

Sostenibilidad como Atributo Comercial: Transformando Ventas en el Sector Constructor

SORPRESA

Si se quedan
hasta el final



SILVERYREFUGIONATURAL

El tío Guillermo





*Instituto San Carlos
de La Salle*

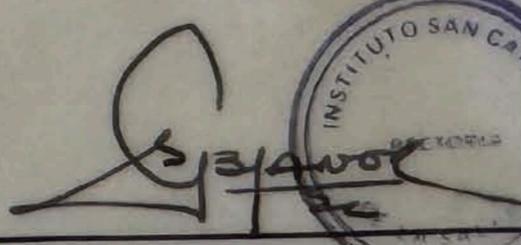
HACE CONSTAR QUE

EDGAR ALBERTO MARTINEZ LONDOÑO

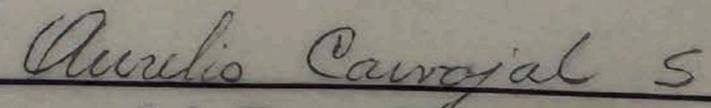
Asistió a la Modalidad de: ELECTRONICA

Con una duración de TRESCIENTAS Horas 300

Noviembre 6 de 1992




Rector


Jefe Dpto. Tecnología

EN NOVENO

Se atravesó el grupo ecológico del colegio

“Yo vine a este mundo a dejar huella y lo voy a hacer salvando al planeta, pero con ingeniería eléctrica no es la cosa”

EAML, 15 años

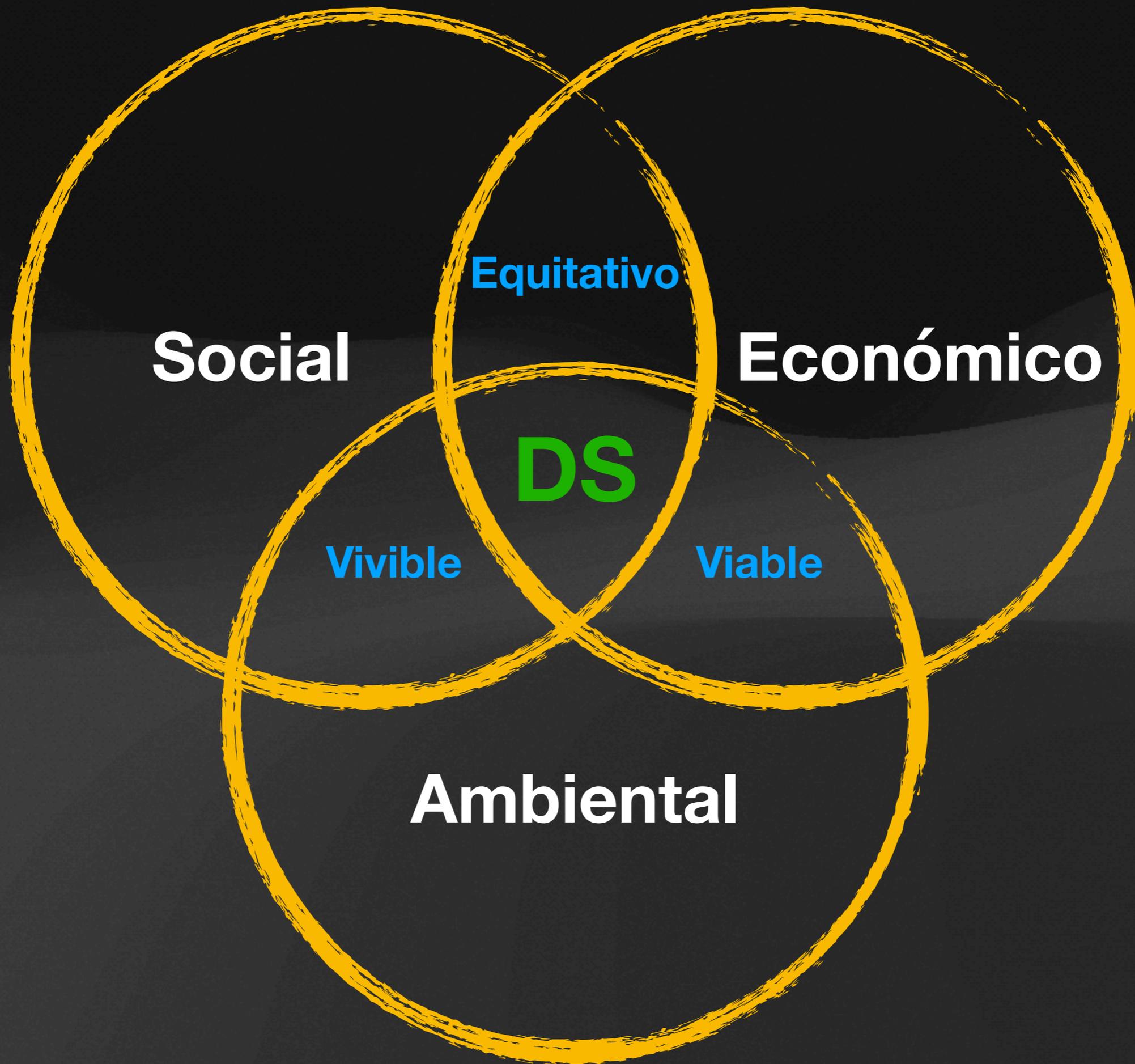
Después...

La Cumbre de la Tierra



| Foto de grupo de los líderes mundiales reunidos en la 'Cumbre para la Tierra' en Río de Janeiro, Brasil, 13 de junio de 1992. Foto ONU/Michos Tzovaras

Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo, Río de Janeiro, Brasil, 3 a 14 de junio de 1992



OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



“Y como el pez muere por la boca”

Dicho popular



Infraestructura sostenible

**Hoy en día, el mundo básicamente está
construyendo dos ciudades como Medellín cada
mes**

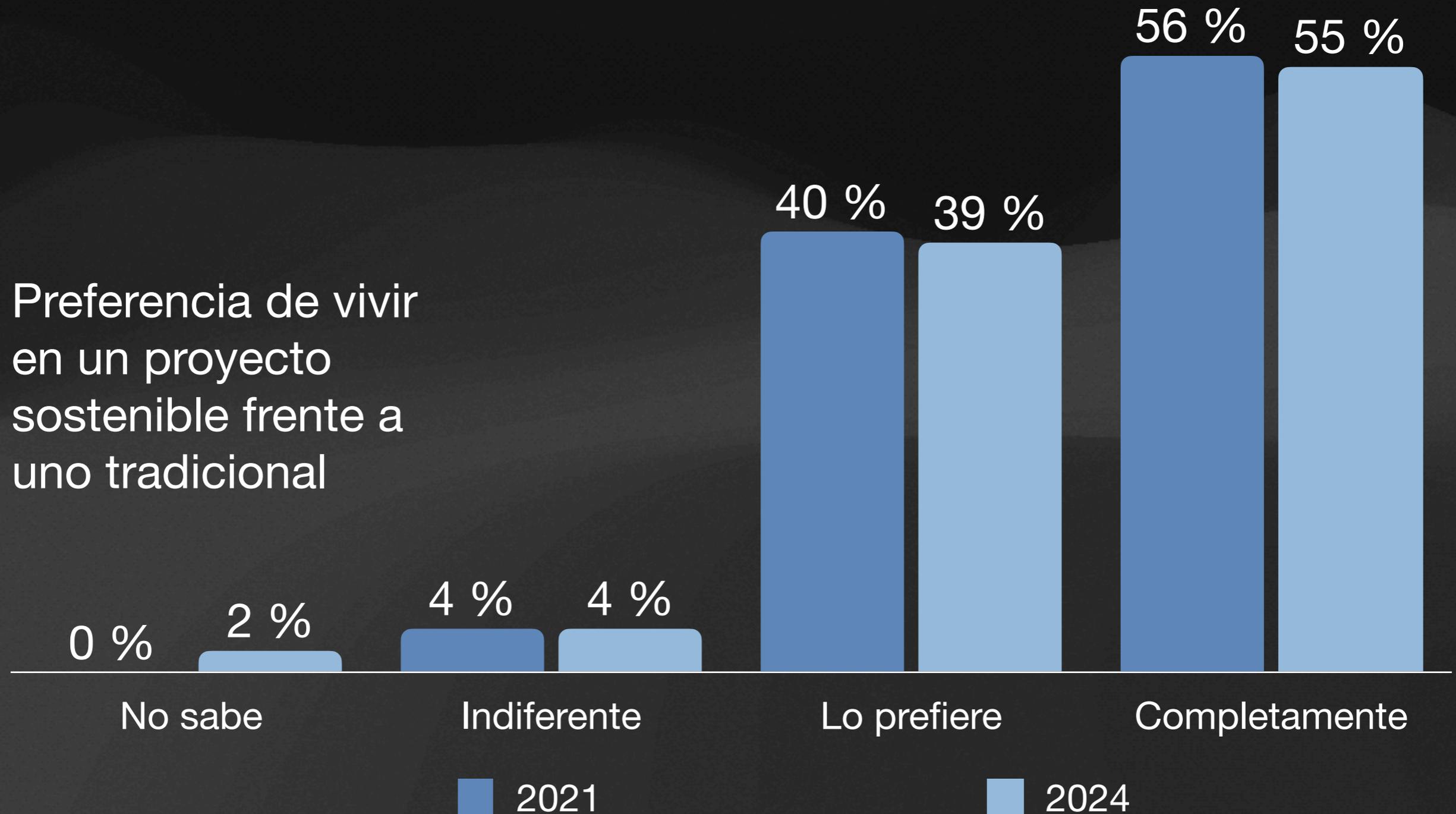


SOSTENIBILIDAD

**Desde gestionar un subsidio hasta la
implementación de energías renovables para
generar rentabilidad**

El Cliente

¿Lo entendemos?



Adaptado de "Estado de la construcción sostenible en Colombia, segunda edición, 2024. CCCS

53%

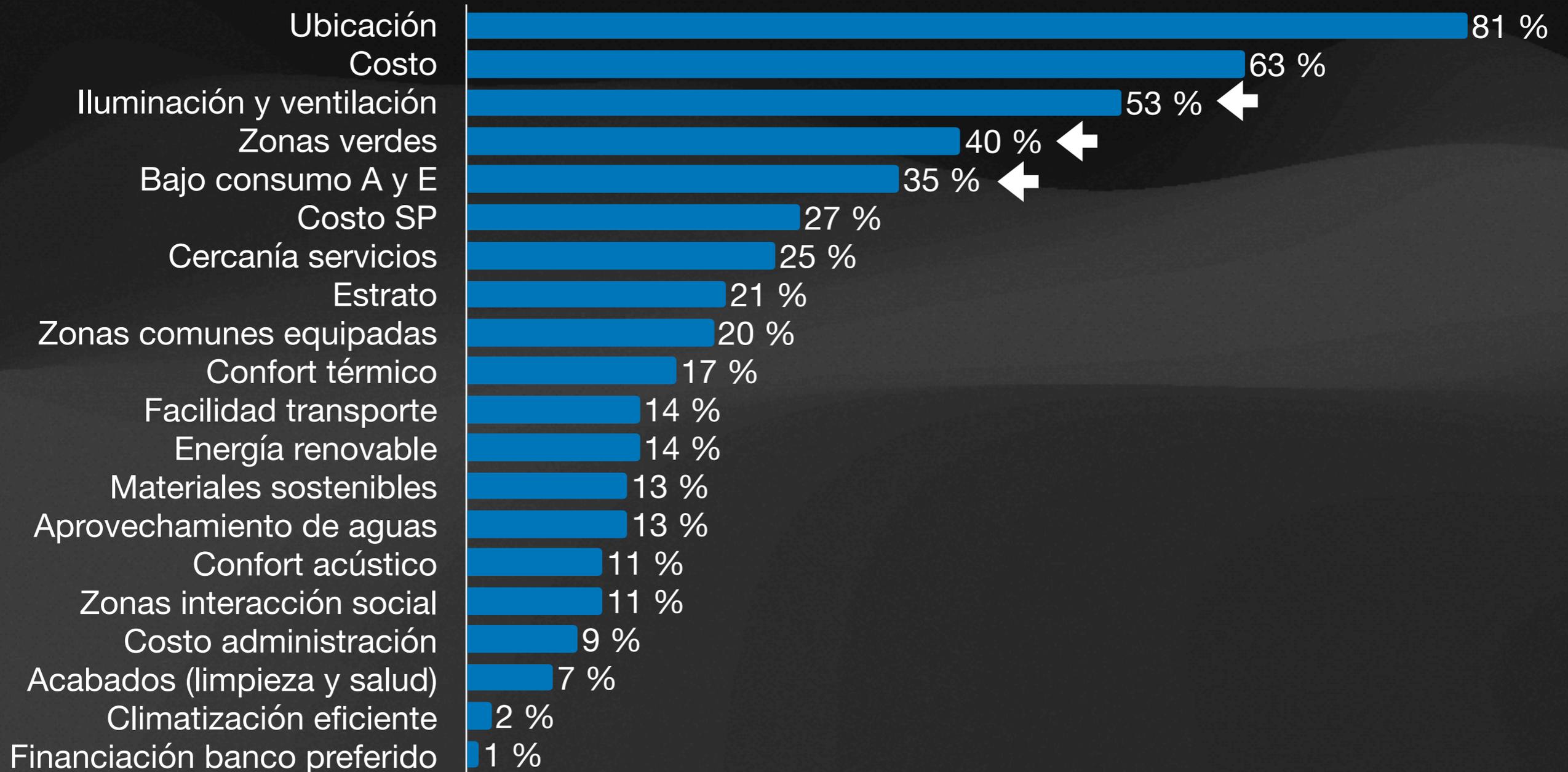
“De las personas ven Muy Relevante que su vivienda no contribuya a aumentar el cambio climático”

74%

“De las personas ven Muy Relevante que su vivienda sea segura ante eventos climáticos extremos”

El Cliente

¿Lo entendemos?



■ Motivadores



Family plan

@edgar_martinez_londono

90%

“De los usuarios considera que un sello en construcción sostenible influiría en su decisión de compra”



6 MM
m²

Desde 2010

16 MM
m²

Desde 2017

2 MM
m²

Desde 2017

En promedio, la inversión en la certificación EDGE no supera el 2% del costo total del proyecto

V85 Coala Arquitectura y Construcción S.A.S

Ubicación: Bogotá

Nivel de Ingresos: NO VIS

Tipo de proyecto: Vivienda

Unidades: 42

Certificado preliminar: 12/05/2023

Área (m²): 3.665

Ahorros

 40%

 28%

 46%

V85 Coala Arquitectura y Construcción S.A.S

Medidas Aplicadas:



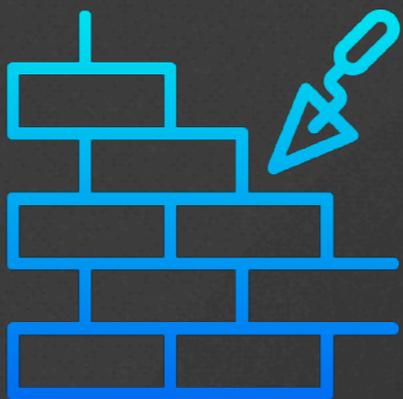
Relación ventana
pared



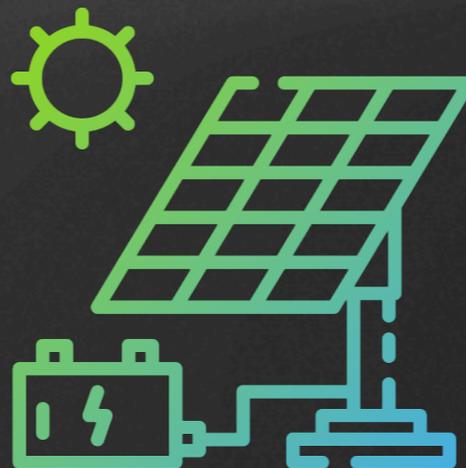
Eficiencia vidrio



Griferías ahorradoras



Aislamiento:
techo, muros



Calentamiento agua
con energía solar



Aparatos sanitarios
ahorradores

MAUI Constructora Colpatria



Ubicación: Barranquilla

Nivel de Ingresos: VIS

Tipo de proyecto: Vivienda

Unidades: 675

Certificado preliminar: 29/11/2022

Área (m²): 4.828

Ahorros (A)



Ahorros (B)



MAUI Constructora Colpatria

Medidas Aplicadas:



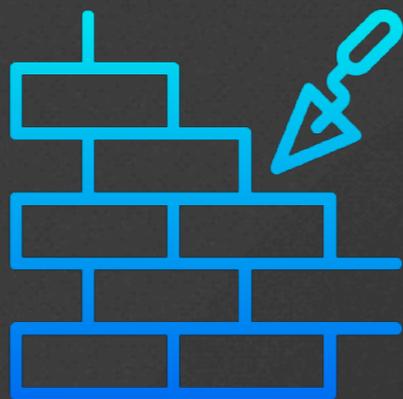
Relación ventana
pared



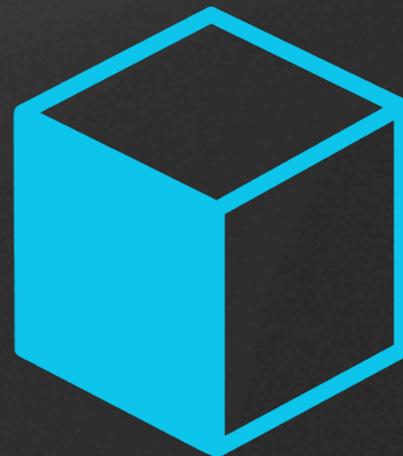
Ventilación natural



Griferías ahorradoras



Reflectividad:
techo, muros



Sombreado



Aparatos sanitarios
ahorradores

El equipo de ventas

**¿Se siente confiado para cerrar la venta de un
proyecto sostenible?**



y esta es la gran sala, aunque
Genial, difícilmente parece funcionar en



Modern family

Comerciales

¿Ustedes realmente creen en las características de sostenibilidad que venden?

El equipo de ventas

¿Tiene herramientas para vender sostenibilidad?

Constructores y Desarrolladores	Aspectos necesarios para mejorar capacidad de comunicación de los equipos de ventas	Proveedores y Fabricantes
79 %	Capacidad de traducir beneficios tangibles para los clientes, herramientas de comunicación	76 %
76 %	Conocimiento mínimo sobre sostenibilidad encaminado a obtener un conocimiento técnico	63 %
17 %	Vincular las metas de ventas de la fuerza comercial a indicadores de sostenibilidad	22 %
14 %	Generar incentivos para la fuerza comercial ligados al logro de metas de sostenibilidad	24 %



SYMA
CONSTRUIMOS TUS SUEÑOS

Beneficio
e interés
colectivo



1.000 SOLUCIONES DE VIVIENDA

Hábitats integrales y
sostenibles
Suroeste Antioqueño
Colombia 2017 - 2027



Greenwashing

Madura y se convierte en Greenwashing

Storytelling

Una forma de generar conversación

¿Qué le contamos al cliente?

“Lo que le importa”

Sarita Palacio

“Lo que le interesa”

Sarita Palacio

“Lo que necesita saber”

Sarita Palacio

“En su lenguaje”

Sarita Palacio

¿Cómo lo hacemos?

“Micro historias para repetir”

Sarita Palacio

“Frases para recordar”

Sarita Palacio

“Datos para creer”

Sarita Palacio