

Los datos de afiliados a la Seguridad Social reflejan también una evolución similar. Siguen retrocediendo a lo largo del primer semestre del año (-4%), a un ritmo superior a la media española (-2,6%), aunque de forma más moderada que un año antes.

El mayor deterioro del mercado laboral valenciano se ha traducido en un incremento mucho más intenso de la tasa de paro, que en el caso de la Comunidad Valenciana se sitúa en un 23% de la población activa en el primer trimestre de 2010, tres puntos porcentuales por encima de la media española, mientras que en Valencia 18,9%, un muy alto porcentaje con respecto al de su comunidad.

En conclusión, en Valencia todavía se refleja una crisis a nivel económico, con una tasa muy elevada de paro, donde las actividades económicas siguen sin recuperarse debidamente, sin dar opción a desarrollarse con facilidad las medianas y pequeñas empresas, y donde todavía hay cierre de empresas ya existentes. A causa de todo esto, se produce un ciclo cerrado, la población no



consume, no viaja, no vende, en ciertos sectores como en la construcción queda mucho stock parado, etc., y como consecuencia de todo lo comentado con anterioridad, la recuperación de la economía en Valencia se producirá muy lentamente. La construcción, es el sector en el que más se nota la crisis y en el que tardara más tiempo en recuperarse, teniendo consciencia de que el nivel de oferta y demanda producido en el “boom” inmobiliario no se dará en un futuro próximo. En este sector los precios de venta han bajado, pero aun así hoy en día son elevados, y se intenta una mera recuperación enfocando este sector, comentado con anterioridad, a la obra pública.

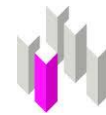
A.3. FACTORES POLÍTICOS.

El derecho a la vivienda, está reconocido en la Constitución española de 1978 y como resultado, los poderes públicos están obligados a promover la efectividad del derecho a la vivienda, como derecho social de todos los españoles.

Por todo ello, el Ministerio de Fomento, desde la Secretaría de Estado de Vivienda y Actuaciones Urbanas, genera el Plan Estatal de Vivienda y Rehabilitación donde se juntan las ayudas disponibles por parte del estado en este ámbito, que desarrollan en sus planes específicos cada Comunidad Autónoma, ya que son estas últimas las encargadas de tramitar las ayudas.

El **Plan Estatal de Vivienda y Rehabilitación 2009-2012** nace con una serie de objetivos políticos de primera magnitud:

1. Garantizar a los ciudadanos la libertad de elegir el modelo de acceso que mejor se adapte a sus circunstancias.
2. Lograr que el acceso a una vivienda no supere la tercera parte de sus ingresos.
3. Facilitar que la vivienda protegida se pueda obtener tanto por nueva promoción, como por rehabilitación, como de origen libre.
4. Conseguir que actuaciones relacionadas con oferta de vivienda protegida se destine al alquiler.
5. Impulsar la creación de registros públicos de demandantes de vivienda protegida.
6. Mantener un régimen jurídico de la protección pública de las viviendas (y, por lo tanto, de control de precios y adjudicaciones), de larga duración.
7. Alentar la participación e implicación de los ayuntamientos en el Plan de Vivienda.
8. Reforzar la actividad de rehabilitación y mejora del parque de viviendas ya construido.
9. Orientar todas las intervenciones hacia la mejora de su eficiencia energética y de sus condiciones de accesibilidad.



El Plan consta de 6 ejes básicos y 12 programas:

1. Promoción de viviendas protegidas.

- a) Promoción de vivienda protegida para alquiler.
- b) Promoción de vivienda protegida para venta.
- c) Promoción de alojamientos para colectivos especialmente vulnerables y otros colectivos específicos.

2. Ayudas a demandantes de vivienda.

- a) Ayudas a inquilinos.
- b) Ayudas a adquirentes de nuevas viviendas protegidas y de viviendas usadas.

3. Áreas de rehabilitación integral y renovación urbana.

- a) Áreas de rehabilitación integral de centros históricos, centros urbanos, barrios degradados y municipios rurales (en adelante, ARIS).
- b) Áreas de renovación urbana (en adelante, ARUS).
- c) Programa de ayudas para la erradicación del chabolismo.

4. Ayudas RENOVE a la rehabilitación y eficiencia energética.

- a) Ayudas RENOVE a la rehabilitación.
- b) Ayudas a la eficiencia energética en la promoción de viviendas.

5. Ayudas para adquisición y urbanización de suelo para vivienda protegida.

- a) Ayudas para adquisición y urbanización de suelo para vivienda protegida.

6. Ayudas a instrumentos de información y gestión del Plan.

- a) Ayudas a la gestión de los Planes de Vivienda e información al ciudadano.

La Generalitat Valenciana desde su Conselleria de Medio Ambiente, Agua, Urbanismo y Vivienda lanza el Decreto 66/2009, de 15 de mayo, por el que se aprueba el **Plan Autonómico de Vivienda de la Comunitat Valenciana 2009-2012**. Este plan desarrolla el Plan Estatal, pretendiendo potenciar la actuación en las siguientes líneas estratégicas:

1. Posibilitar la oferta de vivienda a precios asequibles.
2. Estimular la demanda de vivienda, tanto el acceso en propiedad como en alquiler.
3. Apoyar la actividad de rehabilitación de edificios y la rehabilitación en determinadas zonas y ámbitos urbanos.
4. Fomentar la mejora de la calidad de edificación y de la eficiencia energética de las viviendas.

En desarrollo de estas líneas de actuación, las acciones se prevén que incidirán en:

1. Potenciar las medidas que posibiliten la oferta de vivienda a precios asequibles con mayor eficacia en el mantenimiento de la actividad en la construcción de viviendas en la actual coyuntura económica, con la calificación de nuevas viviendas protegidas así como permitiendo la salida del stock mediante la calificación de promociones completas de nueva planta como las calificaciones individuales de viviendas preexistentes en determinadas condiciones.
2. Medidas orientadas a crear una oferta de vivienda mejor adaptada a las necesidades de viviendas en alquiler y en especial de los jóvenes demandantes de vivienda, reforzando las ayudas a las promociones de viviendas destinadas a jóvenes en alquiler de régimen especial, a unos precios competitivos.
3. Ajuste y adecuación de las condiciones de las viviendas en alquiler para posibilitar su accesibilidad por la demanda. Se establece una renta máxima de las viviendas destinadas a arrendamiento adecuada a las condiciones de mercado de la Comunitat Valenciana, para todos los ciudadanos. Complementariamente, se regulan determinados aspectos del alquiler con opción a compra mejorando las condiciones de acceso, fijando la deducción mínima de un 50% de la renta.

4. Potenciar la urbanización de suelo para viviendas de protección pública en régimen especial que prevean la puesta en el mercado de suelo para estas viviendas.
5. Estimular la demanda de vivienda mediante la regulación de las ayudas para el acceso a la vivienda en propiedad, dando especial apoyo a aquellos colectivos que más lo necesitan, como los jóvenes menores de 35 años, familias numerosas, familias monoparentales con hijos y personas con discapacidad, al objeto de conseguir que, con estas ayudas, el esfuerzo de las familias para la adquisición de vivienda no supere el 30% de sus recursos. Asimismo, aquellos colectivos en situación o riesgo de exclusión social, así como los pensionistas, serán objeto de protección preferente, especialmente en cuanto a las ayudas para el inquilino.
6. Apoyo de la actividad de rehabilitación en el sector de la construcción que permita un mantenimiento de mano de obra más intensiva, mediante ayudas a la rehabilitación del parque de edificios y viviendas existentes, con especial incidencia en la mejora de las condiciones de eficiencia energética y accesibilidad de los edificios, al tiempo que se garantiza el conocimiento del estado de conservación de los edificios asumiendo la Generalitat el coste de la redacción de los informes técnicos correspondientes previo a cualquier actuación de rehabilitación.
7. Potenciar las medidas de rehabilitación integral o Áreas de Renovación Urbana, también en ámbitos más acotados y reducidos para garantizar una mayor efectividad con nuevas figuras como los Programas Preferentes de Rehabilitación Urbana y los Grupos de Viviendas de Rehabilitación Preferente, y la reedificación, enmarcadas en la importancia que la Generalitat concede a la rehabilitación como línea de acción preferente.
8. Medidas para la mejora de la calidad de la edificación y eficiencia energética de las viviendas con protección pública de nueva construcción, abriendo la posibilidad de obtener ayudas para los promotores conforme al nivel del perfil de calidad alcanzado, o según la calificación energética del edificio, a fin de conseguir que la mejora de la calidad no suponga un coste adicional para el promotor.

Por otra parte, para hacer frente a la coyuntura económica del sector, durante un período de doce meses, se establecen una serie de medidas



transitorias que permiten flexibilizar los requisitos previstos para la obtención de la calificación de las viviendas, con el objetivo de obtener una mayor oferta de viviendas calificadas por una parte, así como facilitar la obtención de la calificación para aquellas operaciones iniciadas o terminadas que permitan dar salida a la oferta de viviendas existentes.

A.4. FACTORES JURÍDICOS.

1. LEGISLACIÓN URBANÍSTICA.

La legislación urbanística es la encargada del ordenamiento jurídico que regula el planeamiento de la ciudad conforme a sus exigencias funcionales y su ejecución según ciertos principios que integran la valoración político-legislativa de la propiedad inmueble.

En primer lugar, la constitución de 1978 se ocupa de la regulación del suelo en su artículo 47, de donde resulta que las Comunidades Autónomas les corresponde diseñar y desarrollar sus propias políticas en materias urbanísticas, por tanto, sólo ellas son competentes para definir su modelo territorial, para legislar sobre técnicas urbanísticas y para definir la organización jurídica del urbanismo.

Por otro lado, le corresponde al Estado ejercer competencias que inciden sobre la materia, en lo relativo a propiedad, expropiación, valoraciones y responsabilidad; pero debiendo evitar condicionar a las Comunidades Autónomas en lo posible.

Tradicionalmente en España, las Comunidades Autónomas delegan a su vez en las administraciones locales la tarea de desarrollar mediante sus ordenanzas las normas pertinentes en lo referido a planeamiento urbanístico, adaptándose estas a la legislación existente.

En la Comunidad Valenciana y en materia de urbanismo, es de aplicación en la actualidad el siguiente marco legislativo formado por la refundición de las disposiciones de carácter estatal más las de carácter autonómico propias:

LEGISLACIÓN ESTATAL

- Real Decreto **Ley 2/2008**, de 20/06/2008, del Ministerio de la Vivienda, por el que se aprueba el **Texto refundido de la Ley del Suelo**.

LEGISLACIÓN DE LA COMUNIDAD VALENCIANA

En materia general de ordenación del suelo:

- Ley 16/2005, de 30/12/2005, de Presidencia de la Generalidad Valenciana, por el que se aprueba la **Ley Urbanística Valenciana**

(LUV) (DOGV 31/12/2005), (Desarrollada por Decreto 67/2006: Reglamento de Ordenación y Gestión Territorial y Urbanística, y Modificada por: Ley 14/2007, Ley 1/2008 y Ley 16/2008.)

- Decreto 67/2006, de 30/12/2006, de la Conselleria de Territorio y Vivienda, por el que se aprueba el **Reglamento de Ordenación y Gestión Territorial y Urbanística (ROGTU)** DOGV 23/05/2006. (Modificado por: Decreto 36/2007, y derogado su art. 544 por el Decreto Ley 1/2008).

En materia de paisaje y territorio:

- Ley 4/2004, de 30/06/2004, de Presidencia de la Generalidad Valenciana, por el que se aprueba la **Ley de Ordenación del Territorio y Protección del Paisaje (LOTPP)**, (DOGV 02/07/2004), (Modificada por: Ley 14/2005, Ley 16/2005, y desarrollada por Decreto 67/2006 y por Decreto 120/2006).
- Decreto 120/2006, de 11/08/2006, de la Conselleria de Territorio y Vivienda, por el que se aprueba el **Reglamento de Paisaje de la Comunitat Valenciana (RPCV)**, (DOGV 16/08/2006).

En materia de suelo no urbanizable:

- Ley 10/2004, de 09/12/2004, de Presidencia de la Generalidad Valenciana, por el que se aprueba la **Ley del Suelo No Urbanizable (LSNU)**, (DOGV 10/12/2004). (Modificada por: Ley 14/2005(Cap.XXI) y Ley 16/2008 (Cap.XXVI)).

En materia de edificación:

- Ley 3/2004, de 30 de junio, de la Generalitat, de **Ordenación y Fomento de la Calidad en la Edificación (LOFCE)**.

2. PLANEAMIENTO URBANÍSTICO.

El plan de ordenación urbana es el documento que sintetiza todos los aspectos urbanísticos que se dan en un territorio y en los que se asienta la ciudad moderna. Un planeamiento estructuralista busca definir las “directrices del plan”, sobre las que el plan se acomoda, por tanto, no es una fotografía anticipada de la ciudad, sino que es un proceso que va acomodándose a la realidad urbana.

En la Comunidad Valenciana, **los instrumentos de planeamiento** que se desarrollan en la LUV son: Planes Generales, Planes parciales, Planes de reforma Interior, Planes Especiales, Catálogos de Bienes y Espacios Protegidos y los Estudios de Detalle.

El sistema de planeamiento de la LUV está estructurado de manera jerárquica, en función del cual los planes de niveles inferiores deben desarrollarse respetando las determinaciones básicas de los de superior nivel jerárquico, y solo como excepción pueden modificarlas. Se distinguen tres niveles:

- Un primer nivel está compuesto por los **Planes de Acción Territorial**, cuyo objeto es la ordenación del territorio desde un punto de vista global y supramunicipal.
- Un segundo escalón lo compone el **Plan General**, que tiene como objetivo la ordenación urbanística integral de todo un término municipal.
- Un tercer peldaño en el que se encuentran los instrumentos de planeamiento que desarrollan un Plan General, cuyo fin no es la globalidad del término municipal, sino parte de éste.

Al mismo tiempo, la LUV divide los instrumentos de planeamiento, en función del tipo de misión que desempeñen en los dos siguientes grupos:

- Instrumentos de carácter espacial: su misión es ordenar el territorio.
- Instrumentos de carácter temporal, económico y de gestión: ordenan el proceso de gestión, urbanización y edificación del suelo.

En el siguiente esquema se muestran los diferentes instrumentos de ordenación urbanística dependiendo de su estructura jerárquica y de carácter que tengan, según la LUV:



Fuente: Elaboración Propia.

“Figura 5.1.A.4.1: Instrumentos de ordenación urbanística.”

Los **instrumentos de ordenación** del territorio y del paisaje en la Comunidad Valenciana están regulados por la **Ley de Ordenación del Territorio y Protección del Paisaje (LOTTP)** y son los siguientes:

- La Estrategia Territorial de la Comunidad Valenciana.
- El Sistema de Información Territorial.
- Los Planes de Acción Territorial.
- Instrumentos de gestión.
- Juntas de participación de territorio y paisaje.

Los **planes generales** establecen para todo el territorio municipal su ordenación urbanística, pudiendo también ordenar de forma pormenorizada todo o parte del suelo urbano, o asumir, total o parcialmente, la ordenación del suelo urbano del plan general anterior (art. 62 LUV). Su *ordenación urbanística estructural* atiende a los siguientes puntos:

- a) Directrices definitorias de la estrategia de evolución urbana y de ocupación del territorio.
- b) Clasificación del suelo.
- c) División del territorio en zonas de ordenación urbanística.
- d) Ordenación del suelo No Urbanizable.

- e) Red primaria de reservas de suelo dotacional público y equipamientos de titularidad privada cuya función contribuyan a la articulación de la ciudad.
- f) Tratamiento, para su protección y funcionalidad, de los bienes de dominio público no municipal.
- g) Ordenación de los centros cívicos y de las actividades susceptibles de generar tránsito interno.
- h) Expresión de los objetivos, directrices y criterios a considerar en la redacción de los instrumentos de desarrollo del Plan General, definiendo los siguientes elementos:
 - I. Delimitación de sectores definatorios de planeamiento parcial o de reforma interior.
 - II. Los usos o intensidades de cada sector.
 - III. Determinación del área de reparto y su aprovechamiento.
- i) Para sectores de suelo urbanizable de uso residencial, y, en su caso, urbanos: fijación del porcentaje mínimo de edificación con destino a vivienda de protección pública.

3. LICENCIAS MUNICIPALES.

El artículo 192 de la LUV, relativo al **“Contenido y alcance de la intervención municipal”**, establece lo siguiente: *“1. Las licencias urbanísticas autorizarán el ejercicio del derecho a edificar o realizar las actuaciones urbanísticas para las que se solicita, en las condiciones establecidas en la presente ley y en el planeamiento. Estas licencias incluyen las licencias municipales de edificación y ocupación para las actuaciones relacionadas con el artículo 191.1 de la presente ley en que dichas licencias sean preceptivas, y en este caso su otorgamiento se regirá por lo establecido en la Ley 3/2004, de 30 de junio, de la Generalitat, de ordenación y fomento de la calidad en la edificación. 2. La intervención municipal previa a la concesión de la preceptiva licencia se circunscribe a la comprobación de la adecuación de lo proyectado en el planeamiento urbanístico y la normativa sectorial que sea de aplicación.”*

Dentro del ámbito de las Corporaciones Locales (Ayuntamientos), podemos destacar los siguientes tipos de licencias urbanísticas:

- **Licencia de edificación o de obras.**

De acuerdo con la definición del artículo 27 de la LOFCE, “ *el acto por el que el Ayuntamiento autoriza al promotor para la ejecución de las obras de edificación, conforme a las previsiones y determinaciones del proyecto presentado, y reconoce que éste es conforme a lo dispuesto en el planeamiento, la legislación urbanística, la de ordenación en la edificación en cuanto a requisitos básicos de calidad, y cualquier otra legislación sectorial concurrente en función de las características y usos del edificio*”.

A su vez, dependiendo de la entidad de éstas, se dividirán en obras mayores o menores.

Para la solicitud de la licencia municipal de edificación, se deben presentar las solicitudes acompañadas, al menos, de (art. 29.1.a. LOFCE):

- a) El correspondiente proyecto básico, con ejemplares para cada uno de los organismos o departamentos que hubieren de informar la solicitud.
- b) Demás documentos indispensables para dotar de contenido la resolución.
- c) Los impresos estadísticos de seguimiento de la actividad de edificación debidamente cumplimentados que se establezcan reglamentariamente por la administración general del estado y de la Generalitat.

Para poder comenzar las obras, es necesario presentar ante el Ayuntamiento la documentación indispensable para que este pueda comprobar que existe dirección facultativa y que se posee la documentación técnica indispensable para su correcta ejecución.

Una vez obtenida la licencia de edificación y antes del comienzo de las obras, es requisito indispensable suscribir el *acta de replanteo*, que es el documento justificativo del inicio de las obras (art. 15 LOFCE).

- **Licencia de ocupación.**

Se exigirá para la primera utilización de los edificios y la modificación de su uso, tanto cuando se destinen a vivienda, como cuando no sean necesarias la licencia de actividad clasificada, ni la apertura y funcionamiento.

- **De instalación, apertura y funcionamiento de locales comerciales e industriales.**

Tiene por objeto verificar que éstos reúnen las condiciones de tranquilidad, seguridad y salubridad y las demás que estuvieran dispuestas en las leyes y en los planes de urbanismo debidamente aprobados.

- **Licencias de parcelación.**

Tiene por finalidad comprobar que los actos de división del suelo (terrenos o solares), y por tanto la forma y características de las nuevas parcelas, se ajustan a la legislación.

Con carácter general, la licencias urbanísticas han de otorgarse o denegarse en los siguientes plazos, a contar desde la fecha en que la solicitud tiene entrada en el Registro General del Ayuntamiento (art.195 LUV):

- 1 mes para las de parcelación, mera reforma que no afecte a la estructura ni a elementos catalogados o en trámite de catalogación, y las de primera ocupación y cédula de habitabilidad.
- 2 meses para las de obras mayores de nueva construcción o reforma estructural y derribo de edificios no catalogados.
- 3 meses para las de intervención en edificios catalogados o en trámite de catalogación.

De no ser resueltas las licencias en los plazos indicados se entienden obtenidas por silencio administrativo.

Por otro lado, una vez otorgada la licencia de obras, se deberá iniciar en un plazo de seis meses a partir de la concesión y así mismo, tendrán un plazo de veinticuatro meses para terminarlas, admitiéndose interrupciones en dichos plazos que no podrán exceder, en total, de seis meses.

B. ESTUDIO DEL MICROENTORNO

B.1-DESCRIPCIÓN DE LA ZONA

El solar objeto de análisis está situado en Avenida Vicente Blasco Ibáñez, número 137, en el barrio de Ciutat Jardí, perteneciente al distrito de Algirós.

Algirós es el nombre que recibe el distrito número 13 de la ciudad de Valencia. Limita al Norte con el municipio de Alboraya, al Este con los Poblatos Marítims, al Sur con Camins al Grau y al Oeste con Benimaclet y El Pla del Real. Está compuesto por cinco barrios: L'illa Perduda, Ciutat Jardí, L'Amistat, La Vega Baixa y La Carrasca. Su población en el año 2010 era de 39.647 habitantes.



Fuente: Enrique Íñiguez Rodríguez

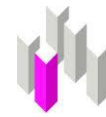
“Figura 5.1.B.1.1: Ubicación Algirós.”

B.2- DESCRIPCIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LA ZONA

El barrio de Ciutat Jardí encaja con la descripción de una zona de ensanche, donde se sigue un trazado urbanístico muy regular, cuenta con espacios ajardinados, buena accesibilidad y demás circunstancias que se suelen dar en zonas planificadas urbanísticamente.

A continuación se relatarán las características más importantes del barrio:

- Comercio o tipos de negocio: dentro del sector de **comercios y servicios**, destacan los pequeños comercios de barrio, así como los negocios de hostelería, suponiendo más del 62 % del total de comercios. También abundan instituciones financieras y aseguradoras con un 19 %. Dentro del marco de **profesionales**, destacan los dedicados a finanzas, derecho y profesionales dedicados a los seguros; seguidos muy de cerca por industriales y de construcción.
- Zonas verdes: al tratarse de una zona de edificación abierta, la gran mayoría de manzanas cuentan con sus propios parques y zonas de recreo. Cabe destacar la zona ajardinada que representa la avenida Vicente Blasco Ibáñez, así como plaza Honduras y plaza del Cedro, que son las de mayores dimensiones.
- Educación: en el barrio se encuentran cinco escuelas de educación infantil en la calle José de Orga, y el colegio público Explorador Andrés, situado en la calle Campoamor.
- Salud: en la zona delimitada por el barrio Ciutat Jardí no se encuentra situado ningún centro de salud o de atención primaria, pero cabe destacar la proximidad del hospital Clínica Casa de Salud y Caridad Santa Ana, situado en la calle Doctor Manuel Candela.
- Transporte Público: por el barrio de Ciutat Jardí pasan 7 líneas de autobús, 4 por la Avenida Vicente Blasco Ibáñez, 2 por la calle Dr. Manuel Candela y una línea por la calle de los Santos Justo y Pastor. También existe una parada de taxis en Blasco Ibáñez. Aunque no hay ninguna parada de metro en el barrio, cabe destacar la cercanía de las paradas de Amistat y Ayora.
- Instalaciones Deportivas: en la Avenida Blasco Ibáñez, 150 está situada la Instalación Deportiva Elemental Ciutat Jardí, que cuenta con una superficie de 2.916 m² y en la que se pueden practicar actividades como



el ajedrez, fútbol sala, musculación, patinaje, petanca, tenis de mesa, voleibol y balonmano.

- Ocio nocturno: existen en este barrio una gran concentración de pubs y discotecas, en especial la zona de Plaza Honduras y la zona de Plaza del Cedro. Estas zonas tienen un acentuado carácter universitario, debido a la proximidad de las mismas.
- Accesos: los accesos al barrio están compuestos por avenidas y calles amplias que a su misma vez son limítrofes del barrio, como son avenida Blasco Ibáñez y las calles Manuel Candela, del músico Ginés, de los santos Justo y Pastor y calle Serpis. La parte interior del barrio está compuesta de calles generalmente ortogonales, de un carril y sentido, con suficiente anchura para albergar dos filas de aparcamientos.
- Edificaciones: la tipología de edificación es abierta, formando bloques de edificios destinados a viviendas. En la zona central del barrio los edificios tienen una altura de entre 5 y 9 plantas, pero en la parte norte, junto avenida Blasco Ibáñez, poseen más de 10 pisos de altura, llegando en alguno de ellos hasta los 20 pisos. Generalmente el revestimiento exterior de los edificios está constituido por ladrillo caravista o por enfoscado de mortero.

B.3- DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA INMOBILIARIA.

En esta fase vamos a analizar los distintos tipos de ofertas inmobiliarias en la zona y sus características más relevantes, lo que nos permitirá posicionar nuestra oferta respecto a la competencia.

Tras la inspección del barrio de Ciutat Jardí, visitas a distintas inmobiliarias de la zona y búsquedas por internet en distintos portales de ventas de pisos, no se han encontrado promociones de obra nueva en el distrito de Algirós. Por este motivo el análisis de la oferta va a ser exclusivamente sobre viviendas de segunda mano.

Debido a la gran cantidad de inmuebles de segunda mano ofertados y a la gran cantidad de factores que intervienen en la decisión de su precio, nos centraremos en inmuebles que tengan unas características similares (principalmente ubicación, ya que nuestro solar se ubica en una avenida importante)

Para hacernos una idea sobre la depreciación que sufren los inmuebles con el paso del tiempo, vamos a clasificar las ofertas en cinco categorías en función del tiempo: de 50 a 30 años, de 30 a 20 años, de 20 a 10 años y de 10 a 5 años.

- VIVIENDAS DE 50 A 30 AÑOS DE ANTIGÜEDAD.



SUPERFICIE: 104 M²

HABITACIONES: 4

BAÑOS: 2

ESTADO: BIEN

ANTIGÜEDAD: 30 A 50 AÑOS

PLANTA: 6ª PLANTA

PRECIO: 190.000 €

PRECIO MEDIO: 1827 €/M²

Fuente: www.fotocasa.es

“Figura 5.1.B.3.1. Piso Blasco Ibáñez 1.”

Descripción: PISO EXTERIOR EN BLASCO IBAÑEZ BIEN CONSERVADO DE 4 HABITACIONES-2 BAÑOS-SALON CON SALIDA A TERRAZA DE 7 METROS-EXCELENTE UBICACION-FINCA CON CONSERJE-MUY BUENAS VISTAS-GARAJE OPCIONAL.



SUPERFICIE: 57 M²

HABITACIONES: 2

BAÑOS: 1

ESTADO: BIEN

ANTIGÜEDAD: 30 A 50 AÑOS

PLANTA: 4ª PLANTA

PRECIO: 110.000 €

PRECIO MEDIO: 1.930 €/M²

Fuente: www.fotocasa.es

“Figura 5.1.B.3.2. Piso Blasco Ibáñez 2.”

Descripción: VIVIENDA DE 2 HABITACIONES, 1 BAÑO, SALON COMEDOR, COCINA, SEMIREFORMADO, VENTANALES EMPOTRADOS DE ALUMINIO, PERSIANAS AUTOMATICAS ELECTRICA, ASCENSOR, JARDIN PRIVADO CON ZONA INFANTIL, TOTALMENTE EXTERIOR, MUY LUMINOSO.



SUPERFICIE: 95 M²

HABITACIONES: 4

BAÑOS: 2

ESTADO: BIEN

ANTIGÜEDAD: 30 A 50 AÑOS

PLANTA: 1ª PLANTA

Fuente: www.fotocasa.es

PRECIO: 240.000 €

“Figura 5.1.B.3.3. Piso Blasco Ibáñez 3.”

PRECIO MEDIO: 2.526 €/M²

Descripción: PISO EN BLASCO IBAÑEZ DE 90 M2 DISTRIBUIDOS: 4 HABITACIONES EXTERIORES, SALON COMEDOR CON BALCON, COCINA OFFICE CON ACCESO A TERRAZA DE 40 M2, BAÑO COMPLETO Y ASEO, EDIFICIO CON CONSERJE.

- VIVIENDAS DE 30 A 20 AÑOS DE ANTIGÜEDAD.



SUPERFICIE: 140 M²

HABITACIONES: 4

BAÑOS: 2

ESTADO: MUY BIEN

ANTIGÜEDAD: 20 A 30 AÑOS

PLANTA: 7ª PLANTA

PRECIO: 346.000 €

PRECIO MEDIO: 2.471 €/M²

Fuente: www.fotocasa.es

“Figura 5.1.B.3.4. Piso Blasco Ibáñez 4.”

Descripción: PISO EN BLASCO IBAÑEZ. DISPONE DE 4 HABITACIONES, 2 BAÑOS COMPLETOS, COCINA EQUIPADA, SUELO DE PARQUET Y TERRAZO EN LA CASA, 3 ARMARIOS EMPOTRADOS, BALCON, EXTERIOR. GARAJE INCLUIDO.



SUPERFICIE: 110 M²

HABITACIONES: 4

BAÑOS: 2

ESTADO: MUY BIEN

ANTIGÜEDAD: 20 A 30 AÑOS

PLANTA: 1ª PLANTA

PRECIO: 240.000 €

PRECIO MEDIO: 2.182 €/M²

Fuente: www.fotocasa.es

“Figura 5.1.B.3.5. Piso Blasco Ibáñez 5.”

Descripción: 240.000 € ZONA BLASCO IBAÑEZ. VIVIENDA DE 110 M². SALON, 4 DORMITORIOS CON ARMARIOS EMPOTRADOS, COCINA OFFICE (CABE MESA), 1 BAÑO Y 1 ASEO, TERRAZA CUBIERTA CON TRASTERO, AIRE ACONDICIONADO Y CALEFACCION POR RAD. CALOR AZUL. GARAJE INCLUIDO. 1º CON ASCENSOR.



SUPERFICIE: 110 M²

HABITACIONES: 3

BAÑOS: 2

ESTADO: MUY BIEN

ANTIGÜEDAD: 20 A 30 AÑOS

PLANTA: 2ª PLANTA

PRECIO: 264.000 €

PRECIO MEDIO: 2.400 €/M²

Fuente: www.fotocasa.es

“Figura 5.1.B.3.6. Piso Blasco Ibañez 6.”

Descripción: PISO ZONA BLASCO IBAÑEZ Y PLAZA HONDURAS. 3 HABITACIONES CON ARMARIOS, 2 BAÑOS, COCINA, COMEDOR, REFORMA A ESTRENAR, EXCELENTES CALIDADES, SUELO PARQUET Y PORCELANICO, AIRE ACONDICIONADO Y CALEFACCION POR CONDUCTO, VENTANALES DE ALUMINIO, PERSIANAS DE ALUMINIO, CARPINTERIA INTERIOR DE MADERA, ZONA AJARDINADA CON PARQUE DE RECREO, ORIENTACION ESTE, MUY LUMINOSO.

- VIVIENDAS DE 20 A 10 AÑOS DE ANTIGÜEDAD.

SUPERFICIE: 102 M²

HABITACIONES: 3

BAÑOS: 2

ANTIGÜEDAD: 10 A 20 AÑOS

PLANTA: 4ª PLANTA

PRECIO: 230.000 €

PRECIO MEDIO: 2.255 €/M²



Descripción: PISO DE 102 M², 3 HABITACIONES AMPLIAS CON ARMARIOS EMPOTRADOS, SALON COMEDOR CON MIRADOR, COCINA OFICCE (MESA) CON GALERIA, 2 BAÑOS COMPLETOS, SUELOS DE PARQUET, PUERTAS DE ROBLE, TODO EXTERIOR, FINCA DE LADRILLO CARA-VISTA.

Fuente: www.fotocasa.es

“Figura 5.1.B.3.7. Piso Blasco Ibáñez 7.”



SUPERFICIE: 74 M²

HABITACIONES: 2

BAÑOS: 1

ANTIGÜEDAD: 10 A 20 AÑOS

PLANTA: 1ª PLANTA

PRECIO: 205.000 €

PRECIO MEDIO: 2.770 €/M²

Fuente: www.fotocasa.es

“Figura 5.1.B.3.8. Piso Blasco Ibáñez 8.”

Descripción: DUPLEX DE 2 HABITACIONES, SALON, COCINA AMERICA Y BAÑO, TODO EXTERIOR, CARPINTERIA EN ROBLE, SUELO MARMOL, Y A.ACOND FRIO/CAL, GARAJE INCUIDO.

SUPERFICIE: 108 M²

HABITACIONES: 3

BAÑOS: 2

ESTADO: MUY BIEN

ANTIGÜEDAD: 10 A 20 AÑOS

PLANTA: 1ª PLANTA

PRECIO: 246.000 €

PRECIO MEDIO: 2.278 €/M2



Descripción: PISO DE 108 M2, 3 DORMITORIOS, 2 BAÑOS, EXTERIOR CON ASCENSOR, AMUEBLADO, BUEN ESTADO. MEJOR VER.

Fuente: www.fotocasa.es

“Figura 5.1.B.3.9. Blasco Ibáñez 9.”

- VIVIENDAS DE 10 A 5 AÑOS DE ANTIGÜEDAD.



SUPERFICIE: 75 M²

HABITACIONES: 2

BAÑOS: 1

ESTADO: CASI NUEVO

ANTIGÜEDAD: 5 A 10 AÑOS

PLANTA: 5ª PLANTA

PRECIO: 190.000 €

PRECIO MEDIO: 2.533 €/M2

Fuente: www.fotocasa.es

“Figura 5.1.B.3.10. Piso Encarna Mañez.”

Descripción: PISO SEMINUEVO EN PERFECTO ESTADO DE CONSERVACIÓN, CON VISTAS AL PARQUE Y A LA AVENIDA. METROS MUY BIEN APROVECHADOS.

SUPERFICIE: 130 M² (70 M² DE TERRAZA)

HABITACIONES: 2

BAÑOS: 1

ESTADO: CASI NUEVO

ANTIGÜEDAD: 5 A 10 AÑOS

PLANTA: 15ª PLANTA

PRECIO: 275.000 €

PRECIO MEDIO: 2.115 €/M2



Descripción: ATICO DE 2 HABITACIONES, SALON-COMEDOR, BAÑO, COCINA OFFICE, AIRE ACONDICIONADO, TERRAZA DE 70 METROS, PISCINA EN TERRAZA, MUY BUENA ZONA.

Fuente: www.fotocasa.es

“Figura 5.1.B.3.11. Ático Blasco Ibáñez.”

SUPERFICIE: 132 M²

HABITACIONES: 3

BAÑOS: 2

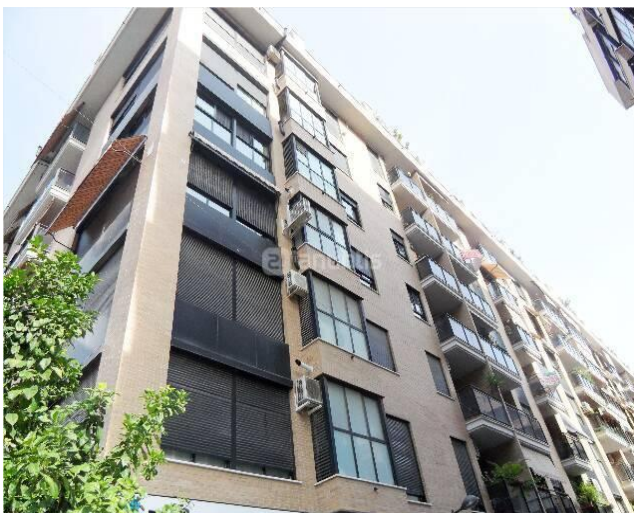
ESTADO: MUY BIEN

ANTIGÜEDAD: 5 A 10 AÑOS

PLANTA: 3ª PLANTA

PRECIO: 268.000 €

PRECIO MEDIO: 2.030 €/M2



Fuente: www.fotocasa.es

“Figura 5.1.B.3.12. Piso Santos Justo y Pastor.”

Descripción: VIVIENDA CON BALCÓN, TERRAZA DE 7 M², CLIMALIT, PERSIANAS MOTORIZADAS, TOLDOS, COCINA OFFICE CON GALERIA, 6 ARMARIOS EMPOTRADOS, SUELOS DE PARQUET, AIRE ACONDICIONADO Y CALEFACCIÓN.

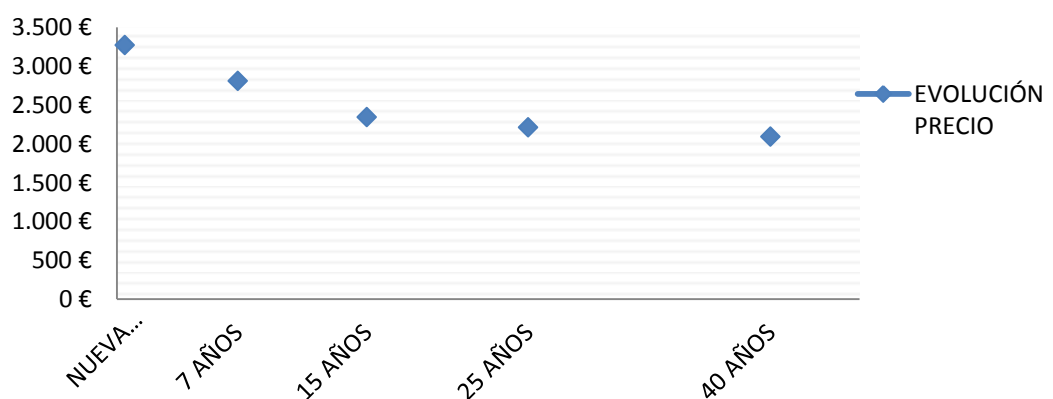
En la siguiente tabla calculamos en primer los precios medios por metro cuadrado y en segundo lugar los mismos pero teniendo en cuenta la alteración que sufren los precios al igualar las características de las viviendas (descontar los metros de terrazas, no incluir plaza de garaje...)

	PRECIO MEDIO	PRECIO MEDIO MODIFICADO.	DIFERENCIA-EDAD	DIFERENCIA-EDAD ORIGEN
De 50 a 30 años	2.094 €/m ²	2.094 €/m ²	-	-
De 30 a 20 años	2.351 €/m ²	2.213 €/m ²	119 €/m ²	119 €/m ²
De 20 a 10 años	2.434 €/m ²	2.344 €/m ²	131 €/m ²	250 €/m ²
De 10 a 5 años	2.226 €/m ²	2.809 €/m ²	465 €/m ²	715 €/m ²

Fuente: Elaboración propia.

“Figura 5.1.B.3.13. Evolución de los precios medios en función del tiempo.”

Teniendo en cuenta la evolución que sufren los precios en el periodo medio entre las dos últimas fases de tiempo analizadas (de 20 a 10 años y de 10 a 5 años), podemos decir que el precio medio por metro cuadrado en viviendas de nueva construcción en referencia al mercado de segunda mano estaría en torno a 3.274 €/m².



Fuente: Elaboración propia.

“Figura 5.1.B.3.14. Evolución de los precios medios en función del tiempo.”

B.4- DESCRIPCIÓN DE LA DEMANDA.

A continuación se muestran los resultados generados estadísticamente sobre las encuestas de demanda en el distrito de Algirós. Para ello, una vez obtenidos los resultados de todos los encuestados se pasó a tabular cada una de las respuestas. La siguiente tabla (Tabla XX) recoge los valores asignados a cada una de las categorías del cuestionario.

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

Fuente: Elaboración de forma conjunta por los alumnos del taller 30.

“Figura 5.1.B.4.1. Valores asignados a las variables categóricas.”

- **PERCEPCIÓN DEL BARRIO.**

En el cuestionario de demanda se incluyeron un conjunto de variables que recogían las diferentes percepciones que un ciudadano puede tener de un barrio de la ciudad de Valencia. Este conjunto de percepciones estaba formado por las expresiones: barrio emblemático, multicultural, ordenado, en expansión, dinámico, con vida de barrio, con tráfico y ruido, bien comunicado, de negocios y con buenos equipamientos. La siguiente tabla (Figura 5.1.B.4.2) recoge el número de encuestados (N), el valor mínimo y máximo de cada variable así como la media y desviación típica.

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
EMBLEMÁTICO	30	2	5	3,67	0,802
MULTICULTURAL	30	2	5	3,63	0,850
ORDENADO	30	2	5	3,47	0,937
EN EXPANSIÓN	30	1	5	2,80	1,031
DINÁMICO	30	3	5	3,87	0,571
CON VIDA BARRIO	30	2	5	3,60	0,894
TRAFICO RUIDO	30	1	5	2,97	1,351
BIEN COMUNICADO	30	2	5	3,47	0,860
DE NEGOCIOS	30	1	4	2,67	0,844
BUENOS EQUIPAMIENTOS	30	1	5	3,03	0,999
ELECCION RESIDIR	30	1	5	3,60	1,133
ELECCION INVERTIR	30	1	5	3,20	1,243
N válido (según lista)	30				

Fuente: elaboración de forma conjunta por los alumnos del Taller 30

“Figura 5.1.B.4.2. Estadísticos descriptivos de las percepciones del distrito 13.”

De la tabla anterior son relevantes los valores medios, éstos nos indican como término medio qué percepciones y qué valoración global tienen los ciudadanos de este distrito. Teniendo en cuenta como valor neutro el 2.50, observamos cómo el distrito se valora en general de forma positiva, ya que la elección del barrio para residir tiene una media de 3.60 y la elección del barrio para invertir una media de 3.20. En conclusión, *es un barrio ligeramente atractivo para vivir al igual que para invertir.*

A continuación (Figura 5.1.B.4.3), se ordenan de forma ascendente los valores medios de las percepciones. De nuevo el valor medio de estas respuestas se encuentra en 2.50.

	N	Media
DE NEGOCIOS	30	2,67
EN EXPANSION	30	2,80
TRAFICO Y RUIDO	30	2,97
BUENOS EQUIPAMIENTOS	30	3,03
ORDENADO	30	3,47
BIEN COMUNICADO	30	3,47
CON VIDA BARRIO	30	3,60
MULTICULTURAL	30	3,63
EMBLEMATICO	30	3,67
DINAMICO	30	3,87
N válido (según lista)	30	

Fuente: elaboración de forma conjunta por los alumnos del Taller 30. ETSIE. UPV

“Figura 5.1.B.4.3. Estadísticos descriptivos de las percepciones del distrito 13.”

Observamos cómo todas las puntuaciones se quedan por encima de la media. A la vista de los resultados el distrito 13 se percibe como un barrio muy dinámico y emblemático, multicultural, con tráfico y ruido, con vida de barrio, ordenado y bien comunicado.

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

		ELECCIÓN RESIDIR	ELECCIÓN INVERTIR
EMBLEMÁTICO	Coeficiente de correlación	0,189	-0,056
	Sig. (bilateral)	0,316	0,767
MULTICULTURAL	Coeficiente de correlación	0,195	0,056
	Sig. (bilateral)	0,301	0,767
ORDENADO	Coeficiente de correlación	0,177	0,011
	Sig. (bilateral)	0,349	0,953
EN EXPANSIÓN	Coeficiente de correlación	0,115	-0,044
	Sig. (bilateral)	0,545	0,817
DINÁMICO	Coeficiente de correlación	0,079	0,062
	Sig. (bilateral)	0,680	0,744
CON VIDA BARRIO	Coeficiente de correlación	0,613	0,358
	Sig. (bilateral)	0,000	0,052
TRAFICO Y RUIDO	Coeficiente de correlación	-0,300	-0,186
	Sig. (bilateral)	0,107	0,325
BIEN COMUNICADO	Coeficiente de correlación	-0,013	0,167
	Sig. (bilateral)	0,944	0,379
DE NEGOCIOS	Coeficiente de correlación	0,132	0,132
	Sig. (bilateral)	0,488	0,488
BUENOS EQUIPAMIENTOS	Coeficiente de correlación	0,260	0,268
	Sig. (bilateral)	0,166	0,152
N **. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).		30	30

Fuente: elaboración de forma conjunta por los alumnos del Taller 30. ETSIE. UPV

“Figura 5.1.B.4.4. Correlaciones percepciones-intención de compra de la vivienda.”

Como resultado de la “Figura 5.1.B.4.4” podemos decir que es significativa estadísticamente la percepción “con vida de barrio” a la hora de elegir el distrito para residir.

- **IMPORTANCIA EN LA INTENCIÓN DE COMPRA (ZONA-VIVIENDA)**

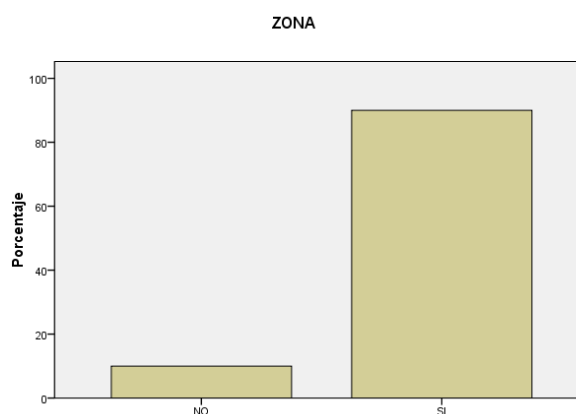
El objetivo de esta fase es estudiar qué aspecto tiene mayor importancia en la compra de una vivienda, la zona o la vivienda. En la siguiente tabla (Figura 5.1.B.4.5) se recogen las respuestas de los ciudadanos a la pregunta “cuando compra una vivienda, ¿qué tiene más relevancia en su decisión, zona o vivienda?”.

ZONA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NO	3	10,0	10,0	10,0
	SI	27	90,0	90,0	100,0
Total		30	100,0	100,0	

Fuente: elaboración de forma conjunta por los alumnos del Taller 30. ETSIE. UPV

“Figura 5.1.B.4.5. Frecuencias importancia zona en la decisión de compra. Distrito 13.”



Fuente: elaboración de forma conjunta por los alumnos del Taller 30. ETSIE. UPV

“Figura 5.1.B.4.6. Diagrama de frecuencias importancia zona en la decisión de compra.

Distrito 13.”

Los resultados muestran cómo el 90,0% de los ciudadanos encuestados consideran que la zona es el aspecto más relevante en su decisión a la hora de comprar una vivienda, por lo tanto, para el 10,0% restante es más importante la vivienda que la zona al tomar la decisión de compra.

A continuación de preguntar sobre la importancia de zona o vivienda a la hora de la compra, se les planteaba a los ciudadanos que establecieran un porcentaje aproximado de importancia a cada una de estas variables (zona y vivienda). Los ciudadanos han contestado, en términos medios, que el 41,17% de la decisión de compra se encuentra en la vivienda y por tanto que el 58.83 (es decir, casi el 60%) de la decisión de compra se encuentra en la zona.

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
ZONA PORCENTUAL	30	30	90	58,83	12,709
VIVIENDA PORCENTUAL	30	10	70	41,17	12,709
N válido (según lista)	30				

Fuente: elaboración de forma conjunta por los alumnos del Taller 30. ETSIE. UPV

“Figura 5.1.B.4.7. Media de la importancia de la zona y la vivienda en la compra de una vivienda. Distrito 13.”

En conclusión, aunque el 90% de los encuestados eligen la zona como primera opción, también le dan bastante importancia a las características de la vivienda.

- **PREFERENCIA DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LA VIVIENDA**

El objetivo de esta fase es analizar la preferencia de los ciudadanos sobre las tipologías, características, calidades y dotaciones comunes de las viviendas ideales para el demandante.

Las siguientes tablas recogen el análisis descriptivo de esta fase. Las medias se encuentran ordenadas de manera ascendente, de manera que, las últimas categorías del listado podrían corresponder con las categorías más deseadas (aunque no todos los valores medios coinciden).

TIPOLOGIAS	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
vivienda protegida	21	0	1	0,29	0,463
edificación manzana cerrada	23	0	1	0,30	0,470
vivienda plurifamiliar	27	0	1	0,44	0,506
vivienda unifamiliar	27	0	1	0,56	0,506
edificación manzana abierta	24	0	1	0,71	0,464
vivienda libre	21	0	1	0,71	0,463

Fuente: elaboración de forma conjunta por los alumnos del Taller 30. ETSIE. UPV

“Figura 5.1.B.4.8. Media de las tipologías constructivas demandadas por los ciudadanos. Distrito 13.”

En lo relativo a la tipología de vivienda deseada, los encuestados se decantan por vivienda libre, en edificación de manzana abierta y preferiblemente vivienda unifamiliar.

CARACTERÍSTICAS	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Orientación	0				
entrada por vía ancha	15	0	1	0,73	0,458
Ático	24	0	1	0,87	0,338
Balcón	30	1	1	1,00	0,000
Galería	29	1	1	1,00	0,000
Garaje	27	1	1	1,00	0,000
Trastero	26	1	1	1,00	0,000
nº habitaciones	30	2	5	3,30	0,750
dimensiones vivienda	30	2	6	3,73	1,081
Altura	6	0	15	4,83	5,565

Fuente: elaboración de forma conjunta por los alumnos del Taller 30. ETSIE. UPV

“Figura 5.1.B.4.9. Media de las características de las viviendas deseadas. Distrito 13.”

La tabla anterior (Figura 5.1.B.4.9) indica que las viviendas deseadas se encuentran ubicadas en pisos elevados, cuentan con una superficie de unos 100 m², tienen 3 o más habitaciones y disponen de garaje, trastero, galería y balcón. También cabe destacar la preferencia del ático y de la entrada por vía ancha. Aunque no se aprecia el análisis estadístico de la orientación, en este distrito la gran mayoría de los encuestados preferían la orientación Este.

CALIDADES	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
tabiquería pladur	27	0	0	0,00	0,000
carpintería interior contrachapado	30	0	0	0,00	0,000
pavimento zaguán gres	22	0	1	0,05	0,213
carpintería exterior madera	28	0	1	0,11	0,315
fachada enfoscada	23	0	1	0,17	0,388
revestimiento cocina y baños gres	27	0	1	0,19	0,396
pavimento zaguán granito	22	0	1	0,23	0,429
pavimento ladrillo	26	0	1	0,23	0,430
carpintería exterior aluminio	28	0	1	0,32	0,476
pavimento cocina y baños gres	27	0	1	0,33	0,480
pavimento mármol	26	0	1	0,35	0,485
revestimiento cocina y baños	27	0	1	0,37	0,492
pavimento cocina y baños porcelánico	27	0	1	0,37	0,492
pavimento cocina y baños mármol	27	0	1	0,37	0,492
pavimento gres	26	0	1	0,42	0,504
revestimiento cocina y baños mármol	27	0	1	0,44	0,506
carpintería exterior PVC	28	0	1	0,61	0,497
pavimento zaguán mármol	22	0	1	0,73	0,456
fachada caravista	23	0	1	0,83	0,388
mobiliario cocina	28	0	1	0,89	0,315
tabiquería ladrillo	27	1	1	1,00	0,000
carpintería interior maciza	30	1	1	1,00	0,000
armarios empotrados	30	1	1	1,00	0,000
Calefacción	30	1	1	1,00	0,000
aire acondicionado	29	1	2	1,55	0,506
N válido (según lista)	0				

Fuente: elaboración de forma conjunta por los alumnos del Taller 30. ETSIE. UPV

“Figura 5.1.B.4.10. Media de las calidades constructivas deseadas por los ciudadanos.”

Los datos más significativos de la tabla “Figura 5.1.B.4.10.” muestran que las viviendas deseadas deben contar con aire acondicionado y calefacción, carpintería interior maciza y armarios empotrados, tabiquería de ladrillo, mobiliario de cocina, pavimento de gres, revestimiento de cocina y baños con mármol y fachada exterior de ladrillo caravista con carpinterías exteriores de PVC.

DOTACIONES COMUNES	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
club social	22	0	1	0,64	0,492
instalaciones deportivas	24	0	1	0,96	0,204
Piscina	25	0	1	0,96	0,200
Jardín	28	0	1	0,96	0,189

Fuente: elaboración de forma conjunta por los alumnos del Taller 30. ETSIE. UPV

“Figura 5.1.B.4.11. Media de las dotaciones comunes deseadas. Distrito 13.”

En lo referente a dotaciones comunes, la gran mayoría de los encuestados comparten interés por disponer de piscina, jardín e instalaciones deportivas.

- **ANÁLISIS DE LOS PRECIOS O DISPOSICIÓN A PAGAR**

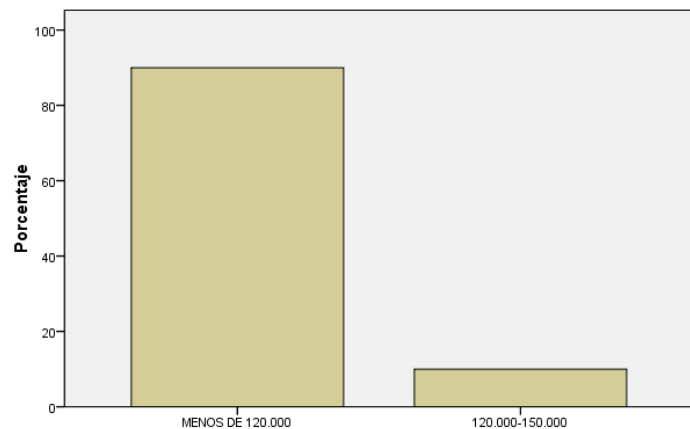
El objetivo de esta fase es analizar el precio que los consumidores están dispuestos a pagar por la vivienda atendiendo a su superficie. Así, en el cuestionario se preguntó por tres categorías distintas: viviendas de 1, 2 y 3 habitaciones.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos MENOS DE 120.000	27	90,0	90,0	90,0
120.000-150.000	3	10,0	10,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente: elaboración de forma conjunta por los alumnos del Taller 30. ETSIE. UPV

“Figura 5.1.B.4.11. Disposición a pagar. Vivienda de 1 habitación. Distrito 13”

Como se observa en la tabla “Figura 5.1.B.4.11.” el 90% de los consumidores, por una vivienda de 1 habitación, no están dispuestos a pagar más de 120.000 euros; mientras que el 10 % restante estaría dispuesto a pagar una cantidad entre 120.000-150.000 euros. Por tanto, ninguno de los encuestados estaría dispuesto a pagar más de 150.000 euros por una vivienda de 1 habitación en el distrito de Algirós.



Fuente: elaboración de forma conjunta por los alumnos del Taller 30. ETSIE. UPV

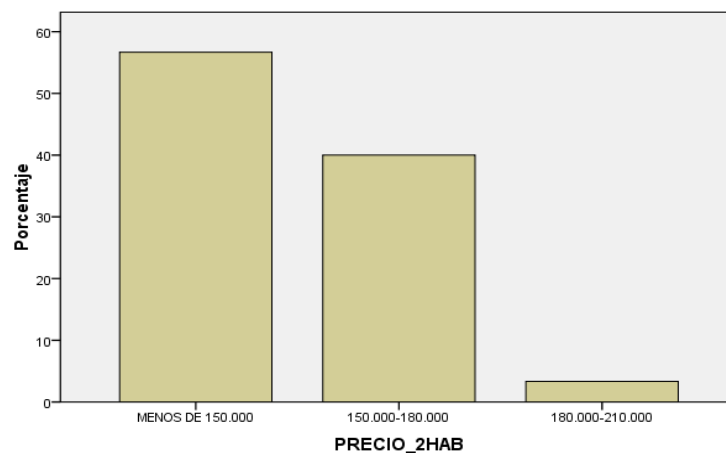
“Figura 5.1.B.4.12. Diagrama de frecuencias de la disposición a pagar. Vivienda de 1 habitación. Distrito 13.”

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos MENOS DE 150.000	17	56,7	56,7	56,7
150.000-180.000	12	40,0	40,0	96,7
180.000-210.000	1	3,3	3,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente: elaboración de forma conjunta por los alumnos del Taller 30. ETSIE. UPV

“Figura 5.1.B.4.13. Disposición a pagar. Vivienda de 2 habitaciones. Distrito 13”

Idéntico análisis se ha realizado para las viviendas de 2 habitaciones. Los consumidores, por una vivienda de 2 habitaciones, no están dispuestos a pagar más de 150.000 euros; por otra parte, el 40% de los consumidores está dispuesto a pagar entre 150.000 y 180.000 euros, mientras que solamente el 3,3 % restante estaría dispuesto a pagar una cantidad entre 180.000-210.000 euros. Por tanto, ninguno de los encuestados estaría dispuesto a pagar más de 210.000 euros por una vivienda de 2 habitaciones en este distrito.



Fuente: elaboración de forma conjunta por los alumnos del Taller 30. ETSIE. UPV

“Figura 5.1.B.4.14. Diagrama de frecuencias de la disposición a pagar. Vivienda de 2 habitaciones. Distrito 13.”

Finalmente analizamos la disposición a pagar por una vivienda de 3 habitaciones.

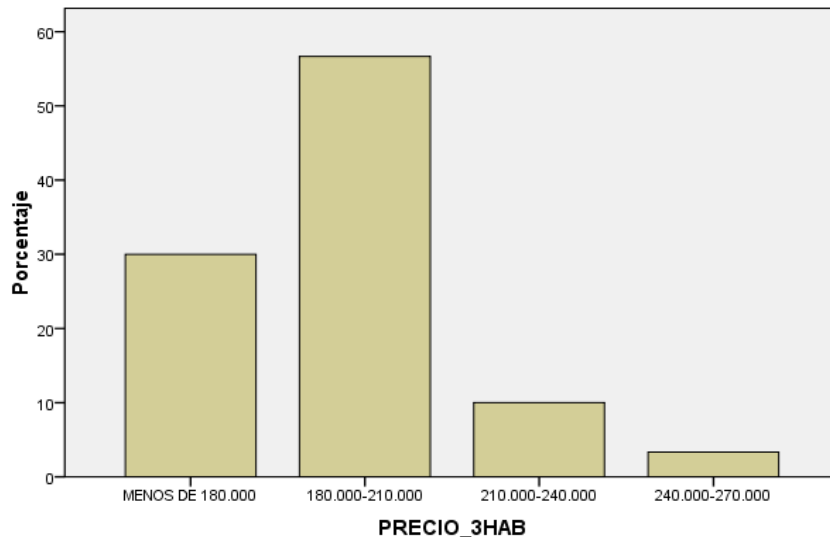
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos MENOS DE 180.000	9	30,0	30,0	30,0
180.000-210.000	17	56,7	56,7	86,7
210.000-240.000	3	10,0	10,0	96,7
240.000-270.000	1	3,3	3,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente: elaboración de forma conjunta por los alumnos del Taller 30. ETSIE. UPV

“Figura 5.1.B.4.15. Disposición a pagar. Vivienda de 3 habitaciones. Distrito 13.”

Como se observa en la tabla “Figura 5.1.B.4.15.” el 56,7% de los consumidores, por una vivienda de 3 habitaciones, están dispuestos a pagar una cantidad entre 180.000 y 210.000 euros; por otra parte, el 30% de los consumidores no pagarían más de 180.000 euros; el 10% de los encuestados opta por una cantidad entre 210.000 y 240.000 euros, mientras que solamente

el 3,3 % restante estaría dispuesto a pagar una cantidad entre 240.000-270.000 euros. Por tanto, ninguno de los encuestados estaría dispuesto a pagar más de 270.000 euros por una vivienda de 3 habitaciones en este distrito.



Fuente: elaboración de forma conjunta por los alumnos del Taller 30. ETSIE. UPV

“Figura 5.1.B.4.16. Diagrama de frecuencias de la disposición a pagar. Vivienda de 2 habitaciones. Distrito 13.”

Dentro del análisis del precio, el último aspecto a analizar ha sido la disposición a pagar por las siguientes variables: trastero, garaje, instalaciones comunes y vivienda-ático. La siguiente tabla “Figura 5.1.B.4.16.” recoge los valores medios para el Distrito 13. *(Siguiente página)*

Los resultados muestran cómo el precio medio a pagar por un trastero sería de 6.267 euros, por una plaza de garaje de 19.567 euros, por las instalaciones comunes un importe de 19.200 euros a incrementar al precio de la vivienda y por una vivienda ático 240.000 euros (valor que como se observa queda por ligeramente por encima de la media de lo que los ciudadanos están dispuestos a pagar por una vivienda de 3 habitaciones).

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
PRECIO ATICO	29	0	360.000	240.000,00	72.160,535
PRECIO INSTALACIONES COMUNES	30	0	50.000	19.200,00	14.573,003
PRECIO GARAJE	30	0	60.000	19.566,67	10.997,440
PRECIO TRASTERO	30	0	20.000	6.266,67	4.510,014
N válido (según lista)	29				

Fuente: elaboración de forma conjunta por los alumnos del Taller 30. ETSIE. UPV

“Figura 5.1.B.4.16. Media de disposición a pagar por trastero-garaje-instalaciones deportivas-ático. Distrito 13.”

Con los resultados anteriormente expuestos podemos hacernos una idea de la disposición que tienen los ciudadanos a pagar por una vivienda. Ahora bien, cabe resaltar dos aspectos importantes dentro de este punto:

1. El mercado inmobiliario, sobre todo en los últimos tiempos, se caracteriza por una evolución continua de los precios de venta, por tanto, solamente el segmento de la población que está buscando o ha comprado recientemente una vivienda pueden guiarnos con datos fidedignos en este análisis.
2. En el distrito de Algirós no existe obra de nueva construcción en los últimos años y la mayoría de edificios tienen más de 30 años de antigüedad, por lo que los precios de mercado con los que están familiarizados a la hora de decidir son los de viviendas de segunda mano.

C. DECISIONES SOBRE LA PROMOCIÓN.

C.1- DECISIONES SOBRE LA PROMOCIÓN.

Basándonos en el estudio realizado sobre la demanda y tras compararlo con las características de la oferta, se han tomado las siguientes decisiones sobre la promoción, teniendo en cuenta las limitaciones que nos aporta el solar en cuestión que se desarrollará en el apartado "5.2.B- DESCRIPCION PROMOCION."

El edificio estará formado por un bloque exento de 20 alturas, edificación de manzana abierta, considerando la planta baja destinada a bajos comerciales y las 20 plantas a viviendas de renta libre.

La fachada del edificio estará revestida de ladrillo caravista con carpinterías exteriores de PVC.

Las viviendas tendrán 110 m² de superficie, pudiendo ser de 3 o 4 dormitorios, es decir, el cliente podrá elegir entre los dos tipos de vivienda en función de sus necesidades, además contarán con galería y balcón.

En cuanto a las calidades interiores vamos a contar con tabiquería de ladrillo, solado en toda la casa de gres exceptuando los baños que contarán con solado y revestimiento de mármol.

La carpintería interior será de madera maciza y la cocina contará con su mobiliario. Además las viviendas irán equipadas con instalaciones de calefacción y aire acondicionado.

En las plantas sótano se construirán una plaza de aparcamiento y un trastero por vivienda.

Otro factor muy importante a tener en cuenta a la hora de tomar una decisión sobre la promoción es la proximidad de las universidades. Debido a la gran edificabilidad del solar en cuestión, podríamos ofertar un tercer tipo de viviendas de 55 m² que cuenten con 2 habitaciones.

C.2- DECISIONES SOBRE EL PRECIO.

Basándonos nuevamente en el estudio de precios realizado sobre la demanda y tras compararlo con los precios medios de la oferta inmobiliaria existente, observamos una diferencia bastante grande entre ambos.

El precio medio calculado en función de la oferta existente es 3.274 €/m², sin embargo, en las encuestas realizadas nadie está dispuesto a pagar más de 270.000 € por una vivienda de tres habitaciones.

No obstante, cabe destacar que los encuestados de la zona asimilan los precios a los de segunda mano de la zona, que mayoritariamente son viviendas de entre 20 y 50 años de antigüedad.

Por todo lo anterior, se va a tomar como precio de partida para el estudio de viabilidad económico-financiero unos 3.100 €/m². Por tanto, contaremos con los siguientes precios por vivienda:

VIVIENDAS DE 110 m²: 341.000 €

VIVIENDAS DE 55 m²: 170.500 €

Por otra parte, al comparar los precios de garajes y trasteros con los precios de mercado en la zona observamos precios muy similares, por tanto vamos a contar con los siguientes precios:

PLAZA DE GARAJE: 20.000 €

TRASTEROS: 7.000 €

El precio de los locales comerciales por metro cuadrado podemos estimarlo como un 80 % del precio de venta de las viviendas, por tanto:

LOCALES COMERCIALES: 520.000 €

5.2- RESULTADOS DEL ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO

A. DESCRIPCIÓN DEL SOLAR:

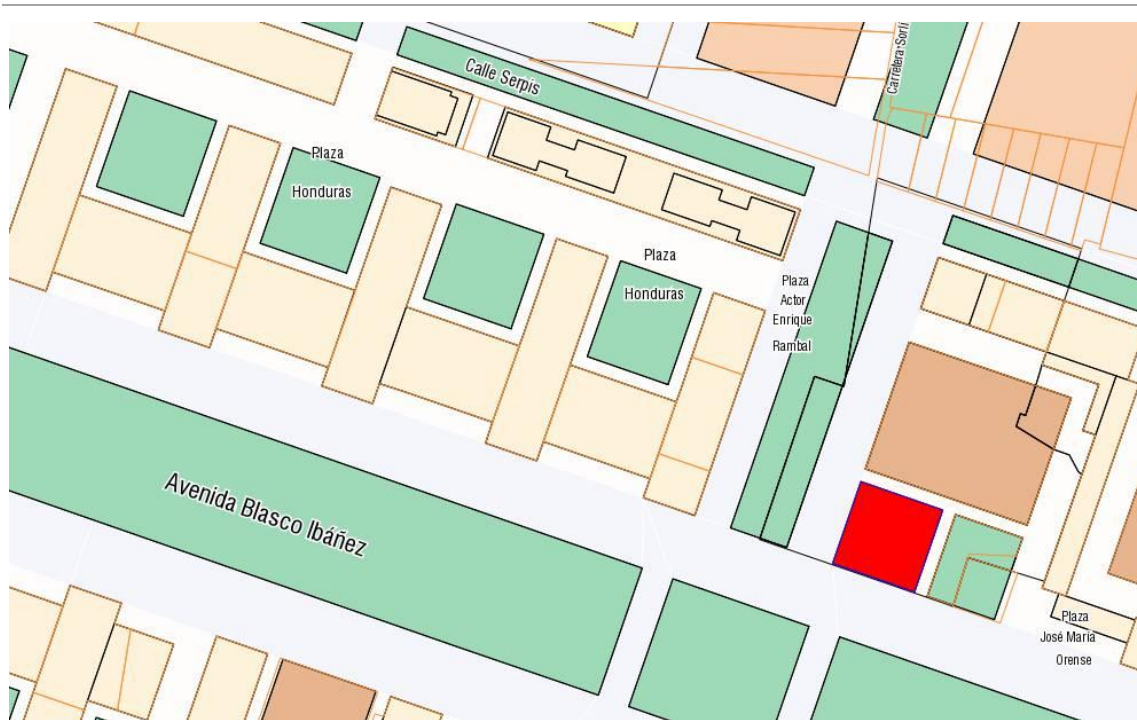
A.1.- UBICACIÓN.

La parcela objeto de estudio se halla situada en el Municipio de Valencia, dentro del distrito nº 13 Algirós, en el barrio de Ciutat Jardí encontrándose afincada en Avenida Vicente Blasco Ibáñez Nº 137. Linda por Norte y Este, con vial de servicio; por Sur, con la Avenida Blasco Ibáñez, y por Oeste, con la Plaza Actor Enrique Rambal. Su referencia catastral es 8828801YJ2782H0001IL y el solar se encuentra sin edificar.



Fuente: Ayuntamiento de Valencia.

“Figura 5.2.A.1: Plano Distrito Algirós (Arriba) y su barrio Ciutat Jardí (Debajo).”



Fuente: Ayuntamiento de Valencia.

“Figura 5.2.A.2: Ubicación de la parcela (en color rojo).”

El solar se encuentra libre de obstáculos, con una planeidad constante a una cota de menos un metro desde el vial. Sus dimensiones son de 32 metros de ancho por 32 metros de largo, formando un cuadrado.

Las parcelas adyacentes a Norte y Este se encuentran sin edificar y se destinarán a Suelo Dotacional y Zona Verde, respectivamente.

A.2.- CIRCUNSTANCIAS URBANÍSTICAS DEL SOLAR.

El solar cuenta con una superficie gráfica de mil veinticuatro metros cuadrados, conformando una única parte o subparcela de misma superficie.

Según el Plan General de Ordenación Urbana de Valencia (BOE 14/01/1989 – DOGV 03/05/1993) el suelo tiene una clasificación de Suelo Urbano (SU) y el instrumento que lo desarrolla es la Unidad de Actuación X del antiguo PERI 12, con Modificación del Plan 1351.

Su calificación urbanística es Edificación Abierta (EDA) y su uso global o dominante es Residencial plurifamiliar (Rpf.), con destino a viviendas cuya agrupación dará lugar a un edificio de uso exclusivo residencial, o mixto, entendiéndose como tal aquel en el que todas las plantas por encima de la planta baja (plantas de piso) se destinan a viviendas y la planta baja a usos terciarios; siendo el tipo edificatorio dominante Bloque exento o manzana abierta.

En zonas de calificación urbanística EDA, se prohíben expresamente los siguientes usos:

- a) Terciarios:
 - a.1) Edificios comerciales (Tco.2) si se encuentran dentro del área delimitada por las vías de Tránsitos.
 - a.2) Edificios comerciales limitados a zonas de uso dominante terciario (Tco.3).
 - a.3) Campamentos (Tho.2).
 - a.4) Edificios, locales e instalaciones destinadas a actividades recreativas con aforo superior a 1.500 personas (Tre.4), salvo que se propongan en bloques o manzanas completas previo Estudio de Detalle que, además de cumplir las condiciones que se establecen en las Ordenanzas particulares de las Zonas de Calificación urbanística: Zona de Edificación abierta (EDA), contenidas en el Título Sexto de las normas del PGOU de 1988, relativas a la ordenación pormenorizada, deberá justificar expresamente la dotación de plazas de aparcamiento que se establece en la Ordenanza municipal correspondiente.

- b) Industriales y almacenes: Ind.2, Ind.3, Alm.2 y Alm.3.

- c) Dotacionales:

- c.1) Edificios, locales, instalaciones y espacios dotacionales destinados mercados de abastos y mataderos, cementerios (Dce),
- c.2) Infraestructuras (Din) excepto los servicios centrales de telecomunicaciones (Din.5).

- d) Aparcamientos: Locales de aparcamiento expresamente vinculados al transporte colectivo de viajeros y/o mercancías (Par.2) si se encuentran dentro del área delimitada por las vías de Tránsitos.

Las condiciones de parcela establecen una parcela mínima de 200 metros cuadrados, así como una longitud mínima de fachada de 12 metros.

En cuanto a las condiciones de volumen, la modificación del Plan 1351 (DOGV 27/01/97), permite la construcción de veinte alturas en detrimento de anchura y profundidad, lo que conduce a que solamente se puedan construir 20 plantas de altura en un cuadrado de la parcela de dimensiones 25 x 25 metros, quedando la parcela ocupada en su totalidad solamente en planta baja, donde le imponen una altura comprendida entre los 4,30 y los 5,30 metros. Se permite entresuelo, así como semisótano o sótano; en contraposición no se permite ni áticos ni desvanes.

En relación a los aparcamientos, obligan a la construcción de una plaza por vivienda más las correspondientes a otros usos.

En la siguiente página se muestra la Ficha de Calificación Urbanística del solar.



A.3- PRECIO.

Tras la inspección visual del solar en cuestión, no se observó ningún cartel de venta y tras preguntar por los comercios de la zona, no se encontró ninguna información sobre el mismo.

Para averiguar el propietario del solar se acudió al Registro de la Propiedad de Valencia y se pidió una Nota Simple Informativa sobre el solar, donde se descubrió que la titularidad del solar la regentaba una empresa de Zaragoza y la finca poseía una carga hipotecaria.

Una vez se contactó con la empresa, ésta se mostraba reacia a dar un precio sobre el solar, por tanto, vamos a coger el valor de la carga hipotecaria que asciende a un principal de **15.715.000 €**. Este valor parece demasiado elevado para el solar, por lo tanto tras realizar el análisis de la cuenta de resultados de la promoción vamos a decidir un precio de oferta para el solar.

B. DESCRIPCIÓN DE LA PROMOCIÓN.

Como se ha descrito anteriormente, el solar cuenta con una planta cuadrada de 32 metros de ancho por 32 metros de largo, conformando una superficie de 1024 m². Ahora bien, las circunstancias urbanísticas del solar nos indican que solamente podremos ocupar la totalidad de la superficie en la planta baja, contrayéndose las 20 plantas piso a un cuadrado de 25 metros de ancho por 25 metros de largo, que conforma una superficie de 625 m² por planta.

El espacio generado por las zonas comunes del edificio (hueco de escaleras, ascensor, instalaciones...) podemos estimarlo aproximadamente como un 30 % de la superficie de cada planta, por tanto disponemos en cada planta de 440 m² destinados a viviendas, dando lugar a 4 viviendas de 110 m² o a 8 viviendas de 55 m².

Si dedicamos un 80 % del edificio a la construcción de viviendas de 110 m² y el 20 % restante a viviendas de 55 m², se generan el siguiente número de viviendas:

VIVIENDAS DE 110 m². 64 Unidades.

VIVIENDAS DE 55 m². 32 Unidades.

Por otra parte, necesitamos construir 1 garaje y un trastero por cada vivienda. Las superficies estándar para garajes y trasteros podemos situarlas en torno a 12 m² y 9 m² respectivamente. Normalmente se considera un incremento en la superficie de los garajes para considerar las zonas comunes (rampas, viales...) de unos 10 m² por cada plaza para el cálculo de la superficie necesaria.

Por tanto, vamos a necesitar para garajes y trasteros una superficie de 2.976 m², lo que nos conduce a la construcción de 3 plantas de sótano.

GARAJES 12 m². 96 Unidades.

TRASTEROS 9m². 96 Unidades.

Tras descontar a la planta baja los metros dedicados al zaguán y demás zonas comunes, contamos con una superficie para locales comerciales de unos 840 m². Esta superficie genera 4 bajos comerciales de 210 m² cada uno.

LOCALES 210 m². 4 Unidades.

C. ESTUDIO DE COSTES

C.1.- GASTOS DEL SOLAR.

PRECIO DEL SOLAR: Tomamos el valor de la carga hipotecaria que consta en la nota simple, que asciende a un importe de **15.715.000 €**, pagando una señal de entrada del 10% en el mes 1, y el resto al formalizar en escritura pública el mes 5.

GASTOS DOCUMENTALES: Son los gastos correspondientes al pago del notario y registrador por la escritura pública de la adquisición del solar y su posterior inscripción en el Registro de la Propiedad, incluido el pago del IVA (18%) y la retención del IRPF (15%) que se liquida trimestralmente al Ministerio de Economía y Hacienda, ascienden a **8.001,33 €** a pagar en el mes 5.

IMPUESTOS: La operación de compraventa del solar está sujeta al pago del IVA (18%) y del AJD (1%) debido a que la venta se realiza por una empresa. El total de impuestos a pagar es de **157.150,00 €**.

PLUSVALÍA: Le corresponde pagarlo al vendedor del solar.

OTROS GASTOS: Se ha considerado que el precio del levantamiento topográfico es de **1.800 €** y el precio del estudio geotécnico de **3.000 €**. A estos importes hay que sumarles la tasa correspondiente a la cédula de calificación urbanística de **129,29 €**.

Los **GASTOS TOTALES DE LA COMPRA DEL SOLAR** ascienden a **15.885.080,62 €**.

	EUROS
1. COMPRA DEL SOLAR	
1. PRECIO DEL SOLAR	15.715.000,00
2. GASTOS DOCUMENTALES	8.001,33
NOTARIO	4.838,48
Iva soportado	870,93
Retención	-725,77
Liquidación Retención	725,77
REGISTRADOR PROPIEDAD	3.162,84
Iva soportado	569,31
Retención	-474,43
Liquidación Retención	474,43
3. IMPUESTOS	157.150,00
Iva soportado	2.828.700,00
ITP Y AJD	157.150,00
4. PLUSVALÍA	
5. OTROS GASTOS	4.929,29
LEVANTAMIENTO TOPOGRÁFICO	1.800,00
ESTUDIO GEOTÉCNICO	3.000,00
Iva soportado	864,00
CÉDULA DE CALIFICACIÓN URBANÍSTICA	129,29
TOTAL COMPRA SOLAR	15.885.080,62

Fuente: Elaboración Propia.

“Figura 5.2.C.1: Costes del solar.”

C.2.- GASTOS DE CONSTRUCCIÓN.

Para la estimación del coste de la construcción se ha tomado como referencia los valores procedentes de los estudios de mercado que realiza de forma periódica el Ministerio de Economía y Hacienda.

Para ello se ha utilizado el Módulo Básico de Construcción MBC-2 de 650 €/m² multiplicado por el valor de actualización para el año 2011 de 1,0545. Debido a la tipología de las viviendas se ha empleado el coeficiente que aparece en el RD 1020/93, de 25 de junio, que correspondiente a viviendas colectivas de carácter urbano en edificación abierta, de categoría 2; ascendiendo dicho coeficiente a 1,4. Para los locales, garajes y trasteros se ha multiplicado por el coeficiente de uso, clase, modalidad y categoría 0,7.

Por tanto, el MBC en viviendas es de 959,60 €/m² y en locales, garajes y trasteros es de 479,80 €/m². No es necesario realizar obras de urbanización interior puesto que la totalidad de la parcela queda ocupada en su planta baja por los locales comerciales.

El valor de los **GASTOS TOTALES DE CONSTRUCCIÓN** o Presupuesto de Ejecución por Contrata (PEC) puede estimarse en **13.960.188,06 €**.

2. CONSTRUCCIÓN	
1. OBRA	13.960.188,06
VIVIENDAS	11.994.937,50
BAJOS COMERCIALES	491.312,64
GARAGES	982.625,28
TRASTEROS	491.312,64
2. URBANIZACIÓN INTERIOR	0,00
TOTAL	13.960.188,06
RETENCIÓN OBRA	-698.009,40
Iva soportado	1.116.815,04
DEVOLUCIÓN RETENCIÓN	698.009,40
Iva soportado	55.840,75
TOTAL CONSTRUCCIÓN	13.960.188,06

Fuente: Elaboración Propia.

“Figura 5.2.C.2: Costes de la construcción.”

Para el cálculo, suponemos que el pago de los gastos de construcción se realiza mediante certificaciones mensuales. Se retiene el 5% de cada certificación en concepto de garantía para responder de los desperfectos o deficiencias durante el primer año. La devolución de la retención se realizará a los 12 meses de terminar la obra, siempre y cuando no exista motivo justificado para su no devolución. En cuanto a la aplicación del IVA, la Ley 37/1992 establece que se aplicará el tipo impositivo reducido del 8% por tratarse de un pago que realiza el promotor directamente al constructor y que tiene por objeto la construcción de una edificación destinada principalmente a viviendas, incluidos los locales, garajes y anejos.

Se ha establecido el siguiente ritmo medio de construcción para una duración de obra de 20 meses, iniciándose las obras en el mes 10:

MES 10	MES 11	MES 12	MES 13	MES 14	MES 15	MES 16	MES 17	MES 18	MES 19
0,5	1,4	2,3	3,2	4,1	5,2	6,2	7,2	8,3	9
MES 20	MES 21	MES 22	MES 23	MES 24	MES 25	MES 26	MES 27	MES 28	MES 29
9	9	9	8	5,5	4	3	2,5	1,5	1,1

Fuente: Elaboración Propia.

“Figura 5.2.C.3: Ritmos medios de construcción.”

C.3.- GASTOS POR HONORARIOS FACULTATIVOS.

Los honorarios facultativos se han determinado mediante las tarifas orientativas propuestas según los Colegios profesionales.

ARQUITECTO: ascienden a **376.985,70 €** que se le pagarán de la siguiente forma: el 45% por proyecto básico, el 25% por proyecto de ejecución, el 25% por dirección de obra y el 5% restante por liquidación y recepción de obra.

INGENIERO DE TELECOMUNICACIONES: Le corresponden **3.690,16 €** en concepto de redacción del proyecto y de dirección de la obra.

ARQUITECTO TÉCNICO: Un total de **186.730,96 €** por dirección de la ejecución de la obra, las actuaciones en materia de seguridad y salud y por encargarse de la redacción del programa de control de calidad.

Procede pagar el 18% en concepto de IVA en los honorarios facultativos y se ha de tener en cuenta la retención del 15% en concepto del IRPF, al tratarse de servicios prestados por profesionales, que se liquidará de forma trimestral al Ministerio de Economía y Hacienda.

El **TOTAL DE LOS GASTOS POR HONORARIOS FACULTATIVOS** asciende a **567.406,82 €**.

3. HONORARIOS FACULTATIVOS	
1. ARQUITECTO	376.985,70
PROYECTO BÁSICO	169.643,57
PROYECTO EJECUCIÓN	94.246,43
DIRECCIÓN OBRA	94.246,43
LIQUIDACIÓN	18.849,29
2. INGENIERO DE TELECOMUNICACIONES	3.690,16
PROYECTO	2.133,56
DIRECCIÓN OBRA	1.556,60
3. ARQUITECTO TÉCNICO	186.730,96
DIRECTOR EJECUCIÓN DE OBRA	113.095,71
Director obra	94.246,43
Liquidación obra	18.849,29
SEGURIDAD Y SALUD	51.016,10
PROGRAMA CONTROL DE CALIDAD	22.619,14
TOTAL HONORARIOS FACULTATIVOS	567.406,82

Fuente: Elaboración Propia.

“Figura 5.2.C.4: Costes Honorarios Facultativos.”



C.4.- GASTOS DE LICENCIAS Y AUTORIZACIONES.

LICENCIA DE OBRAS: 490.823,54 €, en la que se incluye el pago de la tasa correspondiente a la prestación de los servicios técnicos y administrativos de competencia municipal (25.483,94 €) que se realiza en el momento de la solicitud; y el pago del Impuesto sobre Construcciones, Instalaciones y Obras (ICIO) cuyo hecho imponible es la realización de cualquier construcción, instalación u obra para la que se exija la obtención de la licencia de obras correspondiente (465.339,60 €), que se realiza en el momento de iniciar las obras.

LICENCIA DE PRIMERA OCUPACIÓN: 2.548,39 €, cuyo objeto es autorizar la puesta en uso de los edificios o instalaciones, y que se solicita una vez terminada la obra.

La declaración de obra nueva y división horizontal conlleva gastos de notario y registrador derivados de documentar en escritura pública que se ha efectuado o se va a efectuar una obra nueva y que dicha obra se divide en varias fincas independientes, así como AJD.

DECLARACIÓN DE OBRA NUEVA: tiene un importe de **146.769,67 €**. Para el cálculo de los honorarios de notario y registrador de la propiedad se utiliza el valor de la construcción (PEC).

DECLARACIÓN DE DIVISIÓN HORIZONTAL: asciende a **331.748,47 €**. En este caso, para el cálculo de los honorarios de notario y registrador de la propiedad se utiliza el valor de la construcción más el valor del suelo. El Registrador de la Propiedad aplicará unos aranceles de reducción del 30% sobre el valor de cada finca a registrar.

CÉDULA DE HABITABILIDAD: 1.120,63 €. Su objeto es el reconocimiento y la inspección de la vivienda a efectos sanitarios.

El **GASTO TOTAL DE LICENCIAS Y AUTORIZACIONES** asciende a **973.010,70 €**.

4. LICENCIAS Y AUTORIZACIONES	
1. LICENCIAS	493.371,94
LICENCIA DE OBRAS	490.823,54
TASA	25.483,94
ICIO	465.339,60
LICENCIA 1ª OCUPACIÓN	2.548,39
2. DECLARACIONES OBRA NUEVA	146.769,67
NOTARIO	4.338,36
AJD	139.601,88
REGISTRADOR	2.829,43
Iva Soportado	1.290,20
Retención	-1.075,17
Liquidación retención	1.075,17
3. DECALRACIÓN DE DIVISIÓN HORIZONTAL	331.748,47
NOTARIO	8.817,14
AJD	296.751,88
REGISTRADOR	26.179,45
Iva Soportado	6.299,39
Retención	-5.249,49
Liquidación retención	5.249,49
4. TASAS DE VPO	
5. CÉDULA DE HABITABILIDAD	1.120,63
TOTAL LICENCIAS Y AUTORIZACIONES	973.010,70

Fuente: Elaboración Propia.

“Figura 5.2.C.5: Costes Licencias y Autorizaciones.”

CÉDULA DE HABITABILIDAD	TOTAL	VIVIENDAS110M	VIVIENDAS 55 M
MÓDULO M	758	758	758
SUPRFICIE ÚTIL VIVIENDAS	352,000	88	44
TIPO IMPOSITIVO	0,00021	0,00021	0,00021
Nº VIVIENDAS	20	64	32
TOTAL TASA CÉDULA HABITABILIDAD	1.120,63	896,50	224,13
TASA POR VIVIENDA		14,00784	7,00392

Fuente: Elaboración Propia.

“Figura 5.2.C.6: Cálculo Cédula Habitabilidad.”

C.5.- GASTOS DE SEGUROS E IMPUESTOS.

SEGURO DE RESPONSABILIDAD DECENAL: 139.601,88 €. Conlleva unos gastos cuyo coste podemos estimar en un 0,5% sobre el PEM para el Control Técnico llevado a cabo por una empresa independiente y en un 0,7% sobre el PEM por la póliza el seguro. Suponemos que el control técnico se paga en su totalidad antes de comenzar la obra y la póliza del seguro se paga un 30% antes de comenzar la obra y el resto una vez finalizada ésta.

En concepto de impuestos, procede pagar el Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE) y el Impuesto sobre Bienes Inmueble (IBI).

El **IAE** es un impuesto que grava el ejercicio de cualquier actividad empresarial, profesional o artística. La cuota de este impuesto está formada por una cuota de superficie y una cuota de actividad.

- **Cuota fija**, se deberá abonar independientemente de que se produzcan ventas, entre el 1 de septiembre y el 31 de octubre de cada año, y cuyo importe es de **315,35 €**.
- **Cuota variable**, se deberá abonar en el mes de enero cuando se produzcan ventas en el periodo impositivo anterior, y su importe es en función de los m² vendidos.

IAE		
CUOTA FIJA	186,61	
COEFICIENTE DE PONDERACIÓN	1,31	
RECARGO PROVINCIAL	1,29	
BONIFICACIONES	0	
TOTAL CUOTA FIJA	315,35	
	AÑO 2012	AÑO 2013
CUOTA VARIABLE	1,87	1,87
M2 VENDIDOS	6422	5234
COEFICIENTE PONDERACIÓN	1,31	1,31
RECARGO PROVINCIAL	1,29	1,29
BONIFICACIONES	0	0
TOTAL CUOTA VARIABLE	20.294,25	16.540,03

Fuente: Elaboración Propia.

“Figura 5.2.C.7: Cálculo IAE.”

El **IAE** asciende a un gasto total de **37.780,33 €**

El **IBI** es un impuesto que grava la tenencia de bienes inmuebles en cualquier fase del proceso. En el Ayuntamiento de Valencia existe una bonificación del 90% en la cuota del impuesto para los inmuebles que son objeto de actividad de las empresas de urbanización, construcción y promoción inmobiliaria, que se deberá de solicitar antes de iniciar las obras. El importe de dicho impuesto es de **7.653,21 €**, y corresponde pagarlo entre el 1 de marzo y el 30 de abril al titular del bien inmueble a fecha 1 de enero del correspondiente año.

El importe total del **IBI** asciende a **15.306,41 €**

IBI	
VALOR CATASTRAL DEL INMUEBLE	7.857.500,00
TIPO IMPOSITIVO	0,97%
BONIFICACIONES PROMOTORES	0,9
TOTAL IBI	7.653,21

Fuente: Elaboración Propia.

“Figura 5.2.C.8: Cálculo IAE.”

Los **GASTOS TOTALES DE SEGUROS E IMPUESTOS** ascienden a **192.688,62 €**.

5.- SEGUROS E IMPUESTOS	
1. SEGURO DE RESPONSABILIDAD DECENAL	139.601,88
CONTROL TÉCNICO	58.167,45
PÓLIZA DE SEGURO	81.434,43
IVA soportado	10.470,14
2. IAE	37.780,33
3. IBI	15.306,41
TOTAL SEGUROS E IMPUESTOS	192.688,62

Fuente: Elaboración Propia.

“Figura 5.2.C.9: Costes de Seguros e Impuestos.”

C.6.- GASTOS DE GESTIÓN.

Los costes de gestión, originados como consecuencia de todas las gestiones que se deben realizar para llevar a cabo la realización de la promoción, se han dividido en costes de administración y costes en concepto de Dirección y Gerencia.

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN: 1.894.702,49 €. Se estiman en un 6% de la inversión realizada hasta el momento.

GASTOS GERENCIALES: 1.578.918,74 € se estiman en un 5% de la inversión realizada hasta el momento.

Los **GASTOS TOTALES DE GESTIÓN** de la promoción es de **3.473.621,23 €.**

6. GASTOS DE GESTIÓN	
1. GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	1.894.702,49
2. GASTOS GERENCIALES	1.578.918,74
TOTAL GASTOS DE GESTIÓN	3.473.621,23

7. GASTOS DE COMERCIALIZACIÓN	
1. GASTOS DE VENTAS	639.040,00
2. GASTOS DE PUBLICIDAD	319.520,00
IVA soportado	172.540,80
TOTAL GASTOS DE COMERCIALIZACIÓN	958.560,00

Fuente: Elaboración Propia.

“Figura 5.2.C.9: Costes de Gestión y Costes de Comercialización.”

C.7.- GASTOS DE COMERCIALIZACIÓN.

Son los gastos que conlleva la venta de la promoción. Se establecen en dos partidas de gastos como un porcentaje sobre el importe a ingresar por las ventas:

GASTOS DE VENTAS: estimados en un 2%, ascienden a **639.040,00€.**

GASTOS DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN: estimados en un 1 %, ascienden a **319.520,00 €.** Se considera que ambos trabajos son realizados por terceras personas, por lo tanto conllevan el pago del IVA.

Los **GASTOS TOTALES DE COMERCIALIZACIÓN** de la promoción son de **958.560,00 €.**

C.8.- GASTOS FINANCIEROS.

Los costes financieros comprenden los costes derivados de la constitución del préstamo hipotecario, los intereses del préstamo y el aval de entregas a cuenta.

En primer lugar, vamos a negociar con el banco un préstamo hipotecario subrogable con un **importe nominal** del préstamo correspondiente al 85% del precio de venta de las viviendas. En cuanto a las condiciones de esta hipoteca, suponemos un plazo de amortización de 15 años (los meses de ejecución de la obra son de carencia), a un tipo de interés anual en función del Euribor más un diferencial de 0,50 puntos, pagadero trimestralmente de forma postpagable. Las características del préstamo son las siguientes:

- Comisión de apertura del 1% sobre el principal del préstamo.
- Gastos de estudio del 0,2% sobre el principal del préstamo.
- Gastos de tasación: 1.200 €.
- Prima del seguro de incendios: 0,1% sobre el principal del préstamo.
- En la escritura del préstamo figurará como plazo de garantía el de 5 años de intereses y en concepto de costas y gastos judiciales, el 25 % del nominal del préstamo.
- Se obtiene el 85 % en disposiciones proporcionales a las certificaciones y el 15 % restante a la inscripción de las escrituras de compraventa de las viviendas, que se suponen en el mes siguiente a la terminación de la obra.

1- GASTOS GENERADOS POR EL PRÉSTAMO HIPOTECARIO.

La concesión del préstamo hipotecario subrogable conlleva la realización de tres fases, con sus respectivos gastos legales:

- FASE 1- SOLICITUD Y TRAMITACIÓN: 47.576,00 €. Supone el pago de los **gastos de tasación**, originados por los servicios técnicos de la entidad que realiza la valoración de la promoción, y los **gastos de estudio**.
- FASE 2- APROBACIÓN Y CONSTITUCIÓN: 362.791,11 €. Conlleva gastos de Notario y Registrador de la Propiedad (calculados sobre el capital garantizado), y el pago del impuesto **AJD** (1% sobre el capital garantizado de cada una de las fincas). En los aranceles del **Notario**

hay que aplicar una reducción del 25% y en los aranceles del **Registrador de la Propiedad** hay que aplicar una reducción del 25% y del 5%, aparte del otro 5% por los motivos anteriormente citados.

- **FASE 3- DISPOSICIÓN DEL PRÉSTAMO: 255.068,00 €.** En esta fase es necesario pagar la **comisión de apertura** y el **seguro de incendios**.

8. GASTOS FINANCIEROS	
1. GASTOS LEGALES PRÉSTAMOS HIPOTECARIO	665.435,11
FASE I: SOLICITUD Y TRAMITACIÓN	47.576,00
GASTOS TASACIÓN	1.200,00
GASTOS ESTUDIO	46.376,00
FASE II: APROBACIÓN Y CONSTITUCIÓN	362.791,11
NOTARIO	29.044,05
AJD	319.066,88
REGISTRADOR	14.680,18
Retención	-6.558,63
Liquidación Retención	6.558,63
FASE III: DISPOSICIÓN DEL PRÉSTAMO	255.068,00
SEGURO INCENDIOS	23.188,00
COMISIÓN DE APERTURA	231.880,00

Fuente: Elaboración Propia.

“Figura 5.2.C.10: Gastos Legales del Préstamo Hipotecario.”

2- GASTOS DE INTERESES DEL PRESTAMO.

Esta partida comprende la suma de los intereses generados todos los meses durante el periodo de carencia del préstamo hipotecario subrogable.

Ascienden a un total de **426.571,32 €**

3- AVALES DE ENTREGAS A CUENTA.

Son los gastos correspondientes al aval obligatorio por las entregas a cuenta de los clientes al promotor, conociendo el interés mensual y el coste del aval trimestral (0,25%).

En total supone un gasto de **32.619,31 €**

El **TOTAL DE GASTOS FINANCIEROS** es de **1.124.625,74 €**.

D. ESTUDIO DE INGRESOS.

Los ingresos generados en esta promoción son el resultado de la venta de las viviendas, locales, garajes y trasteros de la misma.

Como vimos en el apartado 5.1.C.2- *DECISIONES SOBRE EL PRECIO* de la parte comercial, los precios de los inmuebles son los siguientes:

	UNIDADES	SUPERFICIE	PRECIO/ M ²	PRECIO
VIVIENDAS TIPO 1	64	110 m ²	3.100 €	341.000,00 €
VIVIENDAS TIPO 2	32	55 m ²	3.100 €	170.500,00 €
LOCALES COMERCIALES	4	210 m ²	2.480 €	520.000,00 €
GARAJES	96	12 m ²	1.667 €	20.000,00 €
TRASTEROS	96	9 m ²	778 €	7.000,00 €

Fuente: Elaboración Propia.

“Figura 5.2.D.1: Precios de los Inmuebles.”

La venta de los inmuebles comienza en el mes 11 y tiene una duración de 18 meses, teniendo un ritmo de ventas tipo:

	MES 11	MES 12	MES 13	MES 14	MES 15	MES 16	MES 17	MES 18	MES 19
VIVIENDAS	8	7	4	3	3	3	4	4	4
LOCALES									
GARAJES	8	7	4	3	3	3	4	4	4
TRASTEROS	8	7	4	3	3	3	4	4	4
	MES 20	MES 21	MES 22	MES 23	MES 24	MES 25	MES 26	MES 27	MES 28
VIVIENDAS	5	5	7	7	6	6	6	7	7
LOCALES						1	1	1	1
GARAJES	5	5	7	7	6	6	6	7	7
TRASTEROS	5	5	7	7	6	6	6	7	7

Fuente: Elaboración Propia.

“Figura 5.2.D.2: Previsión Ritmos de ventas.”

Hemos supuesto unos ritmos de ventas bastante optimistas para el momento actual, pero también hay que considerar que estamos destinando una gran cantidad de recursos a la publicidad de la promoción.

Las condiciones de pago de las viviendas, locales, garajes y trasteros se muestran en la siguiente “figura 5.2.D.3”.

	VIVIENDAS	LOCALES	GARAJES	TRASTEROS
ENTRADA	5%	40%	25%	25%
APLAZADOS	10%	60%	75%	75%
HIPOTECA	85%			

Fuente: Elaboración Propia.

“Figura 5.2.D.3: Condiciones de Pago.”

El aplazamiento se considera repartido en un número de pagos mensuales iguales que se obtiene de dividir el total aplazado por el número de meses existentes entre el mes siguiente a cada venta y el de entrega de llaves.

El **total de ingresos** obtenidos por la promoción inmobiliaria asciende a **31.952.000 €**.

1.- VENTAS	EUROS
1. VIVIENDAS	27.280.000,00
ENTRADAS + APLAZADO	4.092.000,00
HIPOTECA	23.188.000,00
Iva repercutido (8%)	2.182.400,00
2. LOCALES	2.080.000,00
ENTRADAS + APLAZADO	2.080.000,00
HIPOTECA	
Iva repercutido (18%)	374.400,00
3. GARAJES	1.920.000,00
ENTRADAS + APLAZADO	1.920.000,00
HIPOTECA	
Iva repercutido (8%)	153.600,00
4. TRASTEROS	672.000,00
ENTRADAS + APLAZADO	672.000,00
HIPOTECA	
Iva repercutido (8%)	53.760,00
TOTAL INGRESOS	31.952.000,00

Fuente: Elaboración Propia.

“Figura 5.2.D.4: Condiciones de Pago.”

E. ANÁLISIS DE LA CUENTA DE RESULTADOS.

E.1.- OBTENCIÓN DE LA CUENTA DE RESULTADOS.

La obtención de la cuenta de resultados del proyecto se ha calculado a partir del total de ingresos y gastos obtenidos anteriormente. La finalidad de la cuenta de resultados es obtener el beneficio neto de la promoción y todos aquellos resultados necesarios para el cálculo de las rentabilidades estáticas.

La obtención de la cuenta de resultados y los cálculos obtenidos se detallan a continuación:

TOTAL DE INGRESOS. Se considera como el total de cobros obtenidos durante la promoción. Estos cobros son la venta de viviendas, locales, garajes y trasteros. El importe obtenido por el total de ingresos son **31.952.000,00 €**.

GASTOS DE EXPLOTACIÓN. Se calcula como el sumatorio de los costes del solar, el coste de construcción, los honorarios facultativos, los gastos de licencias y autorizaciones, gastos de seguros e impuestos y los costes de gestión. El resultado obtenido asciende a **34.859.307,43 €**.

MARGEN BRUTO DE EXPLOTACIÓN. Es el resultado obtenido como diferencia del total de ingresos y los gastos de explotación, en este caso la cuantía son **-2.907.307,43 €**. Este resultado es negativo debido a que los *Gastos de Explotación* son superiores al *Total de Ingresos*.

Para conseguir un *Margen Bruto de Explotación* positivo sin cambiar el precio de la promoción debemos recortar los *Gastos de Explotación*.

GASTOS DE COMERCIALIZACIÓN. Como ya se ha explicado anteriormente son los costes generados por los gastos de ventas y los gastos de publicidad. El coste total de comercialización obtenido son **958.560,00 €**.

BENEFICIO ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS (BAII). Es el resultado de la diferencia entre el margen bruto de explotación y los costes de comercialización, por tanto, en este caso será negativo.

GASTOS FINANCIEROS. La cuantía total de los costes financieros como suma de la constitución del préstamo hipotecario, los interés generados y el aval de entregas a cuenta ascienden a **1.124.625,74 €**.

BENEFICIO ANTES DE IMPUESTOS (BAI). Es el beneficio calculado como diferencia del BAI y los gastos financieros. El beneficio obtenido en esta promoción es negativo, es decir, hay pérdidas.

IMPUESTO DE SOCIEDADES. La última modificación se recoge en el *Real Decreto Ley 13/2010, de 3 de diciembre, de actuaciones en ámbito fiscal, laboral y liberalizadoras para fomentar la inversión y la creación de empleo*. Según este RD los tipos impositivos quedan de la siguiente forma:

- Las grandes empresas tributan al tipo general del 30 %.
- Las empresas de reducidas dimensiones (importe neto de la cifra de negocios del año anterior inferior a 10.000.000 €) tributan al 25% por la base comprendida entre 0 y 300.000 € y al 30 % por la base imponible restante.

En nuestro caso se ha calculado como el 30% del beneficio antes de impuestos (BAI).

BENEFICIO NETO. Es el beneficio obtenido por el promotor y calculado como diferencia del BAI y el impuesto de sociedades.

Para la consecución de beneficios en nuestra promoción sin alterar los precios de venta, debemos recortar en los gastos de explotación. Por este motivo vamos a llevar a cabo las siguientes acciones:

- Recortes en gastos de construcción.
- Oferta sobre el precio del solar.

En el apartado *Gastos de Construcción*, para el cálculo del Presupuesto de Ejecución por Contrata (PEC) habíamos considerado un Módulo básico de Construcción MBC-2 que corresponde con una categoría 2. Teniendo en cuenta que es una categoría muy elevada podemos elegir la inmediatamente inferior, cuyo Módulo Básico de Construcción es el MBC-3 = 600 €/m². Este cambio de categoría nos genera un PEC de **12.886.327,44 €**, lo que supone un ahorro de 1.073.860,62 € sobre el PEC anterior.

Por otra parte, como ya dijimos en el apartado *A.3.-PRECIO DEL SOLAR*, el precio elegido para los terrenos (carga hipotecaria que figura en la Nota Simple) parece demasiado elevado. Para generar una nueva oferta que permita que

nuestra promoción resulte rentable hemos optado por el precio que resulta de un ratio de rentabilidad económica (ROI) del 20 %, como se explicará en el siguiente apartado *E.3- OBTENCIÓN DE LOS CRITERIOS DE RENTABILIDAD DINÁMICOS*. El precio que satisface la anterior condición es de **8.583.000,00 €**.

CUENTA DE RESULTADOS DEL PROYECTO

	<u>INICIAL</u>	<u>CORRECCIÓN</u>
TOTAL INGRESOS	31.952.000,00	31.952.000,00
GASTOS EXPLOTACIÓN	34.859.307,43	25.667.876,59
MARGEN BRUTO DE EXPLOTACIÓN	-2.907.307,43	6.284.123,41
GASTOS COMERCIALIZACIÓN	958.560,00	958.560,00
BAII	-3.865.867,43	5.325.563,41
GASTOS FINANCIEROS	1.124.625,74	1.124.625,74
BAI	-4.990.493,16	4.200.937,67
IMPUESTO DE SS. (30%)	-1.497.147,95	1.260.281,30
BENEFICIO NETO	-3.493.345,21	2.940.656,37

Fuente: Elaboración Propia.

“Figura 5.2.E.1: Cuenta de resultados del proyecto.”

Con los nuevos datos obtenidos tras llevar a cabo las anteriores acciones, se generan los siguientes resultados:

MARGEN BRUTO DE EXPLOTACIÓN: 6.284.123,41 €

BENEFICIO ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS (BAII): 5.325.563,41 €

BENEFICIO ANTES DE IMPUESTOS (BAI): 4.200.937,67 €

IMPUESTO DE SOCIEDADES: 1.260.281,30 €

BENEFICIO NETO: 2.940.656,37 €

E.2.- OBTENCIÓN DE LOS CRITERIOS DE RENTABILIDAD ESTÁTICOS.

Los criterios de rentabilidad estáticos se obtienen a partir de la cuenta de resultados anterior y se expresan en forma de distintos *ratios*. Estos ratios son unos coeficientes o razones que nos proporcionan unidades contables de medida que nos sirven para la comparación con otros proyectos. Estos resultados los vamos a comparar con los límites de rentabilidad normalmente exigidos, establecidos en “El Libro Blanco del Sector Inmobiliario” (Universidad de Navarra, 1999).

Rentabilidad económica o de la Inversión (REI o ROI). Se trata de la rentabilidad de la inversión independiente del financiamiento, calculada como cociente del BAI entre el conjunto de los Gastos de Explotación y los de Comercialización. El límite de este ratio se ha establecido en el 20 %. Se ha obtenido un resultado del 20 % ya que hemos tomado este ratio como límite para el cálculo del valor del solar.

Margen sobre ventas (MgV). Marca el beneficio antes de impuestos sobre los cobros. Este índice se calcula como cociente del BAI y el total de ventas. Se ha considerado que la promoción es rentable si este índice supera el 10%. El resultado obtenido es del 13,15% por lo que la promoción resulta rentable.

Rentabilidad Financiera (RF) o de los Recursos Propios (RRP). Índice que marca el beneficio de la empresa respecto a los recursos propios invertidos en este proyecto. Este ratio se calcula como cociente entre el beneficio neto y los recursos propios. Se considera que la promoción es rentable si este índice supera el 10% y tras los cálculos, se obtiene un valor del 21,98%, por lo tanto la promoción es rentable.

Repercusión del solar sobre ventas. Este índice marca respecto a los ingresos, la cantidad de dinero que se emplea para pagar el solar. Se calcula como cociente entre el precio del solar y el cobro por ventas. El límite se sitúa en un 40% debiendo ser inferior a éste. El valor obtenido en nuestra promoción es del 26,86%, un valor bastante bajo lo que nos indica que seguramente el vendedor del solar no acepte nuestra oferta.

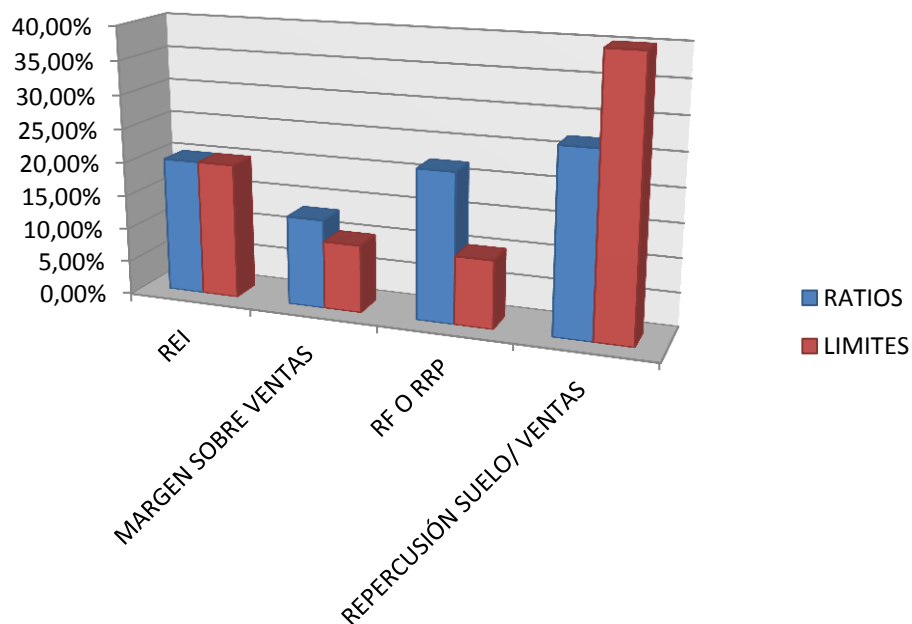
Repercusión del suelo. Es el valor que marca el precio del solar por m² de construcción sobre rasante. Se ha obtenido un valor de repercusión del suelo de 634,65 €/m².

CRITERIOS DE RENTABILIDAD ESTÁTICOS

	<u>INICIAL</u>	<u>CORRECCIÓN</u>	<u>LIMITES</u>
REI (RENTABILIDAD DE LA INVERSIÓN)	-10,79%	20,00%	>20%
MARGEN SOBRE VENTAS	-15,62%	13,15%	>10%
ROE (RENTABILIDAD RECURSOS PROPIOS)	-15,41%	21,98%	>10%
REPERCUSIÓN SUELO/ VENTAS	49,18%	26,86%	<40%
REPERCUSIÓN SUELO SUP. S/RASANTE	1.162,01	634,65	

Fuente: Elaboración Propia.

“Figura 5.2.E.2: Rentabilidad a partir de la cuenta de resultados.”



Fuente: Elaboración Propia.

“Figura 5.2.E.3: Comparación de los ratios con sus límites.”

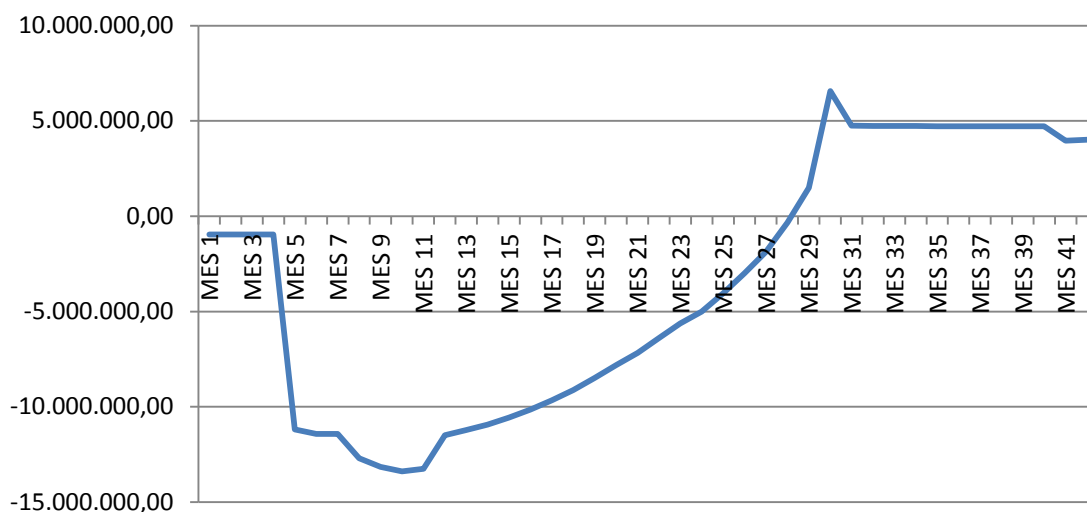
F. ANÁLISIS DEL CASH-FLOW

F.1.- OBTENCIÓN DEL CASH-FLOW DE LA PROMOCIÓN.

La obtención de los flujos de caja es el resultado de ordenar temporalmente todos los gastos y todos los ingresos que se producen en la promoción, generando mes a mes las necesidades de capital o ingresos que va a sufrir la empresa promotora.

Para su cálculo vamos a tener en cuenta el total de gastos que se producen cada mes, el total de ingresos mensual y la liquidación del IVA durante todo el periodo, como se podrá observar en la tabla adjunta en ANEXOS.

Si tenemos en cuenta la acumulación que se produce de mes a mes, podemos expresar el cash-flow con la siguiente gráfica:



Fuente: Elaboración propia.

“Figura 5.2.F.1: Cash-flow acumulado durante la Promoción.”

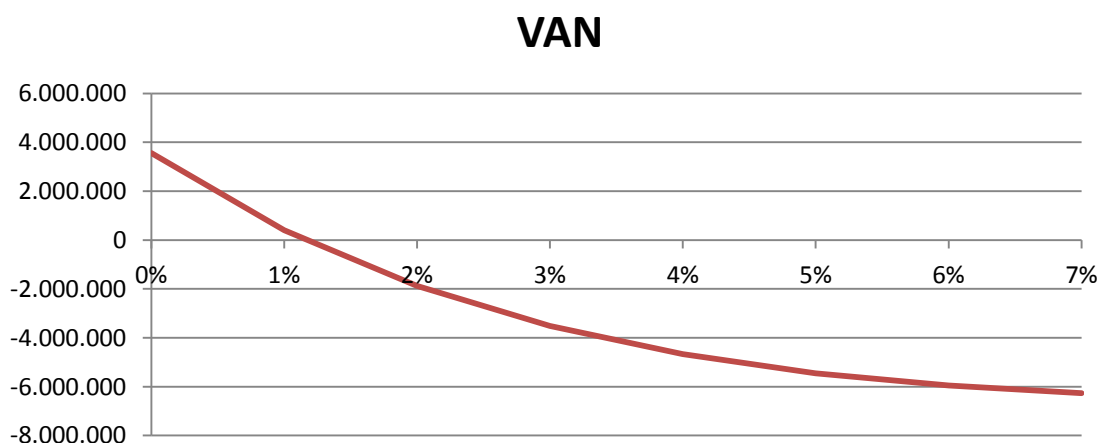
En la tabla anterior se observa como en el mes 10 es cuando existe una mayor necesidad de capital, el cual asciende a 13.376.755,22 €

F.2.- OBTENCIÓN DE LOS CRITERIOS DE RENTABILIDAD DINÁMICOS.

La evaluación de la rentabilidad del proyecto a partir del cash-flow, con las condiciones corregidas establecidas en el “*apartado E.1- Obtención de la cuenta de resultados.*”, se analizan mediante el procedimiento “Pay-Back” y mediante los criterios del VAN y la TIR.

Para analizar la rentabilidad a partir del cash-flow, no se tiene en cuenta la financiación de la promoción, solo los avales por ser obligatorios. También suponemos que el cobro de la hipoteca se produce íntegro en la entrega de llaves.

- **PAY-BACK:** El plazo de recuperación de la inversión realizada en la promoción, como puede observarse en la “Figura 5.2.F.1” (punto donde la gráfica se hace 0), es de **29 meses**.
- **VAN:** Para el cálculo del Valor Actual Neto, se ha considerado como la media del coste de la financiación el coste capital del préstamo hipotecario ($K=7,02\%$ anual). El **VAN** de la promoción es de **1.648.737,85 €**.
- **TIR:** La Tasa Interna de Rentabilidad del proyecto es de un **14,78%** anual.



Fuente: Elaboración propia.

“Figura 5.2.F.2: Diagrama VAN-TIR de la Promoción.”



Atendiendo a los criterios de rentabilidad dinámicos, el coste de financiación es menor a la rentabilidad ($TIR \text{ mensual} > K$; $1,155\% > 0,567\%$) y el VAN es positivo, por tanto la promoción resulta **rentable**.

Ahora bien, la TIR anual en empresas promotoras suele ser superior al 15%, por tanto podemos decir que nuestra promoción es ligeramente arriesgada (14,78%).

G. ACCIONES CORRECTORAS.

Como puede observarse en la “Figura 5.2.F.1” durante los 29 primeros meses existe un déficit negativo en los flujos de caja, situándose en el mes 10 la mayor necesidad de capital, la cual asciende a 13.376.755,22 €. Para cubrir estos desfases de caja vamos a comparar tres alternativas de financiación distintas:

- 100% CAPITAL SOCIAL.
- 75% CAPITAL SOCIAL + 25% PRESTAMO FRANCES.
- 75% CAPITAL SOCIAL + 25% PRESTAMO AMERICANO.

- **CASO 1: APORTACIÓN 100% CAPITAL SOCIAL.**

En este caso, los desfases de caja se van a cubrir con capital aportado por los socios de la empresa, obteniendo ellos a la finalización de la promoción el reembolso del capital invertido más un 20 % de los beneficios generados.

La aportación de este capital conlleva unos nuevos gastos de notario, registrador de la propiedad e impuesto de operaciones societarias, aparte del 20 % de los beneficios. Todos los gastos anteriores provocan un aumento de los gastos de explotación, pero aun así es la alternativa más rentable ya que estamos exentos del pago de intereses.

- **CASO 2: APORTACIÓN 75% CAPITAL SOCIAL Y EL RESTO PRÉSTAMO FRANCÉS.**

En este caso los socios aportan un 75% del capital necesario y el resto se financia con un préstamo puente cuya amortización se realice por el método francés. Para su cálculo se considera un tipo de interés anual de 7% pagadero mensualmente, siendo amortizado por completo en la fecha de entrega de llaves (mes 30). Las comisiones de apertura y estudio ascienden a un 0,5% y 0,3% del principal del préstamo, respectivamente.

- **CASO 3: APORTACIÓN 75% CAPITAL SOCIAL Y EL RESTO PRÉSTAMO AMERICANO.**

Otra forma de financiar los déficits de caja podría ser que los socios aportaran igualmente el 75% del capital necesario, pero en este

caso el método amortizativo para el préstamo puente sería el sistema americano. Para una mejor comparativa hemos optado por los mismos intereses y comisiones que en el caso anterior.

Veamos ahora la variación que sufre cada alternativa de financiación en la cuenta de resultados:

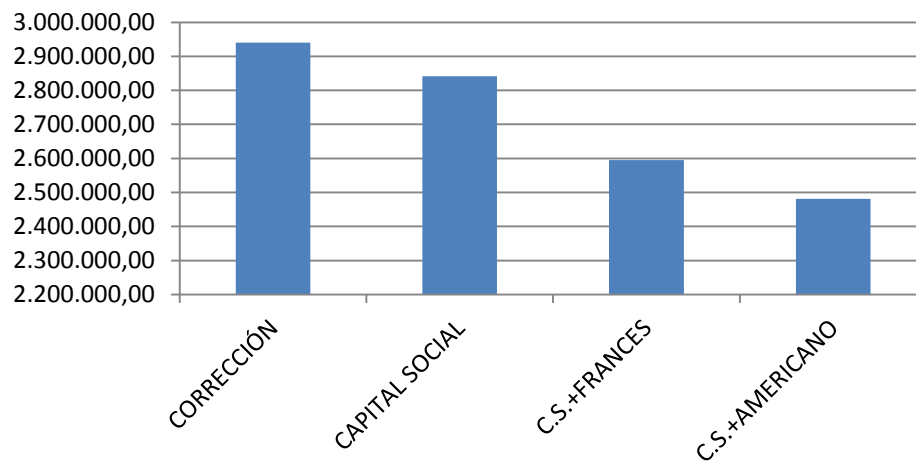
	<u>CORRECCIÓN</u>	<u>CAPITAL SOCIAL</u>	<u>C.S.+FRANCES</u>	<u>C.S.+AMERICANO</u>
TOTAL INGRESOS	31.952.000,00	31.952.000,00	31.952.000,00	31.952.000,00
GASTOS EXPLOTACIÓN	25.667.876,59	25.810.023,80	25.773.504,43	25.773.504,43
MARGEN BRUTO DE EXPLOTACIÓN	6.284.123,41	6.141.976,20	6.178.495,57	6.178.495,57
GASTOS COMERCIALIZACIÓN	958.560,00	958.560,00	958.560,00	958.560,00
BAII	5.325.563,41	5.183.416,20	5.219.935,57	5.219.935,57
GASTOS FINANCIEROS	1.124.625,74	1.124.625,74	1.512.629,58	1.675.808,14
BAI	4.200.937,67	4.058.790,47	3.707.306,00	3.544.127,43
IMPUESTO DE SS. (30%)	1.260.281,30	1.217.637,14	1.112.191,80	1.063.238,23
BENEFICIO NETO	2.940.656,37	2.841.153,33	2.595.114,20	2.480.889,20

Fuente: Elaboración propia.

“Figura 5.2.G.1: Comparativa de la cuenta de resultados.”

En la tabla anterior observamos como la opción que más beneficio neto aporta de las tres alternativas propuestas en la aportación del 100% de capital social. Entre las otras dos alternativas el préstamo francés nos aporta mayor beneficio que el americano.

BENEFICIO NETO



Fuente: Elaboración propia.

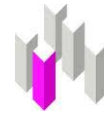
“Figura 5.2.G.2: Comparativa de los beneficios netos.”

Atendiendo a los criterios de rentabilidad dinámicos obtenemos las siguientes VAN en función del coste medio de la financiación que nos genera cada uno de los casos:

	<u>CORRECCIÓN</u>	<u>CAPITAL SOCIAL</u>	<u>FRANCES</u>	<u>AMERICANO</u>
K=COSTE CAPITAL	7,019%	5,052%	5,803%	5,689%
VAN	1.648.737,85	2.145.152,84	1.953.204,85	1.981.766,28

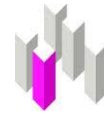
Fuente: Elaboración propia.

“Figura 5.2.G.3: Comparativa de los VAN según coste capital.”





CAPÍTULO 6: CONCLUSIONES



6. CONCLUSIONES.

El presente trabajo tenía como objetivo principal el desarrollo de un procedimiento general para el análisis de la viabilidad de promociones inmobiliarias. Para ello y a modo de ejemplo, se realizó el estudio de la viabilidad tanto comercial como económico-financiera de una promoción ubicada en el distrito valenciano de Algirós.

Con este fin realizamos los siguientes estudios:

- Estudio del macroentorno.
- Estudio de la zona.
- Estudio de la oferta.
- Estudio de la demanda.
- Estudio del solar.
- Estudio económico.
- Estudio financiero.

- ESTUDIO DEL MACROENTORNO. En él se analizó la situación actual en el ámbito de la demografía, en el ámbito político, en el social y especialmente en el ámbito económico. Este análisis permitió obtener una idea generalizada de la situación actual.

- ESTUDIO DE LA ZONA. El estudio del barrio de Ciutat Jardí, donde se encuentra ubicada nuestra promoción, nos genera la idea de ser un barrio con mucha gente joven influenciado por la proximidad de la universidad; bien ordenado urbanísticamente; que cuenta con parques y zonas de recreo; que posee buenas dotaciones públicas y con gran cantidad de servicios y ocio.

- ESTUDIO DE LA OFERTA. Al ser un barrio conglomerado por la edificación, no existe obra nueva en él. Este factor de partida nos diferencia de la competencia. El estudio de las ofertas con características espaciales similares nos ha acercado a un precio de mercado de nuestra promoción.

- ESTUDIO DE LA DEMANDA. El análisis estadístico de las encuestas realizadas nos ha aportado datos sobre la valoración del barrio, las características de vivienda ideal y los precios dispuestos a pagar por viviendas tipo.

- **ESTUDIO DEL SOLAR.** Tras el estudio urbanístico del solar y junto con los estudios de oferta y demanda, pudimos generar una promoción objeto de estudio de su viabilidad económico-financiera.

- **ESTUDIO ECONÓMICO.** En primer lugar se realizó un estudio pormenorizado de todos los gastos e ingresos que generaba la construcción y los situamos en el tiempo. Como resultado nos generó una promoción que daba pérdidas. Al no disponer de un precio real sobre el solar, se procedió a calcular el precio a partir del cual la promoción resultaba rentable.

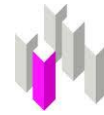
- **ESTUDIO FINANCIERO.** Se plantearon tres posibles escenarios distintos de financiación, siendo el más ventajoso cuando el capital necesario lo aportan por completo los socios de la empresa. Entre los prestamos puente, el más favorable nos resulta el tipo francés.

Como conclusión final de la promoción, ésta **resulta rentable** si el precio del solar es inferior a 8.583.000 €, pero atendiendo a los criterios de rentabilidad dinámicos, aun con ese precio resulta ligeramente arriesgada.

Por último, me gustaría señalar que un punto tan importante del estudio económico como son los gastos de construcción se valora de una forma muy escueta, y que precisa de su estudio en profundidad a fin de fijar unos criterios más específicos, donde se tengan en cuenta más factores tipológicos de edificaciones, así como la influencia económica geográfica.



BIBLIOGRAFÍA.

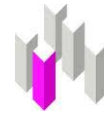


7. BIBLIOGRAFÍA.

- BUENO, ENRIQUE (2009). Estrategias en el mundo inmobiliario: dónde y cuándo comprar, qué construir y cómo vender incluso en época de crisis. Madrid: Díaz de Santos.
- ESCUDERO MUSOLAS, ANTONIO (2008). Marketing inmobiliario eficaz. Valencia: Tirant lo Blanch.
- LLINARES MILLÁN, MARÍA DEL CARMEN (2001). Viabilidad económica de promociones inmobiliarias. Marketing inmobiliario. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia.
- MUÑOZ VALERO, SANTIAGO (2005). Manual de marketing inmobiliario. Madrid: CIE Dossat.
- MONTOYA, PATRICIO (2007). Gestión de Promociones Inmobiliarias. Madrid: Díaz de Santos.
- CAPARRÓS, A., FERNÁNDEZ, J. y ALVARELLOS, R. (2006). Manual de Gestión Inmobiliaria. Colegio de ingenieros de caminos, canales y puertos.
- GARCÍA AGULLÓ, MIGUEL ÁNGEL (2000): El Estudio de Viabilidad de la Promoción Inmobiliaria. Editorial CIE Dossat 2000.
- FAUS, JOSEP (1999). El libro blanco del sector inmobiliario. Pamplona: Universidad de Navarra.
- MONTAÑANA, ANTONI (2006). Gestión financiera del proceso constructivo. Valencia: Editorial UPV.

Páginas web:

- Ayuntamiento de Valencia. www.valencia.es
- Empresa municipal de transportes urbanos de Valencia. www.emtvalencia.es
- Ayuntamiento de Valencia, urbanismo. <http://mapas.valencia.es>
- Compra venta de inmuebles. www.fotocasa.com,
www.mercadodeobranueva.com, www.idealista.com
- Instituto Nacional de Estadística. www.INE.es





ANEXO.
