

MÓDULO I: VALORACIONES INMOBILIARIAS

TEMA 2

EL MERCADO INMOBILIARIO

Índice de Contenidos

1. ANTECEDENTES.....	1
2. VALOR DE MERCADO	1
3. DETERMINAR EL VALOR DE MERCADO DE UN INMUEBLE	2
4. LAS FUENTES.....	3
5. PUNTOS DÉBILES	4
6. EL MERCADO INMOBILIARIO Y SU IMPERFECCIÓN	5
7. QUE BUSCAMOS EN EL MERCADO INMOBILIARIO	5
8. BIBLIOGRAFIA.....	6



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

1. ANTECEDENTES

Desde la década de los 70, el concepto del inmueble se trata como una cesta de atributos, con un peso determinado en el valor final del mismo. La determinación de los atributos que forman un inmueble ha sido y es en la actualidad una de las variables que definen el valor del inmueble. Con el auge del sector de las valoraciones y tasaciones de inmuebles desde los años 80, y la regulación de normativa de aplicación, el análisis y comportamiento del entorno cercano al inmueble que se pretende tasar, determina y condiciona los valores del mismo. El mercado del entorno afecta de forma correlativa al valor del inmueble y a los atributos que lo conforman, estableciendo para cada subproducto una serie de variables de comparación que la definen.

No es el objetivo de este curso analizar las teorías del valor de mercado y su evolución histórica, pero es importante conocer variables necesarias que definen el mercado. La oferta, la demanda y su relación, podrán ser diferentes en cada localización geográfica, subsector de mercado, tipología de inmueble, ámbito temporal, relación con respecto a otros mercados de otros sectores, destino de la valoración, etc...

En los siguientes apartados se desarrollan conceptos relacionados con el mercado inmobiliario y la necesidad de su análisis como herramienta para entender cómo afecta a la determinación del valor del inmueble y de la inversión del sector.

2. VALOR DE MERCADO

El mercado inmobiliario está sometido a muchos factores de carácter multidisciplinar, que son cambiantes, y que no son homogéneos en su comportamiento. Por este motivo, para la determinación del valor de un inmueble, es necesario realizar un estudio pormenorizado de los factores que influyen en el mismo, del mercado del entorno y de sus tendencias [1].

En el sector de la valoración inmobiliaria se aplican métodos de cálculo basados en las relaciones entre los precios de venta y las características intrínsecas de las propiedades [2], [3]. Es necesario realizar un análisis del mercado inmobiliario, para considerar la posición del inmueble a valorar en el mismo, el nivel económico de los potenciales usuarios, la situación legal, etc. [4], y poder determinar las características y factores a tener en cuenta para valorar con sentido común [5]. La asignación de los pesos de cada atributo sobre el valor del inmueble se presenta como un modelo multiatributo [5]. Estadísticamente, las variables que componen los atributos son independientes, pero las decisiones de tasación tienen en cuenta la influencia existente entre ellas. Este efecto es natural en la percepción del comprador, y se traslada al mercado como valor de demanda, influyendo en los valores de oferta. El estudio de las valoraciones inmobiliarias desde la perspectiva de las preferencias de los compradores puede crear mayor incertidumbre en la identificación de los parámetros, debido a la cantidad de información sobre conceptos clave que afectan al valor del inmueble y a las preferencias del comprador [7].

Existe cierto consenso entre los especialistas en el ámbito inmobiliario sobre que en una economía de libre mercado el valor de los bienes viene fijado por el equilibrio entre la oferta y la demanda. Algunos autores defienden que debe estimarse el valor de mercado como único valor real en términos económicos definiendo el valor real de un inmueble como el que lo cuantifica económicamente y de forma objetiva, atendiendo al conjunto de

características cualitativas y cuantitativas del mismo y del entorno en que se encuentre situado.

Existen muchas definiciones todas muy parecidas que vienen a recoger las teorías sobre el concepto de valor y que conciben el valor de mercado como un valor probable. Algunas son:

- Se entenderá por valor de mercado el precio a que se pueden vender los terrenos y construcciones mediante contrato privado entre un vendedor dispuesto a vender, y un comprador sin ningún vínculo con el vendedor en la fecha de la publicación, suponiendo que el bien ha sido puesto a la venta públicamente que las condiciones de mercado permiten una venta regular y que se dispone de un periodo normal de tiempo para la negociación de la venta teniendo en cuenta la naturaleza del bien.

- El valor de mercado se define la ORDEN ECO 805/2003 [8] como el precio al que podría venderse el inmueble mediante contrato privado entre un vendedor voluntario y un comprador independiente en la fecha de tasación en el supuesto de que el bien inmueble se hubiere ofrecido públicamente en el mercado que las condiciones de mercado permitieran disponer del mismo de manera ordenada y que se dispusiera de un plazo normal habida cuenta de la naturaleza del inmueble para negociar la venta.

- El texto refundido de la Ley del Catastro Inmobiliario [9] establece en su artículo 23.1 que el valor catastral de los bienes inmuebles se fijará teniendo en cuenta entre otros criterios las circunstancias y valores del mercado. A continuación, añade que el valor catastral no podrá superar este entendiéndolo como el precio más probable por el cual podría venderse entre partes independientes un inmueble libre de carga, a cuyo efecto se fijará mediante Orden Ministerial un coeficiente de referencia al mercado para los bienes de la misma clase.

Son, por tanto, definiciones similares que vienen a recoger las teorías sobre el concepto de valor y que coinciden al valor de mercado como un valor probable y de ahí la dificultad de su determinación. Otros autores concluyen que la valoración de mercado es el proceso de alcanzar una conclusión razonable usando información imperfecta.

3. DETERMINAR EL VALOR DE MERCADO DE UN INMUEBLE

Determinar el valor de mercado de un inmueble no es una tarea sencilla incluso en una zona con suficiente número de inmuebles en venta. No solo hay que cotejar y comprobar la veracidad de las características de las ofertas, sino que además estas deben ser comparables. Diferencias sustanciales en la superficie, tipología, categoría constructiva o antigüedad pueden traducirse en una dispersión muy elevada de valores.

A su vez las cifras publicadas por los organismos privados, empresas de tasación y portales de internet presentan diferencias en las que generan una distorsión (ruido) de los datos. Todo ello dificulta la obtención de conclusiones estadísticamente representativa. Las variaciones en los resultados están motivadas por un gran número de factores pero que básicamente se pueden agrupar en fuentes utilizadas ámbito territorial al que se circunscribe y metodología estadística utilizada.

Respecto a las fuentes utilizadas, existe consenso para afirmar que los resultados tienen una relación directa con los datos de partida empleados. Lo mismo puede decirse del ámbito territorial dónde se sitúan las muestras. Cuanto más reducido sea, mayor calidad y precisión aportará. Viviendas de similar superficie y características constructivas pueden tener

valores muy diferentes en función de su ubicación, incluso siendo cercanas en distancia. El mercado valora o deprecia localizadores independientemente de las características intrínsecas de la construcción, de ahí la importancia de la zona a la que se va a delimitar el estudio.

Finalmente, tampoco hay que olvidarse del tratamiento de la información, ya que si existen diferencias numéricas entre los resultados obtenidos a calcular. La mediana o el promedio de unos valores, el adoptar una otra metodología puede hacer variar los resultados significativamente. El desarrollo informático permite o simplifica enormemente los cálculos, trasladando el problema a la elección de la herramienta más adecuada, dónde entidades privadas y las sociedades de tasación han desarrollado herramientas informáticas para establecer, mediante técnicas aplicadas con lenguajes de programación y algoritmo y plataformas con entornos a nivel usuario, se obtenga el cálculo del valor de tasación adecuadamente y conforme la normativa.

4. LAS FUENTES

Existen cuatro grandes grupos de fuentes de los que se puede extraer información de mercado. El primero lo constituyen los anuncios de venta, tanto en portales webs, como en soporte físico, que en ocasiones pueden completar con información del verbal facilitada por los agentes de finca. Estos datos tienen la ventaja de estar perfectamente localizado, además de conocerse las características y calidades reales del edificio y del entorno dónde se ubican, pues se obtienen tras un trabajo de campo pormenorizado. Pero pasar un estudio de mercado en muestras tomadas in situ, tiene el inconveniente del esfuerzo y el tiempo que conlleva lo cual generalmente es una tarea que solo es posible afrontar para valoraciones individualizadas.

El segundo grupo las Agencias Inmobiliarias tanto presenciales como a través de plataformas webs. Actualmente existe la figura del API (Agente de la Propiedad Inmobiliaria) como gestor personal de fincas y de actividad individual. Su información es muy valiosa por la calidad y número de datos que proporcionan. Existen agencias con implantación nacional y otras a niveles locales. Para conocer el mercado de municipios pequeños, muchas veces es imprescindible acudir a estas últimas ya que suelen estar al corriente, tanto si se han figurado intermediarios en las mismas como si no. Pueden proporcionar además información relativa a sus márgenes de comercialización, elemento útil para luego corregir los datos, y acerca de la relación entre el precio de oferta inicial y el precio pactado sobre los porcentajes observados de reducción de la oferta, tras la negociación. Como desventaja hay que señalar la relativa frecuencia a ser muy opacas y reacias a dar valores.

El tercer grupo de fuentes es Internet, donde existen grandes portales especializados como son idealista [10], pisos [11], fotocasa [12], etcétera, que encuentran toda la oferta de particulares y dónde también encontramos anuncios de agencias. Es importante identificar si el que está detrás del anuncio es un particular o una agencia y contrastar bien los datos intentando establecer la correspondencia entre el anuncio la oferta y la realidad física. Para ello es necesario conocer el entorno del mercado. Como ventaja destacada, posee una gran disponibilidad y cobertura, generando la comodidad que supone efectuar el estudio sin condiciones de horarios y sin tener que desplazarse, pero presenta el inconveniente de que muchas veces no proporciona información precisa y exacta sobre características

fundamentales del inmueble, como por ejemplo la superficie real, de manera que los datos de la oferta se limitan a los que la plataforma permita introducir al usuario.

Por último, tenemos el grupo formado por los organismos oficiales y empresas de tasación que publican información, bien de precio, bien devolución de los mismos o ambas cosas. En este grupo se engloban los datos suministrados por el INE [13], el Ministerio de Fomento [14], el Banco de España [15], TINSA [16], Sociedad de Tasación [17], etcétera.

La calidad de la información obtenida en los tres primeros grupos dependerá en muchas ocasiones de cómo se enfoque el trabajo y de que este se planifique adecuadamente. Conviene adoptar la posición de posible comprador para conseguir respuesta a un cuestionario o ficha previamente elaborada lo que además facilitará que luego las muestras pueden ser comparadas en función de los mismos parámetros. No obstante, no hay que olvidar que se trata de un sector bastante opaco donde los agentes son reticentes a facilitar los valores de las compraventas y, que en muchas ocasiones ni siquiera la documentación registral, refleja los valores reales de las transmisiones, por lo que la información debe ser asumida con cierta cautela.

5. PUNTOS DÉBILES

5.1. El precio

Los datos relativos a las ofertas de los mercados inmobiliarios no coinciden con el precio final de la operación de compraventa, debido en la mayoría de los casos a que, o bien existe cierta negociación entre las partes, o bien son porcentajes entre los intermediarios que han gestionado la operación de compraventa. La cuantificación de esta variación es difícil de estimar, ya que los datos no son accesibles, la negociación es privada entre el vendedor y comprador.

La plataforma Idealista y otras lo especifica en sus informes sobre los precios medios de las viviendas de segunda mano, donde se detecta una bajada en los precios medios del valor de la vivienda.

5.2. La Superficie

A pesar de ser un dato cuantitativo, que no presta a error, en muchas ocasiones, la información que facilita el vendedor no se corresponde con la realidad y podría estar mal calculada. También se puede dar el caso de que se esté incluyendo superficies que formen parte de áreas afectadas o fuera de ordenación, o simplemente por desconocimiento, el vendedor no aporte el valor de superficie correcto.

5.3. La identificación

La correspondencia de los datos de una oferta cualquiera con la realidad es una de los aspectos que cada vez está más ajustada. En cualesquiera de los datos que se aporta en la oferta, nos los tenemos que creer y confiar en la veracidad de los mismos, de manera que se utilicen para las valoraciones. Existe cierto criterio de calidad en los agentes inmobiliarios, portales web especializados, pero aún así, corremos el riesgo de que los datos, o alguno de los datos no se aporte y no se pueda identificar, siendo susceptible de una mera interpretación.

Uno de los datos que mas importancia tiene en la identificación, es la localización del inmueble. Es costumbre no indicar este dato, por parte de algunos vendedores, por motivos de privacidad, y puede ser susceptible de malas interpretaciones, errores, o alteración de los valores medios de la zona.

6. EL MERCADO INMOBILIARIO Y SU IMPERFECCIÓN

Los puntos importantes que a diferencia de otros mercados, hacen que el mercado inmobiliario sea imperfecto son:

- No existe un único mercado inmobiliario, ni dos (urbano y rústico). Hay que analizar cada segmento para conocer el valor de cada producto.
- La dificultad del cambio de uso en el producto inmobiliario puede provocar que en una zona la demanda de viviendas sea alta, mientras que la de oficinas esté en regresión. (aprovechamiento rígido).
- Los productos inmobiliarios son fijos, por lo que existen demandas localizadas que pueden no existir en el entorno (alta demanda en un barrio no implica demanda similar en otro).
- Existen fuerzas que actúan en el precio con lo que se puede ver condicionado (monopolio, control de precios, ayudas y financiación de la administración pública, actuaciones en materia de suelo por parte de los ayuntamientos, ect...
- La oferta en inmuebles urbanos es muy rígida: la escasez de suelo, proyecto, obtención de licencias, construcción y venta dilata en el tiempo el producto, por lo que es incapaz de responder con agilidad a la demanda.
- La vida útil de los inmuebles provoca la existencia de un mercado secundario, más ágil que el de obra nueva, aunque influenciado económicamente por otros factores. Dependiendo de la tendencia económica, puede existir gran oferta de mercado secundario y de demanda del primario, que no se auto-regula.
- Algunos bienes no se pueden salir al mercado, por lo que no se puede establecer su precio.
- Existe falta de información o exceso de información falsa y contradictoria que distorsionan los estudios.
- Los productos son similares, pero no idénticos sobre todo en el mercado rústico.

7. QUE BUSCAMOS EN EL MERCADO INMOBILIARIO

En la recopilación de la gran cantidad de datos que podemos encontrar en un determinado mercado, debemos hacer un filtrado y extraer la información relativa a los relativos al producto (vivienda, uso, tipo etc...) los del usuario potencial, ya que al conocer el perfil de usuario ayuda a cumplir objetivos y datos de la competencia para marcar límites y posicionarse en el mercado destacando las fortalezas del producto.

El estudio de mercado, es un documento, basado en un trabajo de campo, que nos permite evaluar las promociones que se están realizando en nuestro entorno cercano, y por tanto, nos permiten averiguar, la demanda potencial de venta que existirá para nuestra promoción inmobiliaria.

El estudio de mercado, es indicativo, y por tanto, solo nos muestra la tendencia y el modelo de inmueble a promover, pero nunca nos dará con exactitud, la toma de decisión que deberemos realizar, ya que esta, es personal y debe ser complementada con el estudio de viabilidad financiera y económica.

Del Estudio de mercado obtenemos:

- Superficies medias de la zona, por cada uso.
- Usos
- Calidades
- Valor de venta
- Tipología de viviendas
- Porcentaje dormitorios
- Equipamiento
- Demanda estructurada
- Memoria de calidades
- Precio de venta
- Forma de pago
- Velocidad de las transacciones

El Estudio de Mercado, tiene como objetivo cubrir las necesidades que pide el mercado de la demanda. Entre los objetivos de los ESTUDIOS de MERCADO, tenemos:

- Seleccionar los mercados más apropiados dentro de la economía y posibilidades de financiación de los posibles compradores.
- Definir el producto inmobiliario, ajustándolo en sus superficies y calidades a los productos con mayor demanda en la zona.
- Planificar la comercialización, fijando el momento apropiado para el comienzo de la campaña de ventas y su duración
- Marcar los objetivos de la venta, poniendo hitos de cumplimientos de ventas en función de los hitos de evolución de obra, para conseguir la venta de la promoción en el plazo más óptimo.
- Seleccionar los medios, estrategias y canales de venta más apropiados al producto que se pretende vender, ajustando los costes a la evolución de los objetivos de ventas.
- Controlar los resultados, para el cumplimiento de plazos, la efectividad de los medios publicitarios usados, haciendo más eficiente la campaña de venta.

8. BIBLIOGRAFIA

- [1] Mettling, S. & Cusic, D. (2019). *Principles of Real Estate Practice* (6th ed.). Performance Programs Company.
- [2] Del Giudice, V., De Paola, P. & Cantisani, G.B. (2017a). Rough Set Theory for real estate appraisals: An application to Directional District of Naples. *Buildings*, 7(1), 12. <https://doi.org/10.3390/buildings7010012>
- [3] Del Giudice, V., De Paola, P., Manganelli, B. & Forte, F. (2017b). The Monetary Valuation of Environmental Externalities through the Analysis of Real Estate Prices. *Sustainability*, 9(2), 229. <https://doi.org/10.3390/su9020229>
- [4] Kiattisin S., Leelasantitham A., Thipayawat N. & Chaiprapa P. (2009). An Appraisal Model of Real Estate in Thailand Using Fuzzy Lattice Reasoning. *International Conference on Signal Processing Systems (ICSPS)*, 428-432. doi: 10.1109/ICSPS.2009.193
- [5] Mettling, S. & Cusic, D. (2019). *Principles of Real Estate Practice* (6th ed.). Performance Programs Company.
- [6] Bagnoli, C. & Smith, H.C. (1998). The Theory of Fuzzy Logic and its Application to Real Estate Valuation. *Journal of Real Estate Research*, 16(2), 169-200.

[7] López, V., Monte, A. & Montero, J. (2008). Fuzzy logic in real estate valuation. *Computational Intelligence in Decision and Control - 8th International FLINS Conference*. World Scientific Proceedings Series on Computer Engineering and Information Science (1), 1021-1026. ISBN 9789812799463.

[8] Orden ECO/805/2003, de 27 de marzo, sobre normas de valoración de bienes inmuebles y de determinados derechos para ciertas finalidades financieras. <https://www.boe.es/eli/es/o/2003/03/27/eco805>

[9] Real Decreto Legislativo 1/2004, de 5 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Catastro Inmobiliario. <https://www.boe.es/eli/es/rdlg/2004/03/05/1/con>

[10] <https://www.idealista.com/> [Último acceso 29/08/2023]

[11] <https://www.pisos.com/> [Último acceso 29/08/2023]

[12] <https://www.fotocasa.es/es/> [Último acceso 29/08/2023]

[13] <https://www.ine.es/> [Último acceso 29/08/2023]

[14] <https://iee.mitma.gob.es/> [Último acceso 29/08/2023]

[15] <https://www.bde.es/> [Último acceso 29/08/2023]

[16] <https://www.tinsa.es/> [Último acceso 29/08/2023]

[17] <https://www.st-tasacion.es/> [Último acceso 29/08/2023]