

PROGRAMA DEL CURSO

Gestión inmobiliaria y urbanismo. Cód. C40

DIRECTORES:

Dra. D^a Raquel Marban Flores y Dr. D. Luis de Manuel Martínez.

COORDINADORA:

Dra. D^a Esther Bohórquez.

ESCUELA EN LA QUE SE INSCRIBE EL CURSO:

Escuela de Ciencias Sociales.

HORARIO DEL CURSO:

Mañanas de 9:00 a 14:00 horas, de lunes a viernes.

NÚMERO DE ALUMNOS:

40.

PERFIL DEL ALUMNO:

El curso va dirigido a titulados universitarios, diplomados o estudiantes de último curso de carreras de Derecho, Económicas y Empresariales, Recursos Humanos, Ciencias del Trabajo, Arquitectos e Ingenierías, que se encuentren relacionadas con el mundo de la construcción y cualquier área relacionada con el tema del curso. Profesionales que desarrollen su actividad en las áreas de la construcción, promoción inmobiliaria, consultoría inmobiliaria, venta de inmuebles, y urbanismo que hayan superado las pruebas de acceso a la universidad. Estudiantes y profesionales interesados en el conocimiento y las habilidades para llevar a cabo el desarrollo de una promoción inmobiliaria y sus circunstancias urbanísticas.

OBJETIVOS:

- Conocer cómo se desarrolla una promoción inmobiliaria, desde el estudio y gestión de compra de un suelo hasta la venta de las viviendas, estudiando las licencias, urbanización, construcción, estudios de viabilidad, estudios de mercado, etc.
- Estudiar y fomentar habilidades relativas a la Gestión inmobiliaria y el Marketing inmobiliario.
- Formar profesionales en el ámbito de la promoción inmobiliaria, la gestión y el Marketing inmobiliario en coordinación con el urbanismo, para que sean capaces de enfrentarse, con garantía de éxito, a los nuevos retos del mercado.
- Contribuir a la mejora de la gestión y desarrollo de las promociones inmobiliarias pudiendo resolver los problemas que se produzcan en el proceso de las mismas.

- A la terminación del curso, y con los conocimientos adquiridos, el alumno podrá llevar a cabo pequeños proyectos inmobiliarios, contando con todos los mecanismos necesarios para enfrentarse con garantía de éxito a los nuevos retos del mercado, no incurriendo en problemas administrativos o financieros con la construcción, con la venta de las viviendas, que podrían poner en peligro la viabilidad de las promociones.

PROGRAMA:

- **Búsqueda del suelo.**
 - Definición.
 - Criterios.
 - Contenidos y equipo de trabajo.
 - Suelo o proyecto inmobiliario: propuestas de actuación.
 - Estudio urbanístico-legal del suelo: due dilligence.
 - Usos permitidos y alternativos.
 - Edificabilidad admitida, condicionantes de diseño, alturas máximas, retranqueos, normativa aplicable (municipal, estatal).
 - Estado legal de la propiedad (notas simples, cargas, hipotecas, cargas fiscales).
 - Juntas de compensación, compromisos, cargas, cesiones, estado de urbanización.
 - Identificación de los límites físicos de la parcela, vecindad, etc.
 - Servicios disponibles (tomas de electricidad, agua, gas, saneamiento); contactos con las respectivas compañías.
 - Breve identificación física del suelo, levantamientos topográficos, estudios geotécnicos.
 - Otras actuaciones necesarias (descontaminación, etc.).
- **Financiación y rentabilidad.**
 - Plan de necesidades.
 - Balance de la promoción.
 - Rentabilidad de la inversión: criterios.
 - Financiación: elaboración de documentos económico-financieros.
- **Mercado Inmobiliario.**
 - Datos de mercado: estudiar la oferta y demanda existente relativa a los usos concretos en el entorno de influencia de nuestra posible actuación.
 - En función del precio de venta:
 - En función del diseño y distribución del producto:
 - En función de materiales y calidades:
 - Análisis DAFO: ventajas e inconvenientes. Referencia a la competencia presente futura inmediata. Coeficientes de penetración, proyecciones de población, absorción futura del producto.
 - Marketing inmobiliario aplicado a las nuevas tecnologías y redes sociales.
 - Sistemas actuales de información inmobiliaria y urbanística.
- **El proyecto: alternativas técnicas y funcionales del proyecto.**
 - Lay out: tanteos de diseño:
 - Estrategia de posicionamiento en el mercado.
 - Elaboración de alternativas que permitan analizar la funcionalidad del producto.
 - Superficies brutas y útiles disponibles.
 - Circulaciones.
 - Áreas comunes y privativas, espacios técnicos.
 - Precomercialización del producto.
 - Estimación de costes y plazos de construcción.
 - Proyecto básico y proyecto ejecutivo:
 - Memoria explicativa del proyecto y de soluciones elegidas.
 - Planos de plantas, alzados, escalas.
 - Presupuesto de construcción.
 - Negociación con arquitectos y adecuación de los proyectos.
 - Gestión jurídico-administrativa.
 - Gestión de permisos y licencias.
 - Obra nueva y división horizontal: titularización del producto para la venta.

- Actividad inmobiliaria internacional.
 - Know How.
 - Proyectos concretos.
- Gestión de obra: evitar las mínimas desviaciones posibles.
 - Ofertas de construcción: unidades de obra y agrupación en capítulos.
 - Criterios de medición.
 - Memoria de calidades.
 - Análisis de ofertas y sistemas de contratación.
 - Plazos de ejecución.
- **Principios y desarrollo del Urbanismo.**
 - Principios.
 - Principios constitucionales del urbanismo.
 - Principios del urbanismo internacional.
 - Derecho a la Propiedad privada inmobiliaria.
 - Neourbanismo.
 - Ordenación del territorio y urbanismo. La protección del Medio Ambiente y desarrollo sostenible.
 - El planeamiento territorial y urbanístico.
 - Instrumentos de planeamiento urbanístico e instrumentos de ordenación y gestión.

PROFESORADO:

- D^a Raquel Marban Flores, UCM.
- D. Luis de Manuel Martínez, David Mülchi & Asociados.
- D. Isaac González González, Nortron Fomento de la Construcción e Inmobiliaria.
- D^a Patricia Lizarazo Vaca, Corporación Latinoamericana Misión Rural, CLMR.
- D^a Lucía del Pilar Bohórquez Avendaño, Consultoría.
- D. Miguel Bustos Zalamea, Pontificia Universidad Javeriana, Colombia.
- D. Daniel Chavez García, ITAIMICH.