

INFORME INMOBILIARIO DE SEGUNDA RESIDENCIA DE EXTRANJEROS.



- Taller de trabajo es una metodología de trabajo en la que se integran la teoría y la práctica.
- Se caracteriza por la investigación, el aprendizaje por descubrimiento y el trabajo en equipo que, en su aspecto externo, se distingue por el acopio (en forma sistematizada) de material especializado acorde con el tema tratado teniendo como fin la elaboración de un producto tangible.
- Un taller es también una sesión de entrenamiento. Se enfatiza en la solución de problemas, capacitación, y requiere la participación de los asistentes.

21 de junio de 2018

El último informe del Colegio de Registradores correspondiente al primer trimestre de 2018, publica el ranking de compra de vivienda por parte de extranjeros evidenciándose la clara recuperación del mercado inmobiliario y notable estabilidad, así como las preferencias territoriales de la demanda extranjera en España, definida principalmente como compra para atractivo turístico. En el primer trimestre del año, el 13,05% de las compras de viviendas correspondían a extranjeros, por debajo del 13,64% del cuarto trimestre de 2017. Esta disminución relativa, sin embargo, no se corresponde en valores absolutos ya que el número de operaciones ha crecido significativamente superando las 16.500 compraventas mientras que en el cuarto trimestre del año se situaban ligeramente por encima de las 15.000, sino que viene dado por el intenso crecimiento del total de las compraventas de viviendas aunque las ventas a extranjeros crecen a un ritmo similar al que lo hace el total manteniendo su peso de crecimiento estable en valores por encima del 13% con una tendencia creciente del número de compraventas.

Las nacionalidades de los demandantes de vivienda en España han mantenido su estabilidad, constatando la fuerza de las nacionalidades que encabezan el ranking. Así, los británicos continúan con su tradicional liderazgo, con el 14,59% de las compras por parte de extranjeros. En la segunda posición se sitúan los alemanes, con un 7,85% con un importante crecimiento en términos absolutos, provocando el descenso de los franceses a una tercera posición con un 7,64% de las compras de extranjeros. Las siguientes posiciones están ocupadas por los belgas con el 6,83%, los suecos (6,57%), italianos (5,77%), rumanos (5,41%) y



marroquíes con el 4,51%, quedando el resto de nacionalidades por debajo del 4%.

Las diferencias territoriales de resultados son notables por lo que respecta a la demanda extranjera de vivienda. El perfil del demandante fundamentalmente es con fines turísticos, por lo tanto, las ubicaciones preferiblemente son de costa. Las comunidades autónomas más atractivas para la demanda extranjera es Baleares (31,72%), Canarias (29,62%) y la Comunidad Valenciana (26,47%). De estas comunidades autónomas, prácticamente una de cada tres ventas de viviendas se ha hecho a extranjeros, por lo que resultaría complicado analizar estos mercados sin tener en cuenta precisamente, el análisis de la demanda extranjera. Junto a estas tres comunidades, presentan resultados destacados también aquellas de alto atractivo turístico llamado de "sol y playa" como son Murcia (17,50%), Andalucía (13,97%) y Cataluña (11,64%).

La desagregación a nivel provincial permite captar las zonas con mayor intensidad de demanda de vivienda para extranjeros. De hecho, en el territorio se pueden apreciar grandes diferencias, así, mientras que dos de las provincias presentan resultados superiores al 40% de las ventas realizadas a extranjeros, ocho provincias se encuentran por debajo del 1% y 23 por debajo del 3 %. Concretamente, las provincias con un peso más significativo en el transcurso de toda la serie histórica son Alicante y Tenerife, que en este primer trimestre del año alcanzan porcentajes del 41,05% y 40,78% respectivamente.

Detrás de estas dos provincias y con resultados cercanos al 30%, se sitúan Baleares (31,72%), Málaga (30,57) y Girona (26,94%); por debajo del 20% siguen Las Palmas (19,78%), Almería (19,16%), Melilla (17,65%) y Murcia (17,50%); y, por encima del 10% sigue Tarragona (14,54%), Castellón (13,47%) y Ávila (10,82%).

ACTUALIDAD DEL SECTOR

LA DEMANDA DE VIVIENDAS PARA EXTRANJEROS EN ESPAÑA SIGUE CRECIENDO, CONSOLIDANDO NIVELES POR ENCIMA DEL 13%

El último informe del Colegio de Registradores correspondiente al primer trimestre de 2018, publica el ranking de compra de vivienda por parte de extranjeros evidenciándose la clara recuperación del mercado inmobiliario y notable estabilidad, así como las preferencias territoriales de la demanda extranjera en España, definida principalmente como compra para atractivo turístico.

La demanda extranjera

En el primer trimestre del año, el 13,05% de las compras de viviendas correspondían a extranjeros, por debajo del 13,64% del cuarto trimestre de 2017. Esta disminución relativa, sin embargo, no se corresponde en valores absolutos ya que el número de operaciones ha crecido significativamente superando las 16.500 compraventas mientras que en el cuarto trimestre del año se situaban ligeramente por encima de las 15.000, sino que viene dado por el intenso crecimiento del total de las compraventas de viviendas aunque las ventas a extranjeros crecen a un ritmo similar al que lo hace el total manteniendo su peso de crecimiento estable en valores por encima del 13% con una tendencia creciente del número de compraventas.

Las nacionalidades de los demandantes de vivienda en España han mantenido su estabilidad, constatando la fuerza de las nacionalidades que encabezan el ranking. Así, los británicos continúan con su tradicional liderazgo, con el 14,59% de las compras por parte de extranjeros. En la segunda posición se sitúan los alemanes, con un 7,85% con un importante crecimiento en términos absolutos, provocando el descenso de los franceses a una tercera posición con un 7,64% de las compras de extranjeros. Las siguientes posiciones están ocupadas por los belgas con el 6,83%, los suecos (6,57%), italianos (5,77%), rumanos (5,41%) y marroquíes con el 4,51%, quedando el resto de nacionalidades por debajo del 4%.

Las diferencias territoriales de resultados son notables por lo que respecta a la demanda extranjera de vivienda. El perfil del demandante fundamentalmente es con fines turísticos, por lo tanto, las ubicaciones preferiblemente son de costa. Las comunidades autónomas más atractivas para la demanda extranjera es Baleares (31,72%), Canarias (29,62%) y la Comunidad Valenciana (26,47%). De estas comunidades autónomas, prácticamente una de cada tres ventas de viviendas se ha hecho a extranjeros, por lo que resultaría complicado analizar estos mercados sin tener en cuenta precisamente, el análisis de la demanda extranjera. Junto a estas tres comunidades, presentan resultados destacados también aquellas de alto atractivo turístico llamado de "sol y playa" como son Murcia (17,50%), Andalucía (13,97%) y Cataluña (11,64%).

La desagregación a nivel provincial permite captar las zonas con mayor intensidad de demanda de vivienda para extranjeros. De hecho, en el territorio se pueden apreciar grandes diferencias, así, mientras que dos de las provincias presentan resultados superiores al 40% de las ventas realizadas a extranjeros, ocho provincias se encuentran por debajo del 1% y 23 por debajo del 3%. Concretamente, las provincias con un peso más significativo en el transcurso de toda la serie histórica son Alicante y Tenerife, que en este primer trimestre del año alcanzan porcentajes del 41,05% y 40,78% respectivamente.

Detrás de estas dos provincias y con resultados cercanos al 30%, se sitúan Baleares (31,72%), Málaga (30,57) y Girona (26,94%); por debajo del 20% siguen Las Palmas (19,78%), Almería (19,16%), Melilla (17,65%) y Murcia (17,50%); y, por encima del 10% sigue Tarragona (14,54%), Castellón (13,47%) y Ávila (10,82%).

Compraventas de viviendas registradas según nacionalidad del comprador

Trimestral 1T 2018

Nacionalidad	%	% s/ extranjeros
Reino Unido	1,90%	14,59%
Alemania	1,02%	7,85%
Francia	1,00%	7,64%
Bélgica	0,89%	6,83%
Suecia	0,86%	6,57%
Italia	0,75%	5,77%
Rumania	0,71%	5,41%
Marruecos	0,59%	4,51%
China	0,50%	3,86%
Rusia	0,40%	3,07%
Resto	4,41%	33,90%
Extranjeros	13,05%	100,00%
Nacionales	86,95%	
TOTAL	100,00%	

Nacionalidad en las compraventas de viviendas

Trimestral 1T 2018

CCAA	% nacionales	% extranjeros
Andalucía	86,03%	13,97%
Aragón	93,59%	6,41%
Asturias	97,76%	2,24%
Baleares	68,28%	31,72%
Canarias	70,38%	29,62%
Cantabria	97,15%	2,85%
Castilla y León	97,22%	2,78%
Castilla-La Mancha	94,38%	5,62%
Cataluña	88,36%	11,64%
Com. Madrid	93,88%	6,12%
Com. Valenciana	73,53%	26,47%
Extremadura	98,97%	1,03%
Galicia	99,45%	0,55%
La Rioja	96,11%	3,89%
Múrcia	82,50%	17,50%
Navarra	95,51%	4,49%
País Vasco	98,07%	1,93%
NACIONAL	86,95%	13,05%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Colegio de Registradores.

May
18

PROMOCIÓN - CONSTRUCCIÓN: COYUNTURA DEL SECTOR



ASSOCIACIÓ DE PROMOTORS
DE CATALUNYA

ANÁLISI DE LOS INDICADORES - ÍNDICES APCE

↑ **Producción**
+19,0%

Espectacular incremento de la producción de viviendas en Cataluña

↑ **Compraventas**
+12,1%

Importante y continuado incremento de las ventas de viviendas en España

↑ **Hipotecas**
+7,2%

Incremento de las hipotecas para compra de vivienda el primer trimestre del año

↑ **Trabajo**
+3,6%

La construcción incrementa la ocupación

Espectacular incremento de la producción de viviendas en Cataluña

Con los datos facilitados por la Agencia de l' Habitatge correspondientes al primer trimestre del año, se reafirma la consolidación de un sector inmobiliario que constata incrementos pronunciados de la producción de viviendas en Cataluña, favorecido por el empuje de todas las provincias destacando en términos relativos el aumento por encima del 150% de las provincias de Lleida y Tarragona. En valores absolutos, sigue siendo la provincia de Barcelona la que inicia poco más del 83% del total de las viviendas iniciadas en Cataluña. Hasta el primer trimestre del año, en Cataluña se han iniciado un total de 3.661 viviendas, lo que supone un aumento del 19,0% en comparación con el mismo trimestre de 2017, en el que se iniciaron un total de 3.076 viviendas.

Por provincias la situación ha sido muy positiva, presentando incrementos de las viviendas iniciadas en todas ellas. La provincia de Barcelona que es la más productiva, es la que ha disfrutado de un incremento inferior y pasa de iniciar 2.746 viviendas en el primer trimestre de 2017 a 3.055 en el 2018, cantidades que ha representado un 11,3% de incremento de un período respecto al otro. La provincia de Girona con 271 iniciadas representa un incremento del 26%, mientras que las provincias de Lleida y Tarragona con 128 y 207 viviendas iniciadas respectivamente incrementan por encima del 150% en comparación con el mismo trimestre del año anterior.

En cuanto a las viviendas terminadas, el resultado por el total de Cataluña es de 1.565 viviendas, es decir, una variación interanual negativa del -17,1%. La provincia de Tarragona que es la que muestra un incremento más pronunciado de las viviendas iniciadas, contrariamente, es la disminuye más las viviendas terminadas (-76,6%).

El panorama se presenta increíblemente favorable para la ciudad de Barcelona donde el inicio de obra hasta el primer trimestre del año ha sido especialmente positivo, con un total de 730 viviendas iniciadas, que representan un aumento del 135,5%. La evolución de las viviendas terminadas también reafirma la fuerte actividad y aumenta un 44,4% respecto a la producción de las acabadas en el primer trimestre del año anterior.

Importante y continuado incremento de las ventas de viviendas en España

En el primer trimestre del año y con la información de compraventas facilitada por el INE, el mercado de venta en España muestra continuos incrementos bastante importantes por encima de los dos dígitos, tanto de las transacciones de viviendas usadas como de las nuevas, registrando un total de 128.348 operaciones, cantidad que representa un incremento del 12,1% en comparación con el mismo periodo de 2017. La vivienda nueva ha favorecido a esta mejora, acompañado del tradicional buen comportamiento de la vivienda usada a pesar que en valores absolutos, la vivienda usada obtiene un mayor resultado. Del total de operaciones, 22.830 correspondían a compraventas de viviendas nuevas mientras 105.518 a las de vivienda de segunda mano, con incrementos del 10,7% y 12,4%, respectivamente. Las comunidades autónomas con un mayor número de compraventas de vivienda nueva registradas en el primer trimestre son Andalucía (4.324), Comunidad de Madrid (3.910), y Cataluña (3.269). Por encima de las 5.000 viviendas, las ventas de vivienda usada son superiores en las comunidades de Andalucía (20.157), Cataluña (17.408), Comunidad Valenciana (17.153), Comunidad de Madrid (14.515) y Canarias (5.040 compraventas).

Todas las comunidades autónomas han incrementado significativamente, generalizándose la recuperación en términos geográficos con crecimiento bastante importantes. Esta mejora territorial queda aún mejor representada por tipologías donde se observa como únicamente cuatro de ellas muestran disminuciones de las ventas de viviendas nuevas (Melilla, Castilla y León, Galicia y Navarra), mientras que las ventas de la segunda mano muestran aumento en todas ellas con la única excepción de Extremadura que prácticamente se mantiene con un -1,0% interanual. Sin duda son cifras de ventas especialmente elevadas, que muestran claramente la fortaleza de la recuperación del mercado inmobiliario. Al buen ritmo de la demanda de la vivienda usada, se le ha añadido el que parece ser ya un hecho, el de la recuperación del mercado de la vivienda nueva, en el que se han alcanzado los mayores resultados trimestrales de los últimos tres años.

La construcción incrementa la ocupación

Según datos de la Encuesta de Población Activa (EPA) en el primer trimestre del año, la población ocupada en Cataluña ha sido de 3.303.300 miles de personas, cifra que se traduce en un incremento del 3,3% interanual. Son tres los sectores que muestran incrementos interanuales, concretamente, la industria es la que lidera con un aumento del 9,9%, seguida de la construcción (3,6%) y el sector servicios (1,8%). En sentido contrario baja la agricultura un 0,3%.

Actualmente, el sector de la construcción reúne el 6,2% de la población ocupada en Cataluña. En valores absolutos, esta población ocupada ha alcanzado la cantidad de 205,4 miles de personas en el primer trimestre de 2018, dato que refleja un crecimiento del 3,6% respecto al mismo trimestre de 2017 y teniendo en cuenta la situación profesional, aumenta número de no asalariados en un 13%, mientras que prácticamente se mantienen los asalariados, con una leve reducción del 0,5%.

En cuanto al número de parados registrados en las oficinas de empleo de Cataluña hasta el mes de mayo, muestra una disminución en el sector de la construcción del -13,8% interanual, mientras que los afiliados al sector continúan incrementándose hasta abril en un 7,2%. Datos que ponen de manifiesto un sector en plena recuperación.

May
18

PROMOCIÓN - CONSTRUCCIÓN: COYUNTURA DEL SECTOR



ASSOCIACIÓ DE PROMOTORS
DE CATALUNYA

PRINCIPALES INDICADORES DEL SECTOR

INDICADORES			ÚLTIMA CIFRA	II TRIM. 17	III TRIM. 17	IV TRIM. 17	I TRIM. 18	Acumulado 2018	Variación Trimestral (IT 18 / IVT 17)	Variación acumulada del mismo periodo
PRODUCCIÓN (1)										
España	Viviendas iniciadas	8.305 (feb 18)	20.933	19.793	20.097	-	-	14.999	-	17,4%
	Viviendas acabadas	4.726 (feb 18)	14.489	14.385	13.688	-	-	8.723	-	22,4%
Cataluña	Viviendas iniciadas	1.487 (mar 18)	3.372	2.212	2.680	3.661	3.661	3.661	36,6%	19,0%
	Viviendas acabadas	773 (mar 18)	1.743	1.684	1.577	1.565	1.565	1.565	-0,8%	-17,1%
Barcelona	Viviendas iniciadas	1.337 (mar 18)	2.917	1.878	1.943	3.055	3.055	3.055	57,2%	11,3%
	Viviendas acabadas	684 (mar 18)	1.241	1.131	1.107	1.249	1.249	1.249	12,8%	14,3%
Girona	Viviendas iniciadas	58 (mar 18)	287	203	377	271	271	271	-28,1%	29,0%
	Viviendas acabadas	36 (mar 18)	269	241	182	117	117	117	-35,7%	-31,2%
Lleida	Viviendas iniciadas	37 (mar 18)	82	59	101	128	128	128	26,7%	161,2%
	Viviendas acabadas	40 (mar 18)	92	65	234	66	66	66	-71,8%	15,8%
Tarragona	Viviendas iniciadas	55 (mar 18)	86	72	259	207	207	207	-20,1%	191,5%
	Viviendas acabadas	13 (mar 18)	141	247	54	133	133	133	146,3%	-76,6%
Barcelona ciudad	Viviendas iniciadas	355 (mar 18)	514	200	349	730	730	730	109,2%	135,5%
	Viviendas acabadas	191 (mar 18)	409	198	209	322	322	322	54,1%	44,4%
COSTES DE CONSTRUCCIÓN €/m² (2)										
Edificio renda normal entre medianeras			1.268,67 (2n T18)	1.255,12	1.256,05	1.258,97	1.267,93	1.268,67	0,7%	1,1%
Unifamiliar de dos plantas entre medianeras			1.089,79 (2n T18)	1.080,77	1.081,39	1.083,71	1.089,23	1.089,79	0,5%	0,8%
Nave industrial			482,94 (2n T18)	479,59	479,65	480,03	482,86	482,94	0,6%	0,7%
Edificio de oficinas entre medianeras			1.157,65 (2n T18)	1.146,46	1.147,62	1.150,24	1.157,44	1.157,65	0,6%	1,0%
Consumo aparente de cemento (Miles T.)			166,4 (oct 17)	465,1	456,7	-	-	1.546,5	-	15,1%
COMPRVENTAS (3)										
España	Viviendas Nuevas	7.041 (mar 18)	21.230	21.241	20.160	22.830	22.830	22.830	13,2%	10,7%
	Viv. Segunda Mano	32.538 (mar 18)	99.914	97.492	89.858	105.518	105.518	105.518	17,4%	12,4%
Cataluña	Viviendas Nuevas	2.714 (VT)	2.552	2.824	2.714	-	-	-	-	18,3%
	Viv. Segunda Mano	14.677 (VT)	17.467	17.552	14.677	-	-	-	-	18,1%
Barcelona	Viviendas Nuevas	1.757 (VT)	1.683	1.761	1.757	-	-	-	-	12,9%
	Viv. Segunda Mano	9.945 (VT)	12.273	12.384	9.945	-	-	-	-	18,9%
Girona	Viviendas Nuevas	342 (VT)	396	442	342	-	-	-	-	33,8%
	Viv. Segunda Mano	1.999 (VT)	2.275	2.248	1.999	-	-	-	-	13,8%
Lleida	Viviendas Nuevas	175 (VT)	116	131	175	-	-	-	-	-16,8%
	Viv. Segunda Mano	671 (VT)	745	728	671	-	-	-	-	13,1%
Tarragona	Viviendas Nuevas	440 (VT)	357	490	440	-	-	-	-	50,2%
	Viv. Segunda Mano	2.062 (VT)	2.174	2.192	2.062	-	-	-	-	20,8%
HIPOTECAS SOBRE VIVIENDA (4)										
España	Número	26.350 (mar 18)	79.691	80.834	70.269	84.073	84.073	84.073	19,6%	6,0%
	Importe (€)	3.156.272 (mar 18)	9.127.418	9.571.412	8.424.387	10.133.047	10.133.047	10.133.047	20,3%	11,6%
Cataluña	Número	4.449 (mar 18)	12.714	13.324	11.157	13.671	13.671	13.671	22,5%	7,2%
	Importe (€)	626.220 (mar 18)	1.766.228	1.848.157	1.560.488	1.947.070	1.947.070	1.947.070	24,8%	13,0%
MERCADO DE TRABAJO (5)										
Ocupación Sector			205.400 (mar 18)	208.100	215.600	211.800	205.400	205.400	-3,0%	3,6%
Total Población Ocupada			3.303.300 (mar 18)	3.270.500	3.316.600	3.316.200	3.303.300	3.303.300	-0,4%	3,3%
Paro registrado del Sector (5.1)			33.600 (mai 18)	38.933	37.467	37.233	35.967	33.600	-3,4%	-13,8%
Afiliados SS. Sector (5.2)			131.800 (abr 18)	124.167	123.633	125.800	129.067	130.600	2,6%	7,2%
TIPO DE INTERES (%) (6)										
Tipo medio préstamos hipot. adquisición vivienda libre a más de 3 años			1,905 (abr 18)	1,922	1,918	1,905	1,911	1,905	0,3%	-0,1%
Ref. interbancaria a un año (Euribor)			-0,188 (mai 18)	-0,132	-0,159	-0,168	-0,190	-0,188	-13,1%	-48,0%

(1) Agencia de la Vivienda. Datos avanzados provisionales. Ministerio de Fomento para los datos de España. (2) Boletín Económico de la Construcción BEBO. Incluye Seguridad y Salud y Honorarios técnicos y permisos de obra. (3) Fuente: Datos de España INE y datos de Cataluña, la Agencia de la Vivienda con los datos del "Colegio de Registradores de la Propiedad, Bienes Muebles y Mercantiles de España". (4) INE. (5) INE. EPA. Datos trimestrales. A partir del 2009 la clasificación entre sectores económicos se realiza según la CNAE-09, con ella el sector de la construcción engloba un mayor número de actividades. (5.1) IDESCAT a partir de las cifras del Departamento de Trabajo. (5.2) IDESCAT a partir del INSS. (6) BANCO DE ESPAÑA. El del conjunto de entidades de crédito corresponde al tipo medio de los préstamos hipotecarios a más de tres años por la adquisición de vivienda libre.

May
18

PROMOCIÓN - CONSTRUCCIÓN: COYUNTURA DEL SECTOR



ASSOCIACIÓ DE PROMOTORS
DE CATALUNYA

ANEXO. ANÁLISIS TERRITORIAL. VIVIENDAS INICIADAS (I)

COMARCAS	I TRIM. 17	II TRIM. 17	III TRIM.17	IV TRIM.17	2017	I TRIM. 18	Var. Trimestral (I 18/ IV 17)	Variación acumulada del mismo período
PRODUCCIÓN, VIVIENDAS INICIADAS								
Alt Camp	1	4	2	11	18	4	-63,6	300,0
Alt Empordà	64	42	55	82	243	68	-17,1	6,3
Alt Penedès	23	14	8	6	51	137	2.183,3	495,7
Alt Urgell	1	3	2	3	9	2	-33,3	100,0
Alta Ribagorça	5	0	1	0	6	2	-	-60,0
Anoia	11	76	9	25	121	9	-64,0	-18,2
Bages	17	16	38	18	89	8	-55,6	-52,9
Baix Camp	32	27	11	70	140	69	-1,4	115,6
Baix Ebre	11	6	10	7	34	16	128,6	45,5
Baix Empordà	31	81	43	66	221	100	51,5	222,6
Baix Llobregat	849	668	309	268	2.094	948	253,7	11,7
Baix Penedès	6	7	11	9	33	8	-11,1	33,3
Barcelonès	681	1.058	760	736	3.235	1.246	69,3	83,0
Berguedà	2	5	1	4	12	1	-75,0	-50,0
Cerdanya	9	30	15	49	103	8	-83,7	-11,1
Conca de Barberà	1	2	1	0	4	8	-	700,0
Garraf	200	80	160	55	495	81	47,3	-59,5
Garrigues	0	1	2	2	5	11	450,0	-
Garrotxa	2	23	8	21	54	17	-19,0	750,0
Gironès	68	85	45	73	271	44	-39,7	-35,3
Maresme	235	300	199	146	880	174	19,2	-26,0
Moianès	4	2	1	2	9	2	0,0	-50,0
Montsià	8	25	13	3	49	32	966,7	300,0
Noguera	0	4	7	0	11	3	-	-
Osona	23	110	61	57	251	53	-7,0	130,4
Pallars Jussà	0	1	2	0	3	1	-	-
Pallars Sobirà	1	2	0	0	3	4	-	300,0
Pla de l'Estany	8	3	14	12	37	9	-25,0	12,5
Pla d'Urgell	3	4	1	3	11	11	266,7	266,7
Priorat	0	0	1	1	2	1	0,0	-
Ribera d'Ebre	1	1	1	1	4	3	200,0	200,0
Ripollès	3	2	4	10	19	-	-100,0	-100,0
Segarra	3	3	3	25	34	2	-92,0	-33,3
Segrià	25	55	30	48	158	77	60,4	208,0
Selva	24	23	21	65	133	28	-56,9	16,7
Solsonès	3	3	2	10	18	1	-90,0	-66,7
Tarragonès	10	14	21	153	198	57	-62,7	470,0
Terra Alta	1	0	1	4	6	9	125,0	800,0
Urgell	4	3	2	9	18	5	-44,4	25,0
Val d'Aran	4	2	6	0	12	6	-	50,0
Vallès Occidental	573	419	254	492	1.738	301	-38,8	-47,5
Vallès Oriental	129	168	77	134	508	95	-29,1	-26,4
ÁMBITOS TERRITORIALES FUNCIONALES								
Alt Pirineu i Aran	20	38	26	52	136	23	-55,8	15,0
Camp de Tarragona	44	47	36	235	362	139	-40,9	215,9
Comarcas Centrals	45	136	102	89	372	65	-27,0	44,4
Comarcas Gironines	200	259	190	329	978	266	-19,1	33,0
Metropolità	2.471	2.613	1.600	1.778	8.462	2.765	55,5	11,9
Penedès	240	177	188	95	700	234	146,3	-2,5
Ponent	35	70	45	87	237	109	25,3	211,4
Terres de l'Ebre	21	32	25	15	93	60	300,0	185,7
DEMARCACIONES TERRITORIALES								
Barcelona	2.746	2.917	1.878	1.943	9.484	3.055	57,2	11,3
Girona	210	287	203	377	1.077	271	-28,1	29,0
Lleida	49	82	59	101	291	128	26,7	161,2
Tarragona	71	86	72	259	488	207	-20,1	191,5
CATALUÑA	3.076	3.372	2.212	2.680	11.340	3.661	36,6	19,0

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Agencia de la Vivienda con la información que ha sido elaborada a partir de los visados de los Colegios de Aparejadores.

May
18

PROMOCIÓN - CONSTRUCCIÓN: COYUNTURA DEL SECTOR



ASSOCIACIÓ DE PROMOTORS
DE CATALUNYA

ANEXO. ANÁLISIS TERRITORIAL. VIVIENDAS INICIADAS (II)

CAPITALS DE COMARCA	I TRIM. 17	II TRIM. 17	III TRIM.17	IV TRIM.17	2017	I TRIM. 18	Var. Trimestral (I 18/ IV 17)	Variación acumulada del mismo período
PRODUCCIÓN, VIVIENDAS INICIADAS								
Valls (Alt Camp)	1	0	1	0	2	0	-	-100,0
Figueres (Alt Empordà)	1	1	2	26	30	1	-96,2	0,0
Vilafranca del Penedès (Alt Penedès)	5	2	3	2	12	122	6.000,0	2.340,0
La Seu d'Urgell (Alt Urgell)	0	0	0	0	0	1	-	-
El Pont de Suert (Alta Ribagorça)	5	0	1	0	6	2	-	-60,0
Igualada (L' Anoia)	0	58	1	11	70	4	-63,6	-
Manresa (Bages)	0	3	23	11	37	0	-100,0	-
Reus (Baix Camp)	3	12	1	4	20	40	900,0	1.233,3
Tortosa (Baix Ebre)	4	1	6	3	14	1	-66,7	-75,0
La Bisbal de l'Empordà (Baix Empordà)	0	0	1	0	1	0	-	-
Sant Feliu de Llobregat (Baix Llobregat)	73	25	0	16	114	16	0,0	-78,1
El Vendrell (Baix Penedès)	2	5	2	2	11	7	250,0	250,0
Barcelona (Barcelonès)	310	514	200	349	1373	730	109,2	135,5
Berga (Berguedà)	1	2	0	2	5	0	-100,0	-100,0
Puigcerdà (Cerdanya)	1	0	10	1	12	1	0,0	0,0
Montblanc (Conca de Barberà)	1	2	1	0	4	6	-	500,0
Vilanova i la Geltrú (Garraf)	8	13	137	22	180	9	-59,1	12,5
Les Borges Blanques (Les Garrigues)	0	1	0	2	3	1	-50,0	-
Olot (Garrotxa)	1	17	6	14	38	12	-14,3	1.100,0
Girona (Gironès)	35	56	23	21	135	15	-28,6	-57,1
Mataró (Maresme)	160	42	74	24	300	81	237,5	-49,4
Moià (Moianès)	0	1	0	0	1	0	-	-
Ampostà (Montsià)	1	3	4	2	10	2	0,0	100,0
Balaguer (La Noguera)	0	1	1	0	2	0	-	-
Vic (Osona)	1	18	30	27	76	28	3,7	2.700,0
Tremp (Pallars Jussà)	0	0	0	0	0	0	-	-
Sort (Pallars Sobirà)	1	0	0	0	1	2	-	100,0
Banyoles (Plà de l'Estany)	7	2	13	7	29	4	-42,9	-42,9
Mollerussa (Plà de l'Urgell)	1	1	1	1	4	1	0,0	0,0
Falset (Priorat)	0	0	1	1	2	0	-100,0	-
Móra d'Ebre (Ribera d'Ebre)	0	0	1	0	1	0	-	-
Ripoll (Ripollès)	0	0	0	6	6	0	-100,0	-
Cervera (Segarra)	1	0	3	2	6	0	-100,0	-100,0
Lleida (Segrià)	20	44	25	38	127	63	65,8	215,0
Santa Coloma de Farners (La Selva)	0	1	3	1	5	1	0,0	-
Solsona (Solsonès)	2	2	2	10	16	0	-100,0	-100,0
Tarragona (Tarragonès)	1	1	1	97	100	43	-55,7	4.200,0
Gandesa (Terra Alta)	0	0	1	0	1	1	-	-
Tàrraga (Urgell)	1	0	2	5	8	1	-80,0	0,0
Vielha e Mitjaran (Vall d'Aran)	2	2	5	0	9	0	-	-100,0
Sabadell (Vallès Occidental)	64	77	32	114	287	19	-83,3	-70,3
Granollers (Vallès Oriental)	83	73	7	27	190	27	0,0	-67,5

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Agencia de la Vivienda con la información que ha sido elaborada a partir de los visados de los Colegios de Aparejadores.

May
18

PROMOCIÓN - CONSTRUCCIÓN: COYUNTURA DEL SECTOR



ASSOCIACIÓ DE PROMOTORS
DE CATALUNYA

ANEXO. ANÁLISIS TERRITORIAL. VIVIENDAS ACABADAS (I)

COMARCAS	I TRIM. 17	II TRIM. 17	III TRIM.17	IV TRIM.17	2017	I TRIM. 18	Var. Trimestral (I 18/ IV 17)	Variación acumulada del mismo período
PRODUCCIÓN, VIVIENDAS INICIADAS								
Alt Camp	4	0	7	1	12	4	300,0	0,0
Alt Empordà	30	36	72	35	173	27	-22,9	-10,0
Alt Penedès	23	30	6	30	89	19	-36,7	-17,4
Alt Urgell	0	6	9	22	37	5	-77,3	-
Alta Ribagorça	0	1	-	4	5	5	25,0	-
Anoia	30	8	7	8	53	48	500,0	60,0
Bages	16	12	12	7	47	46	557,1	187,5
Baix Camp	123	79	29	14	245	50	257,1	-59,3
Baix Ebre	119	13	19	9	160	11	22,2	-90,8
Baix Empordà	18	24	62	20	124	30	50,0	66,7
Baix Llobregat	254	216	294	203	967	302	48,8	18,9
Baix Penedès	247	14	4	2	267	9	350,0	-96,4
Barcelonès	429	592	402	436	1.859	458	5,0	6,8
Berguedà	2	3	-	3	8	28	833,3	1.300,0
Cerdanya	19	29	8	38	94	-	-100,0	-100,0
Conca de Barberà	5	5	3	4	17	4	0,0	-20,0
Garraf	62	76	57	37	232	34	-8,1	-45,2
Garrigues	0	4	6	11	21	5	-54,5	-
Garrotxa	8	17	9	20	54	5	-75,0	-37,5
Gironès	42	64	53	48	207	32	-33,3	-23,8
Maresme	94	97	44	137	372	106	-22,6	12,8
Moianès	0	0	3	2	5	-	-100,0	-
Montsià	22	12	81	6	121	6	0,0	-72,7
Noguera	2	43	9	20	74	4	-80,0	100,0
Osona	25	21	13	17	76	40	135,3	60,0
Pallars Jussà	0	0	3	-	3	5	-	-
Pallars Sobirà	1	0	6	2	9	-	-100,0	-100,0
Pla de l'Estany	1	9	3	7	20	4	-42,9	300,0
Pla d'Urgell	5	4	6	8	23	8	0,0	60,0
Priorat	2	1	2	-	5	1	-	-50,0
Ribera d'Ebre	2	1	1	1	5	-	-100,0	-100,0
Ripollès	0	4	4	2	10	1	-50,0	-
Segarra	2	2	3	15	22	1	-93,3	-50,0
Segrià	31	17	16	71	135	14	-80,3	-54,8
Selva	53	87	32	18	190	18	0,0	-66,0
Solsonès	3	10	1	2	16	10	400,0	233,3
Tarragonès	44	16	100	15	175	48	220,0	9,1
Terra Alta	0	0	1	2	3	-	-100,0	-
Urgell	5	3	4	64	76	4	-93,8	-20,0
Val d'Aran	7	1	-	9	17	5	-44,4	-28,6
Vallès Occidental	135	149	259	165	708	123	-25,5	-8,9
Vallès Oriental	23	37	34	62	156	45	-27,4	95,7
ÁMBITOS TERRITORIALES FUNCIONALES								
Alt Pirineu i Aran	27	37	26	75	165	20	-73,3	-25,9
Camp de Tarragona	178	101	141	34	454	107	214,7	-39,9
Comarcas Centrals	46	46	27	31	150	124	300,0	169,6
Comarcas Gironines	152	241	235	150	778	117	-22,0	-23,0
Metropolità	935	1091	1.035	1.003	4.064	1.034	3,1	10,6
Penedès	362	128	74	77	641	110	42,9	-69,6
Ponent	45	73	44	189	351	36	-81,0	-20,0
Terres de l'Ebre	143	26	102	18	289	17	-5,6	-88,1
DEMARCACIONES TERRITORIALES								
Barcelona	1.093	1.241	1.131	1.107	4.572	1.249	12,8	14,3
Girona	170	269	241	182	862	117	-35,7	-31,2
Lleida	57	92	65	234	448	66	-71,8	15,8
Tarragona	568	141	247	54	1.010	133	146,3	-76,6
CATALUÑA	1.888	1.743	1.684	1.577	6.892	1.565	-0,8	-17,1

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Agencia de la Vivienda con la información que ha sido elaborada a partir de los visados de los Colegios de Aparejadores.

May
18

PROMOCIÓN - CONSTRUCCIÓN: COYUNTURA DEL SECTOR



ASSOCIACIÓ DE PROMOTORS
DE CATALUNYA

ANEXO. ANÁLISIS TERRITORIAL. VIVIENDAS ACABADAS (II)

CAPITALS DE COMARCA	I TRIM. 17	II TRIM. 17	III TRIM.17	IV TRIM.17	2017	I TRIM. 18	Var. Trimestral (I 18/ IV 17)	Variación acumulada del mismo período
PRODUCCIÓN, VIVIENDAS ACABADAS								
Valls (Alt Camp)	0	0	4	0	4	1	-	-
Figueras (Alt Empordà)	0	0	1	0	1	1	-	-
Vilafranca del Penedès (Alt Penedès)	3	1	2	16	22	6	-62,5	100,0
La Seu d'Urgell (Alt Urgell)	0	4	8	0	12	5	-	-
El Pont de Suert (Alta Ribagorça)	0	1	0	4	5	5	25,0	-
Igualada (L' Anoia)	25	3	1	1	30	1	0,0	-96,0
Manresa (Bages)	0	3	0	0	3	20	-	-
Reus (Baix Camp)	25	4	2	2	33	6	200,0	-76,0
Tortosa (Baix Ebre)	3	4	0	2	9	4	100,0	33,3
La Bisbal de l'Empordà (Baix Empordà)	0	1	0	0	1	4	-	-
Sant Feliu de Llobregat (Baix Llobregat)	0	2	0	85	87	0	-100,0	-
El Vendrell (Baix Penedès)	239	2	2	0	243	2	-	-99,2
Barcelona (Barcelonès)	223	409	198	209	1.039	322	54,1	44,4
Berga (Berguedà)	1	1	1	1	4	21	2.000,0	2.000,0
Puigcerdà (Cerdanya)	0	13	0	0	13	0	-	-
Montblanc (Conca de Barberà)	0	4	2	0	6	0	-	-
Vilanova i la Geltrú (Garraf)	31	3	47	2	83	30	1.400,0	-3,2
Les Borges Blanques (Les Garrigues)	0	0	0	2	2	1	-50,0	-
Olot (Garrotxa)	1	11	2	12	26	2	-83,3	100,0
Girona (Gironès)	6	34	0	2	42	4	100,0	-33,3
Mataró (Maresme)	8	10	13	63	94	38	-39,7	375,0
Moià (Moianès)	0	0	1	1	2	0	-100,0	-
Ampostà (Montsià)	3	0	1	2	6	2	0,0	-33,3
Balaguer (La Noguera)	1	35	0	1	37	0	-100,0	-100,0
Vic (Osona)	0	2	0	0	2	2	-	-
Tremp (Pallars Jussà)	0	0	0	0	0	3	-	-
Sort (Pallars Sobirà)	0	0	4	0	4	0	-	-
Banyoles (Pla de l'Estany)	0	9	1	1	11	1	0,0	-
Mollerussa (Pla de l'Urgell)	0	0	1	2	3	0	-100,0	-
Falset (Priorat)	0	0	1	0	1	1	-	-
Móra d'Ebre (Ribera d'Ebre)	1	0	0	0	1	0	-	-100,0
Ripoll (Ripollès)	0	0	0	0	0	0	-	-
Cervera (Segarra)	0	0	0	12	12	0	-100,0	-
Lleida (Segrià)	22	15	14	64	115	5	-92,2	-77,3
Santa Coloma de Farners (La Selva)	1	0	15	2	18	1	-50,0	0,0
Solsona (Solsonès)	1	10	1	2	14	10	400,0	900,0
Tarragona (Tarragonès)	1	7	90	3	101	44	1.366,7	4.300,0
Gandesa (Terra Alta)	0	0	0	0	0	0	-	-
Tàrraga (Urgell)	3	0	0	53	56	0	-100,0	-100,0
Vielha e Mitjaran (Vall d'Aran)	0	0	0	3	3	2	-33,3	-
Sabadell (Vallès Occidental)	29	23	13	3	68	22	633,3	-24,1
Granollers (Vallès Oriental)	0	1	1	8	10	1	-87,5	-

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Agencia de la Vivienda con la información que ha sido elaborada a partir de los visados de los Colegios de Aparejadores.

May
18

PROMOCIÓN - CONSTRUCCIÓN: COYUNTURA DEL SECTOR



ASSOCIACIÓ DE PROMOTORS
DE CATALUNYA

ANEXO. ANÁLISIS TERRITORIAL. COMPRAVENTAS VIVIENDAS NUEVAS (I)

COMARCAS	I TRIM. 17	II TRIM. 17	III TRIM.17	IV TRIM.17	2017	Var. Trimestral (IV 17/ III 17)	Variación acumulada del mismo período
COMPRAVENTAS, VIVIENDAS NUEVAS							
Alt Camp	8	2	0	14	24	-	9,1
Alt Empordà	56	50	78	36	220	-53,8	31,0
Alt Penedès	36	35	36	45	152	25,0	1,3
Alt Urgell	6	4	6	2	18	-66,7	50,0
Alta Ribagorça	-	-	-	-	-	-	-
Anoia	27	48	35	25	135	-28,6	8,0
Bages	79	109	83	78	349	-6,0	8,0
Baix Camp	55	43	52	54	204	3,8	42,7
Baix Ebre	9	3	13	7	32	-46,2	-15,8
Baix Empordà	89	75	101	86	351	-14,9	23,2
Baix Llobregat	185	183	221	296	885	33,9	5,2
Baix Penedès	171	148	135	99	553	-26,7	41,4
Barcelonès	522	661	651	457	2.291	-29,8	32,0
Berguedà	1	2	1	3	7	200,0	16,7
Cerdanya	16	22	37	17	92	-54,1	26,0
Conca de Barberà	-	-	-	2	2	-	0,0
Garraf	23	46	51	38	158	-25,5	14,5
Garrigues	-	1	1	-	2	-	-90,0
Garrotxa	53	53	42	37	185	-11,9	63,7
Gironès	117	128	85	118	448	38,8	23,4
Maresme	127	129	218	225	699	3,2	35,5
Moianès	13	9	8	11	41	37,5	57,7
Montsià	8	12	178	7	205	-96,1	279,6
Noguera	5	3	6	8	22	33,3	-21,4
Osona	68	78	72	74	292	2,8	20,2
Pallars Jussà	-	-	-	-	-	-	-
Pallars Sobirà	2	1	3	3	9	0,0	-25,0
Pla de l'Estany	37	24	72	22	155	-69,4	115,3
Pla d'Urgell	6	4	5	8	23	60,0	4,5
Priorat	-	-	-	1	1	-	0,0
Ribera d'Ebre	1	2	2	3	8	50,0	-55,6
Ripollès	11	10	9	7	37	-22,2	-9,8
Segarra	4	1	3	2	10	-33,3	66,7
Segrià	99	83	84	96	362	14,3	-7,2
Selva	21	35	22	21	99	-4,5	-23,3
Solsonès	0	0	1	4	5	300,0	-58,3
Tarragonès	113	146	107	250	616	133,6	59,6
Terra Alta	2	1	3	3	9	0,0	50,0
Urgell	5	14	11	38	68	245,5	134,5
Val d'Aran	19	4	7	12	42	71,4	-16,0
Vallès Occidental	289	241	228	359	1.117	57,5	13,1
Vallès Oriental	149	142	157	146	594	-7,0	35,0
ÁMBITOS TERRITORIALES FUNCIONALES							
Alt Pirineu i Aran	43	31	53	34	161	-35,8	9,5
Camp de Tarragona	176	191	159	321	847	101,9	52,9
Comarques Centrals	157	199	165	165	686	0,0	12,8
Comarques Gironines	384	375	409	327	1.495	-20,0	27,7
Metropolità	1277	1357	1.478	1.490	5.602	0,8	23,6
Penedès	256	275	254	205	990	-19,3	24,7
Ponent	119	106	110	152	487	38,2	-1,6
Terres de l'Ebre	20	18	196	20	254	-89,8	119,0
DEMARCACIONES TERRITORIALES							
Barcelona	1.518	1.683	1.761	1.757	6.719	-0,2	21,5
Girona	397	396	442	342	1.577	-22,6	27,4
Lleida	150	116	131	175	572	33,6	-3,1
Tarragona	367	357	490	440	1.654	-10,2	55,9
CATALUÑA	2.432	2.552	2.824	2.714	10.522	-3,9	25,0

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Agencia de la Vivienda con la información del Colegio de Registradores de la Propiedad, Bienes Muebles y Mercantiles de España.

May
18

PROMOCIÓN - CONSTRUCCIÓN: COYUNTURA DEL SECTOR



ASSOCIACIÓ DE PROMOTORS
DE CATALUNYA

ANEXO. ANÁLISIS TERRITORIAL. COMPRAVENTAS VIVIENDAS NUEVAS (II)

CAPITALES DE COMARCA	I TRIM. 17	II TRIM. 17	III TRIM.17	IV TRIM.17	2017	Var. Trimestral (IV 17/ III 17)	Variación acumulada del mismo período
COMPRAVENTAS, VIVIENDAS NUEVAS							
Valls (Alt Camp)	8	0	0	12	20	-	25,0
Figueres (Alt Empordà)	10	19	13	7	49	-46,2	44,1
Vilafranca del Penedès (Alt Penedès)	22	15	15	26	78	73,3	2,6
La Seu d'Urgell (Alt Urgell)	1	3	5	1	10	-80,0	100,0
El Pont de Suert (Alta Ribagorça)	-	-	-	-	-	-	-
Igualada (L' Anoia)	14	23	13	6	56	-53,8	19,1
Manresa (Bages)	51	70	36	39	196	8,3	55,6
Reus (Baix Camp)	29	21	32	27	109	-15,6	12,4
Tortosa (Baix Ebre)	2	0	4	2	8	-50,0	0,0
La Bisbal de l'Empordà (Baix Empordà)	7	6	5	3	21	-40,0	75,0
Sant Feliu de Llobregat (Baix Llobregat)	37	49	13	7	106	-46,2	-39,4
El Vendrell (Baix Penedès)	3	5	6	5	19	-16,7	5,6
Barcelona (Barcelonès)	322	287	326	230	1165	-29,4	-2,6
Berga (Berguedà)	-	-	-	1	1	-	-
Puigcerdà (Cerdanya)	1	3	4	2	10	-50,0	66,7
Montblanc (Conca de Barberà)	-	-	-	2	2	-	-
Vilanova i la Geltrú (Garraf)	12	21	40	14	87	-65,0	11,5
Les Borges Blanques (Les Garrigues)	-	-	1	-	1	-	-91,7
Olot (Garrotxa)	38	46	28	24	136	-14,3	67,9
Girona (Gironès)	75	83	47	54	259	14,9	19,4
Mataró (Maresme)	26	45	42	37	150	-11,9	0,0
Moià (Moianès)	4	7	5	3	19	-40,0	72,7
Ampostà (Montsià)	1	3	-	-	4	-	-33,3
Balaguer (La Noguera)	4	-	5	6	15	20,0	-31,8
Vic (Osona)	26	23	20	41	110	105,0	-0,9
Tremp (Pallars Jussà)	-	-	-	-	-	-	-
Sort (Pallars Sobirà)	-	-	-	-	-	-	-
Banyoles (Plà de l'Estany)	29	18	67	17	131	-74,6	172,9
Mollerussa (Plà de l'Urgell)	2	-	-	4	6	-	-45,5
Falset (Priorat)	-	-	-	-	-	-	-
Móra d'Ebre (Ribera d'Ebre)	-	2	2	1	5	-50,0	-50,0
Ripoll (Ripollès)	5	6	6	3	20	-50,0	33,3
Cervera (Segarra)	2	0	3	-	5	-	150,0
Lleida (Segrià)	67	69	67	75	278	11,9	-14,7
Santa Coloma de Farners (La Selva)	4	5	2	6	17	200,0	30,8
Solsona (Solsonès)	-	-	1	4	5	300,0	-54,5
Tarragona (Tarragonès)	24	39	25	75	163	200,0	49,5
Gandesa (Terra Alta)	-	-	-	-	-	-	-
Tàrraga (Urgell)	4	10	9	6	29	-33,3	26,1
Vielha e Mitjaran (Vall d'Aran)	7	0	4	5	16	25,0	-5,9
Sabadell (Vallès Occidental)	102	95	67	76	340	13,4	2,7
Granollers (Vallès Oriental)	18	10	9	16	53	77,8	71,0

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Agencia de la Vivienda con la información del Colegio de Registradores de la Propiedad, Bienes Muebles y Mercantiles de España.

May
18

PROMOCIÓN - CONSTRUCCIÓN: COYUNTURA DEL SECTOR



ASSOCIACIÓ DE PROMOTORS
DE CATALUNYA

ANEXO. ANÁLISIS TERRITORIAL. COMPRAVENTAS VIV. SEGUNDA MANO (I)

COMARCAS	I TRIM. 17	II TRIM. 17	III TRIM.17	IV TRIM.17	2017	Var. Trimestral (IV 17/ III 17)	Variación acumulada del mismo período
COMPRAVENTAS, VIVIENDA DE SEGUNDA MANO							
Alt Camp	22	24	35	35	116	0,0	78,5
Alt Empordà	678	603	596	543	2.420	-8,9	12,6
Alt Penedès	180	185	176	145	686	-17,6	21,4
Alt Urgell	24	40	21	17	102	-19,0	-9,7
Alta Ribagorça	12	11	18	14	55	-22,2	0,0
Anoia	200	213	230	190	833	-17,4	15,5
Bages	296	275	321	246	1.138	-23,4	22,6
Baix Camp	583	614	643	525	2.365	-18,4	16,8
Baix Ebre	197	193	158	181	729	14,6	18,3
Baix Empordà	571	608	581	524	2.284	-9,8	5,1
Baix Llobregat	1.473	1.661	1.703	1.278	6.115	-25,0	16,6
Baix Penedès	328	358	382	350	1.418	-8,4	16,8
Barcelonès	5.299	5.257	4.957	4.101	19.614	-17,3	13,1
Berguedà	70	75	82	40	267	-51,2	22,5
Cerdanya	71	88	95	69	323	-27,4	16,6
Conca de Barberà	23	28	33	28	112	-15,2	154,5
Garraf	461	334	459	388	1.642	-15,5	34,7
Garrigues	32	37	25	25	119	0,0	22,7
Garrotxa	90	69	89	76	324	-14,6	0,6
Gironès	331	371	314	282	1.298	-10,2	18,3
Maresme	945	1.024	1.029	935	3.933	-9,1	16,1
Moianès	21	22	27	17	87	-37,0	50,0
Montsià	230	146	177	146	699	-17,5	2,6
Noguera	39	77	44	43	203	-2,3	50,4
Osona	261	281	240	226	1.008	-5,8	14,7
Pallars Jussà	29	24	35	17	105	-51,4	-0,9
Pallars Sobirà	25	25	11	32	93	190,9	-18,4
Pla de l'Estany	35	41	34	23	133	-32,4	27,9
Pla d'Urgell	42	34	61	42	179	-31,1	-11,4
Priorat	8	5	9	6	28	-33,3	0,0
Ribera d'Ebre	23	21	12	26	82	116,7	36,7
Ripollès	53	27	33	30	143	-9,1	25,4
Segarra	26	24	32	14	96	-56,3	3,2
Segrià	293	318	338	341	1.290	0,9	26,3
Selva	438	483	519	466	1.906	-10,2	24,1
Solsonès	11	17	20	12	60	-40,0	-3,2
Tarragonès	746	779	741	755	3.021	1,9	12,6
Terra Alta	9	6	2	10	27	400,0	-28,9
Urgell	49	50	61	46	206	-24,6	17,0
Val d'Aran	96	72	54	58	280	7,4	13,8
Vallès Occidental	1.987	2.206	2.361	1.722	8.276	-27,1	17,8
Vallès Oriental	711	741	794	653	2.899	-17,8	11,5
ÀMBITS TERRITORIALS FUNCIONALS							
Alt Pirineu i Aran	257	260	234	207	958	-11,5	5,2
Camp de Tarragona	1382	1450	1461	1349	5.642	-7,7	16,4
Comarques Centrals	664	668	695	538	2.565	-22,6	19,4
Comarques Gironines	2196	2202	2166	1944	8.508	-10,2	13,5
Metropolità	10422	10897	10851	8695	40.865	-19,9	14,7
Penedès	1157	1084	1235	1070	4.546	-13,4	23,2
Ponent	481	540	561	511	2.093	-8,9	21,4
Terres de l'Ebre	459	366	349	363	1.537	4,0	10,2
DEMARCACIONS TERRITORIALS							
Barcelona	11.904	12.273	12.384	9.945	46.506	-19,7	15,7
Girona	2.254	2.275	2.248	1.999	8.776	-11,1	13,9
Lleida	691	745	728	671	2.835	-7,8	14,1
Tarragona	2.169	2.174	2.192	2.062	8.597	-5,9	15,3
CATALUNYA	17.018	17.467	17.552	14.677	66.714	-16,4	15,4

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Agencia de la Vivienda con la información del Colegio de Registradores de la Propiedad, Bienes Muebles y Mercantiles de España.

May
18

PROMOCIÓN - CONSTRUCCIÓN: COYUNTURA DEL SECTOR



ASSOCIACIÓ DE PROMOTORS
DE CATALUNYA

ANEXO. ANÁLISIS TERRITORIAL. COMPRAVENTAS VIV. SEGUNDA MANO (II)

CAPITALES DE COMARCA	I TRIM. 17	II TRIM. 17	III TRIM.17	IV TRIM.17	2017	Var. Trimestral (IV 17/ III 17)	Variación acumulada del mismo periodo
COMPRAVENTAS, VIVIENDA DE SEGUNDA MANO							
Valls (Alt Camp)	12	8	12	22	54	83,3	86,2
Figueras (Alt Empordà)	81	79	76	80	316	5,3	-0,6
Vilafranca del Penedès (Alt Penedès)	82	86	73	64	305	-12,3	27,1
La Seu d'Urgell (Alt Urgell)	11	33	14	9	67	-35,7	-14,1
El Pont de Suert (Alta Ribagorça)	-	-	-	-	-	-	-
Igualada (L' Anoia)	62	80	81	58	281	-28,4	2,6
Manresa (Bages)	149	136	145	125	555	-13,8	25,6
Reus (Baix Camp)	245	216	235	215	911	-8,5	7,8
Tortosa (Baix Ebre)	81	66	48	61	256	27,1	11,8
La Bisbal de l'Empordà (Baix Empordà)	19	20	20	10	69	-50,0	-33,7
Sant Feliu de Llobregat (Baix Llobregat)	74	80	77	70	301	-9,1	13,2
El Vendrell (Baix Penedès)	144	167	187	152	650	-18,7	21,0
Barcelona (Barcelonès)	3.957	4.014	3.588	2.952	14.511	-17,7	11,0
Berga (Berguedà)	31	27	40	15	113	-62,5	34,5
Puigcerdà (Cerdanya)	16	18	19	19	72	0,0	10,8
Montblanc (Conca de Barberà)	7	13	12	17	49	41,7	145,0
Vilanova i la Geltrú (Garraf)	159	130	164	123	576	-25,0	55,3
Les Borges Blanques (Les Garrigues)	7	14	13	9	43	-30,8	13,2
Olot (Garrotxa)	66	63	68	60	257	-11,8	0,8
Girona (Gironès)	206	250	188	188	832	0,0	23,8
Mataró (Maresme)	246	272	255	244	1.017	-4,3	18,7
Moià (Moianès)	13	10	16	7	46	-56,3	100,0
Ampostà (Montsià)	128	52	47	37	264	-21,3	37,5
Balaguer (La Noguera)	18	53	23	21	115	-8,7	55,4
Vic (Osona)	103	93	94	92	382	-2,1	20,1
Tremp (Pallars Jussà)	11	10	21	6	48	-71,4	20,0
Sort (Pallars Sobirà)	-	-	-	-	-	-	-
Banyoles (Pla de l'Estany)	32	29	25	19	105	-24,0	25,0
Mollerussa (Pla de l'Urgell)	25	22	22	19	88	-13,6	-32,3
Falset (Priorat)	-	-	-	-	-	-	-
Móra d'Ebre (Ribera d'Ebre)	11	7	4	6	28	50,0	21,7
Ripoll (Ripollès)	12	10	9	11	42	22,2	31,3
Cervera (Segarra)	17	15	15	6	53	-60,0	29,3
Lleida (Segrià)	205	230	243	248	926	2,1	25,6
Santa Coloma de Farners (La Selva)	28	25	28	35	116	25,0	46,8
Solsona (Solsonès)	7	11	12	9	39	-25,0	-11,4
Tarragona (Tarragonès)	299	312	264	304	1.179	15,2	8,3
Gandesa (Terra Alta)	-	-	-	-	-	-	-
Tàrraga (Urgell)	28	25	37	35	125	-5,4	19,0
Vielha e Mitjaran (Vall d'Aran)	30	31	23	30	114	30,4	-3,4
Sabadell (Vallès Occidental)	448	528	618	427	2.021	-30,9	16,8
Granollers (Vallès Oriental)	109	122	147	108	486	-26,5	1,5

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Agencia de la Vivienda con la información del Colegio de Registradoras de la Propiedad, Bienes Muebles y Mercantiles de España.



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



Índice

¿QUÉ APRENDERÁ?

PARTE PRIMERA.

Vivienda de segunda residencia y turística.

Capítulo 1. Planificación y 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.

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

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

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.

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.

¿QUÉ APRENDERÁ?



- **Planificación desarrollos de segunda residencia.**
- **Factores que influyen en la demanda de segunda residencia.**
- **Claves para maximizar la rentabilidad de una promoción inmobiliaria turística.**
- **La segunda residencia y su planificación medioambiental y urbanística. La Ley 21/2013, de 9 de diciembre, de Evaluación Ambiental.**
- **Fases de una promoción inmobiliaria de segunda residencia.**
- **Viabilidad comercial: ¿es vendible el producto? Análisis del mercado: oferta y demanda.**
- **Principales estrategias de comercialización y marketing inmobiliario para llegar al cliente nacional y extranjero.**
- **Planes de excelencia y dinamización turística: todos a crear el “destino turístico”.**

PARTE PRIMERA.

Vivienda de segunda residencia y turística.

Capítulo 1. Planificación y desarrollos de segunda residencia.



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