

ACTUALIDAD INMOBILIARIA DEL SECTOR APCE CATALUÑA



- **Taller de trabajo es una metodología de trabajo en la que se integran la teoría y la práctica.**
- **Se caracteriza por la investigación, el aprendizaje por descubrimiento y el trabajo en equipo que, en su aspecto externo, se distingue por el acopio (en forma sistematizada) de material especializado acorde con el tema tratado teniendo como fin la elaboración de un producto tangible.**
- **Un taller es también una sesión de entrenamiento. Se enfatiza en la solución de problemas, capacitación, y requiere la participación de los asistentes.**

4 de julio de 2019

[Promotor inmobiliario.](#)

Los británicos vuelven a mostrar su confianza en el mercado inmobiliario español y lideran el ranking de demanda extranjera

El último informe anual del Colegio de Registradores correspondiente el ejercicio 2018, publica el ranking de compra de vivienda por parte de extranjeros evidenciando su clara recuperación del mercado inmobiliario así como las preferencias territoriales de la demanda extranjera en España, definida principalmente como compra por atractivo turístico.

La demanda extranjera

Desde el mínimo histórico de 2009 hasta 2017 se acumulaban ocho años consecutivos de crecimiento, triplicando su peso porcentual con un crecimiento más que notable. Aunque la alta demanda extranjera se ha mantenido también durante 2018, en términos porcentuales es el 12,64% del total de compras de vivienda correspondieron a extranjeros, dando lugar a un ligero descenso en peso porcentual respecto a 2017 (13,11%). Sin embargo, en la medida que se ha producido un incremento del número total de compraventas en valores absolutos el 2018, las compras de vivienda por extranjeros a pesar del ligero descenso porcentual, en valores absolutos ha disfrutado de un importante crecimiento hasta alcanzar las 65.400, configurándose un año más como un aspecto relevante a la hora de explicar la favorable evolución del mercado inmobiliario español.

>Para aprender, practicar.

>Para enseñar, dar soluciones.

>Para progresar, luchar.

Formación inmobiliaria práctica > Sólo cuentan los resultados



Los británicos han mantenido la primera posición del ranking, con una cuota del 15,54% de las compra por parte de extranjeros con un resultado que ha supuesto un importante crecimiento respecto al 2017, tanto en términos relativos como en valores absolutos, a pesar de la incertidumbre derivada del "Brexit" los británicos han vuelto a mostrar su confianza en el mercado inmobiliario español. En la segunda posición han ascendido los alemanes, con un 7,48%. La tercera posición está ocupada por franceses, con un 7,39% de las compras por extranjeros (8,64% en 2017); sin duda, se trata de la nacionalidad que ha mostrado un mayor retroceso respecto a su interés en el mercado inmobiliario español. En cuarto lugar se encuentran los belgas con un 6,26% de las compras de extranjeros.

Tras estas cuatro primeras nacionalidades, con un peso de compra por extranjeros por encima del 5%, se sitúan los suecos (5,80%), los rumanos (5,44%) y los italianos (5,38%).

Por comunidades autónomas, los mayores resultados corresponden a aquellas con un alto peso de atractivo turístico vinculado al denominado "sol y playa", en el que la mayor parte de las nacionalidades que encabezan la lista de compras por parte de extranjeros presentan una clara vinculación a la consideración de España como destino turístico. Los resultados más destacados, tal y como es habitual, se han alcanzado a las comunidades autónomas de las islas: Baleares, con un 30,54% (31,27% en 2017) y Canarias con un 28,32% (31,35%) seguidas de la Comunidad Valenciana, con un 26,01% (26,04%).

Estas tres comunidades autónomas son las que vienen encabezando los resultados, a cierta distancia del resto. Después de ellas, con un peso creciente, se sitúa Murcia, con un 19,55% en el último año, incrementando respecto al 18,77% de 2017. Las siguen, con más del 10% de compras por extranjeros, Andalucía con un 13,12% (13,84% en 2017) y la comunidad catalana con un 11,74% (12,94%). Las provincias con más compraventas de viviendas por parte de los extranjeros 2018 fueron, Alicante (40,75%), Tenerife (37,63%), Baleares (30,54%), Málaga (28,28%), Girona (26,06%), Las Palmas (19,66%), Murcia (19,55%), Almería (18,65%), Tarragona (14,12%) y Castellón (13,51%).

LOS EFECTOS DE LA INSEGURIDAD JURÍDICA EN LA OFERTA

El mercado inmobiliario que hasta el momento gozaba de una lenta, pero clara recuperación de la actividad, ha disminuido el nivel de producción al 1er trimestre de 2019.

La producción de viviendas iba claramente en incremento aunque con cifras muy por debajo de las necesarias para atender la demanda. La recuperación del sector hasta el primer trimestre de este año, era evidente y constante desde 2013 y con recorrido positivo hasta llegar a las cantidades previstas de necesidades de hogares. El bajo nivel de la producción de viviendas nuevas con



una demanda creciente de esta tipología, hacen que sea necesaria una producción intensa para satisfacerla.

Preocupa que la reciente aparición de algunos tipos de medidas por parte de la Administración que penalizan a las empresas que tienen capacidad actualmente de aumentar la oferta de viviendas, pueda afectar directamente la actividad del sector y es en este primer trimestre del año con datos de los visados de inicio de obras publicadas recientemente por la Agencia de la Vivienda, donde se pone de manifiesto un cambio de tendencia de la producción de viviendas por primera vez desde el punto de inflexión de 2013. Puede ser, pero no estamos ante un resentimiento sustancial pero a pesar de ser leve, la obra nueva ha sufrido un descenso, cuando los niveles de actividad siguen muy por debajo de la actividad considerada como óptima para cubrir las necesidades. De momento, estamos a la espera de recibir información sobre la actividad de los próximos meses.

Hasta el primer trimestre, los visados concedidos por los colegios de aparejadores en relación a la construcción de nuevas viviendas en Cataluña 2019 bajan un 5,2% en comparación con el primer trimestre de 2018, alcanzando la cantidad de 3.462 viviendas; no hay que remarcar que es una cantidad todavía muy escasa para las necesidades de un mercado con recorrido.

Esta contracción de las viviendas iniciadas, viene directamente relacionada por el comportamiento de la provincia de Barcelona (-9,4%), que si bien la mayoría de sus coronas incrementan significativamente, la ciudad de Barcelona, con una influencia directa sobre el total, disminuye considerablemente un 62,9% de la obra iniciada y también lo hace en la obra terminada (-20,8%). La provincia de Tarragona, es la segunda que muestra en el período una disminución de los visados de inicio de obra del -8,2%, y los certificados finales del -24,8%.

Desde la APCE consideramos imprescindible constituir la comisión de seguimiento y evaluación de la MPGM para la obtención de vivienda de protección pública en suelo urbano consolidado y el impulso de nuevas medidas para ampliar la vivienda asequible de alquiler en Barcelona, tal y como acordó el pleno del Ayuntamiento de Barcelona en la sesión del 28 de septiembre de 2018.

LA DEMANDA DE VIVIENDAS NUEVAS ABSORBE LA OFERTA DE VIVIENDAS TERMINADAS EN CATALUÑA EN IT DE 2019

En cuanto a la demanda, las perspectivas indican que continuará experimentando una mejora para la confianza generada hasta el momento en la economía y siempre que no se produzca un cambio de tendencia de factores tan importantes como la propia situación económica, la creación de empleo o muy importante, de la evolución de los tipos de interés.

Con la producción actual del primer trimestre del año en Cataluña, se puede determinar que las compraventas, superan la absorción de la oferta de viviendas terminadas (1.983 unidades). Este efecto pero, hace que los factores como la



demanda y la oferta presionen al alza los precios con una velocidad bastante importante, así como que se pone de manifiesto, un incremento de las ventas de las viviendas en construcción.



En Cataluña, se alcanzaron las 21.478 operaciones de compraventas de viviendas en el primer trimestre de 2019, lo que supone un incremento del 5% en comparación con el mismo trimestre de 2018. De estas, el 66% correspondían a viviendas vendidas en la provincia de Barcelona y también muestran una evolución positiva del + 5,7% en relación a las operaciones realizadas en el primer trimestre del año anterior, seguida por el comportamiento de la provincia de Tarragona con un incremento del 4,7%, Girona (+ 2,6%) y Lleida (+ 2,3%).



Del total de compraventas realizadas en Cataluña en el periodo, 3.517 correspondían a ventas de viviendas nuevas y 17.961 viviendas usadas. Es importante mencionar el cambio de tendencia de las ventas de vivienda nueva con crecimientos importantes que empujan al total de compraventas hacia una evolución más positiva contrarrestando con la desaceleración de las ventas de segunda mano, -efecto contrario al de épocas de crisis -, aunque el mercado de segunda mano en valores absolutos, sigue siendo mayoritario. En el primer trimestre del año, el incremento de las operaciones de obra nueva fue del 7,6%, tres puntos por encima del usado. Repuntan las ventas de viviendas nuevas en la provincia de Barcelona tanto en valores absolutos (74% del total) como en valores relativos (+ 13,8% de incremento), contrariamente al comportamiento de la provincia de Girona que es la única que disminuye un 17,8% la venta de obra nueva a la vez que es la que más incrementa en las operaciones de segunda mano (+ 7,1%).

ACTUALITAT DEL SECTOR

ELS BRITÀNICS TORNEN A MOSTRAR LA SEVA CONFIANÇA EN EL MERCAT IMMOBILIARI ESPANYOL I LIDEREN EL RÀNQUING DE DEMANDA ESTRANGERA

L'últim informe anual del Col·legi de Registradors corresponent a l'exercici 2018, publica el rànquing de compra d'habitatge per part d'estrangers evidenciant-ne la clara recuperació del mercat immobiliari així com les preferències territorials de la demanda estrangera en Espanya, definida principalment com compra per atractiu turístic.

La demanda estrangera

Des del mínim històric de 2009 fins el 2017 s'acumulaven vuit anys consecutius de creixement, triplicant el seu pes percentual amb un creixement més que notable. Tot i que l'alta demanda estrangera s'ha mantingut també durant 2018, en termes percentuals és el 12,64% del total de compres d'habitatge han correspost a estrangers, donant lloc a un lleuger descens en pes percentual respecte a 2017 (13,11%). No obstant això, en la mesura que s'ha produït un increment del nombre total de compravendes en valors absoluts al 2018, les compres d'habitatge per estrangers malgrat el lleuger descens percentual, en valors absoluts ha gaudit d'un important creixement fins assolir les 65.400, configurant-se un any més com un aspecte rellevant a l'hora d'explicar la favorable evolució del mercat immobiliari espanyol.

Els britànics han mantingut la primera posició del rànquing, amb una quota del 15,54% de les compres per part d'estrangers amb un resultat que ha suposat un important creixement respecte al 2017, tant en termes relatius com en valors absoluts, malgrat la incertesa derivada del "Brexit" els britànics han tornat a mostrar la seva confiança en el mercat immobiliari espanyol. A la segona posició han ascendit els alemanys, amb un 7,48%. La tercera posició està ocupada per francesos, amb un 7,39% de les compres per estrangers (8,64% en 2017); sens dubte, es tracta de la nacionalitat que ha mostrat un major retrocés respecte al seu interès en el mercat immobiliari espanyol. En quart lloc es troben els belgues amb un 6,26% de les compres d'estrangers. Després d'aquestes quatre primeres nacionalitats, amb un pes de compra per estrangers per sobre del 5%, se situen els suecs (5,80%), els romanesos (5,44%) i els italians (5,38%).

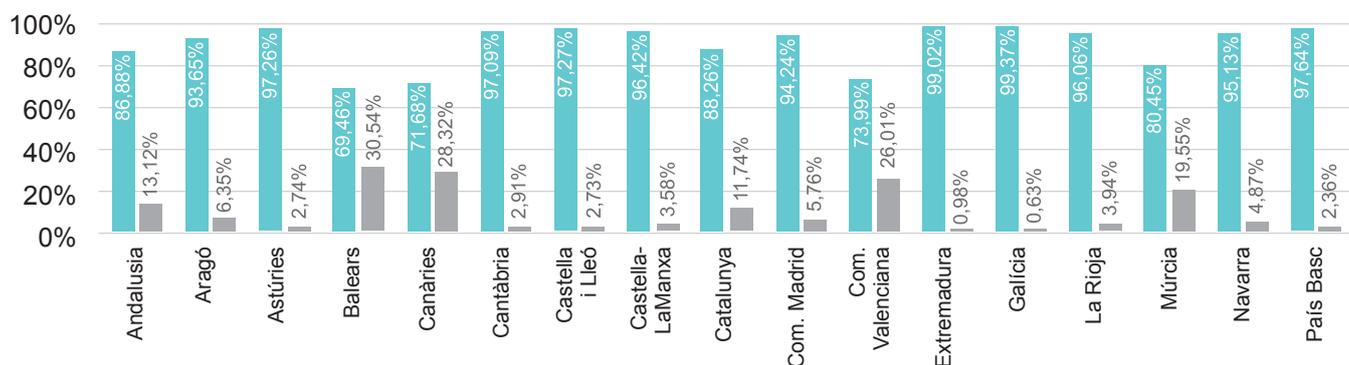
Per comunitats autònomes, els majors resultats corresponen a aquelles amb un alt pes d'atractiu turístic vinculat al denominat "sol i platja", en el que la major part de les nacionalitats que encapçalen la llista de compres per part d'estrangers presenten una clara vinculació a la consideració d'Espanya com a destí turístic. Els resultats més destacats, tal i com és habitual, s'han assolit a les comu-

nitats autònomes de les illes: les Balears, amb un 30,54% (31,27% en 2017) i les Canàries amb un 28,32% (31,35%) seguides de la Comunitat Valenciana, amb un 26,01% (26,04%). Aquestes tres comunitats autònomes són les que vénen encapçalant els resultats, a certa distància de la resta. Després d'elles, amb un pes creixent, es situa Múrcia, amb un 19,55% en l'últim any, incrementant respecte al 18,77% de 2017. Les segueixen, amb més del 10% de compres per estrangers, Andalusia amb un 13,12% (13,84% en 2017) i la comunitat catalana amb un 11,74% (12,94%). Les províncies amb més compravendes d'habitatges per part dels estrangers al 2018 van ser, Alacant (40,75%), Tenerife (37,63%), Balears (30,54%), Màlaga (28,28%), Girona (26,06%), Las Palmas (19,66%), Múrcia (19,55%), Almeria (18,65%), Tarragona (14,12%) i Castelló (13,51%).

Compravendes d'habitatges registrats segons nacionalitat del comprador. 2018

NACIONALITAT	%	% s/ estrangers
Regne Unit	1,96%	15,54%
Alemanya	0,95%	7,48%
França	0,93%	7,39%
Bèlgica	0,79%	6,26%
Suècia	0,73%	5,80%
Romania	0,69%	5,44%
Itàlia	0,68%	5,38%
Marroc	0,61%	4,81%
Xina	0,50%	3,94%
Rússia	0,37%	2,93%
Holanda	0,34%	2,72%
Noruega	0,25%	2,00%
Resta	3,83%	30,31%
Estrangers	12,64%	100,00%
Nacionals	87,36%	

Nacionalitat en els compravendes d'habitatges per CCAA. 2018



Jun
19

PROMOCIÓ-CONSTRUCCIÓ: CONJUNTURA DEL SECTOR



ASSOCIACIÓ DE PROMOTORS
DE CATALUNYA

ANÀLISI DELS INDICADORS - ÍNDEXS APCE

↑ **Compravendes**
+5,0%

La demanda d'habitatges nous absorbeix l'oferta d'habitatges acabats a Catalunya

↓ **Aturats**
-9,7%

La construcció disminueix els aturats al maig

↓ **Producció**
-5,4%

Els efectes de la inseguretat jurídica en l'oferta

↓ **Interès**
0,022p.

Baixa l'Euribor fins el -0,134% al maig

Els efectes de la inseguretat jurídica en l'oferta

El mercat immobiliari que fins el moment gaudia d'una lenta, però clara recuperació de l'activitat, ha disminuït el nivell de producció al 1er trimestre de 2019.

La producció d'habitatges anava clarament en increment tot i que amb xifres molt per sota de les necessàries per atendre la demanda. La recuperació del sector fins el primer trimestre d'enguany, era evident i constant des del 2013 i amb recorregut positiu fins arribar a les quantitats previstes de necessitats de llars. El baix nivell de la producció d'habitatges nous amb una demanda creixent d'aquesta tipologia, fan que sigui necessària una producció intensa per satisfer-la.

Preocupa que la recent aparició d'alguns tipus de mesures per part de l'Administració que penalitzen a les empreses que tenen capacitat actualment d'augmentar l'oferta d'habitatges, pugui afectar directament l'activitat del sector i és en aquest primer trimestre de l'any amb dades dels visats d'inici d'obres publicades recentment per l'Agència de l'Habitatge, on es posa de manifest un canvi de tendència de la producció d'habitatges per primer cop des del punt d'inflexió de 2013. Pot ser, però no estem davant d'un ressentiment substancial però tot i ser lleu, l'obra nova ha sofert una davallada, quan els nivells d'activitat continuen molt per sota de l'activitat considerada com a òptima per a cobrir les necessitats. De moment, estem a l'expectativa de rebre informació sobre l'activitat dels propers mesos.

Fins el primer trimestre, els visats concedits pels col·legis d'aparelladors en relació a la construcció de nous habitatges a Catalunya al 2019 baixen un 5,2% en comparació amb el primer trimestre de 2018, assolint la quantitat de 3.462 habitatges; no cal remarcar que és una quantitat encara molt minsa per les necessitats d'un mercat amb recorregut.

Aquesta contracció dels habitatges iniciats, ve directament relacionada pel comportament de la província de Barcelona (-9,4%), que si bé la majoria de les seves corones incrementen significativament, la ciutat de Barcelona, amb una influència directe sobre el total, disminueix considerablement un 62,9% l'obra iniciada i també ho fa en l'obra acabada (-20,8%). La província de Tarragona, és la segona que mostra en el període una disminució dels visats d'inici d'obra del -8,2% i dels certificats finals del -24,8%.

Des de l'APCE considerem imprescindible constituir la comissió de seguiment i avaluació de la MPGM per l'obtenció d'habitatge de protecció pública en sòl urbà consolidat i l'impuls de noves mesures per ampliar l'habitatge assequible de lloguer a Barcelona, tal i com va acordar el ple de l'Ajuntament de Barcelona a la sessió del 28 de setembre de 2018.

La demanda d'habitatges nous absorbeix l'oferta d'habitatges acabats a Catalunya al IT de 2019

En quant a la demanda, les perspectives indiquen que continuarà experimentant una millora per la confiança generada fins el moment en l'economia i sempre que no es produeixi un canvi de tendència de factors tan importants com la pròpia situació econòmica, la creació d'ocupació o molt important, de l'evolució dels tipus d'interès.

Amb la producció actual del primer trimestre de l'any a Catalunya, es pot determinar que les compravendes, superen l'absorció de l'oferta d'habitatges acabats (1.983 unitats). Aquest efecte però, fa que els factors com la demanda i l'oferta pressionin a l'alça els preus amb una velocitat prou important, així com que es posa de manifest, un increment de les vendes dels habitatges en construcció.

A Catalunya, es van assolir les 21.478 operacions de compravendes d'habitatges al primer trimestre de 2019, dada que suposa un increment del 5% en comparació amb el mateix trimestre de 2018. D'aquestes, el 66% corresponien a habitatges venuts dins la província de Barcelona i també mostren una evolució positiva del +5,7% en relació a les operacions realitzades al primer trimestre de l'any anterior, seguida pel comportament de la província de Tarragona amb un increment del 4,7%, Girona (+2,6%) i Lleida (+2,3%).

Del total de compravendes realitzades a Catalunya en el període, 3.517 corresponien a vendes d'habitatges nous i 17.961 a habitatges usats. És important fer esment al canvi de tendència de les vendes d'habitatge nou amb creixements importants que empenyen al total de compravendes cap a una evolució més positiva contrarestant amb la desacceleració de les vendes de segona mà, -efecte contrari al d'èpoques de crisi -, tot i que el mercat de segona mà en valors absoluts, continua essent majoritari. Al primer trimestre de l'any, l'increment de les operacions d'obra nova va ser del 7,6%, tres punts per sobre de l'usat. Repunten les vendes d'habitatges nous a la província de Barcelona tant en valors absoluts (74% del total) com en valors relatius (+13,8% d'increment), contràriament al comportament de la província de Girona que és l'única que disminueix un 17,8% la venda d'obra nova alhora que és la que més incrementa en les operacions de segona mà (+7,1%).

Jun
19

PROMOCIÓ-CONSTRUCCIÓ: CONJUNTURA DEL SECTOR



ASSOCIACIÓ DE PROMOTORS
DE CATALUNYA

INDICADORS DEL SECTOR

INDICADORS		ÚLTIMA XIFRA	I TRIM.18	II TRIM.18	III TRIM.18	IV TRIM.18	I TRIM.19	Acumulat de 2019	Variació Trimestral (IT 19 / IVT 18)	Variació acumulada del mateix període
PRODUCCIÓ (1)										
Espanya	Hab. Iniciats	9.708 (abr 18)	23.460	26.459	25.380	25.434	27.886	37.594	9,6%	23,0%
	Hab. Acabats	7.000 (abr 18)	13.989	18.083	16.883	15.399	16.547	23.547	7,5%	16,1%
Catalunya	Hab. Iniciats	7918 (mar 19)	3.661	3.765	3.465	3.626	3.462	3.462	-4,5%	-5,4%
	Hab. Acabats	737 (mar 19)	1.565	1.925	1.839	2.163	1.983	1.983	-8,3%	26,7%
Barcelona	Hab. Iniciats	588 (mar 19)	3.055	3.022	2.538	2.831	2.767	2.767	-2,3%	-9,4%
	Hab. Acabats	568 (mar 19)	1.249	1.272	1.465	1.626	1.461	1.461	-10,1%	17,0%
Girona	Hab. Iniciats	110 (mar 19)	271	348	398	459	324	324	-29,4%	19,6%
	Hab. Acabats	86 (mar 19)	117	168	89	230	268	268	16,5%	129,1%
Lleida	Hab. Iniciats	45 (mar 19)	128	224	194	118	181	181	53,4%	41,4%
	Hab. Acabats	56 (mar 19)	66	118	70	114	154	154	35,1%	133,3%
Tarragona	Hab. Iniciats	48 (mar 19)	207	171	335	218	190	190	-12,8%	-8,2%
	Hab. Acabats	27 (mar 19)	133	367	215	193	100	100	-48,2%	-24,8%
Barcelona ciutat	Hab. Iniciats	108 (mar 19)	730	608	423	442	271	271	-38,7%	-62,9%
	Hab. Acabats	157 (mar 19)	322	364	289	276	255	255	-7,6%	-20,8%
COSTOS DE CONSTRUCCIÓ €/m2 (2)										
Edifici renda normal entre mitjaneres		1.290,38 (2n T19)	1.267,93	1.268,67	1.273,75	1.276,94	1.286,96	1.290,38	0,8%	1,7%
Unifamiliar de dos plantes entre mitjaneres		1.107,23 (2nT19)	1.089,23	1.089,79	1.093,57	1.096,13	1.104,55	1.107,23	0,8%	1,6%
Nau industrial		488,13 (2n T19)	482,86	482,94	483,08	483,68	487,67	488,13	0,8%	1,1%
Edifici d'oficines entre mitjaneres		1.174,00 (2n T19)	1.157,44	1.157,65	1.160,09	1.162,56	1.171,53	1.174,00	0,8%	1,4%
Consum aparent de ciment (Milers T.)		156,2 (oct 18)	426,9	477,5	-	-	-	-	-	-2,5%
COMPRAVENDES (3)										
Espanya	Hab. Nou	7.681 (abr 19)	22.830	23.533	23.971	22.186	26.100	33.781	17,6%	13,2%
	Hab. Segona mà	33.368 (abr 19)	105.518	110.350	109.332	97.331	107.889	141.257	10,8%	-0,3%
Catalunya	Hab. Nou	3.517 (IT)	3.268	2.969	3.055	2.925	3.517	3.517	20,2%	7,6%
	Hab. Segona mà	17.961 (IT))	17.186	17.495	17.570	16.352	17.961	17.961	9,8%	4,5%
Barcelona	Hab. Nou	2.615 (IT)	2.297	1.885	1.958	1.943	2.615	2.615	34,6%	13,8%
	Hab. Segona mà	12.284 (IT)	11.796	12.151	12.125	11.140	12.284	12.284	10,3%	4,1%
Girona	Hab. Nou	410 (IT))	499	460	436	394	410	410	4,1%	-17,8%
	Hab. Segona mà	2.428 (IT)	2.266	2.146	2.276	2.274	2.428	2.428	6,8%	7,1%
Lleida	Hab. Nou	179 (IT)	162	285	260	192	179	179	-6,8%	10,5%
	Hab. Segona mà	834 (IT)	828	792	754	705	834	834	18,3%	0,7%
Tarragona	Hab. Nou	313 (IT)	310	339	401	396	313	313	-21,0%	1,0%
	Hab. Segona mà	2.415 (IT)	2.296	2.406	2.415	2.233	2.415	2.415	8,2%	5,2%
HIPOTEQUES SOBRE HABITATGES (4)										
Espanya	Nombre	29.032 (abr 19)	84.073	90.490	90.499	80.124	98.566	127.598	23,0%	13,1%
	Import (milers d'€)	3.618.972 (abr 19)	10.133.047	10.979.383	11.330.470	10.266.079	12.151.438	15.770.410	18,4%	15,3%
Catalunya	Nombre	4.636 (abr 19)	13.671	14.447	14.798	14.561	15.608	20.244	7,2%	10,2%
	Import (milers d'€)	656.976 (abr 19)	1.947.070	2.083.382	2.081.130	2.175.747	2.392.855	3.049.831	10,0%	14,9%
MERCAT DE TREBALL (5)										
Ocupació Sector		199.900 (mar 19)	205.400	211.300	216.100	217.100	199.900	199.900	-7,9%	-2,7%
Total Població Ocupada		3.391.000 (mar 19)	3.303.300	3.360.400	3.393.900	3.391.100	3.391.000	3.391.000	0,0%	2,7%
Atur registrat del Sector (5.1)		30.347 (mai 19)	35.967	33.467	32.867	32.061	31.027	30.347	-3,2%	-9,7%
Afiliats SS. Sector (5.2)		140.400 (mai 19)	129.067	133.566	131.900	135.300	139.200	140.400	2,9%	5,2%
TIPUS D'INTERÈS (%) (6)										
Tipus mig préstecs hipot. adquisició habitatge lliure a més de 3 anys		2,052 (mai 19)	1,911	1,886	1,892	1,993	2,039	2,052	2,3%	0,160p
Ref. interbancària a un any (Euríbor)		-0,134 (mai 19)	-0,190	-0,186	-0,172	-0,143	-0,111	-0,134	22,4%	0,054p

(1) Agència de l'Habitatge. Dades avançades provisionals. Ministeri de Foment per les dades d'Espanya. (2) Boletín Económico de la Construcción BEC. Inclou Seguretat i Salut i Honoraris tècnics i permisos d'obra. (3) Agència de l'Habitatge a partir de l'estadística del Col·legi de Registradors. Dades de 2017 actualitzades a gener 2019. (4) INE. (5) INE. EPA. Dades trimestrals. A partir del 2009 la classificació entre sectors econòmics es realitza segons la CNAE-09, amb ella el sector de la construcció engloba un major nombre d'activitats. (5.1) IDESCAT a partir de les xifres del Departament de Treball. (5.2) IDESCAT a partir del INSS. Règim general. (6) BANCO DE ESPAÑA. El del conjunt d'entitats de crèdit correspon al tipus mitjà dels préstecs hipotecaris a més de tres anys per l'adquisició d'habitatge lliure. La variació acumulada correspon a la mitja de tots els mesos de l'any en comparació amb la mitja dels mateix període de l'any anterior.

Jun
19

PROMOCIÓ-CONSTRUCCIÓ: CONJUNTURA DEL SECTOR



ASSOCIACIÓ DE PROMOTORS
DE CATALUNYA

ANNEX. ANÀLISI TERRITORIAL. HABITATGES INICIATS (I)

COMARQUES	2018	I TRIM. 18	II TRIM. 18	III TRIM.18	IV TRIM.18	I TRIM. 19	Var. Trimestral (I 19/ IV 18)	Variació anual del període
PRODUCCIÓ, HABITATGES INICIATS								
Alt Camp	9	4	1	4	0	2	-	-50,0
Alt Empordà	321	68	50	71	132	61	-53,8	-10,3
Alt Penedès	335	137	30	95	73	48	-34,2	-65,0
Alt Urgell	4	2	1	1	0	22	-	1000,0
Alta Ribagorça	4	2	2	0	0	0	-	-100,0
Anoia	74	9	14	21	30	40	33,3	344,4
Bages	51	8	23	10	10	25	150,0	212,5
Baix Camp	260	69	81	72	38	99	160,5	43,5
Baix Ebre	53	16	7	22	8	14	75,0	-12,5
Baix Empordà	348	100	108	75	65	81	24,6	-19,0
Baix Llobregat	2.353	948	545	350	510	480	-5,9	-49,4
Baix Penedès	34	8	4	5	17	7	-58,8	-12,5
Barcelonès	3.589	1.246	999	541	803	770	-4,1	-38,2
Berguedà	11	1	3	2	5	18	260,0	1700,0
Cerdanya	40	8	16	10	6	12	100,0	50,0
Conca de Barberà	37	8	3	1	25	21	-16,0	162,5
Garraf	459	81	123	134	121	269	122,3	232,1
Garrigues	16	11	5	0	0	7	-	-36,4
Garrotxa	138	17	43	52	26	15	-42,3	-11,8
Gironès	442	44	93	126	179	99	-44,7	125,0
Maresme	1.020	174	211	296	339	502	48,1	188,5
Moianès	18	2	10	4	2	0	-100,0	-100,0
Montsià	137	32	50	48	7	9	28,6	-71,9
Noguera	10	3	2	2	3	3	0,0	0,0
Osona	194	53	34	46	61	17	-72,1	-67,9
Pallars Jussà	3	1	-	1	1	1	0,0	0,0
Pallars Sobirà	35	4	-	0	31	1	-96,8	-75,0
Pla de l'Estany	50	9	13	15	13	3	-76,9	-66,7
Pla d'Urgell	22	11	5	4	2	4	100,0	-63,6
Priorat	3	1	1	0	1	1	0,0	0,0
Ribera d'Ebre	6	3	2	0	1	3	200,0	0,0
Ripollès	10	-	1	6	3	17	466,7	-
Segarra	79	2	71	2	4	5	25,0	150,0
Segrià	403	77	99	162	65	88	35,4	14,3
Selva	140	28	29	43	40	36	-10,0	28,6
Solsonès	7	1	-	2	4	1	-75,0	0,0
Tarragonès	381	57	21	182	121	31	-74,4	-45,6
Terra Alta	11	9	1	1	0	3	-	-66,7
Urgell	14	5	1	5	3	14	366,7	180,0
Val d'Aran	55	6	34	15	0	35	-	483,3
Vallès Occidental	2.514	301	787	871	555	438	-21,1	45,5
Vallès Oriental	827	95	242	168	322	160	-50,3	68,4
ÀMBITS TERRITORIALS FUNCIONALS								
Alt Pirineu i Aran	141	23	53	27	38	71	86,8	208,7
Camp de Tarragona	690	139	107	259	185	154	-16,8	10,8
Comarques Centrals	280	65	69	63	83	62	-25,3	-4,6
Comarques Giro-	1.449	266	337	388	458	312	-31,9	17,3
Metropolitana	10.306	2.765	2.785	2.227	2.529	2.350	-7,1	-15,0
Penedès	900	234	171	255	240	363	51,3	55,1
Ponent	544	109	183	175	77	121	57,1	11,0
Terres de l'Ebre	207	60	60	71	16	29	81,3	-51,7
DEMARCACIONS TERRITORIALS								
Barcelona	11.446	3.055	3.022	2.538	2.831	2.767	-2,3	-9,4
Girona	1.476	271	348	398	459	324	-29,4	19,6
Lleida	664	128	224	194	118	181	53,4	41,4
Tarragona	931	207	171	335	218	190	-12,8	-8,2
CATALUNYA	14.517	3.661	3.765	3.465	3.626	3.462	-4,5	-5,4

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'Agència de l'Habitatge amb la informació que ha estat elaborada a partir dels visats dels Col·legis d'Aparelladors.

Jun
19

PROMOCIÓ-CONSTRUCCIÓ: CONJUNTURA DEL SECTOR



ASSOCIACIÓ DE PROMOTORS
DE CATALUNYA

ANNEX. ANÀLISI TERRITORIAL. HABITATGES INICIATS (II)

CAPITALS DE COMARQUES	2018	I TRIM. 18	II TRIM. 18	III TRIM.18	IV TRIM.18	I TRIM. 2019	Var. Trimestral (I 19/ IV 18)	Variació anual del període
PRODUCCIÓ, HABITATGES INICIATS								
Valls (Alt Camp)	2	0	0	2	0	1	-	-
Figueres (Alt Empordà)	59	1	1	5	52	2	-96,2	100,0
Vilafranca del Penedès (Alt Penedès)	253	122	5	81	45	16	-64,4	-86,9
La Seu d'Urgell (Alt Urgell)	1	1	0	0	0	0	-	-100,0
El Pont de Suert (Alta Ribagorça)	4	2	2	0	0	0	-	-100,0
Igualada (L'Anoia)	38	4	2	10	22	29	31,8	625,0
Manresa (Bages)	14	0	11	2	1	2	100,0	-
Reus (Baix Camp)	76	40	8	20	8	5	-37,5	-87,5
Tortosa (Baix Ebre)	4	1	1	1	1	0	-100,0	-100,0
La Bisbal de l'Empordà (Baix Empordà)	6	0	5	1	0	0	-	-
Sant Feliu de Llobregat (Baix Llobregat)	196	16	180	0	0	59	-	268,8
El Vendrell (Baix Penedès)	20	7	0	1	12	3	-75,0	-57,1
Barcelona (Barcelonès)	2.203	730	608	423	442	271	-38,7	-62,9
Berga (Berguedà)	2	0	0	0	2	2	0,0	-
Puigcerdà (Cerdanya)	5	1	1	3	0	1	-	0,0
Montblanc (Conca de Barberà)	29	6	0	1	22	20	-9,1	233,3
Vilanova i la Geltrú (Garraf)	109	9	43	30	27	180	566,7	1.900,0
Les Borges Blanques (Les Garrigues)	1	1	0	0	0	2	-	100,0
Olot (Garrotxa)	106	12	39	33	32	6	-81,3	-50,0
Girona (Gironès)	146	15	32	46	53	19	-64,2	26,7
Mataró (Maresme)	190	81	11	86	12	106	783,3	30,9
Moià (Moianès)	7	0	6	1	0	0	-	-
Ampostà (Monsià)	8	2	0	5	1	2	100,0	0,0
Balaguer (La Noguera)	0	0	0	0	0	0	-	-
Vic (Osona)	84	28	18	17	21	2	-90,5	-92,9
Tremp (Pallars Jussà)	0	0	0	0	0	0	-	-
Sort (Pallars Sobirà)	33	2	0	0	31	0	-100,0	-100,0
Banyoles (Plà de l'Estany)	26	4	8	13	1	0	-100,0	-100,0
Mollerussa (Plà de l'Urgell)	2	1	0	1	0	2	-	100,0
Falset (Priorat)	0	0	0	0	0	0	-	-
Móra d'Ebre (Ribera d'Ebre)	0	0	0	0	0	0	-	-
Ripoll (Ripollès)	1	0	0	1	0	2	-	-
Cervera (Segarra)	3	0	3	0	0	0	-	-
Lleida (Segrià)	356	63	91	156	46	71	54,3	12,7
Santa Coloma de Farners (La Selva)	20	1	4	15	0	16	-	1.500,0
Solsona (Solsonès)	3	0	0	0	3	1	-66,7	-
Tarragona (Tarragonès)	192	43	3	87	59	20	-66,1	-53,5
Gandesa (Terra Alta)	2	1	0	1	0	0	-	-100,0
Tàrraga (Urgell)	7	1	0	5	1	12	1.100,0	1.100,0
Vielha e Mitjaran (Vall d'Aran)	17	0	17	0	0	35	-	-
Sabadell (Vallès Occidental)	835	19	298	348	170	203	19,4	968,4
Granollers (Vallès Oriental)	173	27	5	12	129	32	-75,2	18,5

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'Agència de l'Habitatge amb la informació que ha estat elaborada a partir dels visats dels Col·legis d'Aparelladors.

Jun
19

PROMOCIÓ-CONSTRUCCIÓ: CONJUNTURA DEL SECTOR



ASSOCIACIÓ DE PROMOTORS
DE CATALUNYA

ANNEX. ANÀLISI TERRITORIAL. HABITATGES ACABATS (I)

COMARQUES	2018	I TRIM. 18	II TRIM. 18	III TRIM. 18	IV TRIM. 18	I TRIM. 19	Var. Trimestral (I 19/ IV 18)	Variació anual del període
PRODUCCIÓ, HABITATGES ACABATS								
Alt Camp	44	4	27	12	1	5	400,0	25,0
Alt Empordà	119	27	45	23	24	91	279,2	237,0
Alt Penedès	77	19	13	15	30	11	-63,3	-42,1
Alt Urgell	12	5	3	3	1	1	0,0	-80,0
Alta Ribagorça	5	5	-	-	-	14	-	180,0
Anoia	130	48	63	8	11	14	27,3	-70,8
Bages	74	46	15	3	10	14	40,0	-69,6
Baix Camp	526	50	270	93	113	34	-69,9	-32,0
Baix Ebre	112	11	30	48	23	1	-95,7	-90,9
Baix Empordà	210	30	31	24	125	71	-43,2	136,7
Baix Llobregat	1.175	302	184	259	430	304	-29,3	0,7
Baix Penedès	31	9	8	4	10	8	-20,0	-11,1
Barcelonès	1.756	458	559	436	303	450	48,5	-1,7
Berguedà	47	28	3	1	15	16	6,7	-42,9
Cerdanya	35	-	14	7	14	9	-35,7	-
Conca de Barberà	36	4	-	16	16	24	50,0	500,0
Garraf	286	34	34	84	134	132	-1,5	288,2
Garrigues	11	5	-	3	3	-	-100,0	-100,0
Garrotxa	57	5	26	10	16	13	-18,8	160,0
Gironès	92	32	25	14	21	27	28,6	-15,6
Maresme	674	106	171	139	258	109	-57,8	2,8
Moianès	6	-	1	2	3	2	-33,3	-
Montsià	25	6	7	8	4	4	0,0	-
Noguera	35	4	14	12	5	5	0,0	25,0
Osona	206	40	30	19	117	22	-81,2	-45,0
Pallars Jussà	28	5	9	1	13	3	-76,9	-40,0
Pallars Sobirà	1	-	1	-	-	-	-	-
Pla de l'Estany	14	4	2	3	5	18	260,0	350,0
Pla d'Urgell	18	8	6	3	1	3	200,0	-62,5
Priorat	2	1	1	-	-	2	-	100,0
Ribera d'Ebre	4	-	3	1	-	-	-	-
Ripollès	10	1	2	1	6	7	16,7	600,0
Segarra	6	1	-	-	5	1	-80,0	0,0
Segrià	157	14	56	27	60	121	101,7	764,3
Selva	86	18	29	13	26	33	26,9	83,3
Solsonès	22	10	3	1	8	2	-75,0	-80,0
Tarragonès	128	48	21	33	26	22	-15,4	-54,2
Terra Alta	0	-	-	-	-	-	-	-
Urgell	31	4	19	5	3	3	0,0	-25,0
Val d'Aran	17	5	-	9	3	-	-100,0	-100,0
Vallès Occidental	959	123	152	425	259	240	-7,3	95,1
Vallès Oriental	228	45	48	74	61	147	141,0	226,7
ÀMBITS TERRITORIALS FUNCIONALS								
Alt Pirineu i Aran	98	20	27	20	31	27	-12,9	35,0
Camp de Tarragona	736	107	319	154	156	87	-44,2	-18,7
Comarques Centrals	353	124	51	25	153	56	-63,4	-54,8
Comarques Gironines	588	117	160	88	223	260	16,6	122,2
Metropolità	4.794	1.034	1.115	1.334	1.311	1.250	-4,7	20,9
Penedès	524	110	118	111	185	165	-10,8	50,0
Ponent	258	36	95	50	77	133	72,7	269,4
Terres de l'Ebre	141	17	40	57	27	5	-81,5	-70,6
DEMARCACIONS TERRITORIALS								
Barcelona	5.612	1.249	1.272	1.465	1.626	1.461	-10,1	17,0
Girona	604	117	168	89	230	268	16,5	129,1
Lleida	368	66	118	70	114	154	35,1	133,3
Tarragona	908	133	367	215	193	100	-48,2	-24,8
CATALUNYA	7.492	1.565	1.925	1.839	2.163	1.983	-8,3	26,7

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'Agència de l'Habitatge amb la informació que ha estat elaborada a partir dels visats dels Col·legis d'Aparelladors.

Jun
19

PROMOCIÓ-CONSTRUCCIÓ: CONJUNTURA DEL SECTOR



ASSOCIACIÓ DE PROMOTORS
DE CATALUNYA

ANNEX. ANÀLISI TERRITORIAL. HABITATGES ACABATS (II)

CAPITALS DE COMARQUES	2018	I TRIM. 18	II TRIM. 18	III TRIM. 18	IV TRIM. 18	I TRIM. 19	Var. Trimestral (I 19/ IV 18)	Variació anual del període
PRODUCCIÓ, HABITATGES ACABATS								
Valls (Alt Camp)	1	1	0	0	0	0	-	
Figueres (Alt Empordà)	1	1	0	0	0	28	-	2.700,0
Vilafranca del Penedès (Alt Penedès)	30	6	1	4	19	1	-94,7	-83,3
La Seu d'Urgell (Alt Urgell)	5	5	0	0	0	0	-	-100,0
El Pont de Suert (Alta Ribagorça)	5	5	0	0	0	0	-	-100,0
Igualada (L'Anoia)	62	1	55	2	4	5	25,0	400,0
Manresa (Bages)	30	20	9	0	1	0	-100,0	-100,0
Reus (Baix Camp)	40	6	17	1	16	4	-75,0	-33,3
Tortosa (Baix Ebre)	5	4	0	0	1	0	-100,0	-100,0
La Bisbal de l'Empordà (Baix Empordà)	4	4	0	0	0	0	-	-100,0
Sant Feliu de Llobregat (Baix Llobregat)	130	0	31	20	79	41	-48,1	-
El Vendrell (Baix Penedès)	10	2	1	2	5	0	-100,0	-100,0
Barcelona (Barcelonès)	1.251	322	364	289	276	255	-7,6	-20,8
Berga (Berguedà)	22	21	0	0	1	0	-100,0	-100,0
Puigcerdà (Cerdanya)	9	0	0	0	9	0	-100,0	-
Montblanc (Conca de Barberà)	29	0	0	14	15	18	20,0	-
Vilanova i la Geltrú (Garraf)	63	30	2	4	27	44	63,0	46,7
Les Borges Blanques (Les Garrigues)	2	1	0	1	0	0	-	-100,0
Olot (Garrotxa)	42	2	24	5	11	9	-18,2	350,0
Girona (Gironès)	8	4	2	0	2	1	-50,0	-75,0
Mataró (Maresme)	204	38	79	81	6	30	400,0	-21,1
Moià (Moianès)	3	0	0	1	2	2	0,0	-
Ampostà (Monsià)	6	2	2	2	0	2	-	0,0
Balaguer (La Noguera)	1	0	0	1	0	0	-	-
Vic (Osona)	56	2	1	0	53	2	-96,2	0,0
Tremp (Pallars Jussà)	14	3	0	0	11	0	-100,0	-100,0
Sort (Pallars Sobirà)	1	0	1	0	0	0	-	-
Banyoles (Plà de l'Estany)	8	1	1	2	4	12	200,0	1.100,0
Mollerussa (Plà de l'Urgell)	3	0	0	1	2	0	-100,0	-
Falset (Priorat)	1	1	0	0	0	0	-	-100,0
Móra d'Ebre (Ribera d'Ebre)	0	0	0	0	0	0	-	-
Ripoll (Ripollès)	6	0	0	0	6	0	-100,0	-
Cervera (Segarra)	1	0	0	0	1	0	-100,0	-
Lleida (Segrià)	113	5	50	19	39	118	202,6	2.260,0
Santa Coloma de Farners (La Selva)	6	1	1	3	1	3	200,0	200,0
Solsona (Solsonès)	19	10	1	0	8	0	-100,0	-100,0
Tarragona (Tarragonès)	78	44	5	26	3	0	-100,0	-100,0
Gandesa (Terra Alta)	0	0	0	0	0	0	-	-
Tàrraga (Urgell)	17	0	17	0	0	1	-	-
Vielha e Mitjaran (Vall d'Aran)	10	2	0	8	0	0	-	-100,0
Sabadell (Vallès Occidental)	209	22	28	109	50	27	-46,0	22,7
Granollers (Vallès Oriental)	8	1	3	3	1	24	2.300,0	2.300,0

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'Agència de l'Habitatge amb la informació que ha estat elaborada a partir dels visats dels Col·legis d'Aparelladors.

Jun
19

PROMOCIÓ-CONSTRUCCIÓ: CONJUNTURA DEL SECTOR



ASSOCIACIÓ DE PROMOTORS
DE CATALUNYA

ANNEX. ANÀLISI TERRITORIAL. COMPRAVENDES HABITATGES NOUS (I)

COMARQUES	2018	I TRIM. 18	II TRIM. 18	III TRIM. 18	IV TRIM. 18	I TRIM. 19	Var. Trimestral (I 19/ IV 18)	Variació Anual
COMPRAVENDES, HABITATGES NOUS								
Alt Camp	10	4	2	1	3	1	-66,7	-75,0
Alt Empordà	204	71	52	35	46	50	8,7	-29,6
Alt Penedès	174	27	41	58	48	64	33,3	137,0
Alt Urgell	21	4	2	7	8	5	-37,5	25,0
Alta Ribagorça	-	-	-	-	-	-	-	-
Anoia	206	40	55	45	66	64	-3,0	60,0
Bages	432	132	96	119	85	155	82,4	17,4
Baix Camp	234	34	57	92	51	44	-13,7	29,4
Baix Ebre	143	16	14	18	95	13	-86,3	-18,8
Baix Empordà	394	81	103	121	89	120	34,8	48,1
Baix Llobregat	1.228	428	294	234	272	395	45,2	-7,7
Baix Penedès	377	108	89	87	93	92	-1,1	-14,8
Barcelonès	2.478	693	554	616	615	756	22,9	9,1
Berguedà	25	3	5	4	13	5	-61,5	66,7
Cerdanya	65	21	14	11	19	18	-5,3	-14,3
Conca de Barberà	1	1	0	0	0	1	-	0,0
Garraf	131	40	40	25	26	63	142,3	57,5
Garrigues	13	6	6	1	0	3	-	-50,0
Garrotxa	286	108	68	58	52	27	-48,1	-75,0
Gironès	550	150	145	136	119	109	-8,4	-27,3
Maresme	1.060	224	264	272	300	418	39,3	86,6
Moianès	42	9	11	14	8	15	87,5	66,7
Montsià	57	10	18	14	15	9	-40,0	-10,0
Noguera	20	6	3	2	9	5	-44,4	-16,7
Osona	215	67	54	42	52	95	82,7	41,8
Pallars Jussà	-	-	-	-	-	-	-	-
Pallars Sobirà	2	0	2	0	0	2	-	-
Pla de l'Estany	92	32	23	17	20	26	30,0	-18,8
Pla d'Urgell	45	8	19	4	14	21	50,0	162,5
Priorat	1	0	1	0	0	0	-	-
Ribera d'Ebre	11	4	3	4	0	2	-	-50,0
Ripollès	10	1	0	1	8	16	100,0	1500,0
Segarra	84	1	40	38	5	4	-20,0	300,0
Segrià	588	123	189	159	117	112	-4,3	-8,9
Selva	196	37	58	58	43	47	9,3	27,0
Solsonès	11	2	2	2	5	1	-80,0	-50,0
Tarragonès	594	123	150	183	138	149	8,0	21,1
Terra Alta	18	10	5	2	1	2	100,0	-80,0
Urgell	73	4	10	36	23	11	-52,2	175,0
Val d'Aran	32	7	8	10	7	11	57,1	57,1
Vallès Occidental	1.431	444	319	362	306	430	40,5	-3,2
Vallès Oriental	663	189	153	167	154	156	1,3	-17,5
ÀMBITS TERRITORIALS FUNCIONALS								
Alt Pirineu i Aran	120	32	26	28	34	36	5,9	12,5
Camp de Tarragona	840	162	210	276	192	195	1,6	20,4
Comarques Centrals	717	209	166	179	163	269	65,0	28,7
Comarques Gironines	1.732	480	449	426	377	395	4,8	-17,7
Metropolità	6.876	1.982	1.587	1.658	1.649	2.158	30,9	8,9
Penedès	880	215	224	210	231	282	22,1	31,2
Ponent	823	148	267	240	168	156	-7,1	5,4
Terres de l'Ebre	229	40	40	38	111	26	-76,6	-35,0
DEMARCACIONS TERRITORIALS								
Barcelona	8.083	2.297	1.885	1.958	1.943	2.615	34,6	13,8
Girona	1.789	499	460	436	394	410	4,1	-17,8
Lleida	899	162	285	260	192	179	-6,8	10,5
Tarragona	1.446	310	339	401	396	313	-21,0	1,0
CATALUNYA	12.217	3.268	2.969	3.055	2.925	3.517	20,2	7,6

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'Agència de l'Habitatge amb la informació del "Colegio de Registradores de la Propiedad, Bienes Muebles y Mercantiles de España".

Jun
19

PROMOCIÓ-CONSTRUCCIÓ: CONJUNTURA DEL SECTOR



ASSOCIACIÓ DE PROMOTORS
DE CATALUNYA

ANNEX. ANÀLISI TERRITORIAL. COMPRAVENDES HABITATGES NOUS (II)

CAPITALS DE COMARQUES	2018	I TRIM. 18	II TRIM. 18	III TRIM. 18	IV TRIM. 18	ITRIM. 19	Var. Trimestral (I 19/ IV 18)	Variació Anual
COMPRAVENDES, HABITATGES NOUS								
Valls (Alt Camp)	3	1	1	0	1	0	-100,0	-100,0
Figueres (Alt Empordà)	58	34	10	6	8	5	-37,5	-85,3
Vilafranca del Penedès (Alt Penedès)	76	14	15	30	17	28	64,7	100,0
La Seu d'Urgell (Alt Urgell)	15	2	0	6	7	3	-57,1	50,0
El Pont de Suert (Alta Ribagorça)	-	-	-	-	-	-	-	-
Igualada (L'Anoia)	69	10	12	13	34	33	-2,9	230,0
Manresa (Bages)	208	83	41	52	32	92	187,5	10,8
Reus (Baix Camp)	137	25	44	41	27	35	29,6	40,0
Tortosa (Baix Ebre)	6	0	3	1	2	3	50,0	-
La Bisbal de l'Empordà (Baix Empordà)	17	7	6	1	3	9	200,0	28,6
Sant Feliu de Llobregat (Baix Llobregat)	173	45	51	20	57	140	145,6	211,1
El Vendrell (Baix Penedès)	32	20	8	3	1	6	500,0	-70,0
Barcelona (Barcelonès)	1034	263	202	242	327	339	3,7	28,9
Berga (Berguedà)	12	2	4	3	3	3	0,0	50,0
Puigcerdà (Cerdanya)	8	2	2	1	3	3	0,0	50,0
Montblanc (Conca de Barberà)	1	1	0	0	0	0	-	-100,0
Vilanova i la Geltrú (Garraf)	48	14	9	13	12	11	-8,3	-21,4
Les Borges Blanques (Les Garrigues)	10	5	5	0	0	3	-	-40,0
Olot (Garrotxa)	231	95	59	35	42	22	-47,6	-76,8
Girona (Gironès)	314	84	85	71	74	60	-18,9	-28,6
Mataró (Maresme)	267	36	93	72	66	97	47,0	169,4
Moià (Moianès)	16	2	4	5	5	7	40,0	250,0
Amposta (Montsià)	8	0	2	4	2	2	0,0	-
Balaguer (La Noguera)	12	5	3	2	2	0	-100,0	-100,0
Vic (Osona)	69	21	10	18	20	34	70,0	61,9
Tremp (Pallars Jussà)	0	0	0	0	0	0	-	-
Sort (Pallars Sobirà)	-	-	-	-	-	-	-	-
Banyoles (Pla de l'Estany)	71	25	15	14	17	19	11,8	-24,0
Mollerussa (Pla de l'Urgell)	19	7	4	3	5	3	-40,0	-57,1
Falset (Priorat)	-	-	-	-	-	-	-	-
Móra d'Ebre (Ribera d'Ebre)	3	2	0	1	0	1	-	-50,0
Ripoll (Ripollès)	7	0	0	1	6	9	50,0	-
Cervera (Segarra)	46	0	40	2	4	2	-50,0	-
Lleida (Segrià)	443	77	151	108	107	91	-15,0	18,2
Santa Coloma de Farners (La Selva)	23	6	2	10	5	4	-20,0	-33,3
Solsona (Solsonès)	11	2	2	2	5	1	-80,0	-50,0
Tarragona (Tarragonès)	246	50	54	87	55	47	-14,5	-6,0
Gandesa (Terra Alta)	-	-	-	-	-	-	-	-
Tàrraga (Urgell)	57	0	7	31	19	9	-52,6	-
Vielha e Mitjaran (Vall d'Aran)	9	2	2	3	2	2	0,0	0,0
Sabadell (Vallès Occidental)	317	84	92	83	58	125	115,5	48,8
Granollers (Vallès Oriental)	52	15	9	9	19	31	63,2	106,7

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'Agència de l'Habitatge amb la informació del "Colegio de Registradores de la Propiedad, Bienes Muebles y Mercantiles de España".

Jun
19

PROMOCIÓ-CONSTRUCCIÓ: CONJUNTURA DEL SECTOR



ASSOCIACIÓ DE PROMOTORS
DE CATALUNYA

ANNEX. ANÀLISI TERRITORIAL. COMPRAVENDES HAB. SEGONA MÀ (I)

COMARQUES	2018	I TRIM. 18	II TRIM. 18	III TRIM. 18	IV TRIM. 18	I TRIM. 19	Var. Trimestral (I 19/ IV18)	Variació Anual
COMPRAVENDES, HABITATGES SEGONA MÀ								
Alt Camp	175	55	33	52	35	55	57,1	0,0
Alt Empordà	2.383	613	590	596	584	617	5,7	0,7
Alt Penedès	699	190	168	209	132	169	28,0	-11,1
Alt Urgell	104	19	29	30	26	39	50,0	105,3
Alta Ribagorça	92	23	17	22	30	22	-26,7	-4,3
Anoia	898	182	222	266	228	262	14,9	44,0
Bages	1.243	296	309	318	320	321	0,3	8,4
Baix Camp	2.392	688	616	631	457	641	40,3	-6,8
Baix Ebre	819	160	206	225	228	185	-18,9	15,6
Baix Empordà	2.461	567	657	649	588	735	25,0	29,6
Baix Llobregat	6.327	1.494	1.669	1.595	1.569	1.541	-1,8	3,1
Baix Penedès	1.587	327	425	424	411	412	0,2	26,0
Barcelonès	18.125	4.658	4.755	4.461	4.251	4.501	5,9	-3,4
Berguedà	251	67	51	71	62	82	32,3	22,4
Cerdanya	298	89	56	70	83	89	7,2	0,0
Conca de Barberà	103	31	15	26	31	44	41,9	41,9
Garraf	2.192	581	572	551	488	516	5,7	-11,2
Garrigues	102	28	22	29	23	27	17,4	-3,6
Garrotxa	281	81	49	71	80	60	-25,0	-25,9
Gironès	1.399	390	313	354	342	353	3,2	-9,5
Maresme	4.173	1.013	1.098	1.039	1.023	1.264	23,6	24,8
Moianès	84	17	17	20	30	32	6,7	88,2
Montsià	777	177	203	201	196	194	-1,0	9,6
Noguera	197	42	45	53	57	51	-10,5	21,4
Osona	1.130	287	291	276	276	357	29,3	24,4
Pallars Jussà	146	58	31	28	29	32	10,3	-44,8
Pallars Sobirà	92	21	29	19	23	25	8,7	19,0
Pla de l'Estany	139	29	39	42	29	41	41,4	41,4
Pla d'Urgell	228	70	57	56	45	54	20,0	-22,9
Priorat	22	5	6	5	6	5	-16,7	0,0
Ribera d'Ebre	109	29	31	22	27	28	3,7	-3,4
Ripollès	126	21	27	30	48	47	-2,1	123,8
Segarra	109	28	35	28	18	27	50,0	-3,6
Segrià	1.346	374	346	341	285	367	28,8	-1,9
Selva	1.920	490	425	478	527	506	-4,0	3,3
Solsonès	68	16	15	14	23	26	13,0	62,5
Tarragonès	3.313	813	858	815	827	838	1,3	3,1
Terra Alta	53	11	13	14	15	13	-13,3	18,2
Urgell	242	62	68	54	58	71	22,4	14,5
Val d'Aran	307	73	88	67	79	74	-6,3	1,4
Vallès Occidental	8.866	2.181	2.175	2.517	1.993	2.321	16,5	6,4
Vallès Oriental	3.225	830	824	801	770	917	19,1	10,5
ÀMBITS TERRITORIALS FUNCIONALS								
Alt Pirineu i Aran	1.039	283	250	236	270	281	4,1	-0,7
Camp de Tarragona	6.005	1.592	1.528	1.529	1.356	1.583	16,7	-0,6
Comarques Centrals	2.771	684	685	699	703	820	16,6	19,9
Comarques Gironines	8.709	2.191	2.100	2.220	2.198	2.359	7,3	7,7
Metropolità	40.742	10.180	10.526	10.417	9.619	10.555	9,7	3,7
Penedès	5.355	1.275	1.380	1.446	1.254	1.346	7,3	5,6
Ponent	2.224	604	573	561	486	597	22,8	-1,2
Terres de l'Ebre	1.758	377	453	462	466	420	-9,9	11,4
DEMARCACIONS TERRITORIALS								
Barcelona	47.212	11.796	12.151	12.125	11.140	12.284	10,3	4,1
Girona	8.962	2.266	2.146	2.276	2.274	2.428	6,8	7,1
Lleida	3.079	828	792	754	705	834	18,3	0,7
Tarragona	9.350	2.296	2.406	2.415	2.233	2.415	8,2	5,2
CATALUNYA	68.603	17.186	17.495	17.570	16.352	17.961	9,8	4,5

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'Agència de l'Habitatge amb la informació del "Colegio de Registradores de la Propiedad, Bienes Muebles y Mercantiles de España".

Jun
19

PROMOCIÓ-CONSTRUCCIÓ: CONJUNTURA DEL SECTOR



ASSOCIACIÓ DE PROMOTORS
DE CATALUNYA

ANNEX. ANÀLISI TERRITORIAL. COMPRAVENDES HAB. SEGONA MÀ (II)

CAPITALS DE COMARQUES	2018	I TRIM. 18	II TRIM. 18	III TRIM. 18	IV TRIM. 18	I TRIM. 19	Var.Trimestral (I 19/ IV 18)	Variació Anual
COMPRAVENDES, HABITATGES SEGONA MÀ								
Valls (Alt Camp)	96	37	15	20	24	29	20,8	-21,6
Figueres (Alt Empordà)	388	104	94	94	96	108	12,5	3,8
Vilafranca del Penedès (Alt Penedès)	261	69	60	93	39	56	43,6	-18,8
La Seu d'Urgell (Alt Urgell)	67	12	19	20	16	26	62,5	116,7
El Pont de Suert (Alta Ribagorça)	-	-	-	-	-	-	-	-
Igualada (L'Anoia)	320	53	106	94	67	84	25,4	58,5
Manresa (Bages)	607	166	139	143	159	172	8,2	3,6
Reus (Baix Camp)	1.045	324	272	272	177	306	72,9	-5,6
Tortosa (Baix Ebre)	322	65	70	73	114	66	-42,1	1,5
La Bisbal de l'Empordà (Baix Empordà)	86	22	19	23	22	19	-13,6	-13,6
Sant Feliu de Llobregat (Baix Llobregat)	284	65	83	69	67	72	7,5	10,8
El Vendrell (Baix Penedès)	720	124	204	207	185	177	-4,3	42,7
Barcelona (Barcelonès)	12.757	3.296	3.289	3.070	3.102	3.300	6,4	0,1
Berga (Berguedà)	111	27	30	27	27	28	3,7	3,7
Puigcerdà (Cerdanya)	69	23	13	15	18	19	5,6	-17,4
Montblanc (Conca de Barberà)	40	12	6	11	11	20	81,8	66,7
Vilanova i la Geltrú (Garraf)	972	273	226	283	190	245	28,9	-10,3
Les Borges Blanques (Les Garrigues)	32	7	10	10	5	11	120,0	57,1
Olot (Garrotxa)	196	59	34	45	58	51	-12,1	-13,6
Girona (Gironès)	833	221	193	219	200	188	-6,0	-14,9
Mataró (Maresme)	1.006	239	249	259	259	386	49,0	61,5
Moià (Moianès)	41	10	7	13	11	13	18,2	30,0
Amposta (Montsià)	240	66	60	65	49	58	18,4	-12,1
Balaguer (La Noguera)	109	27	28	24	30	25	-16,7	-7,4
Vic (Osona)	407	102	115	114	76	100	31,6	-2,0
Tremp (Pallars Jussà)	72	25	21	13	13	18	38,5	-28,0
Sort (Pallars Sobirà)	-	-	-	-	-	-	-	-
Banyoles (Plà de l'Estany)	110	19	32	33	26	30	15,4	57,9
Mollerussa (Plà de l'Urgell)	124	42	33	28	21	38	81,0	-9,5
Falset (Priorat)	-	-	-	-	-	-	-	-
Móra d'Ebre (Ribera d'Ebre)	36	12	11	5	8	10	25,0	-16,7
Ripoll (Ripollès)	39	3	9	12	15	12	-20,0	300,0
Cervera (Segarra)	44	9	17	9	9	8	-11,1	-11,1
Lleida (Segrià)	1.031	283	272	257	219	269	22,8	-4,9
Santa Coloma de Farners (La Selva)	108	27	21	38	22	37	68,2	37,0
Solsona (Solsonès)	36	8	7	5	16	17	6,3	112,5
Tarragona (Tarragonès)	1.379	347	347	342	343	290	-15,5	-16,4
Gandesa (Terra Alta)	-	-	-	-	-	-	-	-
Tàrraga (Urgell)	162	43	49	37	33	36	9,1	-16,3
Vielha e Mitjaran (Vall d'Aran)	143	26	38	35	44	37	-15,9	42,3
Sabadell (Vallès Occidental)	1.944	502	481	504	457	473	3,5	-5,8
Granollers (Vallès Oriental)	570	145	169	137	119	170	42,9	17,2

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'Agència de l'Habitatge amb la informació del "Colegio de Registradores de la Propiedad, Bienes Muebles y Mercantiles de España".



CURSO/GUÍA PRÁCTICA PROMOTOR INMOBILIARIO

Gestión y viabilidad de una promoción inmobiliaria





Índice

¿QUÉ APRENDERÁ?	29
Introducción.	31
PARTE PRIMERA.	32
Viabilidad organizativa: especialización	32
Capítulo 1. Una promotora inmobiliaria desde dentro.	32
1. La coordinación de departamentos en la promoción inmobiliaria.	32
a. Departamentos de una promotora inmobiliaria y competencias en la planificación.	33
Departamento técnico de desarrollo.	33
Plan operativo Técnico de Desarrollo de la Promoción. Gestión de suelo, proyectos, licencias, servicios, etc.	33
Departamento técnico de ejecución material de la promoción.	33
Plan Operativo Técnico de Ejecución. Plan de ejecución de las obras. Plan de contratación y Plan de compras.	33
Departamento comercial.	33
Plan de Marketing inmobiliario.	33
Departamento administrativo y económico-financiero.	33
Plan financiero, Plan de Tesorería, Presupuesto de la Promoción y del seguimiento y control de dicho presupuesto.	33
b. Planificación y ejecución de una promoción inmobiliaria.	34
c. Control de Gestión de de una promoción inmobiliaria.	34
d. División jerarquía de una promotora inmobiliaria por zonas geográficas.	35
e. Dirección de una promoción inmobiliaria específica.	35
Director de la promoción inmobiliaria.	35
Comité de la promoción inmobiliaria.	36
Director general de una promotora inmobiliaria	36
Director Departamento Técnico	36
Director Departamento Comercial	36
Director Departamento Económico-financiero	36
2. Organigrama de una promotora inmobiliaria.	36
Dirección de una promoción inmobiliaria.	37
Departamento técnico	37
Departamento comercial	37
Departamento económico-financiero	37
3. Coordinación organizativa entre las áreas de una inmobiliaria.	37
TALLER DE TRABAJO	39
Caso real: Dossier de una promotora inmobiliaria nacional con perfil conservador.	
Características: compra de suelo finalista y promociones en fase de preventa antes de empezar a construir.	39
Significativa cartera de viviendas en promoción	40
Ubicaciones estratégicas	40
Situación saneada	40
Plan de Negocio	40
Portafolio de activos de calidad y estructura financiera sólida	40
Desarrollo de un porcentaje significativo de la cartera actual	40
Ejecución de nuevas inversiones	40
Desinversión de activos no estratégicos	40
Líneas estratégicas	40
Nuevas adquisiciones de suelo para garantizar un nivel de actividad sostenible con presencia en los principales mercados	41



Establecer relaciones estables con entidades financieras para participar en el plan de desarrollo de la actividad promotora del grupo	41
Alianzas con inversores de referencia en el sector para aportar nuevas vías de crecimiento, asegurando la aportación de una gestión óptima a inversores financieros	41

CHECK-LIST 50

1. ¿Cuáles son los niveles de organización en una promotora?	50
2. ¿Por qué se deben fijar las relaciones de comunicación entre los departamentos de una promotora?	50
3. ¿Qué es el Comité de la promoción inmobiliaria?	50
4. ¿Para qué integrar toda la información de la promoción inmobiliaria?	50
5. ¿Cuándo es aconsejable descentralizar la organización de una promotora?	50
6. ¿Cómo mejoraría la interrelación VERTICAL y HORIZONTAL entre los departamentos de su promotora?	50

Capítulo 2. ¿Qué es un proyecto inmobiliario? 51

1. Una promotora inmobiliaria: muchas empresas dentro de una sola.	51
a. Cada promoción inmobiliaria tiene su propia estructura.	51
b. Recursos humanos, técnicos y económicos de cada promoción inmobiliaria.	51
c. Gestión de cada promoción inmobiliaria (planificación, organización y control interno).	52
2. ¿Qué promoción inmobiliaria quiero hacer, pisos, oficinas, naves, etc.?	53
3. Planificar: anticiparse al futuro.	54
a. Planificación estratégica y operativa de una promotora inmobiliaria.	54
b. Planificación de los departamentos de una promoción inmobiliaria.	55
c. Gestión del riesgo de una promoción inmobiliaria.	55
4. ¿Qué se entiende por control de gestión?	56
a. Control de gestión de una promoción inmobiliaria.	56
Control de ventas y costes.	56
Control presupuestario y flujos de caja.	56
b. Informes de gestión y cuadros de control de la actividad de una promotora inmobiliaria.	57
5. El control de gestión a través del presupuesto.	57
6. El control del "cash-flow".	59
Control económico de rentabilidad de una promoción inmobiliaria.	59
Control financiero para atender pagos de una promoción inmobiliaria.	59

TALLER DE TRABAJO 61

Fases de un proyecto inmobiliario.	61
1. Fase inicial	61
a. Estudio de mercado de la demanda inmobiliaria de la zona.	61
b. Búsqueda de suelo disponible.	62
c. Información urbanística del suelo disponible.	62
d. Proyectos técnicos preliminares. Estudio geotécnico preliminar.	62
e. Solicitud preliminar de ofertas a proveedores y subcontratistas	62
f. Estudio económico del proyecto: viabilidad y costes.	63
2. Posicionamiento en suelo (compra, opción de compra, aportación de solar a cambio de edificación).	63
3. Fase inicial de comercialización y venta sobre plano.	63
4. Solicitud de licencia municipal de obras.	63
5. Fase financiera.	64
a. Escrituras división horizontal y obra nueva	64
b. Préstamo promotor para subrogación del comprador inmobiliario.	64



6. Fase de desarrollo de la promoción inmobiliaria	64
a. Contratación de trabajos para la ejecución de las obras	64
b. Formalización contratos privados de preventa y compraventa.	64
c. Control, seguimiento y corrección de ejecución de obra y sus desviaciones.	65
7. Fase final	65
a. Acta de final de obra	65
b. Libro del edificio.	65
c. Obtención de licencias de primera ocupación.	66
d. Elevación a escritura pública de contratos privados compraventa.	66
TALLER DE TRABAJO	67
Hitos de una promoción inmobiliaria.	67
1. Hitos de una promoción inmobiliaria.	67
Compra de suelo y estudio del mismo.	67
Financiación inmobiliaria.	67
Proyecto de ejecución y licitación de la obra.	67
Obra nueva y división horizontal. Formalización del préstamo promotor.	67
2. Cuadro de tesorería provisional sobre la base del estudio de viabilidad.	68
a. Cuadro de tesorería provisional.	68
b. Estudio de Viabilidad, así como un Presupuesto de Tesorería.	68
TALLER DE TRABAJO	70
Proceso de elaboración del Estudio de Viabilidad de la promoción inmobiliaria.	70
1. Estudio del suelo.	70
2. Anteproyecto de construcción y estimación de los costes de ejecución de obra.	70
3. Provisión de gastos administrativos.	70
4. Ponderación de precios de venta inmobiliaria.	70
TALLER DE TRABAJO	71
Todo el papeleo. Desde la compra del solar a la conclusión del edificio.	71
1. No es fácil, la promoción inmobiliaria requiere de mucha técnica y profesionalidad.	71
2. Hay que tomar precauciones y contratar un buen seguro.	73
3. Hay que preparar proyectos y estudios técnicos.	74
Estudio urbanístico de viabilidad de la promoción	74
Estudio registral de viabilidad de la promoción inmobiliaria	74
Estudio de mercado de viabilidad de la promoción	74
Estudio financiero de viabilidad de la promoción	74
Estudio geotécnico del terreno	74
Proyecto de demolición (en su caso)	74
Proyecto básico arquitectónico	74
Proyecto de ejecución arquitectónico	74
Proyecto de Seguridad y Salud	74
Proyecto de urbanización (en su caso)	74
Estudios de oferta de las empresas constructoras a seleccionar	74
Plan de Seguridad (en caso de ser a la vez constructor)	74
4. Analizar la oferta y la demanda inmobiliaria de la zona.	75
5. La viabilidad económica de la promoción inmobiliaria.	76
6. Cuando ya haya decidido que promueve hay que volver a asegurarse con estudios más precisos.	76
7. El problema de la financiación inmobiliaria.	81



TALLER DE TRABAJO _____ **83**

Trámites y documentación de la promoción inmobiliaria. _____ **83**

TRÁMITES Y DOCUMENTACIÓN _____ **84**

Estudio de solares	84
Solicitud de información urbanística	84
Contrato con empresa de tasación para la compra del solar	84
Contrato de compraventa del terreno	84
Solicitud de domicilio fiscal	84
Escritura de constitución de hipoteca sobre el solar	84
Contrato con corredor de seguros para la contratación de las pólizas	84
Contrato con organismo de control técnico (OCT)	84
Contrato con empresa de control de calidad (geotécnico y seguimiento de obra)	84
Contrato con arquitecto (proyecto y dirección)	84
Contrato con aparejador (dirección de ejecución material de la obra)	84
Contrato con técnico de Seguridad y Salud (proyecto y seguimiento)	84
Contrato con ingeniero de telecomunicaciones	84
Solicitud de licencia de edificación y pago de tasas	84
Constitución de avales municipales	84
Obtención de la licencia y pago del impuesto de construcción	84
Contrato con constructor	84
Contrato con subcontratistas	84
Contrato con proveedores	84
Contrato de acometida con empresa suministradora de agua y alcantarillado	84
Contrato de acometida con empresa suministradora de energía eléctrica	84
Escritura de división horizontal y obra nueva	85
Confección de Estatutos de la Comunidad	85
Contrato con empresa de tasación para la ejecución de la obra	85
Escritura de constitución de hipoteca sobre la obra	85
Solicitud de instalación de vallas	85
Escritura de división horizontal y obra nueva	85
Confección de Estatutos de la Comunidad	85
Contrato con empresa de tasación para la ejecución de la Obra	85
Escritura de constitución de hipoteca sobre la obra	85
Solicitud de instalación de vallas	85
Acta de replanteo	85
Construcción material del edificio	85
Contrato de vigilancia de obra	85
Contrato con adquirentes de viviendas en construcción	85
Certificado final de obra	85
Acta de recepción de obra	85
Solicitud de licencia de primera ocupación	85
Obtención de licencia de primera ocupación la	85
Boletines para la contratación del agua	85
Boletines para la contratación de la energía eléctrica	85
Escritura de distribución del crédito hipotecario	85
Escritura de compraventa de viviendas y locales	85
Escritura de subrogación o de cancelación de hipotecas	86
Confección y entrega del libro del Edificio	86
Alta fiscal del edificio	86
Alta en el Catastro	86
Liquidación de la promoción	86

TALLER DE TRABAJO _____ **91**

Funciones profesionales del técnico de promociones inmobiliarias en promotora inmobiliaria. _____ **91**

- Definición, desarrollo y supervisión del Anteproyecto, Proyecto Básico y Proyecto de Ejecución mediante su propio equipo o medios externos (Estudios de Arquitectura e Ingenierías). _____ **91**



- Vigilar la optimización técnico-económica de las promociones. _____ 91
- Controlar y coordinar el trabajo de las empresas intervinientes, tales como Estudios de Arquitectura, OCT, Dirección Facultativa, DEO y Constructora para el desarrollo de las promociones de la Compañía. _____ 91
- Petición de ofertas a Empresas Constructoras, validación de las mismas, comparativo de ofertas, propuesta de adjudicación. _____ 91
- Llevar a cabo la planificación económica, el seguimiento y el control de costes. _____ 91
- Supervisar la Ejecución de Obra, Incidencias Técnicas y Postventa. _____ 91
- Responder ante la Dirección General plazo, coste y calidad del producto entregado. _ 91
- Representar a la compañía ante organismos oficiales. _____ 91
- Apoyo a la Dirección Comercial en la relación con los clientes. _____ 91
- Dominio de aplicaciones informáticas de CAD y PRESTO, BIM y Microsoft Project. _____ 92

CHECK-LIST _____ 93

- 1. ¿Por qué cada promoción debe ser una unidad de negocio independiente? _____ 93**
- 2. ¿Qué recursos destinar a cada promoción inmobiliaria? _____ 93**
- 3. ¿Cómo controlar una promoción inmobiliaria? _____ 93**
- 4. Desarrolle esta fase en una promoción inmobiliaria que Ud elija: qué tengo, para qué lo quiero, cómo administro lo que tengo. _____ 93**
- 5. Desarrolle un ejemplo de presupuesto de una promoción inmobiliaria y proponga un método de control de "lo que recibe por la venta" y los gastos por suelo y edificación. _____ 93**

PARTE SEGUNDA. _____ 94

Viabilidad técnica: dos pasos por delante antes de dar el primero. _____ 94

Capítulo 3. Fases de una promoción inmobiliaria. _____ 94

- 1. Diferentes fases. _____ 94**
 - a. Fase de Estudio Preliminar _____ 94
 - La fórmula matemática del encaje estratégico de un solar. _____ 94
 - Estudio técnico y estudio comercial. _____ 95
 - Un estudio económico-financiero. _____ 96
 - b. Fase de Producción _____ 96
 - Redacción del proyecto de edificación _____ 96
 - Licencia de obras. _____ 97
 - Garantías de cantidades entregadas a cuenta por los compradores de vivienda sobre plano. 97
 - Declaración de Obra Nueva y División Horizontal _____ 97
 - Control de obra durante el proceso de edificación. _____ 98
 - c. Fase de Comercialización _____ 98
- 2. Análisis de posibles riesgos a detectar en el control de la gestión en las diferentes fases de una promoción inmobiliaria. _____ 101**
 - a. Control de riesgos en las fases de la promoción inmobiliaria. _____ 101
 - Planificación general del proyecto _____ 101
 - Fase inicial de información y predefinición del proyecto. _____ 101
 - Fase de viabilidad y diseño del producto. _____ 101
 - Planificación operativa (desarrollo) de la promoción _____ 101
 - Adquisición de suelo _____ 101
 - Proyectos, licencias y permisos. _____ 101
 - Contrataciones y adjudicación de obra _____ 101
 - Ejecución de la obra. _____ 101
 - Fase comercial y venta. _____ 101
 - Fase financiera. _____ 101
 - Ocupación de los inmuebles. _____ 101
 - Fase de postventa. _____ 101
 - Fase inicial de información y predefinición de la promoción _____ 101



Fase de viabilidad y diseño del producto inmobiliario (ej. Demanda)	101
Diseño erróneo del producto inmobiliario (ej. condiciones del mercado).	101
Estudio erróneo de viabilidad económico-financiera	101
Fase de adquisición de suelo (incertidumbres y vicios ocultos).	102
Fase de proyectos, licencias y permisos (plazos y cláusulas de penalización).	102
Fase de contrataciones y adjudicación de obras.	102
Fase de ejecución de obra (desviaciones).	103
Fase comercial. Comercialización y venta (ritmos de venta).	103
Fase financiera.	104
Fase de entrega y ocupación de los inmuebles.	105
Fase de postventa inmobiliaria.	105
b. Prevención de riesgos en la promoción inmobiliaria y seguros.	105

CHECK-LIST 108

1. ¿Qué fórmula le indica a simple vista si un solar es RENTABLE o no? 108
2. ¿Por qué hacer un estudio técnico (distribución de volúmenes) y un estudio comercial (¡este solar es una mina!)? 108
3. Defina un tipo de promoción residencial según zona. ¿Hacer locales o no? 108
4. Haga un proyecto de edificación para un solar en zona urbana consolidada. 108
5. ¿Dónde conviene ceder la comercialización y dónde se la puede reservar el promotor? 108
6. Haga un análisis de riesgos que puedan ocasionarse en una promoción inmobiliaria. 108
7. ¿Por qué hay que hacer un estudio de viabilidad? 108

Capítulo 4. Viabilidad técnica: con buen suelo, no hay mal promotor. 109

1. Introducción: compro suelo, urbanizo y vendo. 109
 - a. Fase de planeamiento urbanístico. 109
 - b. Fase de urbanización. 109
 - c. Fase de la promoción inmobiliaria. 110
 - La fase técnica de edificación. 110
 - La fase de comercialización. 110
 - La fase financiera. 110
2. Anticiparse al futuro de la zona: precauciones y "olfato". 110
 - a. Estudio preliminar de la zona. 110
 - b. ¿Cómo conocer la demanda? 111
3. Aprender de las promociones vecinas. 112
4. El informe técnico y el comercial son favorables: pero ¿qué debo prever? 112
 - Instrumentos y análisis de previsión de una promoción inmobiliaria. 112
 - a. Modelos de previsión. 112
 - Análisis estadístico de información histórica. 113
 - Análisis de regresión simple o múltiple. 113
 - b. Modelos de análisis. 113
5. Este suelo no tiene la edificabilidad que me prometieron. 113
 - a. La edificabilidad del terreno 113
 - Valorar si la edificabilidad está realmente agotada. 114
 - b. La información urbanística. 115
 - c. El suelo no es sólo urbanismo: el estudio geotécnico. 121
6. La clave: ¿qué y cuanto puede edificar? 122
 - La viabilidad técnica y estudio técnico de la promoción inmobiliaria. 122

TALLER DE TRABAJO. 125

- ¿Cómo conocer a la competencia? Estudio de la Oferta. 125



1. ¿Para qué hacer el estudio de la oferta para una promoción inmobiliaria?	125
2. Clases de estudio de oferta de una promoción inmobiliaria.	125
Viabilidad comercial	125
Definición de la oferta inmobiliaria, productos precios y estrategia.	126
Durante la venta inmobiliaria (competencia y problemas de comercialización en promociones similares).	126
3. Ficha de encuesta	126
Datos de identificación de una promoción inmobiliaria.	126
Tipología inmobiliaria	126
Sistema de promoción inmobiliaria y venta.	126
Regímenes especiales como cooperativas de viviendas	126
Volumen de la oferta	127
Ritmo de venta inmobiliaria	127
Dotaciones comunes	127
Calidades de construcción	127
Precio y condiciones económicas	127
Tipo de comercialización (piso piloto, etc).	127
4. Metodologías de los estudios inmobiliarios.	128
5. Ritmo de ventas inmobiliarias.	129
6. Depuración de datos.	129
TALLER DE TRABAJO.	131
Edificabilidad y aprovechamiento urbanístico NO son lo mismo.	131
1. El aprovechamiento urbanístico es la base de la ejecución urbanística.	131
2. Diferencias entre edificabilidad y aprovechamiento urbanístico.	132
3. Clases de edificabilidad.	133
a. Edificabilidad física o techo edificable.	133
¿Qué es la edificabilidad física o bruta?	133
¿Qué es la edificabilidad urbanística?	133
b. Edificabilidad media y ponderada.	133
¿Qué es la edificabilidad media?	133
¿Qué es la edificabilidad ponderada?	133
c. Edificabilidad conforme al uso (residencial, terciaria e industrial).	134
¿Qué es la edificabilidad residencial?	134
¿Qué es la edificabilidad terciaria?	134
¿Qué es la edificabilidad industrial?	134
TALLER DE TRABAJO.	135
¿Cómo calcular la edificabilidad de un solar?	135
1. Diferencia entre ocupación y edificabilidad.	135
2. La elevación de plantas para casar la edificabilidad con la ocupación.	136
3. Aprovechamiento lucrativo calculado en base a la edificabilidad. Ejemplo.	136
TALLER DE TRABAJO	138
Ejemplo de cálculo de edificabilidad	138
1. Localización de la parcela	138
2. Catastro	139
3. Cálculo de la edificabilidad	140
TALLER DE TRABAJO	141
Modelo de ordenanza municipal edificatoria.	141



1. Condiciones de edificabilidad.	141
Coeficiente de edificabilidad. Edificabilidad bruta y edificabilidad neta.	141
Superficie edificada por planta.	141
Superficie edificada total.	141
Superficie útil.	141
2. Condiciones de volumen y forma de los edificios.	141
Tipologías edificatorias.	141
CHECK-LIST	145
1. ¿Cómo anticiparse a otros promotores al descubrir una zona de inversión?	145
2. ¿Hay SUELO que genera demanda o hay DEMANDA que da valor al suelo?	145
3. ¿Es importante SABER lo que hace el PROMOTOR VECINO?	145
Capítulo 5. ¿Cómo comprar el mejor solar?	146
1. Seguir una dirección de negocio.	146
2. ¿Es vendible lo que se puede construir en el solar?	147
3. ¿Buscar solar o esperar las ofertas?	147
4. ¿Cuánto debo pagar por el solar?	148
Fórmulas para determina el precio a pagar por un solar (valor de repercusión, precios de venta, costes netos de construcción, etc.)	148
TALLER DE TRABAJO	150
El mercado del suelo y la promoción inmobiliaria.	150
1. La gestión del suelo y su puesta en valor.	150
a. Los fondos de inversión inmobiliaria.	150
b. Cooperativas y gestoras de cooperativas de vivienda.	151
2. Clases de suelo en función de su proceso de maduración.	151
3. La fase de urbanización.	152
4. La importancia de la figura del agente urbanizador en el derecho autonómico.	153
5. Demanda de suelo finalista en grandes ciudades.	154
CHECK-LIST	162
¿ Solar bien situado o no tan bien situado pero a mitad de precio?	162
¿Cómo saber en dos minutos cuanto pagar por un solar? ¿Cuál es la fórmula?	162
¿Cuándo hay que vender sobre plano?	162
PARTE TERCERA.	163
Viabilidad comercial: sólo se promueve lo que se vende.	163
Capítulo 6. Viabilidad comercial: ¿es vendible el producto?	163
1. Análisis del mercado: oferta y demanda.	163
Viabilidad comercial de la promoción inmobiliaria.	163
Los estudios de mercado. Análisis de la oferta y la demanda	163
Estudio de la oferta. Estudio de la competencia.	163
Estudio de la demanda.	163
Estudios de mercado.	163
El producto inmobiliario a promover.	163
2. ¿Qué es un estudio de mercado?	164
a. Ventajas de un estudio de mercado inmobiliario.	164
b. Clases de estudios de mercado inmobiliarios (viabilidad comercial, aprovechamiento	



urbanístico, económico-financiero).	165
c. Definición del producto inmobiliario.	165
d. ¿Es fiable la estadística que justifica los estudios de mercado?	165
e. Decisión sobre la estrategia inversora de una promoción inmobiliaria.	167
3. ¿Es vendible el producto que se puede promover?	167
Diseño óptimo del producto inmobiliario (resultados del estudio técnico y comercial).	167
4. ¿Por cuánto se puede vender?	168
TALLER DE TRABAJO	170
Modelo y esquemas de un estudio de mercado para una promoción inmobiliaria.	170
Situación de la promoción.	170
Tablas de promociones y promotores de la zona.	170
Ofertas inicial y actual para promociones.	170
Ofertas inicial y actual en base a tipologías.	170
Comparativa con promociones de la zona (ofertas iniciales y de ventas por tipologías).	170
Cuadros y gráficos de superficies.	170
Precios homogeneizados.	170
Precios unitarios.	170
Distribución de las ventas.	170
Calidades.	170
Fichas de promoción.	170
Modelo de encuesta.	170
CHECK-LIST	184
1. ¿Qué es un estudio de mercado?	184
2. ¿Cómo “vestir la promoción inmobiliaria” para que se venda?	184
Capítulo 7. La determinación de precio de venta. ¿Por cuánto se puede vender?	185
1. Todo depende de la oferta y el ritmo de ventas a conseguir.	185
2. Métodos de fijación de precio de venta.	186
a. En base a los costes	186
Coste añadiendo margen de beneficio.	187
Margen en el precio (no sobre los costes).	187
Método del beneficio objetivo (fijación del precio en función del beneficio).	187
b. En base al mercado y la competencia	188
Licitación de ofertas o concursos.	189
Método en función del nivel de precios y las promociones inmobiliarias de la competencia.	189
c. En base a los compradores / demanda	190
Análisis marginalista sobre la curva de demanda inmobiliaria.	190
Valor percibido por el consumidor sobre el producto inmobiliario.	191
TALLER DE TRABAJO	192
Control de calidad en la promoción inmobiliaria.	192
1. En fases de proyecto	192
2. En fase de compra de materiales	192
3. En fase de ejecución de la obra	192
4. En fase de ejecución terminada	192
5. En todo el proceso de gestión.	192
6. En fase de relación con el cliente.	193
a. En el diseño del producto inmobiliario.	193
b. En la relación cliente/promotor inmobiliario.	194
c. Servicio de atención al cliente de una promotora inmobiliaria.	195



d. Personalización de la vivienda	195
e. Momento de entrega de la vivienda.	196
Capítulo 8. ¿Cómo establecer el precio correcto?	197
1. Precios en función del coste	197
2. Precios en función de un conocimiento superficial de la oferta	198
3. Precio adecuado y marketing de soporte.	199
4. Precio estratégico.	200
5. Precio con efecto psicológico en el cliente.	200
CHECK-LIST	202
¿Qué fórmulas utilizar para fijar el precio correcto de venta de una promoción inmobiliaria?	202
¿Qué es el precio estratégico?	202
Capítulo 9. Publicidad en la compraventa de inmuebles. Reglas a respetar por el promotor	203
1. Precauciones con la publicidad.	203
2. Medidas de protección que la normativa de consumidores y usuarios prevé para el comprador de vivienda.	204
3. Sanción por la infracción	209
TALLER DE TRABAJO	212
Cuidado con el folleto de publicidad. Lo que dicen los jueces.	212
PARTE CUARTA.	215
Viabilidad económica: la cuenta de la vieja ya no sirve.	215
Capítulo 10: Viabilidad económica: ¿cuánto me cuesta la promoción?	215
1. Análisis de los costes de una promoción inmobiliaria.	215
2. Clases de gastos en una promoción inmobiliaria.	216
a. Costes directos	217
Adquisición de suelo	217
Costes de desarrollo	217
Costes de ejecución material. (Urbanización, construcción, etc.).	219
Costes comerciales.	219
Costes Financieros.	220
Costes de Postventa.	220
b. Costes indirectos.	220
Recursos humanos.	220
Materiales.	221
Fiscales.	221
Jurídicos.	221
Financieros.	221
3. Estructura de los costes	221
a. Estructura de los costes directos	221
b. Estructura de los costes indirectos	222
4. Imputación de costes	222
5. La cuenta de explotación de las promociones inmobiliarias.	224
Cuenta de Resultados Provisional de una promoción inmobiliaria	225
"Cash-Flow" de una promoción inmobiliaria.	226
Depreciación en el "Cash-Flow"	228



La Planificación Temporal. Periodificación de los cobros y pagos. _____ 229

TALLER DE TRABAJO _____ **232**

Esquemas. Cuenta de resultados y viabilidad de una promoción inmobiliaria. _____ **232**

1. Cuenta de resultados de una promoción inmobiliaria. _____ **233**

1. Organización empresarial.	233
2. Detalle de todos los costes asociados a la Promoción Inmobiliaria desde la compra del terreno hasta la entrega del edificio:	233
2.1. Adquisición del terreno:	233
• Tipología de terrenos.	233
• Incidencias en el tiempo de los distintos tipos de suelo.	233
• Clases de suelo y techo neto.	233
• Precio de adquisición y permuta.	233
• Fiscalidad y costes relativos a la Compra / Venta.	233
• Otros costes.	233
2.2. Gestión urbanística:	233
• Modalidades para ejecutar las reparcelaciones.	233
• Incumplimiento de las obligaciones.	233
• Costes de urbanización.	233
2.3. Construcción:	233
• Costes de construcción.	233
• Otros costes indirectos de obra.	233
2.4. Costes de los proyectos:	233
• Proyecto de edificación.	233
• Dirección de obra.	233
• Otros proyectos.	233
• Plan de control de calidad.	233
2.5. Seguros:	233
• Responsabilidad Civil (RC).	233
• Todo Riesgo de la Construcción (TRC).	233
• Decenal	233
• Otros.	233
2.6. Comercialización:	233
• Comercialización interna.	233
• Comercialización externa.	233
• Promoción.	233
2.7. Entrega y postventa.	233
2.8. Costes legales y jurídicos.	233
3. Otros costes:	233
3.1. Costes financieros:	233
• Avaluos.	233
• El préstamo hipotecario.	233
• Otros préstamos.	233
3.2. Tributos.	233
2. Análisis estático de la Cuenta de Resultados	234
1. Análisis de viabilidad económica en Promociones Inmobiliarias.	234
2. Herramientas para el análisis estático.	234
3. Estructura de la Cuenta de Resultados Estática.	234
4. Ratios financieros:	234
4.1. Beneficio sobre ventas.	234
4.2. Beneficio sobre fondos propios (FP).	234
4.3. Beneficio sobre ventas con permuta.	234
4.4. Otros ratios estáticos:	234
• Rentabilidad estática de la inversión.	234
• Rentabilidad estática después de intereses.	234
• Rentabilidad Fondos Propios.	234
• Margen sobre ventas.	234
• Comentarios a los ratios estáticos.	234



• Indicadores Inmobiliarios: _____	234
5. Definición de m2. _____	234
• Coste del m2. _____	234
• Indicadores de la Cuenta de Resultados. _____	234
6. Imputación de costes _____	234
• Imputación real. _____	234
3. Análisis dinámico de la Cuenta de Resultados _____	235
1. Viabilidad Dinámica _____	236
Concepto de Viabilidad Dinámica. _____	236
Estructura de la cuenta de resultados dinámica. _____	236
Métodos de valoración dinámicos: _____	236
1. VAN (Valor Actual Neto): _____	236
1.1. Tasa de descuento. _____	236
1.2. Interpretación del resultado del VAN. _____	236
1.3. Ventajas e inconvenientes de utilización del VAN. _____	236
1.4. Ejemplos de utilización del VAN. _____	236
2. TIR (Tasa Interna de Rentabilidad): _____	236
2.1. Interpretación del resultado de la TIR. _____	236
2.2. Ventajas e inconvenientes de utilización de la TIR. _____	236
3. TIR vs VAN: _____	236
3.1. Cuando VAN y TIR son coincidentes. _____	236
3.2. Cuando VAN y TIR no son coincidentes. _____	236
Otros criterios de valoración adicional a proyectos de inversión: _____	236
IR (Índice de Rentabilidad). _____	236
PAY-BACK (Periodo de recuperación de la inversión). _____	236
4. Financiación: _____	236
4.1. Dos tipos de flujos de fondos. _____	236
4.2. Grado de apalancamiento (GA): Apalancamiento financiero. _____	236
4.3. Análisis de la sensibilidad de proyectos de inversión. Parámetros susceptibles de variación (variables). _____	236
3. Diagnóstico del activo - análisis de viabilidad. _____	236
Oportunidad de Suelo _____	236
Convenio de Planeamiento _____	236
Jurídico: Estudio del Suelo _____	236
Evolución de las condiciones Jurídicas _____	236
Módulo de Tesorería _____	236
Búsqueda de capacidad de Financiación _____	236
Ciclo de Pagos _____	236
Compra de Suelo _____	236
Evolución de las condiciones Urbanísticas _____	236
Presupuesto del coste del Proyecto de Marketing _____	236
Conceptos Constructivos. Anteproyecto _____	237
Marketing: Definición de los elementos de venta _____	237
Definición de los perfiles de clientes _____	237
4. Enfoque de la dinámica de actuación _____	239
Planificación y desarrollo del proyecto _____	239
Análisis y Planificación _____	239
Diseño Estratégico _____	239
Diseño Financiero _____	239
Identificación oportunidad _____	239
Fase Técnica _____	239
Inversión Requerida _____	239
Competidores _____	239
Análisis de Mercado _____	239
Fase Jurídico Legal _____	239
Proyecciones Financieras _____	239
Análisis DAFO _____	239
Comercial _____	239



Financiación	239
Identificación de barreras al cambio	239
Validación Modelo/Cuadro Mandos	239
Reformulación Proyecto Inmobiliario	239
Definición Plan Implementación	239
Objetivo	239
Desarrollo-documentación líneas de acción	239
Valoración y priorización líneas de acción.	239
Diagrama de GANTT	239
Mantenimiento de Valor & Desinversión	239
Definición de medidas de actuación	239
Secuenciación medidas de actuación	240

TALLER DE TRABAJO 242

Subvenciones a los promotores privados que construyan viviendas destinadas al alquiler por un plazo mínimo de 25 años en el Plan de vivienda 2018-2021. 242
 Real Decreto 106/2018, de 9 de marzo, por el que se regula el Plan Estatal de Vivienda 2018-2021. 242

1. Ayudas para promotores del Programa de fomento del parque de vivienda en alquiler (incluidos la rehabilitación o de la reanudación de obras de viviendas o promociones paralizadas). 242

2. Ayudas para cooperativas del Programa de fomento de la mejora de la eficiencia energética y sostenibilidad en viviendas 243

3. Ayudas del Programa de fomento de viviendas para personas mayores y personas con discapacidad 244

CHECK-LIST 246

Desarrolle los gastos de una promoción inmobiliaria. 246

¿Cómo se estructura el precio de compra del suelo respecto de otros gastos? 246

¿Pueden imputarse los gastos en función de la tipología de una promoción inmobiliaria? 246

¿Qué utilidad tiene poder saber el beneficio que generará un mayor gasto concreto? 246

¿Cómo planificar los gastos de una promoción inmobiliaria? 246

Capítulo 11. Análisis de viabilidad económica. 247

1. La condición de viabilidad económica 247

2. Costes de la producción de solares edificables 249

3. Ingresos de la producción de solares edificables 250

TALLER DE TRABAJO. 252

El presupuesto financiero de la obra. 252

1. Variables financiera de planificación de obra. 252

Variables económicas 252

Variables técnicas 252

Variables financieras 253

2. Fases presupuestarias. 253

a. Previsión de los ingresos 253

b. Previsión de pagos 253

c. Cobros e ingresos (cash-flow). 254

3. Estimación de costes directos e indirectos de una obra. 254

a. Costes directos de la obra. 255

Recursos humanos. 255



Materiales.	255
Valoración del almacén. Valoración correcta del coste de materiales.	256
Valoración del inventario	257
Unidades de obra realizadas subcontratistas e industriales	257
Maquinaria y medios auxiliares	258
b. Costes indirectos de obra.	259
Costes no periodificados.	259
Recursos humanos.	259
Maquinaria y medios auxiliares	260
Suministros	260
Costes periodificados	260
Instalaciones que afectan a la totalidad de la obra.	261
Estudios y proyectos	261
Tasas e impuestos	261
Seguros	261
Provisiones	261
Costes de estructura (costes imputados a una obra desde la empresa, a fin de repartir los gastos de funcionamiento de la misma).	262
c. Distribución del Coste	262
Costes indirectos	263
d. Evaluación de los recursos necesarios conforme a la planificación de la obra.	263
4. Seguimiento y control presupuestario del planning de la obra.	264
Registro de costes. Seguimiento de costes.	265
Costes directos	265
Costes en función de las unidades de obra.	266
Costes en base a albaranes y entradas de almacén.	267
Costes indirectos	267
Seguimiento de la planificación se inicia con el proceso de compras y contratación.	268
Análisis del coste directo en relación con la producción en obra.	269
Análisis del coste indirecto en obra.	269
Análisis de la contratación en obra.	269
5. Aspectos contables en la gestión de obra.	270
Corrección de los ingresos por diferencia entre producción y certificación.	270
Incorporación de diferencias a fin de mes desde la contabilidad analítica a la general o financiera.	271
TALLER DE TRABAJO	273
Análisis económico financiero de los tiempos y costes de una promoción inmobiliaria.	273
1. Planificación de los tiempos de la operación inmobiliaria. Diagrama de Gant.	273
2. Planificación de los costes de la operación inmobiliaria. Cash-flow o previsión de tesorería.	274
3. Actualización de desviaciones de la planificación de la promoción inmobiliaria.	274
TALLER DE TRABAJO.	277
Viabilidad financiera de una obra.	277
1. Calendario de la obra.	277
2. Previsión de costes.	278
Adquisición de los terrenos. Solar.	278
Urbanización general. Participación en la Junta de Compensación.	279
Honorarios técnicos	279
Jurídicos y fiscales	279
Tasas, licencias y acometidas	279
Comercialización de la promoción inmobiliaria.	279
Administración y dirección de la promoción. Gestión y seguros.	280



Gastos financieros. _____	280
3. Previsión de ventas en caso de promoción. _____	280
4. Previsión de ingresos y pagos. _____	281
5. Control de gastos e ingresos de la promoción. _____	282
6. Control de tesorería o financiero de la promoción inmobiliaria. _____	284
- La contabilidad general de la empresa. _____	284
- La contabilidad analítica de la obra. _____	284
- La gestión de ventas de la promoción. _____	284
7. Distribución del préstamo financiero en las fases de la promoción inmobiliaria. _____	285
8. Viabilidad económica y financiera. _____	286
TALLER DE TRABAJO. _____	289
Control financiero de las ventas de una promoción inmobiliaria. _____	289
1. Producto inmobiliario y precios de venta. _____	289
2. Control de venta y clientela. _____	290
- Precio definitivo de venta. _____	291
- Plazos de cobro fijados en el contrato. _____	291
- Plazo de entrega. _____	291
3. Control de cobros y facturación de una promoción inmobiliaria. _____	292
4. Control de avales. _____	293
5. Control ISO 9000 de entrega de una promoción inmobiliaria. _____	293
CHECK-LIST _____	295
Elaborar un estudio financiero de viabilidad de una promoción inmobiliaria. _____	295
Desarrollar un estudio de viabilidad de una promoción en régimen de autoconstrucción, en cuya realización se ha seguido la siguiente secuencia: _____	295
- Definición de la promoción: bienes y precios de venta. _____	295
- Calendario de la promoción. _____	295
- Definición y valoración de la obra. _____	295
- Valoración de solar y forma de pago. _____	295
- Previsión de ventas y gastos por comisiones. _____	295
- Distribución de la ejecución de obra. _____	295
- Previsión de gastos y pagos por obra. _____	295
- Previsión de cobros. _____	295
- Determinación de necesidades de financiación y costes financieros. _____	295
- Determinación del resto de gastos y forma de pago. _____	295
- Previsión de liquidaciones de IVA. _____	295
- Hoja resumen del resultado y rentabilidad. _____	295
- Presupuesto financiero. _____	295
Capítulo 12. Análisis de viabilidad: el método dinámico. _____	296
1. Introducción. _____	296
¿Qué es y para qué sirve el método dinámico? _____	296
2. Aspectos financieros. _____	298
¿Qué se entiende por un "Capital"? _____	298
El interés o coste de oportunidad para el promotor inmobiliario. _____	299
La prima de riesgo de la inversión inmobiliaria. _____	300
La inflación. _____	300
Capitalizar y descuento. _____	302
Los flujos de Caja (Cash-flow). _____	304
Los proyectos de inversión en relación al flujo de caja del proyecto inmobiliario. _____	304
TALLER DE TRABAJO _____	306



Métodos dinámicos de cálculo de la rentabilidad de los proyectos de inversión inmobiliaria: el método del valor actual neto y la tasa interna de retorno.	306
1. Método del Valor Actual Neto (VAN).	306
Caso práctico.	307
Cálculo del VAN de un proyecto inmobiliario.	307
Caso práctico.	308
¿Cuándo será rentable un proyecto de inversión inmobiliaria según la metodología del VAN?	309
2. Método de la Tasa Interna de Retorno (TIR).	309
Caso práctico.	310
Cálculo de la TIR.	311
Caso práctico.	311
¿Cuándo es viable un proyecto inmobiliario atendiendo a los resultados de la TIR?	312
3. Análisis de viabilidad económica de un proyecto inmobiliario: método dinámico.	312
Caso práctico.	313
TALLER DE TRABAJO	318
Ejemplo de caso real. Estudio de viabilidad de una promoción inmobiliaria y Estudio económico financiero de una promoción inmobiliaria.	318
1. Estudio de viabilidad de una promoción inmobiliaria.	319
Datos generales.	319
Solar.	319
Construcción.	319
Precio de venta.	319
Calendario general de la promoción y cuadro de ventas.	319
Fiscalidad.	319
2. Desarrollo completo de Estudio económico financiero de una promoción inmobiliaria.	319
Datos generales.	319
Solar (características del solar, datos urbanísticos, datos de operación de compra del solar).	319
Edificabilidad (edificabilidad del proyecto, construcción, precio de venta, plan y calendario de promoción y ventas).	319
Financiación (financiación hipotecaria, modalidad de disposición hipotecaria, datos financieros).	319
Costes e ingresos por etapas de la promoción (flujos de caja y plan de etapas de la promoción).	319
Medidas correctoras y préstamo puente.	319
Resumen del estudio de viabilidad (resumen económico, análisis y parámetros de viabilidad).	319
TALLER DE TRABAJO	455
Caso práctico desarrollado. Estudio de viabilidad una promoción inmobiliaria de viviendas.	455
Análisis del mercado inmobiliario.	455
Viabilidad de este proyecto.	455
Estudio del mercado inmobiliario de municipio y Comunidad Autónoma.	455
Plan de actuación (Escritura el solar, inicio proyecto básico, proyecto de ejecución, comienzo de obra, plazo de ejecución).	455
Gastos (licencias, honorarios, etc)	455
Ingresos.	455
Repercusión suelo /ventas	455



Repercusión suelo/m2 edif.sobre rasante	455
Rentabilidad a partir del cash-flow	455
Reflejo contable de estimación optimista/pesimista.	455
Análisis de sensibilidad.	455
Riesgos.	455

TALLER DE TRABAJO **494**

Caso práctico resuelto. Modelo de estudio de viabilidad para compra de SUELO urbanizable realizado con un programa informático. **494**

Características del Suelo Residencial.	495
Cesiones obligatorias de suelo.	495
Datos del sector. Superficie Bruta del Sector.	495
Sistemas Generales adscritos.	495
Dotacional privado sin edificabilidad.	495
Aprovechamiento tipo.	495
Edificabilidad bruta en Residencial/Terciario o Industrial.	495
Número máximo de Viviendas y su uso característico.	495
Forma de adquisición.	495
Edificabilidad.	495
Coeficiente de Canje.	495
Coste Imputable.	495
Ingresos por ventas.	495
Gastos de adquisición del suelo (planeamiento de desarrollo técnico, modificación PGOU, plan parcial, estudio de detalle, proyecto de compensación, obras de urbanización, proyecto de urbanización de arquitecto).	495
Gastos por acometidas e impuestos.	495
Gastos por impuestos, notariales y registrales.	495
Resultado económico de ventas e ingresos (total costes de explotación, margen bruto explotación, gastos de comercialización, beneficio antes de intereses e impuestos, gastos financieros, beneficio antes de impuestos).	495
Edificabilidad resultante. Ventas y transferencia interna	495
Asignación de usos, edificabilidad y parcela neta.	495
Obtención de aprovechamientos: imputación de precios y su valoración.	495
Condiciones generales de adquisición del suelo.	495
Condiciones de urbanización del sector.	495

TALLER DE TRABAJO **520**

Caso práctico resuelto. Modelo de estudio de viabilidad de una promoción inmobiliaria realizado con un programa informático. **520**

Desglose de costes	521
Flujo de caja	521
Cuadros de ventas	521
Plan de Etapas	521
Cuadros de Aportaciones y Pagos Iniciales	521
Cuadro de Riesgos.	521
Balance de cada Ejercicio.	521
Edificabilidad. Viviendas.	521
Presupuesto de gastos (adquisición solar, impuestos, notarías y registros, levantamiento topográfico, estudio geotécnico, urbanización interior, acometidas, arquitectos -proyecto Básico - proyecto de dirección de -liquidación y Recepción -, licencias, obra nueva y división horizontal, préstamos, gastos financieros, gastos de comercialización, etc.).	521
Resultado económico (ventas, costes de explotación, margen bruto de explotación, gastos Financieros, beneficio antes de Impuestos (BAI), Beneficios/Coste Explotación, Beneficios/Coste Total, Repercusión Suelo/Ventas, Repercusión suelo/M2 Edificado s/rasante, etc.).	521
Resumen económico-financiero de la promoción inmobiliaria.	521
Estructura de ventas.	521
Acciones correctoras.	521

CHECK-LIST **543**

Cómo debe estructurarse el estudio económico de una Promoción Inmobiliaria.	543
---	-----



Cómo se calculan los costes financieros de Promociones Inmobiliarias: Préstamos Hipotecarios Subrogables, Descuento de efectos, Préstamos y Créditos Puente, etc. _____	543
Cómo se debe estructurar el estudio económico y el Cash Flow de una promoción inmobiliaria para analizar su rentabilidad. _____	543
Cómo se realiza el análisis de la rentabilidad estática y cuáles son los ratios de rentabilidad dinámica más utilizados por los analistas financieros. _____	543
Cuál es el significado del Valor Actual Neto (VAN) y el de la Tasa Interna de Rentabilidad (TIR) de un proyecto. _____	543
Cómo se realiza el cálculo del plazo de recuperación de una inversión o pay-back y cuáles son las características y problemática del mismo. _____	543
Cómo se debe estructurar la documentación económico-financiera de las promociones inmobiliarias. _____	543
Cómo se incorporan los costes de la Promoción Inmobiliaria en las distintas fases de la misma: Gestión, Titularización, Construcción, Comercialización, Entrega y Post-Venta. _____	543

Capítulo 13. Viabilidad económica en la producción de suelo urbanizado: las ventajas del agente urbanizador. _____ 544

1. Introducción _____	544
2. La condición de viabilidad de las actuaciones urbanísticas _____	546
3. Variables económicas de las actuaciones urbanísticas. _____	547
4. La plusvalía urbanística. _____	550
5. Derechos y deberes de los propietarios de los terrenos. _____	553

Capítulo 14. Contabilidad de Costes y de Gestión. _____ 559

1. Presupuesto de un proyecto de construcción. _____	559
a. El proceso presupuestario de proyectos de construcción en la actividad económica. ____	561
b. El proceso presupuestario de proyectos y la contabilidad de costes y de gestión. ____	561
c. Presupuesto de proyectos. Diferencias entre los presupuestos del proyectista independiente y de la empresa contratista _____	562
2. Metodología de cálculo de costes y elaboración de presupuestos. _____	563
3. Unidad de obra _____	563
a. Unidad de obra en Contabilidad de Costes y de Gestión. _____	563
b. Unidad de obra en presupuestos de proyectos de construcción. _____	563
c. Estado de mediciones _____	565
d. Partidas alzadas _____	565
e. Cuadros de precios _____	568
4. Costes de personal. _____	569
5. Costes de los materiales. _____	570
6. Precio unitario. _____	570
7. Precio descompuestos. _____	571
8. Precios auxiliares _____	573
9. Presupuestos _____	573
a. Presupuestos parciales _____	573
b. Presupuesto general _____	574
Presupuesto de ejecución material y por contrata _____	574
Presupuesto de ejecución por contrata _____	574
c. Los precios de coste en la base de datos de la edificación. _____	576
Definición de precios _____	577
1. Precio básico (PB) _____	577
2. Precio auxiliar (PA) _____	577
3. Precio unitario (PU) _____	577
4. Precio complejo (PC) _____	577



5. Precio funcional (PF)	578
TALLER DE TRABAJO	579
Contabilidad de la obra.	579
1. Definiciones de precios.	579
Precio básico (PB)	579
Precio auxiliar (PA)	581
Precio unitario (PU)	582
Precio complejo (PC)	582
Precio funcional (PF)	582
2. Los precios en el banco de datos estructurado.	583
3. Sistemas de contabilidad de costes	584
4. Clasificación en costes directos e indirectos.	586
a. En la contabilidad de costes y de gestión.	586
b. Relación de elementos de costes directos e indirectos.	589
TALLER DE TRABAJO	594
Definición de cada tipo de precio.	594
1. Precio de suministro (PSU)	594
2. Precio auxiliar (PA)	594
3. Precio unitario descompuesto y auxiliar.	594
a. Precio unitario descompuesto (PUD)	594
b. Precio unitario auxiliar (PUA)	596
c. Precios complejos descompuesto y auxiliar	596
d. Precio complejo auxiliar (PCA)	596
e. Precio funcional descompuesto (PFD)	597
TALLER DE TRABAJO	598
Los precios de coste desde la contabilidad de costes y de gestión.	598
1. Exclusión de costes indirectos: precios auxiliares.	598
2. Desglose del coste total en diversos componentes o costes. precios descompuestos.	599
3. Referencia espacial del precio.	600
El coste de la unidad de obra como coste predeterminado.	601
El coste de la unidad de obra como coste predeterminado o estándar.	601
El coste de la unidad de obra como coste semicompleto.	601
El control de costes de la unidad de obra.	602
Coste real y coste estándar	602
Desviaciones en costes directos.	604
Clases de desviaciones: técnicas y económicas	604
PARTE QUINTA.	606
Viabilidad financiera: cuidado con los bancos.	606
Capítulo 15. Viabilidad financiera. Me salen los números: ¿quién me lo financia?	606
1. Financiación a través de pagos a cuenta realizados por los Compradores antes de la entrega.	606
2. Viabilidad económico-financiera de una promoción inmobiliaria	607
a. El análisis económico-financiero de una promoción inmobiliaria.	607
b. Criterios de análisis estáticos.	608
c. Criterios de análisis dinámicos.	610



d. Los flujos de caja. _____	610
e. Esquema de etapas de un proyecto de inversión inmobiliario. _____	611
Análisis viabilidad económica. Proyecto inversión: promoción _____	611
Definición del proyecto. _____	612
Identificación de los flujos de caja -pagos e ingresos-. _____	612
Cuantificación de los flujos monetarios. _____	612
Calendario de flujos -fijación en el tiempo de pagos e ingresos-. _____	612
Obtención de los flujos netos del proyecto. _____	612
Cálculo de los indicadores económicos. _____	612
Análisis de sensibilidad y de soluciones alternativas. _____	612
f. Definición del proyecto inmobiliario. _____	612
g. Datos básicos de un proyecto inmobiliario. _____	612
Duración del proyecto inmobiliario. _____	612
Elección de la periodificación. _____	613
Finalización de la obra. _____	613
Tasa de actualización del promotor. _____	613
h. Criterios de análisis. El proyecto autofinanciado. La financiación externa. El proyecto, financiado _____	613
Proyecto autofinanciado _____	613
Costes. _____	613
Calendario de costes. Flujos de costes por partidas y totales. _____	613
Ingresos. _____	614
Calendario de ventas. Flujos por ingresos, por tipos y totales por periodo. _____	614
i. Financiación del proyecto inmobiliario. _____	614
Datos de la financiación. _____	614
Flujos y calendario de la financiación. _____	615
Entregas o cobros _____	615
Gastos del préstamo _____	615
j. Tasa interna de rendimiento (T.I.R.) _____	616
k. El valor actual neto (V.A.N.) _____	617
l. La tasa mixta de rendimiento. (T.M.R.) _____	617
m. La serie neta uniforme (S.N.U) _____	618
n. La tasa mixta de rendimiento (T.M.R.) _____	618
ñ. Sensibilidad o modificaciones de los resultados obtenidos en el proyecto inmobiliario. _____	619
Variaciones de las condiciones financieras _____	619
Variaciones en los costes del producto inmobiliario. _____	619
Variaciones en el calendario de ventas. _____	619
TALLER DE TRABAJO _____	621
El préstamo hipotecario promotor. _____	621
Capítulo 16. Tasación y valoración del patrimonio inmobiliario. _____	623
1. El régimen legal de las valoraciones. _____	623
Real Decreto Legislativo 7/2015, de 30 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Suelo y Rehabilitación Urbana. _____	623
Artículo 34. Ámbito del régimen de valoraciones. _____	623
Artículo 35. Criterios generales para la valoración de inmuebles. _____	624
Artículo 36. Valoración en el suelo rural. _____	625
Artículo 37. Valoración en el suelo urbanizado. _____	626
Artículo 38. Indemnización de la facultad de participar en actuaciones de nueva urbanización. _____	627
Artículo 39. Indemnización de la iniciativa y la promoción de actuaciones de urbanización o de edificación. _____	627
Artículo 40. Valoración del suelo en régimen de equidistribución de beneficios y	



cargas. _____	628
Artículo 41. Régimen de la valoración. _____	629
REGLAMENTO DE VALORACIONES DE LA LEY DE SUELO _____	629
Real Decreto 1492/2011, de 24 de octubre, por el que se aprueba el Reglamento de valoraciones de la Ley de Suelo. _____	629
2 El informe de valoración de inmuebles. La labor documentalista del perito tasador y las sociedades de tasación. _____	635
3.¿Qué se entiende por valor? Clases de valor. El valor de mercado y su relación con las edificaciones y el urbanismo. _____	636
4. Técnicas y procedimientos valoración del suelo: Estudios de viabilidad del suelo. El cálculo y formalización del valor de tasación. Introducción a la Orden ECO/805/2003, de 27 de marzo. _____	645
5. Métodos de cálculo de la Orden ECO/805/2003, de 27 de marzo. ¿Qué debe saber un inversor? ¿Qué documentación se precisa para la tasación? Metodología de la valoración. Problemática particular en función del tipo de inmueble. _____	651
Orden EHA/564/2008, de 28 de febrero. _____	664
6. El certificado de tasación o informe de valoración de inmuebles (situación administrativa, características físicas de la finca, datos registrales, servidumbres, planos de edificación y urbanísticos, valoración económico financiera, etc.). _____	666
CHECK-LIST _____	678
Tasación y valoración del patrimonio inmobiliario. _____	678
¿Cómo puede incrementarse el valor de los activos inmobiliarios a través de una adecuada tasación y valoración? _____	678
Principales aspectos que hay que tener en cuenta en la valoración de activos inmobiliarios _____	678
Normativa aplicable en la valoración _____	678
¿Cuáles son los principales métodos de valoración? _____	678
Baremos de valoración en los diferentes tipos de inmuebles _____	678
Capítulo 17. El efecto de las valoraciones en las bolsas de suelo no sectorizado de las promotoras. _____	679
1. Los efectos de las valoraciones en los grandes propietarios de suelo. _____	679
2. Sin problemas para promotores con bolsa de suelos urbanizables delimitados (reservados a futuros proyectos urbanizadores). _____	680
3. El efecto de la contabilización de las expectativas en las promotoras cotizadas. _	680
4. Problemática de la financiación de promotoras inmobiliarias. _____	681
5. El efecto de la financiación de pequeñas y medianas promotoras. _____	681
PARTE SEXTA. _____	683
Viabilidad urbanística: coordinar suelo con edificación. _____	683
Capítulo 18. Información urbanística previa. Imprescindible antes de promover o edificar. _____	683
1. Plan general de ordenación urbana. _____	683
2. Interpretación del Plan General. _____	685
3. Información urbanística. Publicidad del planeamiento. _____	686
4. Consulta directa. _____	686
5. Cédulas urbanísticas. _____	687
6. Valor acreditativo de los informes y cédulas urbanísticas. _____	688



Capítulo 19. La simultaneidad de obras de urbanización y edificación.	689
1. El Proyecto de Urbanización.	689
2. Proyecto por fases	690
3. Convenio Regulador entre Administración Local, Promotor de Urbanización, Empresa Constructora de las Obras de Urbanización y Dirección Facultativa.	694
4. El diseño del Plan de Simultaneidad.	696
PARTE SÉPTIMA.	698
Viabilidad edificatoria: ¿quién ha pagado por una obra sólo lo que le presupuestaron?	698
Capítulo 20. Análisis del plan de obra y precauciones con las ofertas.	698
1. Plan de obra.	698
2. Las ofertas se miran con "lupa".	701
TALLER DE TRABAJO.	707
El presupuesto de obra.	707
1. ¿Qué es el presupuesto de obra?	707
2. Clases de presupuestos	707
a. Presupuesto estimativo	707
b. Presupuesto valorativo	708
c. Presupuesto valorativo detallado	708
d. Presupuesto cerrado	710
3. Estructura de costes de un presupuesto	710
a. Costes directos	710
b. Costes indirectos.	711
Capítulo 21. Fases de una edificación. Trámites a seguir.	714
1. Examen topográfico	714
2. Estudio geotécnico	714
3. Acta de Protocolización de fotografías	715
4. Encargo del proyecto y dirección de obra	715
5. Contratación de OCT	716
6. Plan de control de materiales	717
7. Seguro de responsabilidad decenal	718
TALLER DE TRABAJO	719
Al seguro de daños o de caución se añade la "garantía financiera". Reforma del artículo 19 de la LOE por la Ley 20/2015, de 14 de julio, de ordenación, supervisión y solvencia de las entidades aseguradoras y reaseguradoras.	719
8. La licencia de obras	720
9. La escritura de obra nueva y división horizontal	720
TALLER DE TRABAJO	722
La declaración de obra nueva en la ley 13/2015, de 24 de junio.	722
10. El préstamo hipotecario	725
11. El seguro en garantía de cantidades a cuenta del precio de venta	726



12. Comercialización de la promoción. _____	726
13. Contrato de obra alzado o llave en mano. _____	727
14. El acta de replanteo _____	728
TALLER DE TRABAJO _____	729
Estudio de gestión de residuos. Obligación del promotor en los proyectos de obras.	729
TALLER DE TRABAJO _____	731
Formulario. Modelo de Ordenanza Municipal sobre Gestión de Residuos de Construcción y Demolición _____	731
Capítulo 22. Fases de control de un Dpto. técnico. _____	738
1. Desde las certificaciones de obra a la post-venta. _____	738
Supervisión y control de certificaciones de obra. _____	738
La coordinación de seguridad en fase de ejecución. _____	739
Anotar cualquier incidencia en el libro de órdenes, y en particular la conformidad a los materiales que le sean presentados por el contratista. _____	740
Autorizar, con el director de la obra cuando sea necesario, las modificaciones que se produzcan, anotando las que puedan suponer una modificación en la escritura de ONDH, para hacerlas constar al finalizar la obra y otorgar la escritura de ON terminada. _____	740
Controlar el plazo de ejecución y adoptar las medidas necesarias para su cumplimiento. _____	740
Recabar del contratista y preparar toda la documentación necesaria para solicitar la licencia de primera ocupación y el libro del edificio. _____	740
Realizar visita exhaustiva antes de recepcionar la obra. _____	740
Informar al Gerente de cualquier incidencia. _____	740
La escritura de obra nueva terminada _____	740
La licencia de primera ocupación _____	741
La entrega de la edificación _____	741
La gestión de las escrituras _____	742
La constitución de la comunidad _____	743
Post-venta. Reclamaciones posteriores _____	743
2. Esquemas del desarrollo de los planes operativos. _____	744
Plan operativo técnico, departamento técnico _____	744
Plan operativo técnico de ejecución material de la promoción. Departamento técnico de ejecución material _____	746
Plan operativo comercial _____	747
Departamento comercial _____	747
Plan operativo de recursos humanos _____	748
Departamento de recursos humanos _____	748
Plan operativo financiero y de tesorería _____	748
Departamento económico-financiero _____	748
Previsiones económico-financieras _____	749
Cuantías y calendario de tiempos previstos _____	749
TALLER DE TRABAJO. _____	751
Gestión de obra _____	751
1. El encargo del promotor. _____	752
2. La empresa constructora y su organización _____	752
3. El proyecto de organización _____	754
a. Memoria _____	754
b. Planos _____	756
c. Pliego de condiciones _____	756
d. Presupuesto _____	756
4. Fases preliminares. _____	756



5. Elaboración de un plan de organización interior. _____	761
Capítulo 23. Tengo suelo y financiación: a poner ladrillos. _____	766
1. Preestudio del arquitecto. _____	766
El plan operativo técnico de ejecución material de la promoción _____	767
Plan de contrataciones _____	767
Plan de compras _____	768
Plan de ejecución material de las obras _____	768
Esquema de funciones de departamento técnico de ejecución material _____	769
Compras y contrataciones _____	769
2. El encargo del proyecto al arquitecto: precauciones para evitar sorpresas. _____	771
a. ¿Qué es el proyecto? _____	771
b. Claridad en la edificabilidad o aprovechamiento posible. _____	778
c. Características de los inmuebles a proyectar. _____	779
d. Calidades _____	780
3. Los Honorarios del arquitecto. _____	781
4. La dirección de obra _____	782
5. Los costes de referencia de la construcción. _____	785
TALLER DE TRABAJO _____	787
Los proyectos de urbanización. _____	787
Proyecto de Urbanización básico. _____	787
Proyecto de Urbanización complementario. _____	787
TALLER DE TRABAJO _____	789
Comprobaciones preliminares al anteproyecto de edificación. _____	789
1. Examen urbanístico. _____	789
2. Inspección física del inmueble. _____	789
3. Servicios de suministro disponibles. _____	789
4. Examen topográfico del inmueble. _____	790
5. Estudio Geotécnico. _____	791
6. Restos arqueológicos. _____	792
7. Análisis de suelos contaminados. Gestión de residuos. _____	792
TALLER DE TRABAJO _____	794
El anteproyecto de Edificación. _____	794
1. El anteproyecto de Edificación. _____	794
2. Referencias. _____	794
Parcela o suelo. _____	794
Planeamiento y normativa. _____	794
Definición del producto inmobiliario. _____	795
Equipo profesional. _____	795
3. Contenido del anteproyecto. _____	795
a. Documentos. _____	795
b. Marketing. Aspectos comerciales. _____	795
c. Aspectos técnicos. _____	796
Capítulo 24. Licencias. _____	797
1. Licencia de obras. _____	798
2. Sujetos Pasivos _____	798



3. Clases de licencia de obras	798
a. Licencia de obra mayor.	799
Licencia de obra mayor por consolidación de edificios	799
Licencia de obra mayor por nueva edificación	799
Licencia de obra mayor por rehabilitación de edificios	799
Licencia de obra mayor por restauración de edificios	800
Licencia urbanística de obra mayor por acondicionamiento de local sujeto al Reglamento de Espectáculos Públicos y Actividades Recreativas.	800
b.- Licencia de obras menores	800
4. Documentos a aportar.	801
Licencia de obra mayor de acondicionamiento de local	801
Licencia de obra mayor de nueva edificación	801
Licencia de obra mayor de rehabilitación de edificios	802
Licencia de obra mayor de restauración de edificios:	802
Licencia urbanística de obra mayor: Acondicionamiento de local sujeto al Reglamento de Espectáculos Públicos y Actividades Recreativas:	803
Licencia de obras menores	803
Capítulo 25. La entrega de la obra: hay mucho en juego.	804
1. Las fechas de entrega: los tribunales empiezan a hacer pagar caros los retrasos.	804
2. Consejos para firmar el acta de recepción.	805
a. Introducción.	805
b. Requisitos del acta	806
c. Efectos del acta	807
d. Plazo	809
e. Rechazo de la obra	810
f. Tramitación del acta	811
TALLER DE TRABAJO	812
Certificación energética. Responsabilidad del promotor (ya sea edificios nuevo o existente).	812
1. Procedimiento básico para la certificación de la eficiencia energética de los edificios. Real Decreto 235/2013, de 5 de abril, por el que se aprueba el procedimiento básico para la certificación de la eficiencia energética de los edificios.	812
a. Regulación del Procedimiento básico para la certificación de la eficiencia energética de los edificios.	812
b. Definiciones.	814
2. Edificios objeto del certificado energético.	817
a. Edificios de nueva construcción y edificios existentes.	817
b. Edificios excluidos. Administraciones públicas. Culto religioso.	817
3. Responsabilidad del promotor (ya sea edificios nuevo o existente).	818
a. Inscripción en el Registro de certificados energéticos.	818
b. Libro del edificio.	818
4. Certificaciones energéticas globales de unidades de edificios.	819
5. Contenido del certificado de eficiencia energética. Etiqueta energética.	819
6. Certificación de la eficiencia energética de un edificio de NUEVA CONSTRUCCIÓN.	821
7. Certificación de eficiencia energética de un EDIFICIO EXISTENTE.	821
8. Control de los certificados de eficiencia energética. Inspección.	821
a. Inspección.	821
b. Infracciones y sanciones.	822
9. Validez, renovación y actualización del certificado de eficiencia energética.	823



TALLER DE TRABAJO.	824
Caso práctico. Promoción inmobiliaria de un solar de uso residencial en 5 alturas.	824
PARTE OCTAVA.	832
Responsabilidad del promotor.	832
Capítulo 26. La responsabilidad del promotor en la LOE.	832
1. La responsabilidad del promotor en la LOE.	832
2. ¿Cuándo es responsable el promotor?	834
3. El promotor como agente de la edificación en la LOE	837
4. Ámbito de responsabilidad.	839
TALLER DE TRABAJO.	846
El promotor responsable de la edificación.	846
1. Antecedentes.	846
2. La solidaridad del promotor	847
a. Diferencias con la responsabilidad de los distintos agentes que intervienen en la edificación	847
b. Responsabilidad del promotor	849
c. El promotor garantiza la edificación.	850
4. Acción de repetición	853
TALLER DE TRABAJO.	855
El promotor no respeta la memoria de acabados de la vivienda vendida. ¿Qué sucede?	855
TALLER DE TRABAJO.	858
¿Quién paga la tasa de enganche al gas o al agua?	858
TALLER DE TRABAJO.	861
Compraventa de vivienda sobre plano. Todo lo que hay que saber.	861
1. La compraventa de vivienda sobre plano.	861
2. Derechos del consumidor tras la firma del contrato.	862
3. Cláusulas abusivas.	863
TALLER DE TRABAJO	864
Reforma de las cantidades entregadas a cuenta por la Ley 20/2015.	864
1. Percepción de cantidades a cuenta del precio durante la construcción.	864
Obligaciones de los promotores que perciban cantidades anticipadas.	865
Requisitos de las garantías.	866
Información contractual.	868
Ejecución de la garantía.	869
Cancelación de la garantía.	869
Publicidad de la promoción de viviendas.	869
Infracciones y sanciones.	869
Desarrollo reglamentario.	870
2. Requisitos que deben cumplir las pólizas de seguro y los avales que garanticen estas cantidades a cuenta.	871
3. Cambios en la situación del consumidor de vivienda.	873
TALLER DE TRABAJO	875



Venta sobre plano sin licencia y dificultades del promotor inmobiliario para dar avales individuales garantizados. _____	875
TALLER DE TRABAJO _____	876
El promotor que vende sobre plano y entrega menos metros de los firmados. _____	876
PARTE NOVENA _____	881
Formularios. _____	881
1. Modelo de contrato de redacción de proyecto básico y de ejecución _____	881
2. Modelo de contrato de arquitecto proyectista redactando en un solo proyecto el proyecto básico y el de ejecución. _____	890
3. Modelo general de contrato entre promotor y arquitecto. _____	904
Modelo 1 _____	904
Modelo 2 _____	918
4. Modelo de contrato de arquitecto director de ejecución de obra _____	935
5. Modelo de contrato de encargo de trabajo profesional a arquitecto _____	943
6. Modelo de contrato con arquitecto técnico. _____	962
7. Modelo BÁSICO de contrato de ejecución "llave en mano" _____	967



¿QUÉ APRENDERÁ?



- **Estudio económico de una promoción inmobiliaria.**
- **Costes financieros de las distintas fuentes de financiación en las promociones inmobiliarias: préstamos hipotecarios subrogables, descuento de efectos, préstamos y créditos puente, etc.**
- **Estudio económico y el Cash Flow de una promoción inmobiliaria para analizar su rentabilidad.**
- **Los estudios de mercado inmobiliario. Análisis de la oferta y la demanda**
- **Análisis económico financiero de los tiempos y costes de una promoción inmobiliaria.**
- **Control financiero de las ventas de una promoción inmobiliaria.**
- **Modos de gestión y los análisis de viabilidad real de las promociones inmobiliarias.**
- **Identificar todos los costes relacionados con una promoción inmobiliaria**
- **La coordinación de departamentos en la promoción inmobiliaria.**
- **Control de gestión de una promoción inmobiliaria.**
- **El control de gestión a través del presupuesto. El control del "cash-flow".**
- **Control económico de rentabilidad de una promoción inmobiliaria.**
- **Control financiero para atender pagos de una promoción inmobiliaria.**



- **Estudio urbanístico de viabilidad de la promoción**
- **Trámites y documentación de la promoción inmobiliaria.**
- **Fases de una promoción inmobiliaria. Control de riesgos en las fases de la promoción inmobiliaria.**
- **Diferencias entre edificabilidad y aprovechamiento urbanístico.**
- **Clases de edificabilidad. ¿Cómo calcular la edificabilidad de un solar?**
- **La gestión del suelo y su puesta en valor.**
- **Tasación y valoración del patrimonio inmobiliario.**
- **Venta de inmuebles en construcción como alternativa de financiación para el promotor.**
- **Gestión de obra**
- **Responsabilidad del promotor inmobiliario.**

Introducción.



La gestión de una Promoción Inmobiliaria es una actividad compleja que requiere de una inversión económica muy importante, con largos periodos de maduración y con un alto riesgo en la mayoría de ocasiones.

Pero hoy en día lo que más exige es un nivel de especialización.

En toda promoción inmobiliaria se deben conocer de carrerilla todos los conceptos de coste. ¿Por qué? Porque es el mejor camino para optimizar el planteamiento económico-financiero de una promoción inmobiliaria y evitar sorpresas desagradables que pueden poner en peligro su misma viabilidad.

Le proponemos analizar con un lenguaje accesible, de un modo sencillo y desde una perspectiva práctica, todos los costes de una promoción inmobiliaria, desde la compra del terreno hasta la entrega y postventa.

Le facilitaremos las herramientas y criterios de análisis para conocer la rentabilidad de una promoción inmobiliaria y, por lo tanto, para determinar la viabilidad de la misma, tanto desde un punto de vista estático como dinámico.

Seguiremos una metodología de análisis aplicable a cualquier operación inmobiliaria, de modo que le permita determinar la viabilidad de cualquier promoción inmobiliaria.

Todo lo que debe saber un promotor inmobiliario.

PARTE PRIMERA.

Viabilidad organizativa: especialización

Capítulo 1. Una promotora inmobiliaria desde dentro.



1. La coordinación de departamentos en la promoción inmobiliaria.