



# ANÁLISIS DE VIABILIDAD DE UN PROYECTO HOTELERO

## Estudio de un solar en el municipio de Valencia

### PROYECTO FIN DE GRADO MODALIDAD CIENTÍFICO-TÉCNICO

#### INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la sociedad española se siente altamente concienciada con la **crisis generalizada** que sume nuestro país desde hace unos años. El origen de esta recesión económica es, fundamentalmente, el estallido de la conocida como **"burbuja inmobiliaria"**, un crecimiento desproporcionado entre los años 1997 y 2007 que descompensó el mercado español, fue provocado principalmente por la dinámica de concesión poco exigente de préstamos y créditos, por parte de los bancos; políticas que favorecían la compra, provocando así la subida de los precios de la vivienda año tras año y el encarecimiento del suelo.

Las consecuencias que la burbuja inmobiliaria ha acarreado son dramáticas. En el año 2007 se produce un colapso en el mercado inmobiliario, descendiendo estrepitosamente la demanda de viviendas.

El sector de la construcción juega un importante papel en la economía de nuestro país, por lo que su crisis sectorial ha transcendido a una crisis económica generalizada. Las inversiones suponen un alto riesgo, y es importante para las empresas en este momento, estudiar y analizar de manera más diligente, las dificultades a las que se pueden ver expuestas.

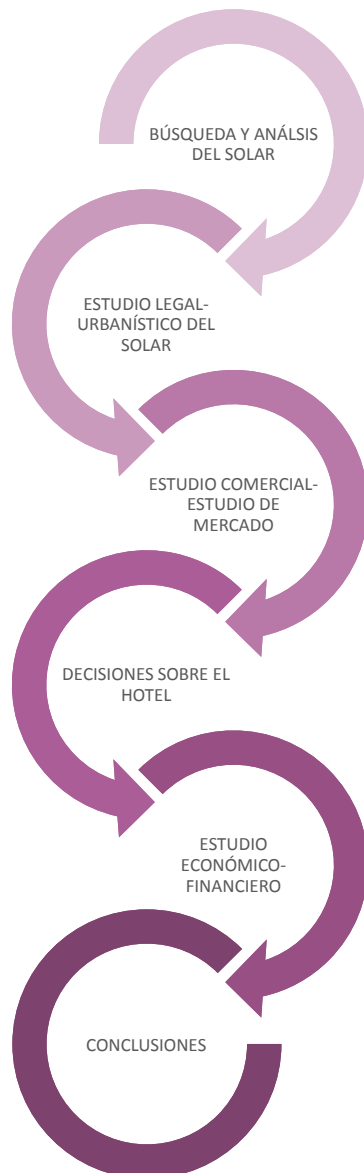
#### OBJETIVOS

**Objetivo General:** Desarrollo de un análisis de la viabilidad urbanística, comercial y económico-financiera de una promoción hotelera situada en Valencia. Se pretende conocer la viabilidad de dicha promoción tanto para su explotación como para su venta.

##### Objetivos específicos:

- Definir el procedimiento de actuación para realizar estudios de viabilidad desde un punto de vista urbanístico, comercial y económico-financiero.
- Analizar las condiciones urbanísticas del solar.
- Realizar un análisis macroeconómico del sector.
- Realizar un análisis microeconómico de la zona objeto de estudio.
- Definir las políticas de precio, producto y promoción más adecuadas a la zona.
- Analizar la rentabilidad de la promoción hotelera a desarrollar sobre el solar seleccionado atendiendo a la cuenta de resultados y a los flujos de caja.
- Analizar las fuentes de financiación necesarias para desarrollar la promoción y su coste, tanto para el caso de la explotación como para el de la venta.

#### METODOLOGÍA EMPLEADA



#### RESULTADOS



El solar en el que se va a construir el presente proyecto hotelero está ubicado en la calle Gibraltar números 15, 17 y 19 en Valencia. Se sitúa entre el casco antiguo de la ciudad y el barrio de Ruzafa, frente a la Plaza de Toros. Se encuentra junto a la Estación del Norte y las vías del ferrocarril, que serán soterradas como parte de la actuación Valencia Parque Central, proyecto que aportará valor añadido al hotel.

Se analizan los parámetros urbanísticos que condicionan la edificación en el solar descrito, con el objetivo de ajustarse a lo permitido según la normativa vigente. La normativa a aplicar es el Plan General de Ordenación Urbana de Valencia (BOE 14/01/1989 - DOGV 03/05/1993).



##### MACROENTORNO

Una vez hallado el solar y conocida la ubicación exacta del hotel es necesario contextualizar el proyecto. Para ello se han estudiado a nivel nacional el conjunto de factores demográficos y económicos, tanto en la actualidad, como su evolución a lo largo de los años. Además, ha sido imprescindible realizar un análisis del sector turístico con el objetivo de analizar las tendencias turísticas más habituales y la demanda hotelera a nivel nacional.

##### MICROENTORNO

Una vez realizado el estudio de macroentorno, se centrará el análisis en Valencia, ciudad en la que se va a situar el presente proyecto. Para ello, se procede a realizar una breve descripción de carácter general de la ciudad, desarrollando posteriormente los aspectos que se consideran relevantes.

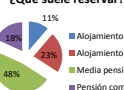
##### ESTUDIO DE LA DEMANDA

Para conocer las necesidades del consumidor ha de analizarse cuál va a ser el público objetivo, aquel al que en principio va dirigido el producto. Para ello se han estudiado las variables de segmentación que ayudan a agrupar a los clientes según sus características y prioridades. De esta manera se define el nicho de mercado, es decir, aquel grupo de personas al que va dirigido el presente proyecto. Se procede a pasar una encuesta a 60 sujetos, y algunos de los resultados obtenidos son los siguientes:

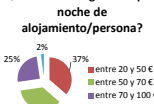
##### ¿Cuándo viaja, ¿se aloja en hoteles?



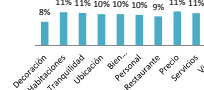
##### ¿Qué suele reservar?



##### ¿Cuánto suele gastarse por noche de alojamiento/persona?



##### Zonas de Valencia



##### DECISIONES

###### HOTEL

Categoría: 4 estrellas

Nombre: HOTEL SIESTA\*\*\*\*

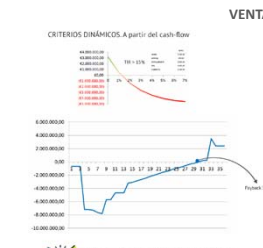
Concepto: Evocar un momento de descanso y relax a mitad del día después de una larga visita turística.

###### Características:

- 66 Habitaciones
- Parking
- Terraza chill out con piscina desbordante
- Spa
- Guardería y Animación infantil
- Restaurante y Cafetería

##### ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO

###### VENTA



La venta es rentable económicamente.

###### Explotación

Aportación de capital: 50 %

El 50% de la inversión se aporta en el primer año.

El 50% de la inversión se aporta en el primer año.

El 50% de la inversión se aporta en el primer año.

El 50% de la inversión se aporta en el primer año.

El 50% de la inversión se aporta en el primer año.

El 50% de la inversión se aporta en el primer año.

El 50% de la inversión se aporta en el primer año.

El 50% de la inversión se aporta en el primer año.

El 50% de la inversión se aporta en el primer año.

El 50% de la inversión se aporta en el primer año.

El 50% de la inversión se aporta en el primer año.

El 50% de la inversión se aporta en el primer año.

El 50% de la inversión se aporta en el primer año.

El 50% de la inversión se aporta en el primer año.

El 50% de la inversión se aporta en el primer año.

El 50% de la inversión se aporta en el primer año.

El 50% de la inversión se aporta en el primer año.

El 50% de la inversión se aporta en el primer año.

El 50% de la inversión se aporta en el primer año.

El 50% de la inversión se aporta en el primer año.

El 50% de la inversión se aporta en el primer año.

##### PRECIO

	T.B.	T.A.
DOBLE	72,19€	131,95€
4 PERSONAS	129,94€	237,51€
DOBLE SUPERIOR	122,72€	224,32€
SUITE SUPERIOR	180,48€	329,88€

##### PUBLICIDAD

Público: Joven, con o sin hijos

- Revistas de viajes

- Packs Regalo

- Páginas web



##### EXPLOTACIÓN

Aportación de capital: 100 %

El 100% de la inversión se aporta en el primer año.

El 100% de la inversión se aporta en el primer año.

El 100% de la inversión se aporta en el primer año.

El 100% de la inversión se aporta en el primer año.

El 100% de la inversión se aporta en el primer año.

El 100% de la inversión se aporta en el primer año.

El 100% de la inversión se aporta en el primer año.

El 100% de la inversión se aporta en el primer año.

El 100% de la inversión se aporta en el primer año.

El 100% de la inversión se aporta en el primer año.

El 100% de la inversión se aporta en el primer año.

El 100% de la inversión se aporta en el primer año.

El 100% de la inversión se aporta en el primer año.

El 100% de la inversión se aporta en el primer año.

El 100% de la inversión se aporta en el primer año.

El 100% de la inversión se aporta en el primer año.

El 100% de la inversión se aporta en el primer año.

El 100% de la inversión se aporta en el primer año.

El 100% de la inversión se aporta en el primer año.

El 100% de la inversión se aporta en el primer año.

El 100% de la inversión se aporta en el primer año.

El 100% de la inversión se aporta en el primer año.

#### CONCLUSIONES

El Proyecto es VIABLE en todos los aspectos mencionados.

Autoras del Proyecto: DE JUAN RIPOLL, Carla y ESPERT GAYA, Maria

Directoras Académicas: GIL SENABRE, Doria y LLINARES MILLÁN, M<sup>a</sup>Carmen