

La Comercialización de Vivienda Nueva



CUADERNOS PRÁCTICOS DEL PROMOTOR Y GESTOR INMOBILIARIO

2016/30

Edición 1ª

Antonio Caparros Navarro

Juan Fernández Caparros

(Prayde Gestión, SL)

www.AnalisisInmobiliario.com

www.prayde.com/wordpress

www.gestinmo.blogspot.com

ÍNDICE

30.1.- LOS SISTEMAS DE COMERCIALIZACIÓN DE LAS PROMOCIONES DE VIVIENDAS	1
30.1.1.- PARA LA VENTA	1
30.1.2.- PARA ALQUILER	3
30.1.3.- PARA SU ADJUDICACIÓN	3
30.2.- MARCO LEGAL	3
30.2.1.- LEYES DE DEFENSA DE CONSUMIDORES Y USUARIOS	4
30.2.2.- PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES	8
30.2.3.- LEY GENERAL DE PUBLICIDAD.	13
30.2.4.- LEYES AUTONÓMICAS DE LA VIVIENDA	13
30.3.- REQUISITOS LEGALES PARA INICIAR LA COMERCIALIZACIÓN	15
30.4.- REQUISITOS LEGALES PARA EL COBRO DE CANTIDADES ANTICIPADAS	18
30.4.1.- AVAL QUE GARANTIZA EL BUEN FIN DE LAS CANTIDADES ENTREGADAS A CUENTA	20
30.4.2.- CUENTA ESPECIAL	20
30.4.3.- REQUISITOS DE LAS GARANTÍAS E INFORMACIÓN CONTRACTUAL	20
30.4.4.- EJECUCIÓN DE LA GARANTÍA	22
30.4.5.- CASO DE VIVIENDAS PROTEGIDAS	23
30.5.- REQUISITOS DE PUBLICIDAD DE UNA PROMOCIÓN DE VIVIENDAS	24
30.5.1.- EL MARKETING EN EL SECTOR INMOBILIARIO	24
30.5.2.- LOS OBJETIVOS DE LA PUBLICIDAD EN EL SECTOR INMOBILIARIO	25
30.5.3.- LOS MEDIOS PUBLICITARIOS	26
30.5.3.1.- MEDIOS TRADICIONALES	26
30.5.3.2.- OFICINA DE VENTAS	27
30.5.3.3.- MEDIOS DIGITALES: INTERNET	29
30.5.4.- LAS AGENCIAS DE PUBLICIDAD	29
30.5.5.- EL CONTRATO DE PUBLICIDAD	29
30.5.6.- PUBLICIDAD DE LA OFERTA DE VIVIENDAS EN SU COMERCIALIZACIÓN	30
30.5.7.- PUBLICIDAD EN CASO DE VIVIENDA PROTEGIDA	36

CONCEPTOS TRATADOS EN ESTE CUADERNO.-

Adjudicación
Boletines de Energía
Acta de Recepción de la Obra
Boletines de Agua
Cedula de habitabilidad
Certificado de Eficiencia Energética
Comunidad de Propietarios
Contrato privado de venta
Contrato de reserva de venta
Escritura de Declaración de Obra Nueva en Construcción
Escritura de Declaración de Obra Nueva Terminada
Escritura de División Horizontal
Estatutos de la Comunidad de Propietarios
Hipoteca
Hipoteca subrogable
Inicio Comercialización
Infraestructura de Telecomunicaciones
Letra de cambio
Libro del Edificio
Marketing Inmobiliario
Pagare
Proyecto Básico, de Fondos, de Ejecución
Publicidad
Salida de Cimientos
Venta en plano, en obra, con obra terminada
Vivienda
Zona Privativa de un Edificio
Zona Común
Web

30.1.- LOS SISTEMAS DE COMERCIALIZACIÓN DE LAS PROMOCIONES DE VIVIENDAS

Las **condiciones** para comercializar una promoción inmobiliaria de **uso distinto al de vivienda son libres** y el promotor puede establecer en cualquier momento los precios y condiciones que les parezca oportunas.

Puede vender el edificio en proyecto, con las obras de edificación en ejecución o terminadas. Y, en cada caso convenir, en escritura pública o en contrato privado el precio que estime conveniente y las cantidades a entregar por el comprador antes de su entrega con las correspondientes garantías o sin ellas, según las partes convengan.

Pero en el caso de venta o alquiler de viviendas que como sabemos son bienes protegidos por el artículo 47 de la Constitución, las cosas se complican y **la comercialización no es libre y las cantidades entregadas a cuenta**, antes de la entrega de las viviendas **deben obligatoriamente ser garantizadas** y su uso y disposición restringido como señalan las normas legales.

En los subepígrafes siguientes veremos las modalidades de comercialización de viviendas, así como, en los epígrafes siguientes el marco legal de su comercialización.

30.1.1.- PARA LA VENTA

Los sistemas de comercialización de una promoción inmobiliaria de viviendas son habitualmente, los siguientes:

A) Contrato privado de Reserva

Es un contrato en forma de recibo mediante el cual **el promotor se compromete a reservar una determinada vivienda** identificada por:

- Nombre de la promoción
- Ubicación geográfica
- Bloque
- Numero de Planta: Baja, Entreplanta, Ático, Sobreático Buhardilla o Planta Primera, Segunda, etc.,
- Letra si hay más de dos viviendas por planta o sentido: derecha o izquierda cuando solo hay dos viviendas por planta.

Hay que tener cuidado con la denominación: derecha e izquierda, que se consideran, según práctica habitual, desde el interior de la escalera subiendo.

Es bastante frecuente que un cliente se crea que su propiedad es el piso derecha, cuando en el recibo o en el contrato se le ha asignado el piso izquierda.

- **Con anejos vinculados registralmente a la vivienda o no, en ambos casos identificando la situación de la plaza de garaje o del trastero que le corresponde a la vivienda o se reserva con independencia de la misma, por:**

- Numero de Plaza de garaje
- Planta: Baja, Sótano Primero, Segundo, etc.
- Número del Trastero
- Planta Baja, Buhardilla, Sótano Primero, Segundo, etc.

En el recibo de reserva deberá añadir datos tres datos esenciales:

CONTINUA HASTA 42 PAGS.

Autores

Antonio Caparrós Navarro.



Ingeniero de Caminos. Licenciado en Ciencias Empresariales. Licenciado en Derecho. 42 años de experiencia en el sector Inmobiliario (CALPISA, Telefónica, GESMADISA). Amplia experiencia docente (EOI, Univ.Comillas,...) en temas inmobiliarios

Juan Fernández Caparrós.



Ingeniero de Caminos. Funcionario en excedencia. 32 años de experiencia en los sectores Informático, Inmobiliario y en la Administración del Estado. Director de Prayde Gestión y de Inversiones Urbanas Reunidas

También Co Autores de:

- Blog "[El Análisis de Viabilidad Inmobiliaria](#)"
- Blog "[CUADERNOS PRACTICOS DEL PROMOTOR Y GESTOR INMOBILIARIO](#)"
- [Software de Análisis de Viabilidad](#) económico-financiera: Gestinmo, InmoSuelo, InmoExterior, InmoFase, etc., a través de Prayde Gestión, SL
- El libro "**Manual de Gestión Inmobiliaria**", 7ª ed. del Colegio de Ingenieros de Caminos, Canales y Puertos

[CATALOGO DE CUADERNOS](#), en PDF

SINOPSIS.-

Este CPI trata de la documentación que el promotor debe recopilar de los distintos agentes que intervienen en la edificación está obligado directamente a presentar con los siguientes objetivos:

- a) Iniciar la comercialización de sus promociones de viviendas tanto si son en venta como si son en alquiler.
- b) Durante su comercialización tener a disposición del público determinada documentación.
- c) Publicitarlas
- d) Formalizar sus contratos de venta o de alquiler

El destinatario de estas acciones que debe realizar el promotor es el consumidor.

Tanto la promoción de viviendas como los usuarios y consumidores de las mismas están protegidos por un marco legal que se explicita en el texto.

Dado que las competencias en materia de vivienda están transferidas a las CCAA, en la legislación propia de la materia, muchas de ellas han establecido Leyes de la Vivienda propias que igualmente se recogen en el texto destacando de ellas, exclusivamente, las materias que exigen documentación para su entrega al cliente o la obligación de tener en la oficina de ventas determinada documentación a disposición del público.

Así como el percibo de cantidades a cuenta que el promotor recibe antes de la entrega de las viviendas según la Ley 47/1968, que recientemente ha sido derogada y sustituida por una nueva ley de 2015..

PRÓXIMOS CUADERNOS DE TEMAS RELACIONADOS.

Cuaderno nº 34.- Sociedades Anónimas y sus características.

Cuaderno nº35.- Documentación para Entregar Viviendas en Construcción

Cuaderno nº 36.- Sociedades de Responsabilidad Limitada y sus características

Cuaderno nº 39.- Declaración de Obra Nueva y Constitución de División Horizontal

[CATALOGO DE CUADERNOS](#), en PDF

Prayde Gestion, S.A. Cuadernos Prácticos

CUADERNOS PRÁCTICOS 2016/30. Comercialización Vivienda Nueva