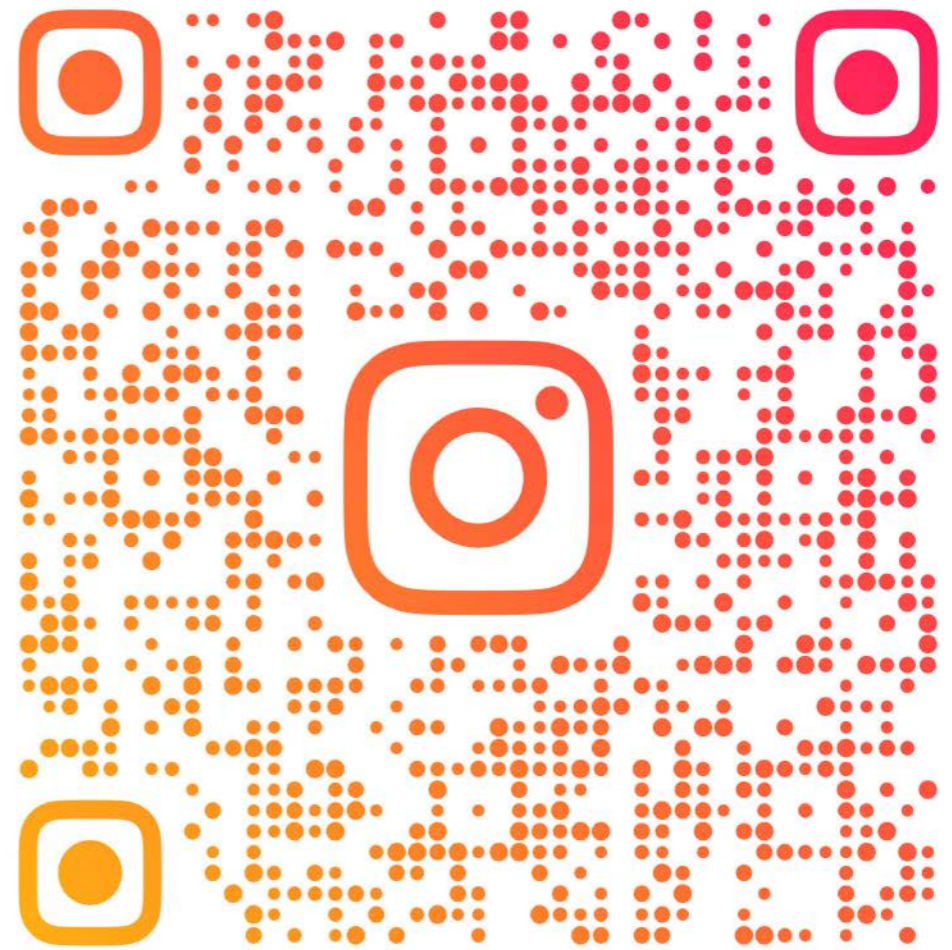


# **Sostenibilidad como Atributo Comercial: Transformando Ventas en el Sector Constructor**

# SORPRESA

Si se quedan  
hasta el final



SILVERYREFUGIONATURAL



# El tío Guillermo







*Instituto San Carlos  
de La Salle*

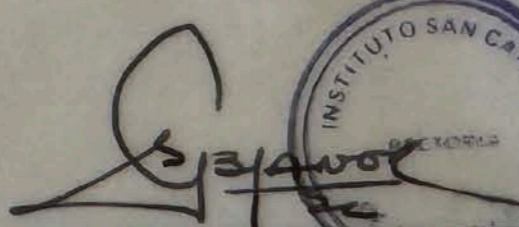

**HACE CONSTAR QUE**

**EDGAR ALBERTO MARTINEZ LONDOÑO**

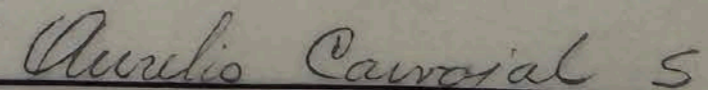
*Asistió a la Modalidad de:* **ELECTRONICA**

*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...

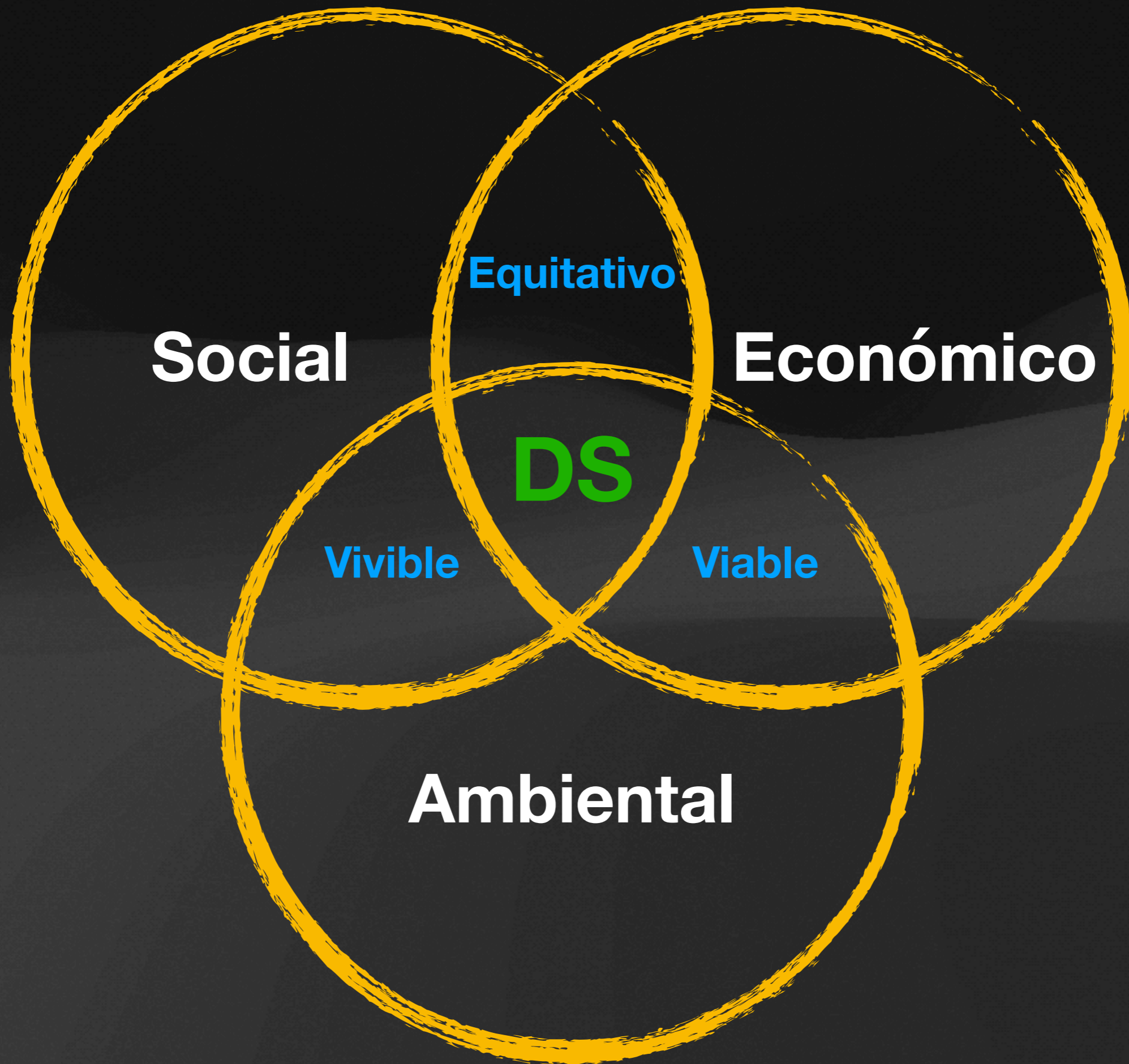
# La Cumbre de la Tierra



| 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**

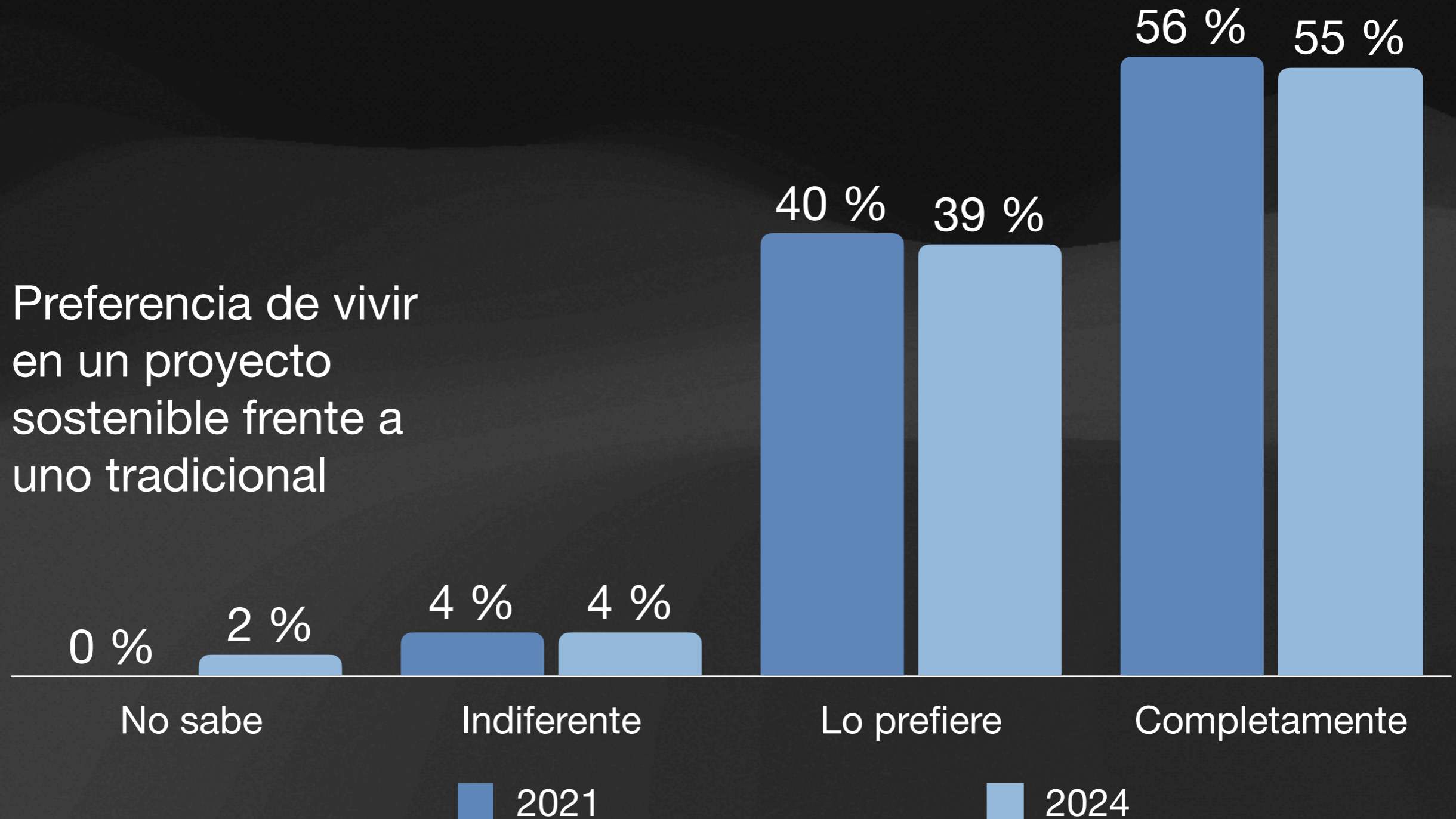
**Desde gestionar un subsidio hasta la  
implementación de energías renovables para  
generar rentabilidad**



# El Cliente

## ¿Lo entendemos?

Preferencia de vivir en un proyecto sostenible frente a uno tradicional



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”**



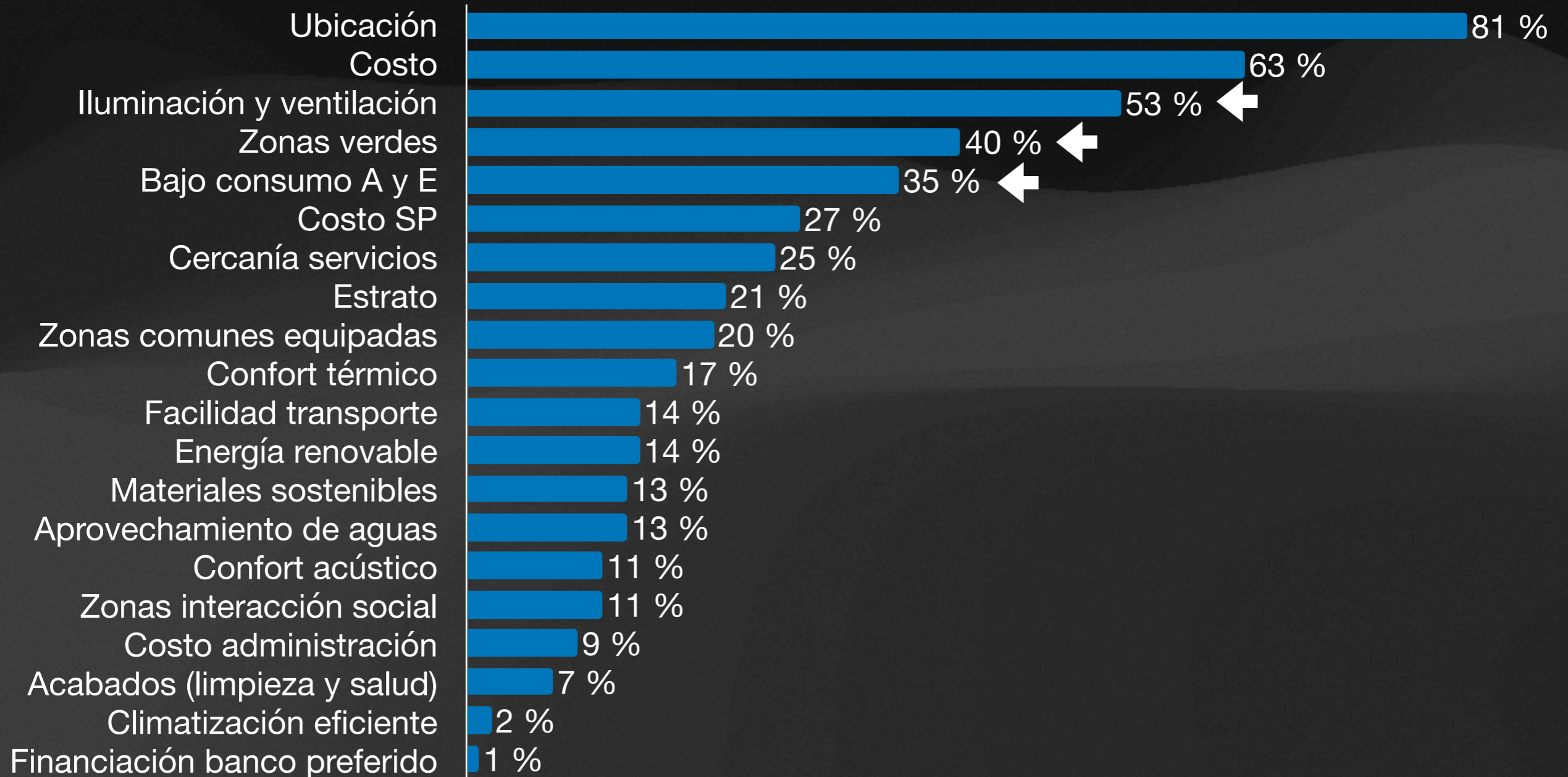
# 74%

**“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**  
**m<sup>2</sup>**

**Desde 2010**

**16 MM**  
**m<sup>2</sup>**

**Desde 2017**

**2 MM**  
**m<sup>2</sup>**

**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 (m<sup>2</sup>):** 3.665

## Ahorros

 40%

 28%

 46%



# V85 Coala Arquitectura y Construcción S.A.S

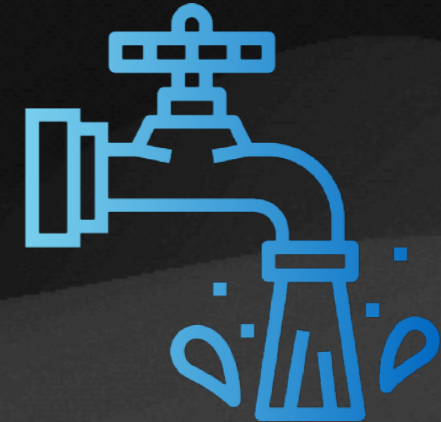
## Medidas Aplicadas:



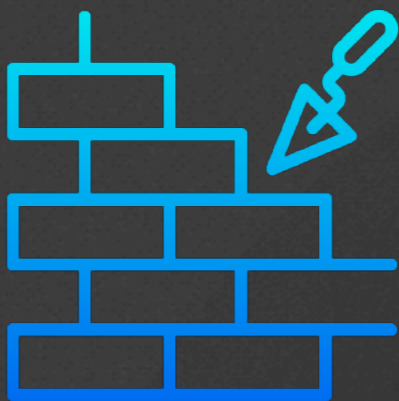
Relación ventana  
pared



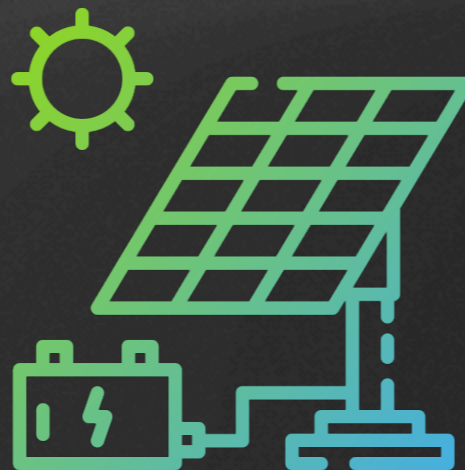
Eficiencia vidrio



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 (m<sup>2</sup>):** 4.828

## Ahorros (A)



## Ahorros (B)





# MAUI Constructora Colpatria

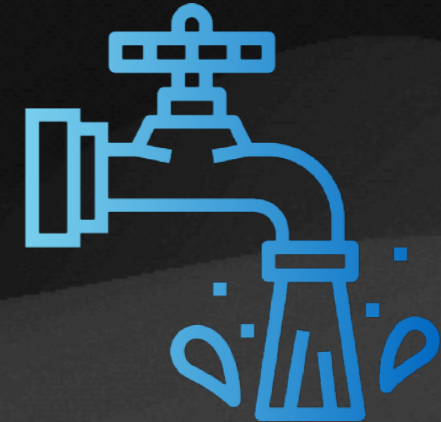
## Medidas Aplicadas:



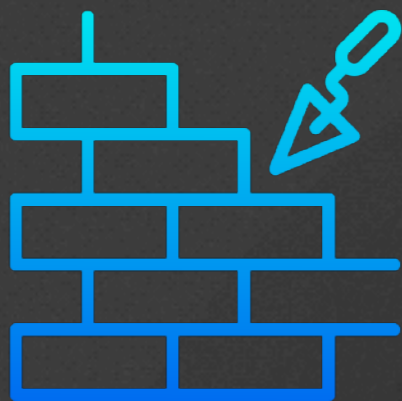
Relación ventana  
pared



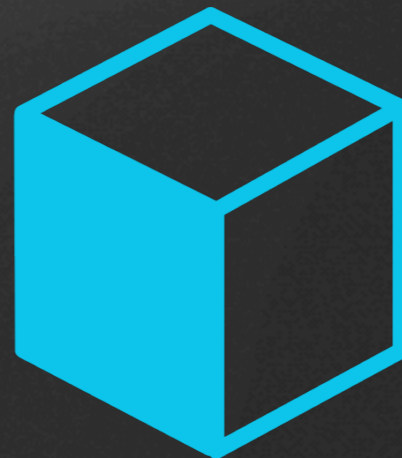
Ventilación natural



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
<b>79 %</b>	Capacidad de traducir beneficios tangibles para los clientes, herramientas de comunicación	<b>76 %</b>
<b>76 %</b>	Conocimiento mínimo sobre sostenibilidad encaminado a obtener un conocimiento técnico	<b>63 %</b>
<b>17 %</b>	Vincular las metas de ventas de la fuerza comercial a indicadores de sostenibilidad	<b>22 %</b>
<b>14 %</b>	Generar incentivos para la fuerza comercial ligados al logro de metas de sostenibilidad	<b>24 %</b>





**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