



# CURSO/GUÍA PRÁCTICA PROMOCIÓN DE VIVIENDA DE SEGUNDA RESIDENCIA Y TURÍSTICA.



## Índice

### **PARTE PRIMERA.**

Vivienda de segunda residencia y turística.

### **Capítulo 1. Planificación y los desarrollos de segunda residencia.**

1. ¿Qué es la segunda residencia? Definición y tipologías.
2. Factores que influyen en la demanda de segunda residencia.
3. Adaptación medioambiental de la segunda residencia.

### **TALLER DE TRABAJO**

Más de 3 millones de residencias secundarias.

### **TALLER DE TRABAJO**

La segunda residencia. Localización, calidades e inversión.

1. Introducción.
2. Vivienda de segunda residencia
  - a. Ubicación
  - b. Precio
  - c. Calidades de la vivienda
  - d. Climatización
3. Compra de segunda residencia como inversión.

### **TALLER DE TRABAJO**

La segunda residencia desde la crítica urbanística y medioambiental.

### **TALLER DE TRABAJO**

La segunda residencia y sus propias infraestructuras específicas.

### **TALLER DE TRABAJO**

El turismo de segunda residencia: un “sector” híbrido entre la construcción y el turismo.

### **TALLER DE TRABAJO.**

**El mercado inmobiliario de segunda residencia en España.**  
La demanda de residentes en España.  
La demanda de vivienda procedente de extranjeros no residentes en España.  
Localización geográfica de las segundas residencias.

### **TALLER DE TRABAJO**

**Demanda nacional e internacional de segunda residencia.**  
**Segundas residencias y turismo residencial. El caso de la Comunidad Valenciana.**

### **Capítulo 2. Segunda residencia. Costa y montaña.**

1. Preferencias de localización de la vivienda vacacional y tipología.
2. Segunda residencia en costa y montaña.

- a. Costa y el nuevo concepto de resorts. La segunda residencia algún día será primera.
- b. Si hace falta se compra la estación de esquí.

## **TALLER DE TRABAJO**

El urbanismo y el esquí. El Pirineo Catalán.

## **TALLER DE TRABAJO**

Mercado inmobiliario de vivienda de segunda residencia en la costa española. Turismo residencial o inmobiliario y sector de vivienda vacacional.

## **CHECK-LIST**

Claves para maximizar la rentabilidad de una promoción inmobiliaria turística

La inversión inmobiliaria en el sector turístico: la situación actual del sector y previsiones futuras de crecimiento

## **PARTE SEGUNDA.**

La segunda residencia y su planificación medioambiental y urbanística.

### **Capítulo 3. Segunda residencia e impacto medioambiental.**

1. La segunda residencia y el expolio de la costa.
2. La Ley 21/2013, de 9 de diciembre, de Evaluación Ambiental.
3. Ámbito de aplicación de la evaluación de impacto ambiental.
4. Consecuencias de la falta de evaluación ambiental.
5. Competencia estatal y autonómica.
6. La coexistencia entre la evaluación ambiental estratégica y la evaluación de impacto ambiental.
7. Capacidad técnica y responsabilidad del autor de los estudios y documentos ambientales.

## **TALLER DE TRABAJO**

Procedimientos de evaluación ambiental.

### **1. Procedimientos de evaluación ambiental.**

Evaluación ambiental estratégica (EAE)> PLANES Y PROGRAMAS  
Evaluación de impacto ambiental (EIA)> PROYECTOS.

### **2. Procedimiento ordinario y simplificado.**

- Procedimiento de EAE ordinaria > declaración ambiental estratégica (DAE)
  - Procedimiento de EAE simplificada > informe ambiental estratégico (IAE)
  - Procedimiento de EIA ordinaria > impacto ambiental (DIA);
  - Procedimiento de EIA simplificada > informe de impacto ambiental (IIA).
- a. El procedimiento simplificado.
  - b. El procedimiento ordinario
  - c. Procedimiento de EAE
  - d. Procedimiento de EIA

## **TALLER DE TRABAJO**

Evaluación ambiental estratégica.

### **1. Evaluación ambiental estratégica ordinaria.**

>Para aprender, practicar.

>Para enseñar, dar soluciones.

>Para progresar, luchar.

Formación inmobiliaria práctica > Sólo cuentan los resultados

## **2. Evaluación ambiental estratégica simplificada.**

### **3. Procedimiento de la evaluación ambiental estratégica ordinaria para la formulación de la declaración ambiental estratégica.**

- a. Solicitud de inicio de la evaluación ambiental estratégica ordinaria.
- b. Consultas a las Administraciones públicas afectadas y a las personas interesadas, y elaboración del documento de alcance del estudio ambiental estratégico.
- d. El promotor elaborará el estudio ambiental estratégico.
- e. El promotor elaborará la versión inicial del plan o programa teniendo en cuenta el estudio ambiental estratégico
- f. Consulta a las Administraciones públicas afectadas y a las personas interesadas.
- g. Propuesta final de plan o programa.
- f. Análisis técnico del expediente.
- h. Declaración ambiental estratégica.
- i. Publicidad de la adopción o aprobación del plan o programa.
- j. Vigencia de la declaración ambiental estratégica.
- k. Posibles modificaciones a futuro de la declaración ambiental estratégica.

### **4. Procedimiento de evaluación ambiental estratégica simplificada para la emisión del informe ambiental estratégico.**

- a. Solicitud de inicio de la evaluación ambiental estratégica simplificada.
- b. Comprobaciones por la administración.
- c. Consultas a las Administraciones públicas afectadas y a las personas interesadas.
- d. Resolución de informe ambiental estratégico.
- e. Publicidad de la adopción o aprobación del plan o programa.

## **TALLER DE TRABAJO**

### **Procedimiento de evaluación de impacto ambiental ordinaria para la formulación de la declaración de impacto ambiental.**

- 1. Trámites y plazos de la evaluación de impacto ambiental ordinaria.**
- 2. Consultas a las Administraciones públicas afectadas y a las personas interesadas y elaboración del documento de alcance del estudio de impacto ambiental.**
- 3. El promotor elaborará el estudio de impacto ambiental.**
- 4. Consulta a las Administraciones públicas afectadas y a las personas interesadas.**
- 5. Documentación que constituirá el contenido mínimo del expediente de evaluación de impacto ambiental.**
- 6. Análisis técnico del expediente de impacto ambiental.**
- 7. Declaración de impacto ambiental.**
- 8. Modificación de las condiciones de la declaración de impacto ambiental.**

## **TALLER DE TRABAJO**

### **Evaluación de impacto ambiental simplificada.**

- 1. Solicitud de inicio por el promotor de la evaluación de impacto ambiental simplificada.**
- 2. Consultas a las Administraciones públicas afectadas y a las personas interesadas.**
- 3. Informe de impacto ambiental.**

## 4. Publicidad de la autorización del proyecto.

### **TALLER DE TRABAJO**

Estudio de impacto ambiental.

Contenido del Estudio de impacto ambiental y criterios técnicos.

1. Contenido del Estudio de impacto ambiental y criterios técnicos.
2. Descripción del proyecto.
3. Inventario ambiental.
4. Identificación, cuantificación y valoración de impactos.
5. Cuantificación y evaluación de las repercusiones del proyecto en la Red Natura 2000.
6. Propuesta de medidas preventivas, correctoras y compensatorias.
7. Programa de vigilancia y seguimiento ambiental.
8. Conceptos técnicos.
9. Especificaciones relativas a las obras, instalaciones o actividades.

### **Capítulo 4. La segunda residencia y su planificación urbanística.**

1. Los instrumentos de planificación.
2. El Proyecto de urbanización.
  - a. Estudio de detalle del Proyecto de Urbanización-
  - b. Procedimiento de aprobación
3. Estudio de detalle.

### **TALLER DE TRABAJO**

Las ventajas de edificar y urbanizar al mismo tiempo.

### **TALLER DE TRABAJO**

La construcción de la urbanización. El proyecto de urbanización.

### **TALLER DE TRABAJO**

Las obra de urbanización y los problemas de su recepción.

### **TALLER DE TRABAJO.**

Condiciones del plan parcial al proyecto de urbanización.

1. Secciones de calle.
2. Los espacios de las calles.
3. Coexistencia peatones y tráfico.
4. Pavimentación, accesibilidad y supresión de barreras
5. Espacios naturales.
6. Infraestructuras

### **CHECK-LIST**

>Para aprender, practicar.

>Para enseñar, dar soluciones.

>Para progresar, luchar.

Formación inmobiliaria práctica > Sólo cuentan los resultados

Especificar el proceso de Project Management. Pasos a seguir: gestión de la integración de Proyectos, dirección de la ejecución del proyecto y cierre del Proyecto.

¿Cómo se gestiona el tiempo del proyecto?

Pasos a seguir: definición de actividades, plazos de actividades, estimación de recursos de las actividades y control de la agenda.

¿Cómo se gestionan los gastos del proyecto y el plan de compras del proyecto? Pasos a seguir: Estimación, presupuesto y control de gastos.

¿Cómo se gestiona la calidad del proyecto? Pasos a seguir: planificar previamente la calidad requerida, garantías y control de la calidad.

¿Cómo se gestionan los riesgos de un proyecto? Pasos a seguir: identificación de riesgos, análisis cualitativo de riesgos, análisis cuantitativo de riesgos, planeamiento de reacción a los riesgos y control de riesgos.

## **PARTE TERCERA.**

### ***Promoción de segunda residencia o vivienda vacacional.***

#### ***Capítulo 5. Fases de una promoción inmobiliaria de segunda residencia.***

##### **1. Diferentes fases.**

- a. Fase de Estudio Preliminar
- b. Fase de Producción
- c. Fase de Comercialización

##### **2. Análisis de posibles riesgos a detectar en el control de la gestión en las diferentes fases de una promoción inmobiliaria.**

#### ***Capítulo 6. Viabilidad comercial: ¿es vendible el producto?***

##### **1. Análisis del mercado: oferta y demanda.**

##### **2. ¿Qué es un estudio de mercado?**

##### **3. ¿Es vendible el producto que se puede promover?**

##### **4. ¿Por cuánto se puede vender?**

## **TALLER DE TRABAJO**

### **Modelo y esquemas de un estudio de mercado para una promoción inmobiliaria.**

- Situación de la promoción.
- Tablas de promociones y promotores de la zona.
- Ofertas inicial y actual para promociones.
- Ofertas inicial y actual en base a tipologías.
- Comparativa con promociones de la zona (ofertas iniciales y de ventas por tipologías).
- Cuadros y gráficos de superficies.
- Precios homogeneizados.
- Precios unitarios.
- Distribución de las ventas.
- Calidades.
- Fichas de promoción.
- Modelo de encuesta.

## **CHECK-LIST**

>Para aprender, practicar.

>Para enseñar, dar soluciones.

>Para progresar, luchar.

Formación inmobiliaria práctica > Sólo cuentan los resultados

1. ¿Qué es un estudio de mercado en segunda residencia?
2. ¿Cómo “vestir la promoción inmobiliaria de segunda residencia” para que se venda?

## **Capítulo 7. La determinación de precio de venta. ¿Por cuánto se puede vender?**

1. Todo depende de la oferta y el ritmo de ventas a conseguir.
2. Métodos de fijación de precio de venta.
  - a. En base a los costes
  - b. En base al mercado y la competencia
  - c. En base a los compradores / demanda

### **TALLER DE TRABAJO**

**¿Cómo establecer el precio correcto?**

1. Precios en función del coste
2. Precios en función de un conocimiento superficial de la oferta
3. Precio adecuado y marketing de soporte.

### **CHECK-LIST**

- ¿Qué fórmulas utilizar para fijar el precio correcto de venta de una promoción inmobiliaria de segunda residencia?
- ¿Qué es el precio estratégico en vivienda de segunda residencia?

## **Capítulo 8. El cliente internacional.**

1. Si está en costa es su cliente nº 1.
2. ¿Qué le gusta al cliente extranjero?: pequeño pero cómodo.
3. Vender en un idioma que se desconoce resta puntos (¿compraría Ud a quien no entiende?)
4. ¿Cómo anunciar los pisos a los extranjeros?
5. Al alemán, “ponle “grohe” y has vendido la mitad del piso”.

### **CHECK-LIST**

**Principales estrategias de comercialización y marketing inmobiliario para llegar al cliente nacional y extranjero.**

**Análisis de las mejores herramientas de marketing para la promoción y ventas de los diferentes productos inmobiliarios turísticos.**

**Métodos que pueden utilizarse para fijar el precio de venta.**

**¿Cómo analizar los datos de mercado?: estudiar la oferta y demanda.**

**Actuales técnicas de investigación de mercado como base de la promoción y del proyecto con el fin de enfocar cada promoción al tipo de cliente.**

**¿Cómo establecer el mejor plan de Marketing y comunicación para captar y fidelizar clientes?**

**¿Qué debemos conocer sobre el usuario final y sus necesidades?**

**Canales de distribución**

**Servicio postventa**

Formulas para llegar al público objetivo: comprador nacional y extranjero.

¿Cuáles son sus motivaciones al comprar y que demandan diferencias?

**Capítulo 9. Publicidad en la compraventa de segundas residencias. Reglas a respetar por el promotor.**

1. Precauciones con la publicidad.
2. Medidas de protección que la normativa de consumidores y usuarios prevé para el comprador de vivienda.
3. Sanción por la infracción

#### **TALLER DE TRABAJO**

Cuidado con el folleto de publicidad. Lo que dicen los jueces.

#### **CHECK-LIST**

¿Cómo se debe desarrollar el análisis de viabilidad de un proyecto inmobiliario turístico?

Análisis de la viabilidad económica: Modelos de análisis de viabilidad de un proyecto de inversión

Estructura de los costes y gastos dependiendo del proyecto

Coste de construcción, promoción de explotación, Honorarios Facultativos, de Gestión y Comercialización

Optimización de cuentas de resultados

Plazos de amortización

Rentabilidad exigida de la operación

Viabilidad de los proyectos inmobiliarios de segunda residencia.

Cálculo y control de costes, herramientas de gestión y análisis de viabilidad necesarios para asegurar la rentabilidad de segunda residencia.

#### **PARTE CUARTA**

La vivienda turística.

**Capítulo 11. Planes de excelencia y dinamización turística: todos a crear el “destino turístico”.**

1. Actuaciones en destino
2. Principios Básicos
  - a. Tratamiento integral
  - b. Impulso local
  - c. Colaboración administrativa
  - d. Totalidad del destino
3. Planes de excelencia turística: el turismo maduro (playas, cascos históricos, etc.).
  - a. Recuperación y regeneración de Destinos Maduros (litoral e históricos)
  - b. Concepto
  - c. Objetivos
  - d. Clases.

#### **TALLER DE TRABAJO.**

>Para aprender, practicar.

>Para enseñar, dar soluciones.

>Para progresar, luchar.

Formación inmobiliaria práctica > Sólo cuentan los resultados



Ayudas a la modernización de destinos turísticos maduros.

**TALLER DE TRABAJO.**

¿Cómo promocionar y fomentar el turismo? Los planes de excelencia.

**Capítulo 12. Planes de dinamización turística: turismo inmaduro.**

1. Concepto
2. ¿Cómo mantener la rentabilidad?
3. ¿Qué efectos se buscan?
4. Clases.

**PARTE SEXTA.**

Arquitectura y urbanismo en la segunda residencia..

**Capítulo 13. Planeamiento urbano y productos turísticos.**

**Capítulo 14. Arquitectura y turismo.**

## PARTE PRIMERA.

*Vivienda de segunda residencia y turística.*

### Capítulo 1. Planificación y los desarrollos de segunda residencia.



#### 1. ¿Qué es la segunda residencia? Definición y tipologías.