

## Gestión inmobiliaria y urbanística Cód. C18

**DIRECCIÓN:**

Raquel Marbán Flores.

**COORDINACIÓN:**

Esther Bohórquez Castro.

**ÁREA EN LA QUE SE INSCRIBE EL CURSO:**

Ciencias Sociales

**HORARIO DEL CURSO:**

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

**NÚMERO DE ALUMNOS:**

40.

**PERFIL DEL ALUMNO:**

Titulados universitarios, diplomados o estudiantes de último curso de carreras de Derecho, Económicas y Empresariales, Recursos Humanos, Ciencias del Trabajo, Arquitectura 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 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, o 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 de proyectos inmobiliarios.**
  - Plan de necesidades.
  - Balance de la promoción.
  - Rentabilidad de la inversión: criterios.
  - Financiación: elaboración de documentos económico-financieros.
- **Mercado Inmobiliario.**
  - Datos de mercado: Introducción para 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 y 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 de urbanismo internacional.
    - Derecho a la Propiedad privada inmobiliaria.
    - Neourbanismo.
  - Ordenación del Territorio y Urbanismo. La protección del medio ambiente y del desarrollo sostenible.
  - El planeamiento territorial y urbanístico.
  - instrumentos de planeamiento urbanístico e instrumentos de ordenación y gestión.

### **ACTIVIDADES PRÁCTICAS:**

Visita a zonas de desarrollo urbanístico y edificios emblemáticos del urbanismo de la ciudad de Madrid.

### **PROFESORADO:**

- Raquel Marbán Flores, UCM.
- José María Álvarez, UCM.
- Magdalena Suárez Ojeda, UCM.
- Isaac González González, Licenciado en Derecho.
- Paola Díaz Flores, Arquitecta.