

**Presidente Ejecutiva: Sandra Forero Ramírez**

**Editor: Edwin Chirivi Bonilla**

**Investigadores: Karen Ortega Burgos; Carlos Fernando Rueda Gallardo.**

## **Evolución del impacto comercial de los proyectos de edificaciones**

### ***Un indicador líder***

#### **Contenido**

1. Introducción .....	1
2. Resultados del sector de vivienda a febrero de 2017.....	2
2.1. ¿Cómo se comportaron los segmentos de precios?.....	3
2.2. Evolución de la oferta e indicadores de riesgo.....	4
3. ¿Cómo han evolucionado los porcentajes de comercialización de vivienda nueva? .....	6
3.1. Impacto comercial del lanzamiento de proyectos.....	7
3.2. Ajustes de mercado: el periodo de preventas evoluciona de forma saludable ..	10
3.3. La capacidad de ventas determina los nuevos lanzamientos.....	12
4. Reflexiones finales.....	14

#### **1. Introducción**

Entre el año 2010 y el 2016, la construcción pasó de representar el 7,2% al 9,4% del PIB

nacional, adicionalmente, al interior del sector se observó que en el mismo periodo la rama de edificaciones pasó del 52,5% al 57,0% del total de la construcción<sup>1</sup>. De esta manera, la construcción de edificaciones se ha consolidado como un motor para el desarrollo del país, aportando de forma importante al crecimiento del PIB y favoreciendo la generación de empleo a distintos niveles.

Por lo anterior, es importante monitorear de forma rigurosa el desempeño de la actividad sectorial de cara a la coyuntura macroeconómica del país. En particular, el comportamiento en el mercado de vivienda se ha visto influenciado por una reconfiguración en la política monetaria que persistió durante la mayor parte del 2016. En periodos anteriores y con escenarios muy favorables de inflación controlada, la tasa de intervención estuvo en niveles bajos, permitiendo tasas hipotecarias reducidas que mantuvieron estable el costo de

<sup>1</sup> La participación fue calculada usando el valor agregado de edificaciones, obras civiles y construcción en pesos corrientes.

financiamiento e impulsaron la demanda de vivienda nueva (Tabla 1).

**Tabla 1. Tasa de intervención del Banco de la República**  
**Promedio anual (2010-2017)**

2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
3.2%	4.0%	5.0%	3.4%	3.9%	4.7%	7.1%	7.5%

Fuente: Banrep, cálculos Camacol.

De otro lado, el gran avance y consolidación de la política de vivienda ha sido un valioso soporte no solo para sostener los niveles de actividad en el sector, sino para mejorar las condiciones sociales del país, facilitando el cierre financiero de los hogares más vulnerables.

Los factores anteriormente descritos son solo algunos de los elementos que inciden en la dinámica del sector: la creciente incertidumbre económica y los ajustes en el modelo constructivo son variables determinantes a la hora de darle lectura a los niveles de oferta y demanda en el mercado habitacional. Recientemente, algunos segmentos han recibido un impacto más abrupto de las condiciones económicas actuales, mientras que otros (precisamente donde operan los subsidios de la política de vivienda) han logrado resistir los efectos del ciclo.

Por esta razón, se construyeron algunos indicadores adicionales para monitorear la

dinámica comercial de las viviendas nuevas, buscando justificar algunos descalces en indicadores de riesgo como la rotación de inventarios. En este sentido, el análisis busca profundizar en el desempeño comercial al interior de los proyectos, para hallar factores que incidan en este descalce, así como identificar elementos comunes en segmentos de la demanda que presentan un desempeño que en comparación resultan positivos.

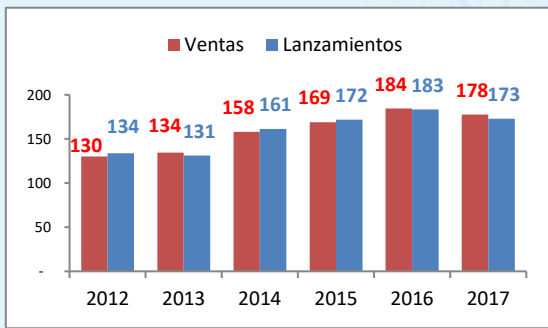
El presente informe consta de cuatro secciones, la primera es la presente introducción; en la segunda se muestran los resultados de los indicadores líderes en los últimos doce meses con corte a febrero y su correspondencia con los indicadores de riesgo; a continuación se analiza el desempeño comercial reciente de los nuevos proyectos de vivienda, explorando la hipótesis de la importancia de aparatos comerciales robustos en el éxito de los proyectos; en la cuarta parte se realizan algunas reflexiones finales.

## 2. Resultados del sector de vivienda a febrero de 2017

Pese a la gran resistencia del sector frente a una coyuntura macroeconómica desfavorable como la de 2016, el mercado de vivienda nueva experimentó una ligera corrección en la velocidad de comercialización de unidades habitacionales, sin embargo los niveles de ventas permanecieron entre los máximos históricos. En el gráfico 1 se muestra el total de unidades vendidas en el acumulado doce meses con corte a febrero de cada año, allí

se evidencian niveles de ventas de 177.735 viviendas nuevas que ubican al 2017 como el segundo año de mayor comercialización, a pesar de una contracción del 3,6% frente al año anterior<sup>2</sup>.

**Gráfico 1. Ventas y lanzamientos (Total nacional)- Acumulado doce meses a Febrero – Miles de unidades (2012-2017)**



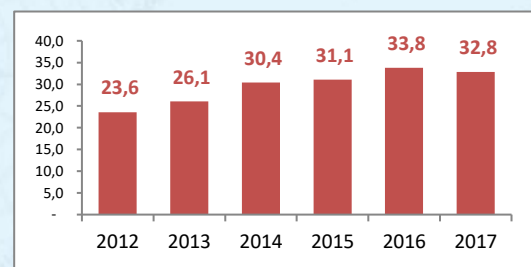
Fuente: Coordinada Urbana.

En cuanto a la oferta, se registraron lanzamientos por 173.100 unidades en el último año a febrero, cifra inferior en 10.302 unidades (-5,6%) a la presentada en el periodo anterior (Gráfico 2).

En cuanto al valor de ventas, las unidades comercializadas en los últimos 12 meses a febrero de 2017 ascienden a los 32,8 billones

de pesos siendo el segundo monto de inversión más alto históricamente.

**Gráfico 2. Valor de ventas (Total nacional)- Billones de pesos constantes de febrero de 2017 (2012-2017)**



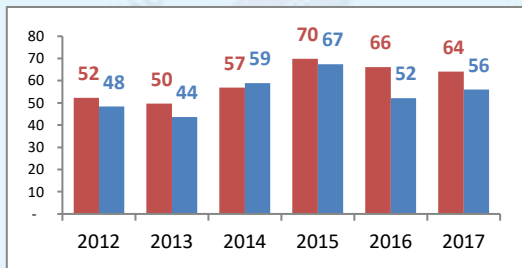
Fuente: coordinada Urbana.

## 2.1. ¿Cómo se comportaron los segmentos de precios?

El segmento VIS logró la comercialización de 64.157 unidades entre marzo del año 2016 y febrero del 2017. Esta cifra fue inferior en 1.994 viviendas a la presentada en el mismo periodo del año 2016, lo cual equivale a una contracción del 3,0% (Gráfico 3).

<sup>2</sup> El programa de Vivienda de Interés Prioritario para Ahorradores (VIPA) fomentó fuertemente la comercialización de viviendas a lo largo del año 2015, por lo que los resultados del último año tuvieron una base de comparación históricamente alta. Así, El mercado VIP redujo el número de ventas en 6.350 unidades.

**Gráfico 3. Ventas y lanzamientos VIS (Hasta 135 SMMLV)- Acumulado doce meses a Febrero – Miles de unidades (2012-2017)**



Fuente: Coordinada Urbana

Por su parte, la oferta nueva alcanzó las 55.973 unidades lanzadas con una expansión del 7,2%.

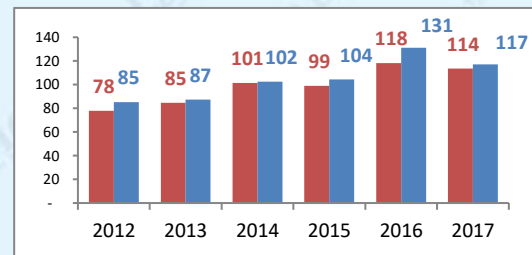
Al interior del segmento VIS, vale la pena destacar los buenos volúmenes de actividad del rango de precios donde opera el programa Mi Casa Ya (70 a 135 smmlv). En este, las ventas alcanzaron las 50.813 unidades, con un crecimiento del 9,4%; por su parte los lanzamientos ascendieron a 45.885 viviendas nuevas y presentaron una variación anual del 8,1%.

De otro lado, el segmento No VIS presentó correcciones tanto en el nivel de ventas (-4,0%) como en el de lanzamientos (-10,7%) tras alcanzar niveles de 113.578 y 117.127 viviendas nuevas, respectivamente (Gráfico 4).

En este caso, en los últimos años los niveles de lanzamientos han superado ligeramente las ventas de vivienda, presentando la mayor brecha en el año 2016. Así, la

corrección de los lanzamientos se configura como una respuesta saludable a la realidad económica actual. Adicionalmente, es necesario tener en cuenta que la reducción en ventas responde al desempeño del subsegmento de más de 335 SMMLV que presentó una contracción de -15,0%, mientras que las viviendas de entre 135 y 335 SMMLV se vendieron un 2,5% más que el periodo anterior.

**Gráfico 4. Ventas y lanzamientos No VIS (Más de 135 SMMLV)- Acumulado doce meses a Febrero – Miles de unidades (2012-2017)**



Fuente: Coordinada Urbana

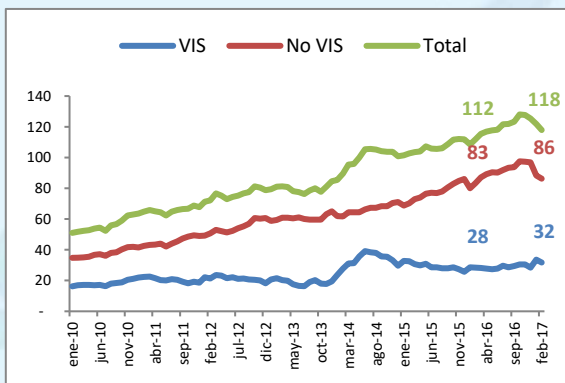
## 2.2. Evolución de la oferta e indicadores de riesgo

El inicio del año 2017 se caracterizó por un incremento en la oferta disponible. Así, en febrero de este año habían 117.933 viviendas nuevas en oferta, 3.263 más que en el mismo mes del año anterior, mostrando un crecimiento del 5,5%. Esta dinámica fue impulsada por el segmento VIS, cuya variación anual fue del 11,5% alcanzando las 31.717 unidades nuevas; por su parte, el segmento No VIS tuvo una oferta

de 86.216 viviendas, tras un crecimiento de 3,4% (Gráfico 5).

Vale la pena mencionar que a pesar del incremento anual, la oferta de vivienda alcanzó sus niveles máximos en octubre de 2016 (128.038), momento desde el cual se dio una des acumulación durante cuatro periodo consecutivos. En consecuencia, producto de la reducción en los lanzamientos de algunos segmentos, al corte de febrero habían cerca de 10.000 unidades disponibles menos que en el periodo mencionado.

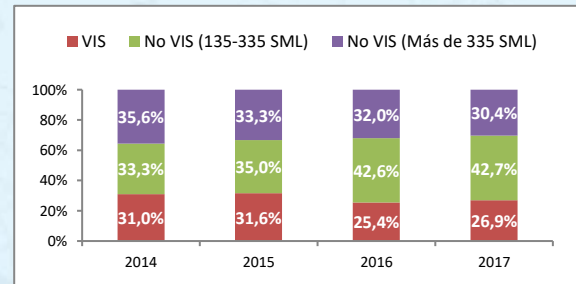
**Gráfico 5. Unidades de vivienda nueva en oferta – Miles de unidades (2012-2017)**



Fuente: Coordinada Urbana.

Así, como se observa en el gráfico 6, entre el año 2016 y el 2017 el segmento VIS ganó una participación de 1,5p.p., llegando a representar el 26,9% de la oferta; esto en contraposición del segmento de más de 335 SMMLV cuya participación se contrajo en 1,6p.p., al pasar del 32,0% al 30,4%. Por último, el segmento de viviendas de estrato medio mantuvo relativamente constante su participación (+0,1p.p.).

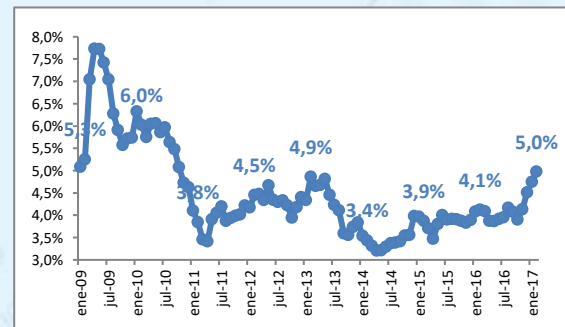
**Gráfico 6. Distribución de la oferta por segmentos – Total nacional (2014-2017)**



Fuente: Coordinada Urbana.

Vale la pena mencionar que el 5,0% de la oferta total se encuentra en estado terminado, porcentaje que representa un incremento de 0,9p.p. frente al año anterior y que equivale a 5.868 unidades (Gráfico 7).

**Gráfico 7. Unidades terminadas sin vender/Oferta – Total nacional (2009-2017)**

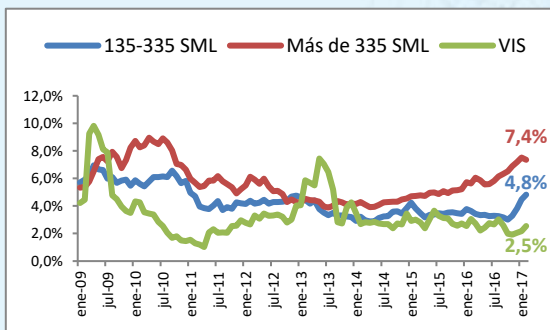


Fuente: Coordinada Urbana.

Este resultado se sustenta en gran medida en el comportamiento reciente del segmento de viviendas de mayor valor, donde la oferta terminada alcanzó el 7,4% al acumular 2.683 unidades, es decir el 45% del total de

unidades terminadas sin vender (UTV) en el mercado. Por su parte, el segmento de clase media y el VIS alcanzaron el 4,8% y 2,5%, respectivamente (Gráfico 8).

**Gráfico 8. Unidades terminadas sin vender/Oferta por segmentos – Total nacional (2009-2017)**

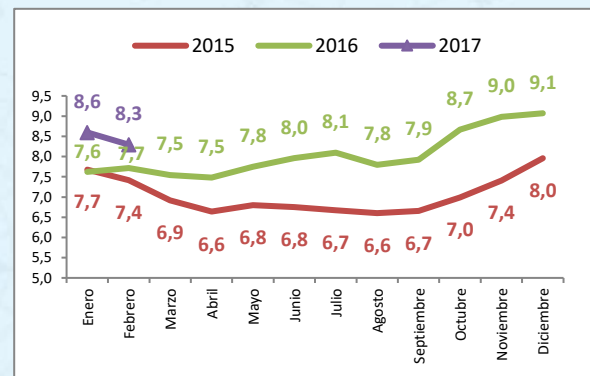


Fuente: Coordinada Urbana.

Por su parte, al mes de febrero la rotación promedio de la oferta disponible se encontraba en 8,3 meses, tras una reducción de 0,3 meses frente al mes de enero del año en curso, y un incremento de 0,6 frente a febrero del 2016.

Tal y como se observa en el gráfico 9, el 2016 estuvo caracterizado por niveles más elevados en la rotación de inventarios, llegando a 9,3 meses en el último mes del año, es decir 1,3 meses más que en el mismo mes de 2015, no obstante el 2017 abre con menores tiempos en la rotación de inventarios.

**Gráfico 9. Rotación de inventarios – Total nacional (2015-2017)**



Fuente: Coordinada Urbana

De esta manera, con el objetivo de profundizar sobre los resultados en la comercialización de vivienda nueva se construyeron 2 indicadores; el primero evalúa la dinámica comercial mes a mes de los proyectos lanzados entre 2014 y 2016, y el segundo cuantifica la respuesta de la nueva oferta o lanzamientos de proyectos ante ajustes de la dinámica comercial.

### 3. ¿Cómo han evolucionado los porcentajes de comercialización de vivienda nueva?

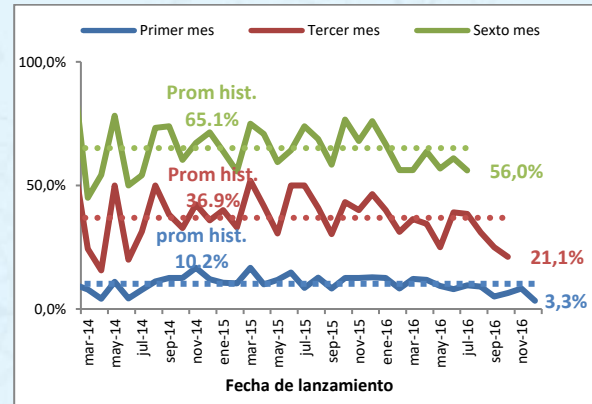
En un primer ejercicio para medir el ritmo comercial, se contrastaron las ventas acumuladas y el número total de unidades para los primeros meses posteriores al lanzamiento de cada proyecto<sup>3</sup>. Así, en el

<sup>3</sup> El análisis incluyó información de 5.185 etapas de proyectos, lanzadas desde enero del 2014 hasta diciembre de 2016, en las que se produjeron alrededor

gráfico 10 se observa el porcentaje de ventas al primer, tercer y sexto mes desde el momento en el que se lanza el proyecto. Vale la pena mencionar que el porcentaje corresponde al dato de la mediana y no del promedio, por razones que se explicarán más adelante.

Resumiendo los resultados del gráfico 10, se observa que las etapas de proyectos lanzadas entre 2014 y 2016 han presentado en su mediana porcentajes de comercialización del orden del 10,2% 36,9% y 56,0% al primer, tercer y sexto mes de lanzamiento respectivamente. Por su parte, los resultados del año 2016, en particular aquellos del segundo semestre, muestran unos resultados que se encuentran por debajo del desempeño histórico.

**Gráfico 10. Porcentaje de ventas mensual – proyectos lanzados (2014 - 2016)**



Fuente: Coordinada Urbana.

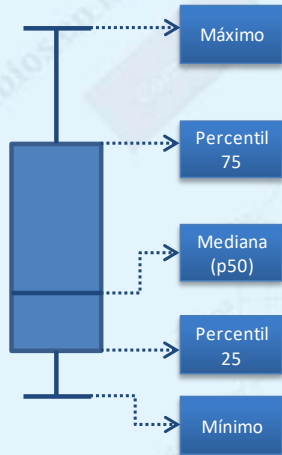
### 3.1. Impacto comercial del lanzamiento de proyectos

El diagrama de cajas y bigotes o box plot es un resumen gráfico de la distribución de una muestra, donde se puede apreciar su forma, medidas de tendencia central y variabilidad<sup>4</sup> (diagrama 1). Mediante este diagrama se analizó el comportamiento comercial de un grupo de proyectos durante su primer mes de lanzamiento.

de 419.000 unidades de vivienda nueva que corresponden al 82,2% de la oferta total de las principales 13 regiones del país. Dentro de las consideraciones técnicas se seleccionaron proyectos con registros de ventas, saldo y precio desde el mes de lanzamiento, garantizando que el saldo no excediera el número de unidades lanzadas, adicionalmente se excluyeron aquellos proyectos que en algún mes registraran estado cancelado, paralizado, rediseñado o que reiniciaran construcción y preventa, esto para eliminar el ruido propio de proyectos que no presentaron el desarrollo estándar en su periodo de actividad.

<sup>4</sup> Si se quiere un mayor detalle ingresar a <http://www.estadisticaparatodos.es/taller/graficas/cajas.html>

**Diagrama 1. Partes que componen el diagrama de cajas y bigotes**



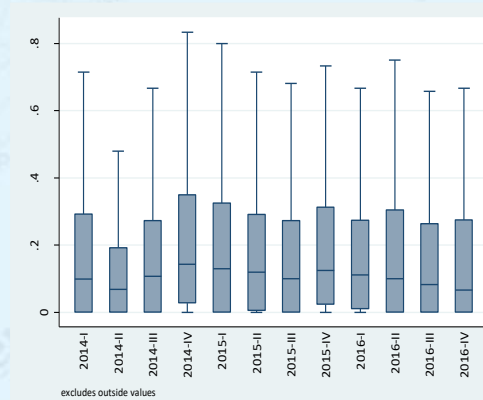
Fuente: Elaboración propia.

Con el propósito de analizar el comportamiento de la mediana se construyeron los diagramas para los proyectos lanzados trimestralmente entre 2014 y 2016, la razón para estudiar esta medida de tendencia central se halla en que si se revisan los datos promedio, los resultados pueden estar sesgados por un grupo de proyectos relativamente exitosos que jalonan hacia arriba los porcentajes de comercialización (es decir los que aparecen en el tercer cuartil de la distribución).

En el total del mercado se observa que para los lanzamientos del último trimestre del año, los proyectos que acumulaban el 50% (mediana) de la oferta redujeron su porcentaje de ventas de 12,5% a 6,7% en el último año. Sin embargo, en promedio este porcentaje pasó de 20,2% a 19,8% mostrando una menor magnitud en su caída. Por su parte, el tercer cuartil encontró una reducción en el porcentaje de ventas en 3,8 p.p., resultado que lo ubica en una situación

intermedia a la dinámica del promedio y la mediana. Lo anterior sugiere que existen unos proyectos de buen desempeño que jalonan el promedio hacia arriba, mientras que un porcentaje importante del mercado se enfrenta a una contracción en el ritmo de ventas (Gráfico 11).

**Gráfico 11. Ventas al mes de lanzamiento por trimestre – Total mercado (2014 – 2016)**



trimestre	Primer cuartil	Mediana	Media	Tercer cuartil	Var% anual (lanzamientos)
2015-IV	2.4%	12.5%	20.2%	31.3%	-23.4%
2016-IV	0.0%	6.7%	19.8%	27.5%	-5.7%

Fuente: Coordinada Urbana.

En el caso del segmento VIS (70-135 SML), la mediana se redujo en 5.6p.p., la media en 1,8% y el tercer cuartil en 1,6%. Tras estas reducciones, el 50% de los proyectos lanzados en el último trimestre del año vendieron hasta el 7,5% en el primer mes de lanzamiento, el 75% vendieron hasta el 38,1% y el promedio se encontró en 20,3%. Frente a este segmento vale la pena destacar que para los proyectos analizados se presentó un incremento en las unidades

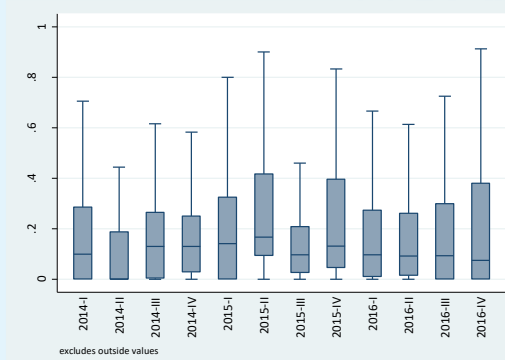


lanzadas del 10% por lo que los resultados, en este caso, dependen en alguna medida de una mayor competencia, asimismo el 25% de los proyectos que más comercializaron en el cuarto trimestre de 2016 (bigote superior) tuvieron porcentajes de comercialización más elevados que un año atrás (Gráfico 12).

en este rango de precios, donde se cubren 2,5p.p. de la tasa de interés de crédito hipotecario. Para el año 2017, existe una asignación de 25.000 cupos, de los cuales al 31 de marzo se habían ejecutado 3.679 (14,7%), que permiten prever resultados que se mantienen en el terreno positivo.

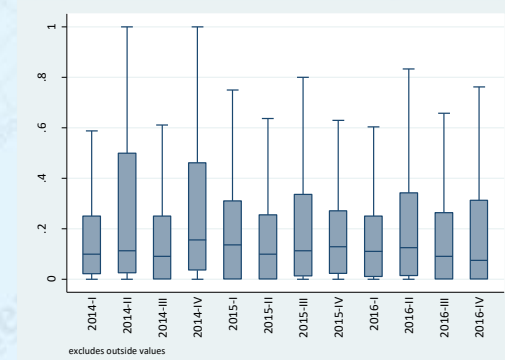
**Gráfico 12. Ventas al mes de lanzamiento por trimestre –**

**Segmento VIS (2014 – 2016)**



**Gráfico 13. Ventas al mes de lanzamiento por trimestre –**

**No VIS 135-335 SMMLV (2014 – 2016)**



trimestre	Primer cuartil	Mediana	Media	Tercer cuartil	Var% anual (lanzamientos)	trimestre	Primer cuartil	Mediana	Media	Tercer cuartil	Var% anual (lanzamientos)
2015-IV	4.7%	13.1%	22.1%	39.7%	7.5%	2015-IV	2.2%	12.9%	20.1%	27.1%	31.1%
2016-IV	0.0%	7.5%	20.3%	38.1%	10.0%	2016-IV	0.0%	7.5%	21.5%	31.3%	-6.9%

Fuente: Coordinada Urbana.

Fuente: Coordinada Urbana

Por su parte, los proyectos ubicados en el segmento medio (135-335 SMMLV) reflejaron resultados positivos en el promedio de ventas de los proyectos y en el percentil 75, los cuales crecieron 1,4p.p., y 4,2p.p., respectivamente entre el cuarto trimestre de 2016 y el mismo periodo de 2015. Por el contrario, el segundo cuartil (mediana) presentó una contracción de 5,4% (gráfico 13).

En la sección anterior se observó un ajuste importante en los indicadores de riesgo para las viviendas de segmento alto (precio superior a los 335 SMMLV), de esta manera, con el diagrama de cajas y bigotes se observan datos promedio en las ventas del primer mes por debajo de los registrado en 2015.

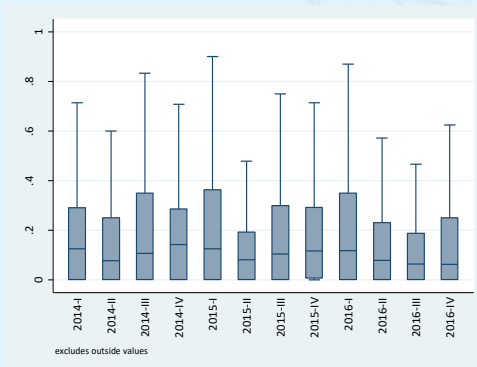
La dinámica particular de este segmento puede sustentarse en el beneficio sobre la tasa de interés que aplica para las viviendas

Al último trimestre del 2016 el segundo cuartil presentaba una proporción de ventas del 6,3%, con una contracción de 5,5p.p.; de manera similar el promedio se ubicó en 15,6% presentando una caída de 3,5p.p.,

mientras que el percentil 75 se ubicaba en una proporción de ventas de 25,0%, 4,2p.p. menos que en el último semestre del 2015 (Gráfico 14).

**Gráfico 14. Ventas al mes de lanzamiento por trimestre –**

**No VIS Más de 335 SMMLV (2014 – 2016)**



trimestre	Primer cuartil	Mediana	Media	Tercer cuartil	Var% anual (lanzamientos)
2015-IV	0.6%	11.7%	19.2%	29.2%	7.1%
2016-IV	0.0%	6.3%	15.6%	25.0%	-24.9%

Fuente: Coordinada Urbana.

A nivel regional se destaca el incremento en el promedio vendido en el primer mes en la ciudad de Bogotá, que pasó de 21,1% a 27,4% entre el último trimestre de 2015 y el último de 2016; y en el mercado de Atlántico que presentó mejorías en el porcentaje de ventas en todas las estadísticas analizadas. En este caso, los porcentajes vendidos en el primer mes ascendieron a 36,7%, 42,3% y 78,5% para el percentil 50, el promedio y el percentil 75, respectivamente, convirtiéndola en la regional con mejor dinámica comercial durante el cuarto trimestre de 2016.

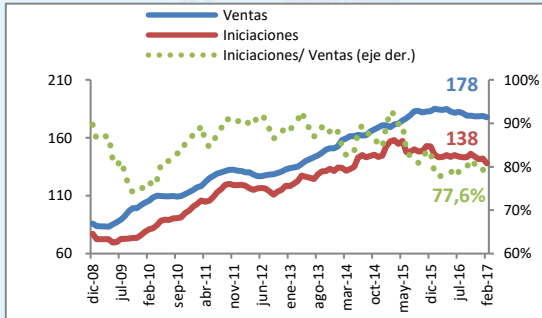
De otro lado, la reducción más importante entre las regionales principales se dio en el departamento de Cundinamarca. En este caso, la mediana, el promedio y el percentil 75 presentaron decrecimientos de 20,8p.p., 15,9p.p. y 32,7p.p..

**3.2. Ajustes de mercado: el periodo de preventas evoluciona de forma saludable**

En el gráfico 15 se observa que a febrero del año 2017, las iniciaciones correspondían al 77,6% de las unidades vendidas, es decir 0,1 p.p. menos que un año atrás. De esta manera, las ventas de vivienda han mantenido una tendencia creciente (con una leve corrección desde finales del año pasado), pero el porcentaje de unidades iniciadas ha presentado reducciones.

Este resultado corresponde a una modificación en la planificación de los proyectos. Así, mientras los proyectos presentan una reducción en la velocidad de sus ventas, los nuevos lanzamientos expanden el horizonte temporal entre la fecha de inicio de ventas y el inicio de la obra de construcción. Lo anterior trae consigo beneficios para los compradores de vivienda que se traducen en la reducción del aporte mensual para la cuota inicial, y para el desempeño de los proyectos que reducen el riesgo de acumular oferta terminada o en construcción.

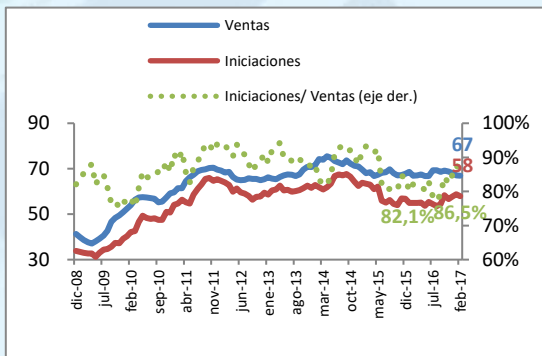
**Gráfico 15. Iniciaciones Vs Ventas – Total mercado – Miles de unidades (2008-2016)**



Fuente: Coordinada Urbana

En Bogotá y Cundinamarca, los ritmos de ventas presentaron un ajuste de manera anticipada (desde el segundo semestre del año 2014). Esto ha permitido mantener un margen ligeramente menor entre las iniciaciones y ventas para el segundo mes del año con un indicador de 86,5% (Gráfico 16).

**Gráfico 16. Iniciaciones Vs Ventas - Bogotá y Cundinamarca – Miles de unidades (2008-2016)**



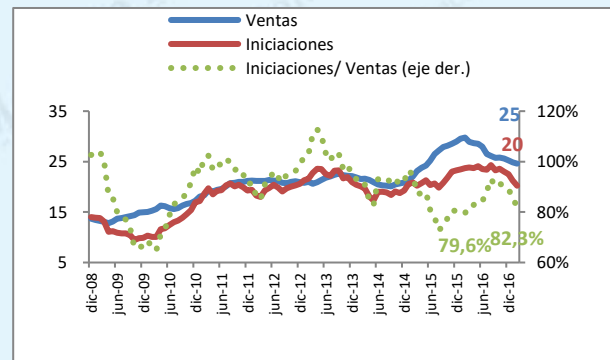
Fuente: Coordinada Urbana

En cuanto al mercado antioqueño, el año 2015 presentó una rápida aceleración en la

dinámica de ventas y un rezago de la iniciación de obras, acrecentando el margen entre los dos indicadores. Así, se observó que las iniciaciones pasaron de representar el 96,7% de las ventas, en enero del 2015, al 72,8% en agosto del mismo año.

Posteriormente, y derivado del ajuste positivo de las iniciaciones y de la reducción del ritmo de ventas, el margen tendió a una reducción hasta agosto del año 2016 (93,1%), a partir de lo cual se contrajo hasta el 82,3%, al iniciar 20.211 viviendas, de las 24.572 unidades vendidas en febrero del año 2017 (Gráfico 17).

**Gráfico 17. Iniciaciones Vs Ventas – Antioquia – Miles de unidades (2008-2016)**

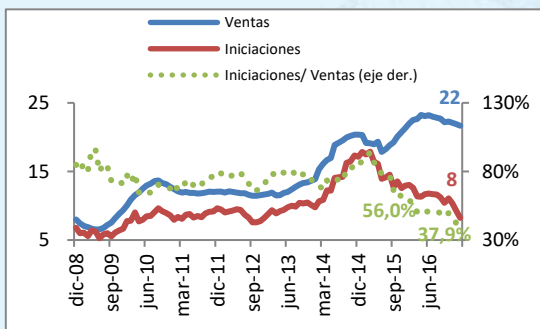


Fuente: Coordinada Urbana.

Por último, el mercado del Valle del Cauca experimentó una aceleración en la comercialización de viviendas en el segundo semestre del año 2015, que pasó de vender 19.000 unidades entre el segundo semestre de 2014 y el primero de 2015, a comercializar 23.000 unidades en el año siguiente. Por su parte, las iniciaciones presentaron una tendencia decreciente desde inicios de 2015 pasando de 17.465 a 8.227 en los acumulados doce meses de febrero de 2015 y 2017, respectivamente.

Estas diferencias han generado un incremento en el margen, haciendo que al último mes las iniciaciones correspondieran únicamente al 37,9% de las unidades vendidas, el menor de las regiones analizadas (Gráfico 18).

**Gráfico 18. Iniciaciones Vs Ventas – Valle del Cauca – Miles de unidades (2008-2016)**



Fuente: Coordinada Urbana

### 3.3. La capacidad de ventas determina los nuevos lanzamientos

### 3.4.

Como se evidenció anteriormente, los resultados de ventas a nivel de proyectos son altamente heterogéneos. Así, mientras el 50% de la oferta nueva registra reducciones en sus ritmos de comercialización, parecen existir otros proyectos que tras unos resultados comparativamente positivos jalonan hacia arriba los promedios de ventas del mercado. Estas diferencias pueden responder a la robustez del aparato comercial de las firmas desarrolladoras, en cuyo caso se esperarían diferencias marcadas en el ritmo de reposición de la oferta entre las empresas líderes y el resto del mercado.

Para probar esta hipótesis, se segmentó el mercado entre las 50 empresas con mayores niveles de ventas entre el año 2008 y 2016, y el resto de empresas; esto con el fin de analizar si existen diferencias entre los dos grupos en las dinámicas de lanzamientos y su participación en el mercado.

Las 50 empresas elegidas reportaron 529.234 unidades vendidas en el periodo de análisis, alcanzando una participación del 47,3% del mercado en ese periodo (tabla 2).

**Tabla 2. Nivel de ventas 50 empresas líderes Vs. Resto del mercado (2008-2016)**

Métrica	Valor
Total Ventas base completa CU (2008-2016)	1.198.330
Total ventas proyectos seleccionados (2008-2016)	1.117.725
Ventas 50 empresas líderes	529.234
Participación 50 empresas líderes	47,3%
Ventas resto del mercado	588.491
Participación resto del mercado	52,7%

Fuente: Coordinada Urbana.

Frente a la nueva oferta se observa que desde el año 2008 a la fecha se ha presentado un incremento en la participación de las 50 empresas líderes. En el año 2008 su participación equivalía al 37,6% de los lanzamientos, cifra que se elevó al 49% en el año 2010 y que actualmente se encuentra 47,1% (Gráfico 19- panel A).

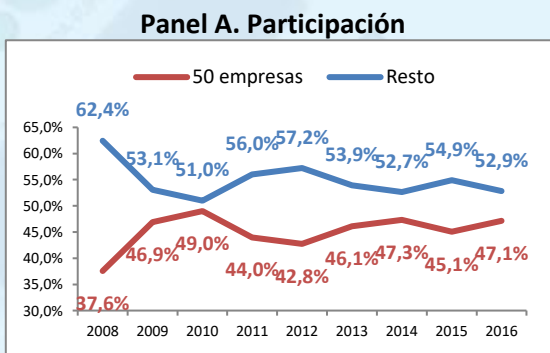
En el año 2016 las empresas líderes lanzaron 79.965 unidades nuevas al mercado, 3.284 más que el año anterior, lo que significa un crecimiento de 4,3%. En el mismo periodo, los lanzamientos del resto de empresas alcanzaron las 89.345 vivienda (3.788 menos que el año anterior) presentando una contracción del 4,1% anual (Gráfico 19- panel

B). Así, entre el año 2015 y 2016 se presentó un incremento en la participación de las empresas líderes de 2,1 p.p, tras alcanzar su segundo mayor nivel de lanzamientos en el periodo de estudio.

Vale la pena destacar que estas cifras fueron superadas unicamente por los lanzamientos presentados en el año 2014 (80.514 viviendas lanzadas). En este periodo inició el programa de Vivienda de Interés Prioritario para Ahorradores (VIPA), a través del cual se lanzaron cerca de 86.000 unidades de vivienda tipo VIP en proyectos específicos<sup>5</sup> que en su mayoría fueron lanzados en el año 2014 y permitieron alcanzar niveles máximos en este indicador.

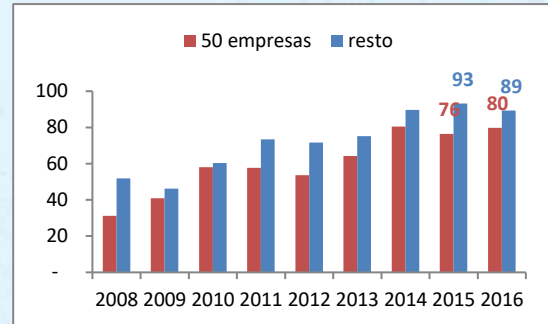
Descontando este efecto, las dinámicas de lanzamientos de las empresas líderes fueron bastante positivas, especialmente si se considera que en el año 2016 se dieron las primeras señales de ajuste de ventas para el sector.

**Gráfico 19. Unidades nuevas lanzadas mercado total- 50 empresas vs Resto (2008-2016)**



<sup>5</sup> A diferencia de los programas recientes, donde el comprador elige su vivienda entre la oferta del mercado y recibe un subsidio para esta; el programa VIPA, a través de convocatorias públicas y privadas, seleccionaba proyectos específicos para la asignación de los subsidios.

**Panel B. Miles de unidades**



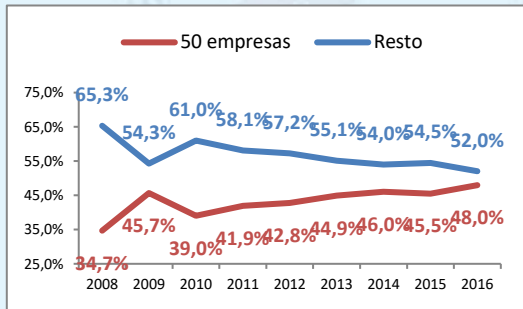
Fuente: Coordinada Urbana

De manera similar, el segmento de vivienda para estratos medios (135-335 SMMLV) observó un incremento sostenido de la participación de las empresas líderes. Mientras en el año 2008 su participación alcanzaba el 34,7% del total de la oferta, esta alcanzó niveles del 48,0% en el 2016 (Gráfico 20- Panel A).

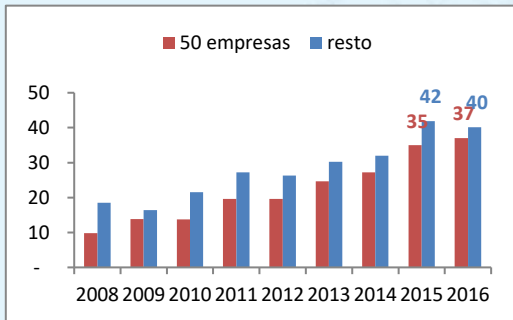
De las unidades lanzadas en el último año, 37.015 pertenecían a proyectos estructurados por las 50 empresas líderes mientras que 40.160 correspondían al resto; frente al año anterior esto implicó una expansión de 5,8% y -4,1%, respectivamente (Gráfico 20- Panel B). Así, mientras que en el primer caso se encontraron máximos históricos en las unidades lanzadas, el resto del mercado dio una primera señal de moderación de la oferta. Vale la pena destacar que este segmento se favorece de una cobertura de 2,5p.p. de la tasa de interés para incentivar la demanda, así, las empresas líderes parecen verse afectadas en menor medida por la moderación del ritmo de ventas.

**Gráfico 20. Unidades nuevas lanzadas No VIS 135-335 SMMLV- 50 empresas vs Resto (2008-2016)**

**Panel A. Participación**



**Panel B. Miles de unidades**



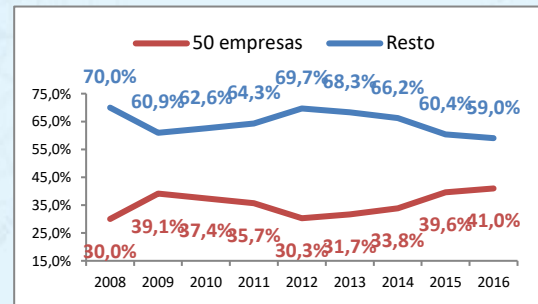
Fuente: Coordinada Urbana

Una situación distinta se observa para el mercado de viviendas de mayor valor (más de 335 SMMLV). Si bien, la participación del mercado de las 50 empresas líderes también presentó un incremento hasta llegar a una proporción de 41,0% en el año 2016 (Gráfico 21- Panel A), a nivel de lanzamientos se presentó una corrección a la baja en el número de unidades. De esta manera, en el año 2016 las empresas líderes y el resto del mercado presentaron contracciones en el número de viviendas nuevas en oferta, del 5,7% y 11,1%, respectivamente, evidenciando el ajuste por el que atraviesa este segmento. Pese a lo anterior, una corrección relativamente suavizada por parte

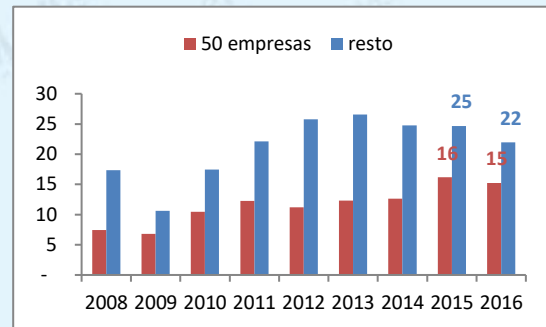
de las empresas líderes, revela una situación favorable de las empresas con aparatos comerciales más robustos de cara a las nuevas realidades del mercado de vivienda.

**Gráfico 21. Unidades nuevas lanzadas No VIS Más de 335 SMMLV- 50 empresas vs Resto (2008-2016)**

**Panel A. Participación**



**Panel B. Miles de unidades**



Fuente: Coordinada Urbana

**4. Reflexiones finales**

A pesar de una coyuntura menos favorable, caracterizada por una menor confianza de los consumidores y tasas hipotecarias mayores y con una tendencia creciente, el mercado de vivienda nueva ha presentado resultados positivos si se le compara con su

desempeño histórico.

El resumen de estadísticas obtenido a través del diagrama de cajas y bigotes sugiere que en promedio los proyectos han mantenido un porcentaje de comercialización estable durante su primer mes de ventas, sin embargo una proporción importante de proyectos (identificados a través de la mediana) han tenido resultados menos favorables.

De otro lado, el ejercicio realizado por tamaño de empresas muestra que las compañías intermedias y pequeñas han reaccionado anticipadamente con reducciones del nivel de lanzamientos, sin embargo la generación de nueva oferta ha sido respaldada por las 50 empresas de mayor tamaño.

De esta manera, si bien se evidencian algunas señales de ajuste, se percibe una transición adecuada a los cambios coyunturales, generando perspectivas positivas sobre los resultados del sector y

dando relevancia a la importancia de mantener las políticas apalanquen el desempeño de la actividad.

Por último, en la medida en que las expectativas de los consumidores continúen mejorando y se observe un nivel más favorable en el costo de financiamiento, es posible prever condiciones positivas en el comportamiento comercial del sector.

## INDICADORES ECONÓMICOS DE LA CONSTRUCCIÓN (Marzo 2017)

	Valores	Fecha	Variación porcentual anual			
			2016-IV	2016-III	2015-IV	
<b>I. PIB 1/* (cifras en miles de millones de pesos)</b>						
Total (1)	136,604	dic-16	1.6%	1.2%	3.4%	
Construcción	10,095		3.5%	6.8%	5.5%	
a. Edificaciones	4,509		0.9%	11.1%	7.0%	
b. Obras civiles	5,753		5.1%	4.0%	5.3%	
	<b>Valores</b>	<b>Fecha</b>	<b>Variación porcentual anual</b>			
			<b>Annual</b>	<b>Tres meses</b>	<b>Año atrás</b>	
			<b>Feb 16 - Feb 17</b>	<b>Nov 15 - Nov 16</b>	<b>Feb 15 - Feb 16</b>	
<b>II. Número de ocupados 2/*</b>						
Nacional	21,931	feb-17	0.3%	0.7%	2.0%	
Construcción	1,352		-4.2%	3.8%	4.5%	
Trece áreas: Nacional	10,609		0.4%	0.4%	0.4%	
Trece áreas: Construcción	657		-3.4%	4.2%	-0.9%	
<b>III. Licencias 3/* (2)</b>						
			<b>Ene 16 - Ene 17</b>	<b>oct 15 - oct 16</b>	<b>Ene 15 - Ene 16</b>	
<b>Totales</b>						
Vivienda	<b>1,185,131</b>	ene-17	<b>1.6%</b>	<b>-1.8%</b>	<b>-26.7%</b>	
a. VIS	229,478		-35.2%	-49.9%	-34.0%	
b. No VIS	955,653		17.7%	24.4%	-23.0%	
<b>Otros destinos</b>						
a. Industria	11,520		-23.5%	-13.6%	-82.3%	
b. Oficina	22,686		-78.6%	58.1%	791.6%	
c. Bodega	78,691		79.1%	-14.3%	-36.3%	
d. Comercio	130,425		-29.4%	-13.2%	-44.5%	
e. Otros	120,048		-13.9%	-10.2%	-23.8%	
<b>IV. Cemento 4/**</b>						
			<b>Feb 16 - Feb 17</b>	<b>Nov 15 - Nov 16</b>	<b>Feb 15 - Feb 16</b>	
Producción	1,048,137	feb-17	-2.6%	-3.5%	4.1%	
Despachos	1,007,968		-3.6%	-4.6%	6.1%	
<b>V. Índice Costos Construcción (ICCV) *</b>						
			<b>Feb 16 - Feb 17</b>	<b>Nov 15 - Nov 16</b>	<b>Feb 15 - Feb 16</b>	
<b>Total</b>						
Materiales	229.7	feb-17	4.2%	3.3%	5.2%	
Mano de obra	223.6		3.7%	2.9%	5.8%	
Maquinaria y equipo	249.4		5.3%	4.3%	4.4%	
	200.5		3.5%	1.9%	2.8%	
	<b>Valores</b>	<b>Fecha</b>	<b>Variación porcentual anual</b>			
			<b>2016-IV</b>	<b>2016-III</b>	<b>2015-IV</b>	
<b>VI. Índice Precios de Vivienda Nueva</b>						
Vivienda 5/	115.8	dic-16	8.3%	8.5%	6.9%	



## INDICADORES ECONÓMICOS DE LA CONSTRUCCIÓN (Marzo 2017)

VII. Inflación *		mar-17	Mar 16 - Mar 17	Dic 15 - Dic 16	Mar 15 - Mar 16
IPC Total	136.8		4.7%	5.7%	8.0%
IPC Vivienda	138.3		4.2%	4.8%	6.6%
			<b>Ene 16 - Ene 17</b>	<b>oct 15 - oct 16</b>	<b>Ene 15 - Ene 16</b>
VIII. Muestra Mensual Manufacturera *					
Índice producción real	97.1	ene-17	0.1%	0.4%	7.4%
			<b>Ene 16 - Ene 17</b>	<b>oct 15 - oct 16</b>	<b>Ene 15 - Ene 16</b>
IX. Encuesta Mensual del Comercio al por Menor*					
Índice ventas reales total sin combustibles	106.5	ene-17	-1.4%	0.5%	3.2%
Índice ventas reales art. ferretería y pinturas	124.0		-2.8%	-5.4%	2.5%
			<b>Ene 16 - Ene 17</b>	<b>Oct 15 - Oct 16</b>	<b>Ene 15 - Ene 16</b>
X. Financiación 6/**					
Cartera hipotecaria + titularizaciones	54.3	ene-17	3.2%	14.8%	29.3%
			<b>Ene 16 - Ene 17</b>	<b>Oct 15 - Oct 16</b>	<b>Ene 15 - Ene 16</b>
Desembolsos (cifras en millones de pesos)					
a. Constructor	250	ene-17	31.5%	-3.7%	5.1%
b. Individual	659		-27.2%	-12.3%	-3.7%
1. VIS	105		-24.3%	11.9%	-28.2%
2. No VIS	553		-27.8%	-17.2%	2.6%
i. Pesos	566		-28.7%	-15.5%	-0.1%
ii. UVR	92		-16.9%	10.6%	-24.0%
Valores					
			<b>Mar 16 - Mar 17</b>	<b>Dic 15 - Dic 16</b>	<b>Mar 15 - Mar 16</b>
XI. Tasas interés hipotecarias (%) ****					
Adquisición					
a. VIS UVR		mar-17	8.6%	8.8%	8.9%
b. No VIS UVR			8.4%	8.2%	8.3%
1. VIS pesos			12.9%	12.9%	12.6%
2. No VIS pesos			12.3%	12.4%	11.7%
Construcción					
a. VIS UVR			6.1%	6.1%	4.4%
b. No VIS UVR			5.8%	5.4%	4.7%
1. VIS pesos			13.0%	12.9%	12.4%
2. No VIS pesos			12.5%	12.5%	11.3%

Fuentes: \* DANE; \*\* ICPC; \*\*\* Superintendencia financiera; \*\*\*\* Banco de la República. Notas: n.d.: no disponible; n.a.: no aplica; 1/ Cifras en miles de millones de pesos constantes 2005=100; 2/ Cifras en miles correspondientes al trimestre móvil; 3/ Cifras en metros cuadrados. 4/ Cifras en toneladas; 5/IPVN - 53 Municipios ; 6/ Cifras en miles de millones de pesos corrientes. Incluye Leasing Habitacional. (1) p: pronóstico Ministerio de Hacienda pp: pronóstico elaborado por CAMACOL 1/ Cifras en miles de millones de pesos constantes 2005=100; (2) Licencias de Construcción/ Total 88 Municipios-Dane

## CONDICIONES DE USO

La Cámara Colombiana de la Construcción procura que los datos suministrados en la serie titulada “Informe Económico”, publicada en su página web y/o divulgada por medios electrónicos, mantengan altos estándares de calidad. Sin embargo, no asume responsabilidad alguna desde el punto de vista legal o de cualquier otra índole, por la integridad, veracidad, exactitud, oportunidad, actualización, conveniencia, contenido y/o usos que se den a la información y a los documentos que aquí se presentan.

La Cámara Colombiana de la Construcción tampoco asume responsabilidad alguna por omisiones de información o por errores en la misma, en particular por las discrepancias que pudieran encontrarse entre la versión electrónica de la información publicada y su fuente original.

La Cámara Colombiana de la Construcción no proporciona ningún tipo de asesoría. Por tanto, la información publicada no puede considerarse como una recomendación para la realización de operaciones de construcción, comercio, ahorro, inversión, ni para ningún otro efecto.

Los vínculos a otros sitios web se establecen para facilitar la navegación y consulta, pero no implican la aprobación ni responsabilidad alguna por parte de la Cámara Colombiana de la Construcción, sobre la información contenida en ellos. En consideración de lo anterior, la Cámara Colombiana de la Construcción por ningún concepto será responsable por el contenido, forma, desempeño, información, falla o anomalía que pueda presentarse, ni por los productos y/o servicios ofrecidos en los sitios web con los cuales se haya establecido un enlace.

Se autoriza la reproducción total o parcial de la información contenida en esta página web o documento, siempre y cuando se mencione la fuente.

## NOTAS

No aplica