

Presidenta Ejecutiva: Sandra Forero Ramírez

Editores: Edwin Chirivi Bonilla, Óscar Quiroz Porras

Investigadores: Karen Ortega Burgos; Nicolás Sebastián Buitrago Vargas.

CATERISTICAS DEL AJUSTE DEL MERCADO POR TAMAÑO DE COMPAÑÍAS

Evolución reciente de comercialización e indicadores de riesgo

Tabla de contenido

1. Introducción	1
2. Clasificación de las empresas según tamaño	2
2.1. Principales resultados de la clasificación.....	2
3. Evolución de las ventas por tamaño de compañía.....	4
4. Evolución de los lanzamientos por tamaño de compañía.	6
5. Balance de los indicadores de riesgo	7
6. Conclusiones.....	9

1. Introducción

A octubre de 2018 las ventas acumuladas doce meses en las 18 regionales del censo de edificaciones de Coordinada Urbana se contrajeron un 6,9% llegando al nivel de

169.387 unidades; aunque se trata de una reducción en los volúmenes de ventas, el descenso comienza a dar signos de desaceleración, dado que para el primer trimestre de 2018 la contracción se ubicaba en niveles superiores al 10%. Esta caída en las ventas también ha estado acompañada con descensos en los lanzamientos, estos últimos cayeron recientemente 14,3%, lo que se traduce a 145.287 unidades lanzadas en los últimos doce meses, completando más de año y medio de reducciones consecutivas.

Dada esta coyuntura vale la pena indagar acerca de cómo las compañías de acuerdo con su tamaño (grandes, medianas y pequeñas) han absorbido el ajuste del mercado. El tamaño podría ser un elemento diferenciador entre las respuestas de las compañías ante cambios en el panorama de comercialización.

Intuitivamente es posible pensar que las empresas grandes pueden tener mayor capacidad de respuesta ante ajustes negativos del mercado, por mejor adopción de prácticas en comercialización o una mejor planeación de los proyectos. Pero también es válido pensar que las empresas pequeñas, por su tamaño, son más versátiles para adaptarse a condiciones cambiantes, luego podrían absorber más rápido los choques y luego sobre ponerse.

De esta forma, este documento busca indagar sobre cómo ha evolucionado la comercialización de vivienda nueva por tamaño de compañía constructora, y así dilucidar la hipótesis de que el tamaño de las empresas incide en como estas se desenvuelven en el mercado.

2. Clasificación de las empresas según tamaño

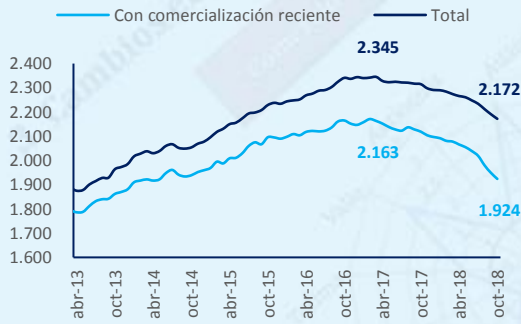
Para realizar el análisis del ajuste del mercado resulta interesante clasificar a las compañías constructoras según su tamaño comercial, por ello se estableció una clasificación de acuerdo con las unidades vendidas u oferta disponible en los últimos doce meses.

Si una compañía vende menos de 100 unidades se dice que es pequeña, si vende entre 100 y 1.000 se dice que es mediana, y si vende más de 1.000 se clasifica como grande. Ahora bien, esta clasificación deja lugar a un escenario en donde algunas compañías no registran ventas en los últimos meses, pero tienen un saldo disponible para la venta. Por esta razón se complementó el análisis de clasificación utilizando los saldos de oferta disponible para no desestimar firmas claves en el mercado.

2.1. Principales resultados de la clasificación.

En primer lugar, se cuantificó el número de compañías que participan en el mercado. Los datos muestran que entre 2013 e inicios de 2017 hubo un constante incremento en el número de compañías constructoras, pasaron de ser cerca de 1.900 a llegar a 2.345 en el primer trimestre de 2017. De estas últimas 2.163 efectivamente registraron al menos alguna venta en los últimos doce meses. Sin embargo, después del primer trimestre 2017 se puede apreciar un descenso en el número de compañías participantes del mercado.

Gráfico 1. Número de compañías en el mercado.



Fuente: Coordinada Urbana, elaboración DEE
CAMACOL.

Como se evidencia en la tabla 1 al comparar el mes de octubre de 2018 contra marzo de 2017, se encuentra un balance de 173 compañías menos en el mercado. Por tamaños de compañías, se ha presentado una reducción de 111 empresas pequeñas, 59 empresas medianas y 3 empresas grandes. Finalmente, el balance muestra una fuerte concentración hacia empresas pequeñas; para el mes de octubre de 2018 el total de empresas ascendió a 2.172, de las cuales 1.916 son pequeñas (88,2%), 232 medianas (10,7%) y 24 son grandes (1,1%).

De esta manera, el ajuste de mercado no solo se ha dado en unidades de vivienda, sino también en el número de compañías participes del mercado. Igualmente, de las que aún están en el mercado, una mayor proporción se ha enfrentado a condiciones de comercialización difíciles; por ejemplo, en el periodo analizado hubo 66 compañías que no vendieron ninguna unidad en los últimos doce meses.

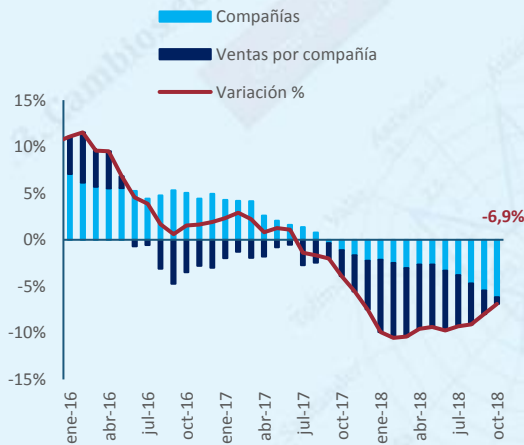
Tabla 1. Número de compañías en el mercado por tamaño.

Fecha	Pequeña	Mediana	Grande	Total
Mar-17	2.027	291	27	2.345
Oct-18	1.916	232	24	2.172
Cambio	-111	-59	-3	-173

Fuente: Coordinada Urbana, elaboración DEE
CAMACOL.

En línea con lo anterior, vale la pena calcular la proporción del ajuste que se ha dado por la reducción de jugadores en el mercado, y la proporción ocasionada por menores ventas del sector en general (Gráfico 2).

Gráfico 2. Descomposición variación % anual de las ventas acumuladas doce meses.



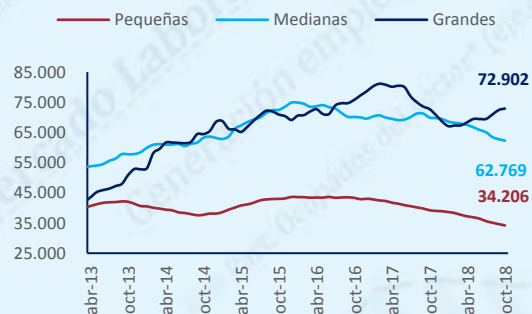
Fuente: Coordinada Urbana, elaboración DEE
CAMACOL.

En el gráfico 2 se observa que sobre el año 2016, cuando se estaba desacelerando el ritmo de crecimiento de ventas, la desaceleración se dió porque cada compañía estaba vendiendo en promedio menos, pero había ritmos de crecimiento que continuaban gracias al ingreso de nuevos jugadores en el mercado. A mediados de 2017 la reducción estuvo explicada debido a que había menos compañías en el mercado, e igualmente éstas vendían en promedio menos de lo que los hacían anteriormente. En la actualidad, esta tendencia continúa y la reducción en el número de compañías es el factor que más explica la reducción en los niveles de ventas.

3. Evolución de las ventas por tamaño de compañía.

En esta sección se analiza el papel que ha jugado el tamaño de las compañías en el ajuste de las ventas. En términos generales, se encuentra evidencia de un cambio en la composición del mercado desde el año 2013.

Gráfico 3. Unidades vendidas acumuladas doce meses por tamaño de compañía.



Fuente: Coordinada Urbana, elaboración DEE
CAMACOL.

En el año en mención la mayor participación de mercado se la llevaba las compañías medianas, seguidas de las grandes y pequeñas. En la actualidad, la estructura es distinta, la mayor participación está en las grandes, seguida de las medianas y pequeñas. Promediando su participación desde 2016, la participación de las pequeñas fue de 22%, la de las medianas de 38%, y la de las grandes de 40%.

En el panel A del gráfico 4 se observa que todos los tamaños de compañías han contribuido al descenso de las ventas registrado desde mediados de 2017. No obstante, quienes más han contribuido a este comportamiento fueron las empresas grandes. Si bien es cierto que estas empresas tienen mayor contribución de mercado, para los últimos meses se puede apreciar que el aporte de estas empresas disminuyó.

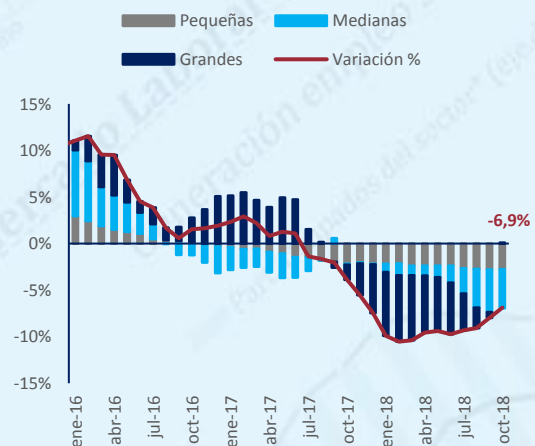
Esto como tal no quiere decir que este tipo de compañías haya sido más vulnerable al ajuste de mercado, sino que más bien se ve explicado por un efecto nivel. Durante el tercer trimestre de 2017 se registró un importante crecimiento en las ventas de estas compañías que dejó una base alta para ser comparadas en el siguiente año.

También es notorio que si bien las contracciones evidenciadas en las compañías pequeñas no siempre son las de mayor magnitud si son las más constantes, desde finales de 2016 han venido registrando reducciones consecutivas. La lectura del comportamiento de las ventas de las compañías medianas es un poco más difícil, desde mediados de 2016 han registrado

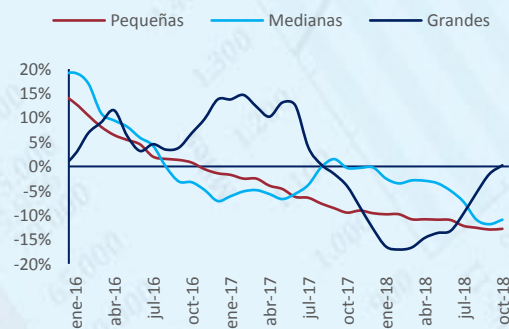
contracciones, que tendieron a recuperarse sobre el segundo semestre de 2017; no obstante, desde 2018 volvieron a caer y recientemente cada vez su contribución a la caída total de las ventas es mayor.

Gráfico 4. Contribución a la variación de las ventas acumuladas doce meses por tamaño de compañía y la variación por estas.

Panel A. Contribución.



Panel B. Variación.



Fuente: Coordinada Urbana, elaboración DEE

CAMACOL.

4. Evolución de los lanzamientos por tamaño de compañía.

Se realiza el mismo ejercicio que en la sección anterior pero esta vez sobre los lanzamientos. En este caso la caída que se ha venido registrando se atribuye en mayor medida a las compañías pequeñas y medianas, mientras que las grandes han tenido una participación menos relevante (ver panel A del gráfico 5).

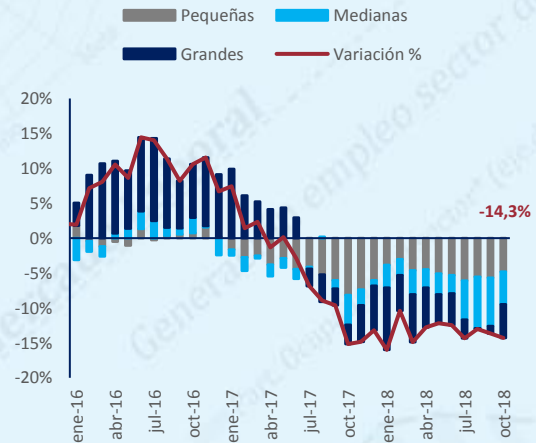
Al observar por variaciones porcentuales de los lanzamientos por tipo de compañía (panel B), las contracciones vistas en las compañías pequeñas son, en la mayoría de los casos las más grandes, sobre el final de 2017 se acercaron a reducciones del 30%.

Mientras tanto las variaciones registradas para las empresas medianas hasta mediados de 2017 gravitaron sobre cero, para después empezar a evidenciar decrecimientos. Por su parte, las compañías grandes comenzaron a registrar descensos también sobre mediados de 2017, nuevamente estos decrecimientos se deben a efectos nivel pues en los años previos se habían registrado crecimientos, incluso por encima de 30%. Desde inicios de 2018 la caída de los lanzamientos de las

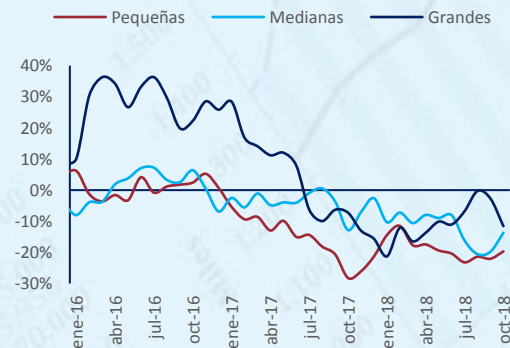
compañías grandes se ha empezado a desacelerar.

Gráfico 5. Contribución a la variación de los lanzamientos acumuladas doce meses por tamaño de compañía y la variación por estas.

Panel A. Contribución.



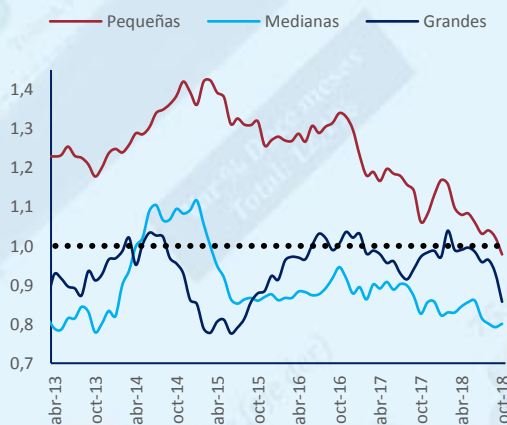
Panel B. Variación.



Fuente: Coordinada Urbana, elaboración DEE CAMACOL.

En relación con lo anterior, un indicador interesante para entender el comportamiento de los lanzamientos es el radio entre lanzamientos y ventas (ambos acumulados doce meses). Al observar el gráfico 6 se puede apreciar que la caída más pronunciada se presentó en las compañías pequeñas, estas empresas estructuralmente han mantenido un radio promedio de 1.3, pero desde 2016 disminuyó hasta llegar a un radio de 1 en el año 2018. Lo anterior significa que la corrección en este segmento de empresas ha sido a costa de caídas más pronunciadas en los lanzamientos en relación con las ventas.

Gráfico 6. Relación lanzamientos ventas por tamaño de compañía.



Fuente: Coordinada Urbana, elaboración DEE
CAMACOL.

De otra parte, es interesante que la oferta y demanda (radio entre lanzamientos y ventas) esta mucho más alineada en las compañías grandes, razón que puede explicar que estas no hayan tenido que corregir de manera abrupta sus lanzamientos. En el caso de las compañías medianas el decrecimiento en sus lanzamientos no da muestras de desacelerarse, a pesar de mantener un radio debajo de 1.

5. Balance de los indicadores de riesgo

El gráfico 7 presenta algunos hechos estilizados de los indicadores de riesgo por tamaño de compañía. En el panel A se evidencia como todos los tipos de compañía incrementaron el tiempo en que tarda en rotar los inventarios al igual que el total mercado.

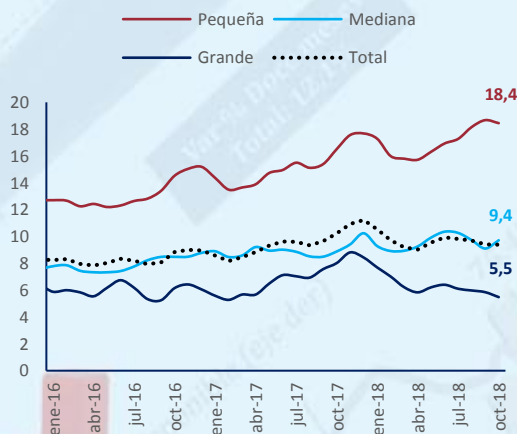
Por tamaño de empresa pueden apreciarse algunas diferencias significativas. En primer lugar, el indicador es mucho más alto en las compañías pequeñas (18,4), siendo casi el doble que el total mercado (9,4). En segundo lugar, las compañías medianas se ciñen más a la tendencia del total mercado. En tercer lugar, las compañías grandes estructuralmente presentan una velocidad

más alta de la rotación de su inventario, actualmente tardarían cerca de 5,5 meses en vender toda su oferta si se mantuviera el ritmo de ventas de los últimos 3 meses y no se realizarán nuevos lanzamientos.

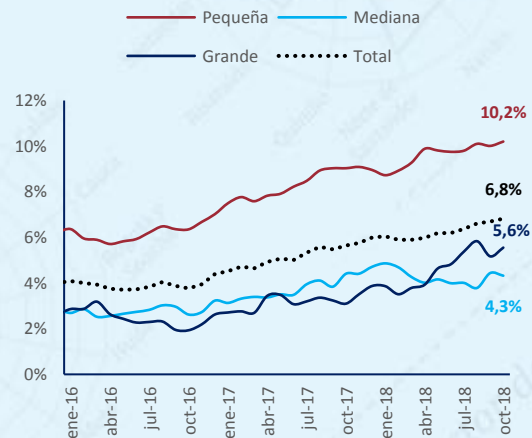
Un elemento relevante que puede apreciarse en los datos más recientes es que la rotación del total mercado se ha venido estabilizando, esta estabilización se nota en las compañías grandes y medianas, pero no en las pequeñas, en estas continúa incrementando el indicador de rotación.

Gráfico 7. Indicadores de riesgo por tamaño de compañía.

Panel A. Rotación.



Panel B. UTV.



Fuente: Coordinada Urbana, elaboración DEE CAMACOL.

Una lectura similar se obtiene tras analizar el indicador del porcentaje de *Unidades Terminadas por Vender* -UTV- sobre la oferta total (Gráfico 7 – Panel B). Estructuralmente el indicador es más alto en las compañías pequeñas, más bajo en las grandes, y un poco más cerca del total mercado las medianas. Igualmente, el incremento que se observó en el indicador en los últimos años fue común para todos los tipos de compañías.

Desde mediados de abril de 2018 se ha configurado una nueva tendencia. Mientras que las UTV se han estabilizado en las compañías medianas y un poco menos en las pequeñas, las grandes han registrado un

incremento, al punto de superar las compañías pequeñas en participación respecto a la oferta disponible.

6. Conclusiones.

El ajuste presentado por el mercado en el último año y medio en ventas y lanzamientos ha estado acompañado por reducciones en el número de compañías constructoras en el mercado. Durante buena parte del ajuste la caída en las ventas se dio, principalmente, porque cada compañía en promedio vendía menos; no obstante, esta lectura ha venido cambiando recientemente, y la caída ahora está explicada también por un menor número de jugadores en el mercado.

Las compañías grandes fueron las que más contribuyeron a la caída de las ventas, sin embargo, esto se debe aun efecto nivel, pues en estas se registraron importantes incrementos previos, actualmente las ventas por este tipo de compañías dejaron de caer. Mientras que las reducciones en las ventas de las compañías medianas y pequeñas continúan; de hecho, las reducciones en estas últimas han sido las más constantes y prolongadas.

En cuanto a los lanzamientos, las compañías pequeñas han tenido una contribución importante en la caída, esto se debe a que el ratio entre (lanzamientos/ventas), que estructuralmente fue alto desde 2013, se empezó a corregir desde finales de 2016, de modo que los lanzamientos estuvieron más alineados a las ventas.

Por último, producto del análisis se encuentra que las compañías grandes acaparan cerca del 40% de las ventas, las medianas el 38% y las pequeñas el 22%. En este ordenamiento, las compañías pequeñas se caracterizan por tener los indicadores de riesgo más altos, mientras que las más grandes los más bajos a excepción del indicador de UVT.

INDICADORES ECONÓMICOS DE LA CONSTRUCCIÓN (Diciembre de 2018)

	Valores	Fecha	Variación porcentual anual		
			2018-III	2018-II	2017-III
I. PIB 1/* (cifras en miles de millones de pesos)					
Total (1)	213,274	sep-18	2,7%	2,8%	1,7%
Construcción	15,099		1,8%	-6,0%	-3,9%
a. Edificaciones	7,835		4,1%	-5,9%	-9,1%
b. Obras civiles	4,239		-1,7%	-5,7%	9,7%
Variación porcentual anual					
	Valores	Fecha	Anual	Tres meses atrás	Año atrás
II. Número de ocupados 2/*					
Nacional	22,827	oct-18	0,7%	0,4%	0,5%
Construcción	1,466		7,4%	-1,1%	-2,1%
Trece áreas: Nacional	10,872		0,2%	1,4%	0,0%
Trece áreas: Construcción	724,236		7,0%	-1,2%	-1,9%
Variación porcentual anual					
	Valores	Fecha	Oct 17 - Oct 18	Jul 17 - Jul 18	Oct 16 - Oct 17
III. Licencias 3/* (2)					
Totales	2.138.847	sep-18	0,2%	-6,4%	-4,3%
Vivienda	1.419.520		-12,9%	-8,2%	-6,2%
a. VIS	496.637		44,9%	-44,8%	-35,2%
b. No VIS	922.883		-28,3%	2,0%	6,6%
Otros destinos	719.327		42,2%	0,4%	2,2%
a. Industria	56.998		153,9%	365,8%	-76,4%
b. Oficina	47.527		-21,6%	-56,2%	19,0%
c. Bodega	15.739		-78,8%	-36,1%	38,3%
d. Comercio	150.666		-19,0%	-7,4%	56,2%
e. Otros	448.397		176,0%	-25,3%	-7,7%
Variación porcentual anual					
	Valores	Fecha	Oct 17 - Oct 18	Jul 17 - Jul 18	Oct 16 - Oct 17
IV. Cemento 4/**					
Producción	1.107.129	oct-18	2,4%	-5,3%	0,5%
Despachos	1.082.894		5,2%	-4,9%	3,6%
Variación porcentual anual					
	Valores	Fecha	Nov 17 - Nov 18	Ago 17 - Ago 18	Nov 16 - Nov 17
V. Índice Costos Construcción (ICCV) *					
Total	239	nov-18	2,6%	3,3%	4,5%
Materiales	231		2,2%	3,2%	4,0%
Mano de obra	264		3,6%	3,8%	5,9%
Maquinaria y equipo	203		1,4%	1,0%	2,6%
Variación porcentual anual					
	Valores	Fecha	2018-III	2018-II	2017-III
VI. Índice Precios de Vivienda Nueva 5/					
Vivienda	131	sep-18	7,6%	7,6%	6,6%

INDICADORES ECONÓMICOS DE LA CONSTRUCCIÓN (Diciembre de 2018)

			Nov 17 - Nov 18	Ago 17 - Ago 18	Nov 16 - Nov 17
VII. Inflación *					
IPC Total	143	nov-18	3,3%	3,1%	4,1%
IPC Vivienda	148		4,0%	4,1%	4,6%
			Oct 17 - Oct 18	Jul 17 - Jul 18	Oct 16 - Oct 17
VIII. Muestra Mensual Manufacturera *					
Índice producción real	116	oct-18	5,8%	3,5%	-0,3%
			Oct 17 - Oct 18	Jul 17 - Jul 18	Oct 16 - Oct 17
IX. Encuesta Mensual del Comercio al por Menor*					
Índice ventas reales total sin combustibles	118	oct-18	6,8%	3,7%	-0,6%
Índice ventas reales art. ferretería y pinturas	132		8,8%	0,5%	-6,3%
			Sep 17 - Sep 18	Jun 17 - Jun 18	Sep 16 - Sep 17
X. Financiación 6/***					
Cartera hipotecaria + titularizaciones	65	sep-18	11,6%	11,3%	12,0%
Desembolsos (cifras en millones de pesos)					
a. Constructor	433	sep-18	6,6%	-9,2%	49,1%
b. Individual	1.518		12,1%	18,6%	14,5%
1. VIS	450		27,4%	24,5%	9,9%
2. No VIS	1.501		6,7%	7,9%	24,1%
i. Pesos	1.381		5,3%	14,8%	23,1%
ii. UVR	571		27,0%	3,1%	15,0%
		Fecha	Valores Absolutos		
			nov-18	ago-18	nov-17
XI. Tasas interés hipotecarias (%) ****					
Adquisición		nov-18			
a. VIS UVR			7,7%	7,6%	8,2%
b. No VIS UVR			7,1%	7,1%	7,5%
1. VIS pesos			11,7%	11,7%	11,9%
2. No VIS pesos			10,5%	10,5%	10,9%
Construcción					
a. VIS UVR		5,8%	5,9%	5,8%	
b. No VIS UVR		5,3%	5,5%	5,5%	
1. VIS pesos		12,4%	12,6%	12,6%	
2. No VIS pesos		10,5%	10,5%	11,8%	

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 billones 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