

**La externalización de los valores inmobiliarios:  
El caso de la Sagrada Familia**

Alberto Alegret Burgués

**Resum**

*La pregunta inicial* es conocer la forma de valorar bienes inmobiliarios que no estarán nunca a la venta; bienes, en definitiva, que no tienen mercado. Y contestarla aplicando la investigación al caso de la Sagrada Familia (SF). Pero ¿de qué valor hablamos? ¿del emotivo, del histórico artístico, de la inversión realizada, del que tiene para un turista cuando proyecta su viaje, de...? Para la SF no existe un valor de cambio, pero su uso nos indica que tiene valor, valor de uso. Además, en toda inversión se crean “valores intangibles” que el entorno es capaz de evaluar, tanto en positivo –mayor valor de las viviendas con vistas a la SF- como en negativo –ruido de tráfico-. Estas interrelaciones entre diferentes funciones de producción, se conocen como *Externalidades*.

*La primera parte del trabajo, capítulos 1, 2 y 3*, aborda la economía de los bienes privados y colectivos y su valoración. Los primeros sujetos a las leyes del mercado, mercado que no es perfectamente competitivo por, además, la presencia de bienes colectivos y de externalidades. La valoración de los bienes privados y colectivos requiere reflexionar sobre el concepto de “valor”. Todos los bienes tienen valor de cambio (diamante) y/o valor de uso (agua), conceptos que no pueden separarse ni del sujeto (perfil de la demanda) que aprehensionará el valor, de sus expectativas (función-objetivo) sobre el bien, ni del momento en el que se pretendan materializar (consumo actual o futuro). Se expone *un modelo conceptual (VACO)*, para la valoración de bienes privados y colectivos, su aplicación y métodos. Además, expresa el ámbito concreto de la investigación (ver capítulo 3.4).

*La segunda parte del trabajo, capítulos 4, 5 y 6*, se ocupa de demostrar que una de las particularidades de la creación arquitectónica, en tanto que bien colectivo medioambiental, consiste en su capacidad de no ser indiferente para determinados colectivos. Mas allá de la presencia de los usuarios –los que acuden a las actividades que contiene el edificio-, existe un colectivo de no usuarios que podrán serlo en el futuro o no lo serán nunca –futuros visitantes, residentes con vistas, comerciantes con nuevos clientes, ciudadanos que se enorgullecen de sus monumentos, etc.-. Así, la presencia de fuertes externalidades provocadas por la Sagrada Familia, modifican tanto la demanda turística –nuevo sacrificio de recursos por “gozar” del bien-, como la oferta de bienes y servicios del entorno.

Se calculan diferentes medidas de valor. De las tres metodologías de valoración existentes para la valoración de bienes colectivos (el coste del viaje, los precios hedónicos y la valoración contingente), se utiliza la primera (sin excedente del consumidor) y una variante de la segunda (por comparación). Una aproximación a la inversión efectuada y al valor capitalizado de los ingresos netos de explotación se añaden a la discusión final.

*Los resultados obtenidos (capítulos 4, 5 y 6), y expresados en pesetas de 1999, son los sgtes.*

Coste del viaje: 25.905 Mpts. anuales (entre 22.204 Mpts. y 29.606 Mpts.) sacrificados por los 1.222.324 visitantes anuales e imputables a la visita al templo, equivalente a un beneficio neto anual de 3.398,4 Mpts. (sin incluir el gasto directo en la visita al templo), capitalizados a perpetuidad al 4,5% unos 75.520 Mpts. de valor externalizado.

Externalidades generadas: 6.670 Mpts. de valor externalizado (entre 6.500 Mpts. y 10.000 Mpts.) a precios de mercado, por la suma de 3.974 Mpts. de mayor valor para las viviendas con vistas directas sobre el templo (el 50% de las externalidades detectadas, entre un 3,78% y 3,19% de aumento del valor medio zonal según la fuente de información), y 2.670 Mpts. de mayor valor para los locales comerciales incluidos en la zona (33), un 13,2% de aumento del valor medio por diferencia entre los valores de la zona definida como “zona SF (33)” y la “zona SF sin (33)”.

Inversión: 32.110 Mpts. (entre 30.000 Mpts. y 35.000 Mpts.) para el 41,5% de ejecución a finales de 1999.

Explotación: 25.421 Mpts. (entre 25.400 Mpts. y 32.800 Mpts.), al capitalizar los ingresos netos para tasas de capitalización simple de entre el 3% y el 4,5% respectivamente, *ingresos que no han incluido las donaciones*. Si estas fueran de unos 200 Mpts. el valor por capitalización sería de unos 30.000 Mpts.

Estos resultados (en pesetas de 1999 y para los valores visibles en 1999), pueden interpretarse como que por cada 100 pesetas invertidas, se han generado 20 pts de mayor valor en el entorno inmobiliario, se han inducido otras 80 pesetas en actividad turística, de las cuales 6 pesetas son gastadas por los visitantes en el templo, 4,5 de las cuales se están reinvertiendo en las obras. O también que por cada 100 pesetas invertidas en el templo (32.110 Mpts.), se recuperan casi 80 pesetas vía explotación (25.421 Mpts.), se inducen 80 pesetas anuales en flujo económico por coste de viaje (25.905 Mpts.), y generan 20 pesetas (6.670 Mpts.) en aumento de valor inmobiliario del entorno.

Observando las medidas de valor, podemos preguntarnos ¿las medidas de valor obtenidas son relacionables entre sí? Las que atienden al valor de cambio (inversión y capitalización) ¿pueden compararse con aquellas que atienden al valor de uso? (coste de viaje y externalidades generadas). En cualquier caso, las medidas de valor no expresan necesariamente el valor social de la SF, pero pueden ayudar a plantearlo.

Una primera, parcial (por no incluirse al colectivo de los no usuarios) y simplificada aproximación al beneficio social formado por el colectivo de usuarios (propiedad, residentes, comerciantes y visitantes) nos indica que, como mínimo, si no se hubiese construido la SF hubiera habido una pérdida de valor social de unos 11.507 Mpts. Igualmente la capitalización de todos los beneficios del colectivo de usuarios estudiado, los privados (propiedad) y los externalizados (turismo, residentes y comerciantes), nos ofrecen de forma estimativa un valor colectivo del templo de unos 107.611 Mpts. (para 1999) como suma del valor privado (25.421 Mpts.) y el valor externalizado (82.190 Mpts.). Es una medida del excedente actual como suma del excedente del productor (propiedad) y del excedente del consumidor (residentes y turistas).

Finalmente la Sagrada Familia es un brillante ejemplo de inversión con creación de valor privado y colectivo, cuya explicación y fundamento debe buscarse en el texto que los promotores del Templo Expiatorio de la Sagrada Familia colocaron en la primera piedra “(...) per a major honra i glòria de la Sagrada Família. Despertí de llur tebior els cors adormits. Exalti la Fe. Doni escaif a la Caritat. (...)” (fiesta de San José, 19 de marzo de 1881, Puig Boada, 1976). Motivación que ha resultado una poderosa palanca capaz de levantar el templo como espacio religioso, de imaginarlo como una obra universal, capaz de comprometer a su arquitecto durante 45 años y ser, al cabo de 120 años, el edificio en construcción más visitado de su ciudad. Todo ello, que a los ciudadanos no nos ha costado una peseta, ha generado y generará valores espirituales, culturales, arquitectónicos y también económicos para su entorno inmediato, su ciudad, el país que lo guarda y el patrimonio universal.