



Universidad
Francisco de Vitoria
UFV Madrid
Escuela de Postgrado y
Formación Permanente



AÑO 2020
CONSTRUCCIÓN 4.0

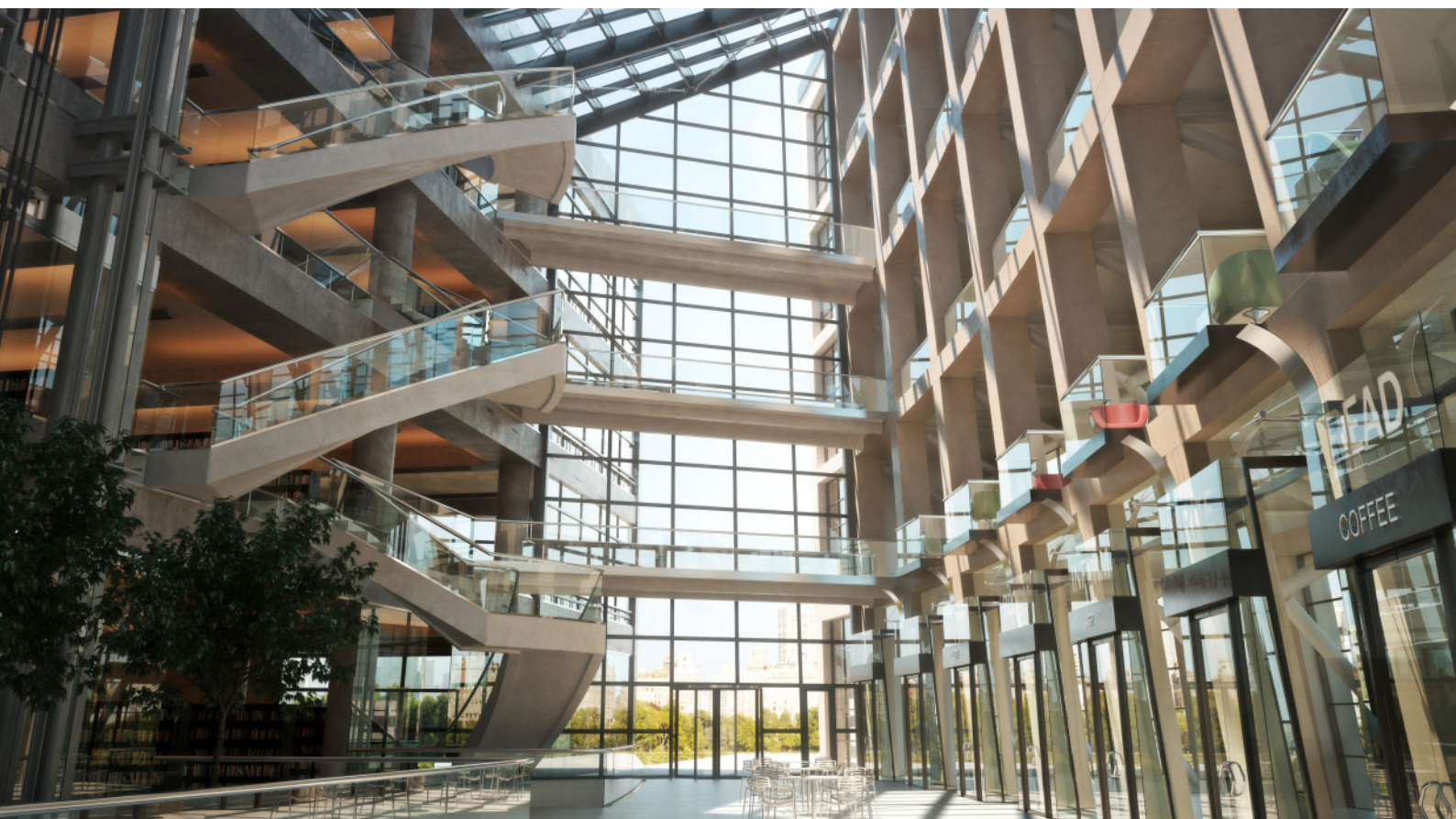
CURSO

VALORACIONES DE CENTROS COMERCIALES

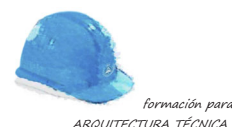
SEGÚN ESTÁNDARES NACIONALES E INTERNACIONALES



MIP MÁSTER
INMOBILIARIO
Asset, Property & Real Estate Management



ORGANIZADO POR:



Objetivos

Dirigido a profesionales de las valoraciones, el objetivo de este curso de valoración de centros comerciales, o proyectos comerciales, consiste en aprender a determinar los parámetros específicos que inciden en la viabilidad de un proyecto comercial y cómo valorar aquellos en funcionamiento, atendiendo a los parámetros clave en el análisis de los mismos.

Los proyectos comerciales son inmuebles complejos que aglutinan gran cantidad de variables de mercado, urbanísticas, de coyuntura inherentes al propio centro, que pueden hacer que nos perdamos en una maraña de cientos de inquilinos, mix comercial, zonas frías y cálidas, gestión patrimonial, ventas, etc.

La metodología que estudiaremos se ha desarrollado y evolucionado en los últimos 20 años, donde se han valorado y analizado millones de metros cuadrados comerciales tanto en España como fuera de nuestras fronteras, tanto para analizar la apertura de un nuevo proyecto, solicitar segundas licencias comerciales, análisis de ampliaciones o valorar para "loan security" un centro o un gran portfolio de centros, parques y locales.

Pretendemos ofrecer un exhaustivo proceso de valoración y análisis de viabilidad de proyectos comerciales desarrollados en la geografía nacional.

Profesorado

D. José Manuel Sánchez Rodríguez

Ingeniero de Edificación. Arquitecto Técnico. MRICS-RV. Máster en Economía de la Edificación UPM-FEE. Senior Director Valuations en Servihabitat.

D.ª Belén Hernández Orduña

Arquitecto. SERVIHABITAT. Market Intelligence & Advisory.

D. Leandro Sergio Escobar Torres

Licenciado en Derecho y Licenciado en Ciencias Económicas. Abogado. MRICS. REV. EFA. ATASA.

Programa

Tema 1. Urbanismo comercial. Distribución y retail, origen y evolución de los centros comerciales. Definiciones y clasificación de los CC. Algunos ejemplos internacionales.

Tema 2. Estudio de diferentes tipos de CC. Componentes básicos de un centro comercial. Medición de superficies. Promoción de un CC y cálculo de la inversión. Licencias y autorizaciones. Gestión de centros comerciales.

Tema 3. Inspección y comprobaciones en la valoración de un CC. Conexiones, red viaria y accesos.

Tema 4. Estudio de mercado. Estudio de la oferta competitiva. Prospecciones y sondeos. Homogeneización y determinación de rentas de mercado. Armonización de rentas.

Tema 5. Centro comercial en funcionamiento. El mix comercial y los operadores comerciales. Gráfico de rentas. Ingresos y gastos. Tipo de actualización y riesgo. Tasas de capitalización. Valor de mercado por actualización de rentas.

Tema 6. Centro comercial en proyecto o en declive. Tasas de esfuerzo, rentas variables, incentivos. Previsión de ingresos y gastos. Ocupación, tipo de actualización y tipo de capitalización, IRR vs yield, riesgo y rentabilidad. Valor por capitalización de rentas.

Tema 7. Estudio de viabilidad. Área de influencia. Oferta competitiva. Análisis de la demanda comercial. Determinación de la renta. Viabilidad, rentabilidad y riesgo de la inversión.

Tema 8. Ejemplos de valoración.



Este curso cumple con los requisitos de formación establecidos para mantener acreditaciones profesionales en el ámbito inmobiliario.

Información general

Fechas y horarios	
Carga lectiva	
Titulación	
Lugar de impartición	
Precio de matrícula	
Información y matrícula	

ENTIDADES COLABORADORAS DEL MÁSTER INMOBILIARIO:



ORGANIZADO POR:

