

ACUÑA ANALIZA LOS RIESGOS DE UN INMUEBLE COMERCIAL

# Cuando la ubicación impacta en el negocio de un local

La firma Rodríguez de Acuña y Asociados ha puesto en marcha una línea de análisis de locales comerciales, para evaluar el impacto de la ubicación y el negocio en el valor del inmueble.

**EXPANSIÓN. Madrid**  
La necesidad de evaluar el impacto de la localización de un local comercial en el negocio está empujando no sólo a las tasadoras y bancos, sino a las propias compañías que se instalan en ellos, a solicitar informes sobre la idoneidad o no de la ubicación, su precio de alquiler y venta y las posibilidades de revalorización. Iaeami (Informes y Análisis Económicos para el Mercado Inmobiliario), la sociedad de la firma Rodríguez de Acuña y Asociados, ha desarrollado una metodología de análisis para definir el valor hipotecario del inmueble.

**Variable económica**  
El análisis presta atención tanto a los datos puramente inmobiliarios, como al análisis de variables económicas como el PIB, la tasa de desempleo, IPC, tipos de cambio y tipos de interés a largo plazo. Además, introduce procedente del informe de coyuntura del sector servicios la información relativa al gasto medio por persona, el número de ocupados del sector, la tasa de desempleo o el valor añadido bruto de servicios destinados a la venta. "En el caso del sector de locales comerciales, la evolución de la demanda tiene un impacto más rápido en el mercado de locales que en el de la vivienda, y es necesario introducir todo tipo de variables relativas a la marcha del consumo", puntualizan fuentes de la consultora. De hecho, según el Anuario Estadístico del Sector Inmobiliario que Acuña realiza todos los años, tanto la demanda como la oferta de este tipo de inmuebles guarda una fuerte relación no sólo

## Ejemplo práctico

<b>I. Datos básicos del análisis:</b>		Localización:	
Sociedad tasadora		Provincia: Madrid	
Solicitante		Municipio: Madrid	
		Código postal: 28002	
		Calle: Villanueva, 31	
Año construcción o rehabilitación: 2004		Planta sótano: 0,02 m <sup>2</sup> / 0 €	
Unidades: 1		Long. fachada: 3,4 m.	
Tipología: local calle		Long. fondo: 5,6 m.	
Planta calle: 143,0 m <sup>2</sup> / 1.461 euros .m2		Coef.T.fondo: 1,0	
Planta alta: 0,02 m <sup>2</sup> / 0 €			

<b>II. Datos de ámbito nacional</b>	2000	2001	2002	2003	2004
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)

<b>II.4. Análisis mercado locales comerciales</b>					
Demanda (m <sup>2</sup> ) (T. de c.)	4,5	4,0	2,7	3,8	3,8
Oferta (m <sup>2</sup> ) (T. de c.)	1,8	2,4	2,9	3,0	2,9
Precio venta (T. de c.)	12,60	10,51	8,98	6,61	7,55

<b>III. Datos de ámbito provincial</b>	2000	2001	2002	2003	2004
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)

<b>III.4. Análisis mercado locales comerciales</b>					
Demanda (m <sup>2</sup> ) (T. de c.)	0,3	2,3	1,6	1,4	8,3
Oferta (m <sup>2</sup> ) (T. de c.)	1,6	1,9	2,0	1,8	1,8
Precio venta (T. de c.)	6,34	8,46	8,43	5,33	-

Fuente: IAEAMI

con las condiciones crediticias para su financiación (tipos de interés y plazos de amortización) sino "también, y fundamentalmente, con la evolución de la actividad económica a la que se destina la explotación de este tipo de inmuebles".

En la coyuntura del sector comercial, el informe introduce los parámetros del índice de ventas del comercio minorista deflactado con el índice general, el de ocupados en comercio minorista y el índice de clima del comercio minorista. La

## Las claves

- El informe recoge no sólo los datos puramente inmobiliarios, como la demanda, oferta y precios de locales comerciales, sino todo tipo de variables económicas relacionadas con la marcha del consumo y la actividad comercial.
- Los datos se analizan en el ámbito nacional, provincial, de área y de municipio. Incluso se desciende al código postal.
- Se trata de valorar datos como la ubicación, frecuencia de paso en la zona, población potencial y rasgos, para evaluar la posible revalorización del inmueble y si su precio se ajusta a la zona.

recuperación de la actividad económica del sector comercial se ha traducido en una aceleración en el ritmo de crecimiento de la demanda de locales, con un incremento del 3,8% frente al 2,7% registrado en 2002, "y se espera que este mismo

ritmo de crecimiento se mantenga durante 2004".

El informe añade que los precios se acelerarán levemente, un 7,6% al término de este ejercicio, como consecuencia de la recuperación de la demanda. Según el estudio, el crecimiento de los pre-

## Según las predicciones de Acuña los precios de locales se acelerarán suavemente

cios de los locales continuó en 2003 con la desaceleración iniciada en 2001, situándose en torno al 3% durante el pasado ejercicio.

Asimismo, la oferta de este tipo de inmuebles, que inició una etapa de fuerte expansión en 2001, ha continuado con el mismo ritmo de crecimiento, en torno al 3% durante 2003, "sin que nuestras predicciones adelanten una caída significativa durante 2004".

En el ámbito de lo inmobiliario, desde la firma recuerdan como el elemento fundamental la introducción de datos relativos a la longitud de fachada o de fondo, "fundamentales para valorar un local". En cuanto a los datos estrictamente relativos al mercado de locales comerciales, el estudio recoge la tasa de crecimiento de la demanda, la oferta y el precio de los locales, tanto a nivel nacional, como provincial, de área y municipio. El informe desciende también desde el nivel nacional del sector, al provincial y los datos procedentes del área comercial y municipio, para todas las variables macroeconómicas y de coyuntura empresarial.

## CON APCE E ICEX

### Nace el sello de confianza para las promociones de costa

**EXPANSIÓN. Madrid**

El Salón Inmobiliario de Madrid ha servido de marco para la presentación del sello de confianza de la Agencia Española de Vivienda Turística, auspiciado por la APCE.

El sello nace, tal y como explicaron sus promotores, como respuesta a la necesidad de que el comprador potencial de vivienda extranjero tenga la certeza de la seriedad y legalidad de la promoción en la que está interesado. El sello de confianza es una marca de prestigio que sirve para identificar aquellas promociones inmobiliarias que hayan cumplido una serie de reglas establecidas por consenso entre los promotores -a través de la Apce- y apoyadas por el Icx y otras instituciones de prestigio, como el Colegio de Registradores.

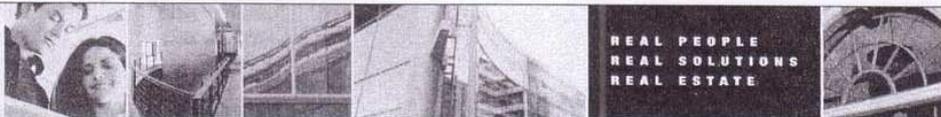
La Agencia verificará la documentación legal de la promoción desde el momento de su oferta, que será cuando entregue el Sello, así como el resto de información sobre el estado de la construcción, la finalización de la misma y la comunidad de propietarios. A medida que esta información se vaya certificando se irá publicando en la web [www.viviendaturistica.com](http://www.viviendaturistica.com), para su consulta.

En concreto, la documentación aportada deberá constar, por una parte, de los datos sobre la promotora: nombre, NIF, dirección, inscripción en el Registro Mercantil y pertenencia a una asociación integrada en la Apce; y por otra, sobre la promoción ofertada, con datos como la titularidad de los terrenos o la descripción de la urbanización.

## Evolución de precios en locales



**ATIS Auguste-Thouard**  
**REAL España**



Conferencia y Mesa Redonda con las principales marcas

## "Puerto Banús (Marbella) y el mercado de Retail de lujo europeo"

Marbella, 8 de Julio de 2004, 12:30 horas.

Hotel NH Alanda (Boulevard Ppe. Alfonso Von Hohenlohe. s/n, Marbella)

Inscripciones e información : 914 367 777 y 952 906 500