



TENDENCIAS DE LA CONSTRUCCIÓN

Economía y Coyuntura Sectorial

NOVENA EDICIÓN

**NUEVOS PROYECTOS
E IMPACTO COMERCIAL
UN INDICADOR LÍDER**

**ANÁLISIS SOBRE LOS
DETERMINANTES DE
ACTIVIDAD REGIONAL**

- Durante los dos primeros meses del año 2017 se comercializaron un total de 29.525 unidades, este volumen fue respaldado por una dinámica muy positiva del segmento VIS (70 a 135 smmlv), donde se alcanzaron ventas por 10.320 unidades, con un crecimiento del 20% frente al periodo enero y febrero del 2016. Este mismo segmento, también reveló resultados muy positivos en la dinámica de inicio de obras, indicador que creció a ritmos del 35% anual en este mismo periodo.
- Con el objetivo de profundizar sobre los resultados en la comercialización de vivienda nueva se construyeron dos indicadores; el primero evalúa la dinámica mes a mes de los proyectos lanzados entre 2014 y 2016, también se realiza una comparación entre segmentos y regiones de los resultados en ventas del primer mes de lanzamientos, convirtiéndose en una medida del impacto comercial de los nuevos proyectos. El segundo indicador cuantifica la respuesta de la nueva oferta o lanzamientos de proyectos ante ajustes de la dinámica comercial.
- Con un análisis cuantitativo sobre las tendencias y determinantes de la actividad regional, se comprueba que, pese a ciertas diferencias, las tasas de interés, el ingreso medio de la población y el desempleo son los factores trascendentales y estructurales en el desempeño de la construcción de edificaciones. En las regiones medianas se generan efectos más fuertes ante cambios en estas variables, sin embargo, no se debe desconocer que la estructura económica y productiva de cada región también explica parte del ciclo sectorial.





CAMACOL 2017

Carrera 19 No. 90-10
PBX: (571) 7430265
Bogotá, D.C.- Colombia
www.camacol.co

Presidente

Sandra Forero Ramírez

**Director de Estudios
Económicos y Técnicos**

Edwin Chirivi Bonilla

**Coordinadora de
Estudios Económicos**

Karen Ortega Burgos

Investigadores

Viviana Sarmiento Guzmán
Carlos Fernando Rueda Gallardo
Gabriela Bonilla Botía
Ana María Villegas Pinzón

Coordinación editorial

Dirección de Comunicaciones

Diseño y Diagramación

Carlos A. Gómez R.





CONTENIDO

¿CUÁLES FUERON LOS RESULTADOS PARA EL SECTOR EN MATERIA DE VENTAS Y LANZAMIENTOS DE VIVIENDA NUEVA AL CIERRE DE 2016?

Vivienda de interés social – VIS.....	6
Vivienda diferente de VIS.....	7
Otras señales del mercado	9
Comportamiento regional	11
¿En cuánto se encuentra valorado el mercado de vivienda nueva en Colombia?.....	13
¿Cuál fue el comportamiento del sector en los dos primeros meses del año el 2017?	15

NUEVOS PROYECTOS E IMPACTO COMERCIAL: UN INDICADOR LÍDER

Introducción	18
¿Cómo evolucionan las ventas de vivienda nueva en los proyectos de acuerdo con su fecha de lanzamiento?	18
Impacto comercial del lanzamiento de proyectos	19
Ajustes de mercado: el periodo de preventas evoluciona de forma saludable	24
La capacidad de ventas determina los nuevos lanzamientos	26
Reflexiones finales.....	30

ANÁLISIS SOBRE LOS DETERMINANTES DE ACTIVIDAD REGIONAL: DIFERENCIAS POR TAMAÑO DE MERCADO Y ESTRUCTURA ECONÓMICA

Introducción	32
¿Qué tan desalineado está el PIB regional de Edificaciones?	35
¿Cómo se relaciona la actividad edificadora regional con los demás sectores?.....	36
¿Tienen un efecto diferenciado los determinantes de la actividad edificadora en las regiones?	39
¿Cuáles son los efectos particulares de estos determinantes sobre las regiones?.....	41
Conclusiones.....	42

NUESTROS AFILIADOS NACIONALES



CARTAGENA • AGO 30 A SEP 01 DE 2017



CAMACOL: 60 AÑOS CONSTRUYENDO COLOMBIA

INFORMES E INSCRIPCIONES

Dayana Nope Ríos

☎ 743 02 65 ext. 1377

✉ congreso@camacol.cc

www.congresocamacol.com

INFORMACIÓN COMERCIAL

Ricardo Guzmán Contreras

☎ 313 286 56 23

☎ 743 02 65 ext. 1135

✉ raguzman@camacol.org.co

Mónica Camacho Rubio

☎ 320 304 93 83

☎ 743 02 65 ext. 1370

✉ mcamacho@camacol.org.co

Foto: Real Estate Hoy



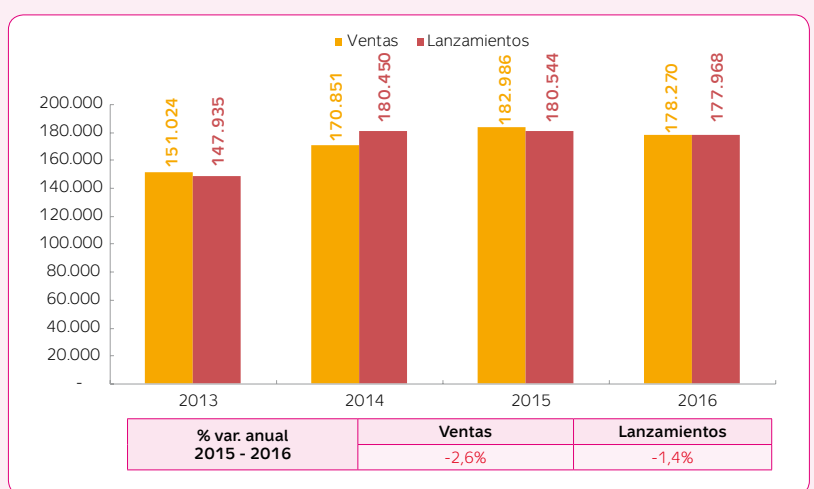
UNA MIRADA A LA TENDENCIA DE LOS INDICADORES LÍDERES

¿CUÁLES FUERON LOS RESULTADOS PARA EL SECTOR EN MATERIA DE VENTAS Y LANZAMIENTOS DE VIVIENDA NUEVA AL CIERRE DE 2016?

Las cifras reportadas por el sistema georreferenciado – Coordinada Urbana revelaron un total de 178.270 unidades vendidas al cierre del 2016, frente a un agregado de 177.968 unidades habitacionales lanzadas, registrando variaciones anuales del orden del -2,6% y -1,4% en ventas y lanzamientos respectivamente (Gráfico 1.1).

El 2016 fue un escenario de grandes desafíos para la economía colombiana; con un contexto fiscal adverso, una inflación creciente y elevadas tasas de interés, con menores niveles en la generación de empleo, y con un notable deterioro en los niveles de confianza de los agentes económicos. Sin embargo, los indicadores líderes del sector lograron sobrellevar el contexto macroeconómico manteniendo niveles de actividad estables. De esta manera, el año 2016 se posiciona como el segundo año de mayor comercialización, por su parte, los lanzamientos han mostrado un ajuste saludable frente a las nuevas condiciones del mercado.

Gráfico 1.1
Tendencias de oferta y demanda – Total mercado
(Unidades de vivienda – Enero a diciembre 2013- 2016)

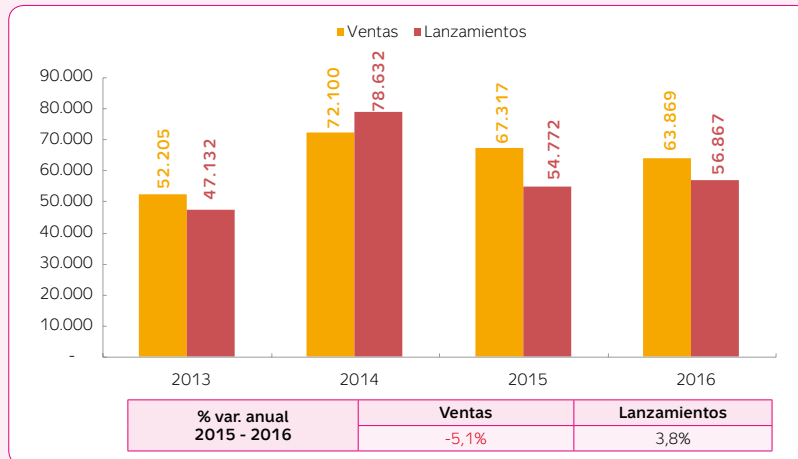


Fuente: Coordinada Urbana-Cálculos Camacol Departamento de Estudios Económicos.

Vivienda de interés social – VIS

En el acumulado de 2016, los lanzamientos de VIS llegaron a 56.867 unidades, presentando un crecimiento del 3,8% respecto al mismo periodo del año 2015 cuando alcanzaron las 54.772 unidades habitacionales. Por el lado de la demanda se observa una contracción en el nivel de ventas, como consecuencia de la disminución en la comercialización de viviendas tipo VIP. Así, en el año 2016 se registraron ventas de vivienda social por 63.869 unidades, es decir 3.448 menos que en el 2015, reportando una variación en el total del segmento del -5,1% anual (Gráfico 1.2).

Gráfico 1.2
Ventas &
Lanzamientos – VIS
(Unidades de vivienda
– Enero a diciembre
2013- 2016)

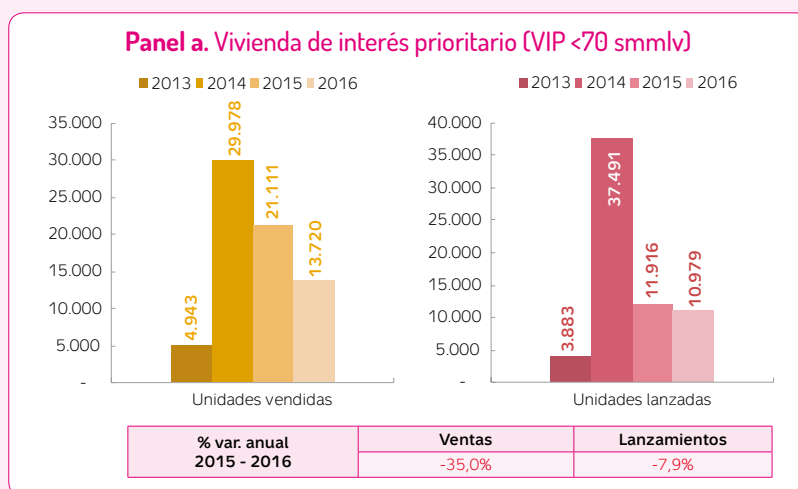


Fuente: Coordinada Urbana-Cálculos Camacol Departamento de Estudios Económicos.

Al desagregar el segmento de vivienda social, se observa que el rango correspondiente a vivienda de interés prioritario (VIP) presentó una desaceleración en su dinámica de crecimiento, con variaciones del orden del -35,0% y -7,9% anual en ventas y lanzamientos respectivamente (Gráfico 1.3 – panel a), lo cual se justifica en el agotamiento del programa dispuesto para este segmento (Casa ahorro).

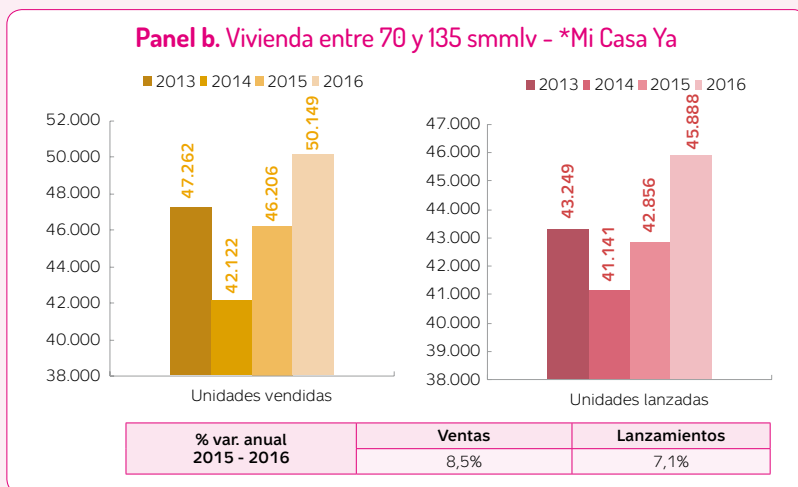
El ajuste en la dinámica comercial del rango VIP se contrarresta con el desempeño en la vivienda con precio entre 70 y 135 smmlv, rango de precio en el que se comercializaron 50.149 unidades, es decir 3.943 más que en el 2015, lo que representó un crecimiento del orden del 8,5% anual. Por su parte, los lanzamientos efectuados en este rango de precios fueron de 45.888 unidades habitacionales, que significó una variación anual del 7,1% para el 2016 (Gráfico 1.3 – panel b).

Gráfico 1.3
Ventas &
Lanzamientos: VIS
(Unidades de vivienda
– Enero a diciembre
2013- 2016)



Fuente: Coordinada Urbana-Cálculos Camacol Departamento de Estudios Económicos.

Gráfico 1.3
Ventas &
Lanzamientos: VIS
(Unidades de vivienda
– Enero a diciembre
2013- 2016)



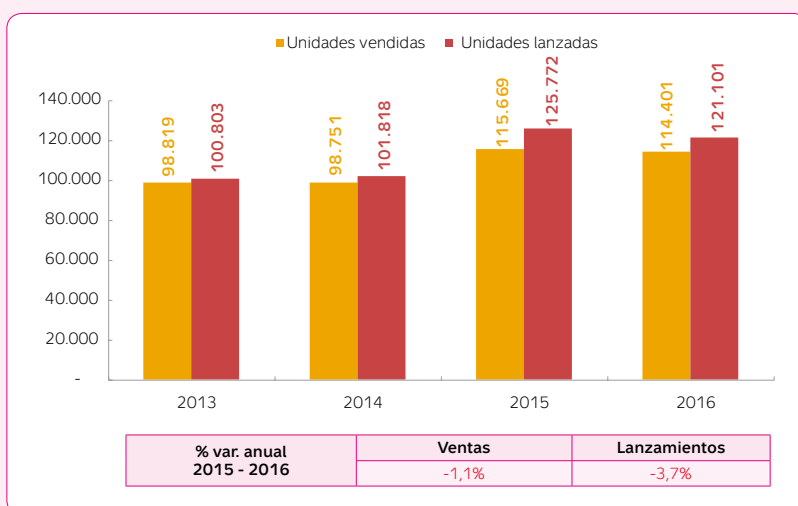
Fuente: Coordinada Urbana-Cálculos Camacol Departamento de Estudios Económicos.

El desempeño observado en el rango entre 70 y 135 smmlv refleja la buena recepción que ha tenido el programa Mi Casa Ya – Cuota inicial en el mercado, consolidando altos niveles de actividad residencial en un segmento que cuatro años atrás había presentado tímidas tasas de crecimiento. Las expectativas para el 2017 sobre Mi Casa Ya – Cuota inicial se han fortalecido con los recientes anuncios sobre las modificaciones en las condiciones del programa, además de que se extenderá el horizonte temporal para su ejecución hasta el año 2019¹.

Vivienda diferente de VIS

La dinámica en la vivienda diferente de VIS ha mostrado signos de ajuste en términos de demanda y oferta. Así, entre enero y diciembre de 2016 en el total del segmento se comercializaron 114.401 unidades de vivienda, traducido a 1.268 unidades menos frente al año 2015. De la misma manera, los lanzamientos se moderaron a una tasa del -3,7% anual y alcanzaron las 121.101 unidades al cierre de año (Gráfico 1.4).

Gráfico 1.4
Tendencias de oferta
y demanda – No VIS
(Unidades de vivienda
– Enero a diciembre
2013- 2016)

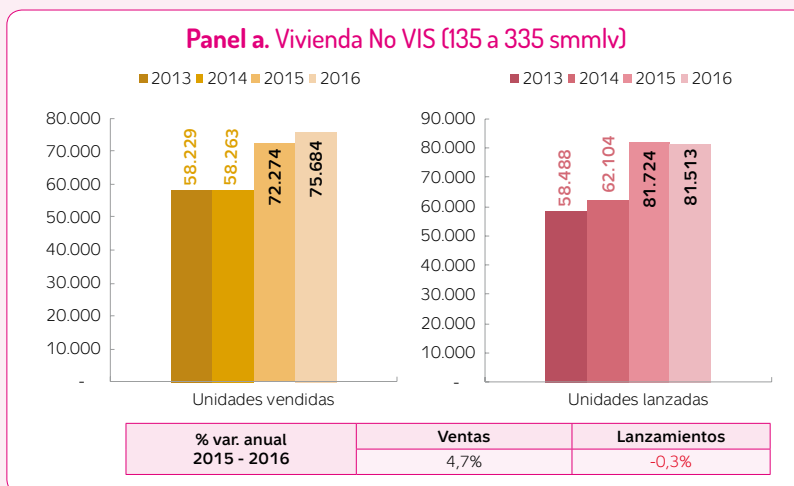


Fuente: Coordinada Urbana-Cálculos Camacol Departamento de Estudios Económicos.

¹https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/3869_MiCasaYa.pdf

El segmento de rangos de precio entre \$93 y \$231² millones de pesos (135 a 335 smmlv) continúa impulsando el mercado de vivienda diferente de VIS, cuyo crecimiento fue del orden de 4,7% anual con 75.684 unidades vendidas, 3.410 unidades más que en el 2015. Por el lado de la oferta de este mismo segmento, las unidades lanzadas registraron una variación del -0,3% anual llegando a 81.513 unidades durante el 2016 (Gráfico 1.5 - panel a).

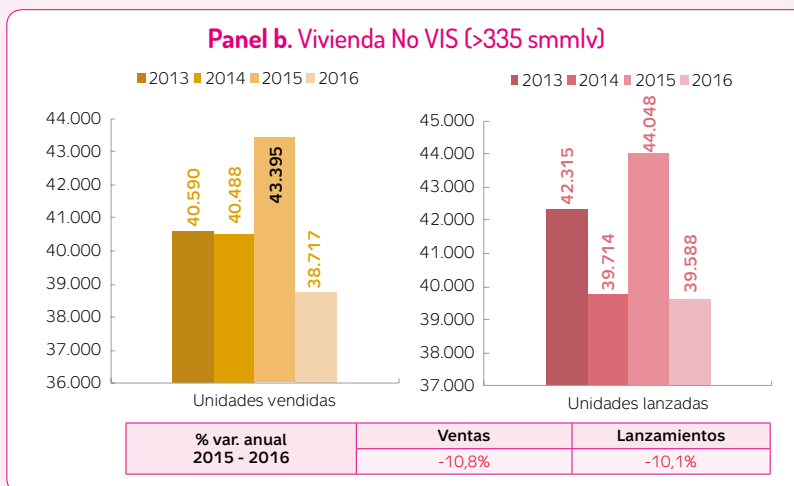
Gráfico 1.5
Tendencias de oferta y demanda - No VIS
(Unidades de vivienda 2013- 2016)



Fuente: Coordinada Urbana-Cálculos Camacol Departamento de Estudios Económicos.

En cuanto a las unidades habitacionales con precio superior a 335 smmlv (más de \$231 millones de pesos), tanto el nivel de ventas como lanzamientos presentaron variaciones negativas del 10,8% y 10,1% anual respectivamente (Gráfico 1.5 - panel b).

Gráfico 1.5
Tendencias de oferta y demanda - No VIS
(Unidades de vivienda 2013- 2016)



Fuente: Coordinada Urbana-Cálculos Camacol Departamento de Estudios Económicos.

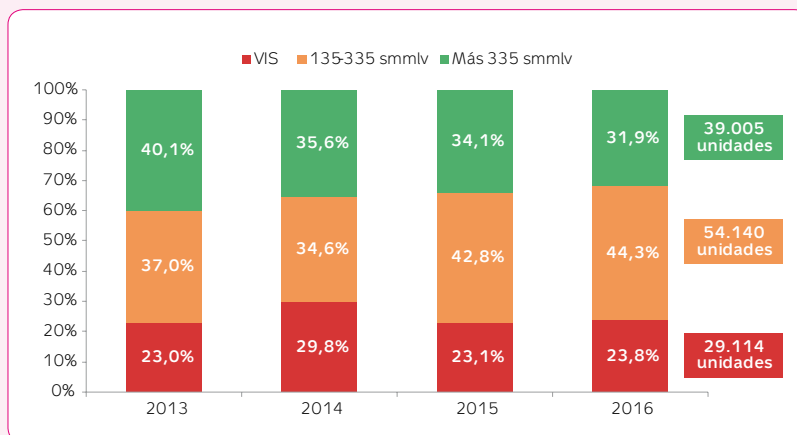
La oferta disponible a diciembre de 2016 se compone de 122.259 unidades en 3.403 proyectos de las 17 regiones del país donde tiene cobertura el Censo Georreferenciado de Camacol³. Cerca del 44,3% de esta

²Precios en smmlv de 2016.

³Antioquia, Atlántico, Bolívar, Boyacá, Caldas, Cesar, Córdoba, Cundinamarca, Huila, Magdalena, Meta, Nariño, Norte de Santander, Risaralda, Santander, Tolima y Valle.

oferta se ubica en los precios de 135 a 335 smmlv, porcentaje que se ha incrementado respecto a años anteriores, debido a que este rango es beneficiario de los estímulos derivados del subsidio a la tasa de interés. Así las cosas, ha pasado de contener el 37,0% de la oferta disponible en diciembre del 2013 con 31.325 unidades a 54.140 al cierre de 2016. El ajuste a la baja en términos de proporción de oferta se ha dado en el rango de precios mayores a \$ 231 millones de pesos (más de 335 smmlv), en el cual habían 33.984 unidades en 2013 (40,1% del total) (Gráfico 1.6).

Gráfico 1.6
Oferta disponible por rango de precio
Diciembre 2013-2016.



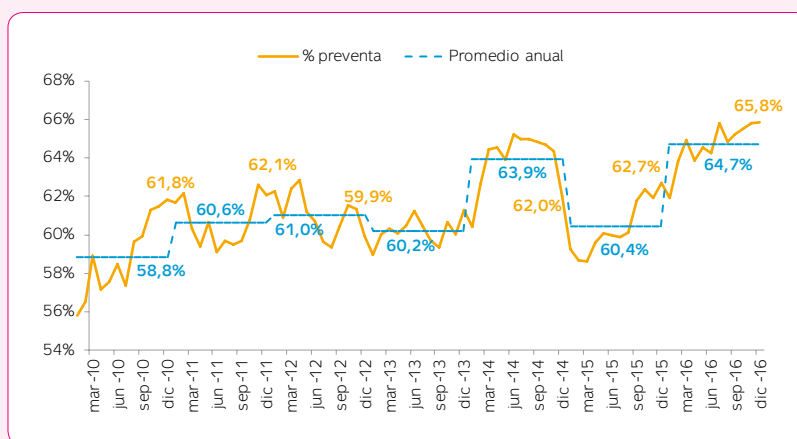
Fuente: Coordinada Urbana-Cálculos Camacol Departamento de Estudios Económicos.

Otras señales del mercado

La coyuntura macroeconómica del país impone grandes retos a los sectores económicos, es por esto que el constante monitoreo de indicadores adicionales asociados al mercado de vivienda, se constituye en una herramienta clave para determinar su estado y los riesgos asociados a este.

Durante lo corrido del 2016, en promedio la participación de la oferta de vivienda en preventa se ubicó en 64,7%, esto es 4,3 p.p. por encima de lo registrado en el 2015. Al finalizar el año (dic. 2016), el 65,8% del total del stock se encontraba disponible para ser vendido en fases previas al inicio de la construcción, de manera que la oferta sobre planos continúa siendo el modelo central dentro de la estructura de la oferta de proyectos (Gráfico 1.7).

Gráfico 1.7
Participación de la preventa dentro de la oferta disponible
2010 - 2016.

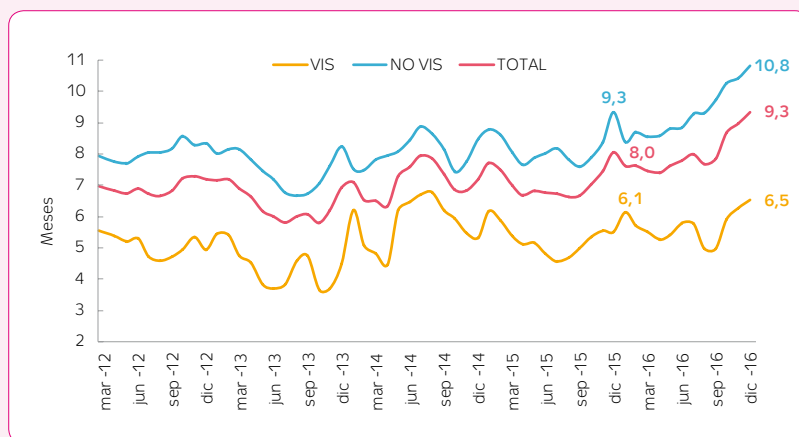


Fuente: Coordinada Urbana-Cálculos Camacol Departamento de Estudios Económicos.

El diagnóstico obtenido mediante el indicador de rotación de inventarios⁴ para diciembre de 2016 muestra que el nivel de oferta actual se vendería en el mercado en 9,3 meses si el ritmo de ventas se mantuviese constante, superando en 1,3 meses al dato registrado en el mismo mes del año 2015 (Gráfico 1.8).

Este resultado está soportado principalmente por la desaceleración de la economía del país, que ralentizó la dinámica comercial de manera generalizada. En particular, la velocidad de comercialización en el segmento No VIS ha estado influenciada por un volumen de oferta nueva más alta, en especial con precios entre \$93 y \$231 millones (135 a 335 smmlv), y por menores ritmos de ventas en el segmento alto.

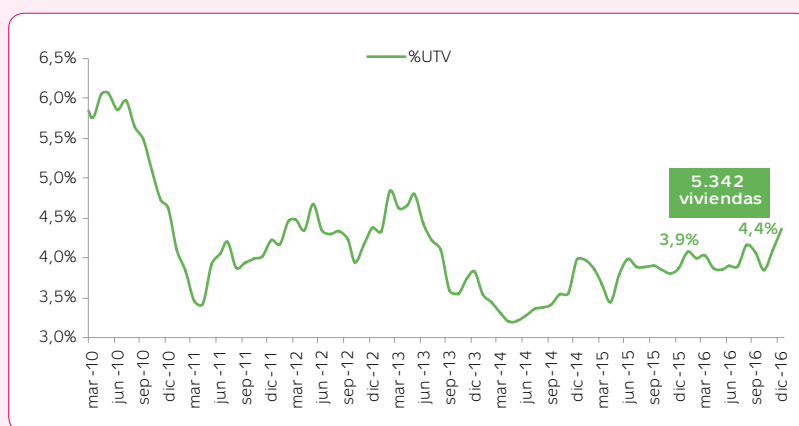
Gráfico 1.8
Rotación de inventarios (oferta disponible/ ventas promedio) 2010 - 2016.



Fuente: Coordinada Urbana-Cálculos Camacol Departamento de Estudios Económicos.

Las unidades terminadas por vender⁵ mostraron una participación del 4,4% sobre el total del stock de vivienda disponible al cierre de 2016, lo que significó un volumen de 5.342 viviendas. Este resultado es mayor al observado en el mismo mes de 2015, cuando el porcentaje de oferta terminada fue del 3,9% (Gráfico 1.9).

Gráfico 1.9
Unidades terminadas por vender (Oferta terminada / oferta total) 2010-2016.



Fuente: Coordinada Urbana-Cálculos Camacol Departamento de Estudios Económicos.

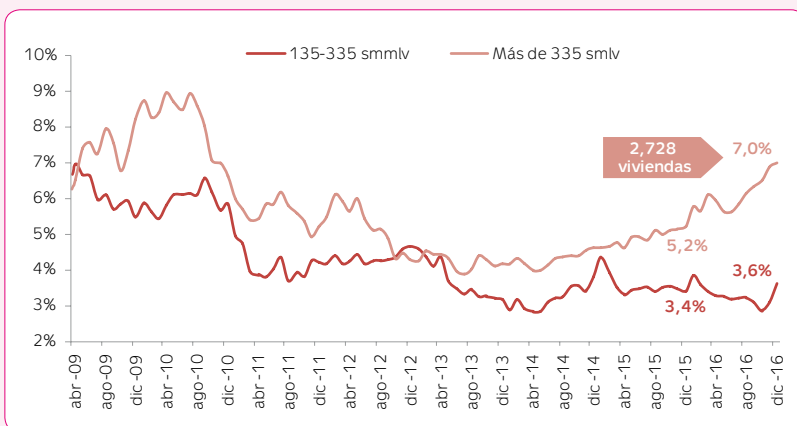
Al desagregar por segmento, se puede observar que el crecimiento del indicador se debe mayormente al rango de precios superiores a los \$ 231 millones de pesos, donde el porcentaje de Unidades Terminadas por Vender ha escalado de 5,2% a 7,0% al cabo de un año, mientras que el resto del segmento No VIS se

⁴Este indicador se refiere al tiempo que tardan las unidades habitacionales en ser comercializadas.

⁵Este indicador refleja un riesgo inherente a la acumulación de inventario terminado en la actividad.

ha mantenido en una variación de 0,2 p.p. en el mismo periodo de tiempo. Únicamente en el rango mayor a \$ 231 millones de pesos se encuentran 2.728 unidades por vender, lo que corresponde a 51,1% de la oferta ya terminada (Gráfico 1.10).

Gráfico 1.10
Unidades terminadas por vender – No VIS (Oferta terminada / oferta total) 2009-2016

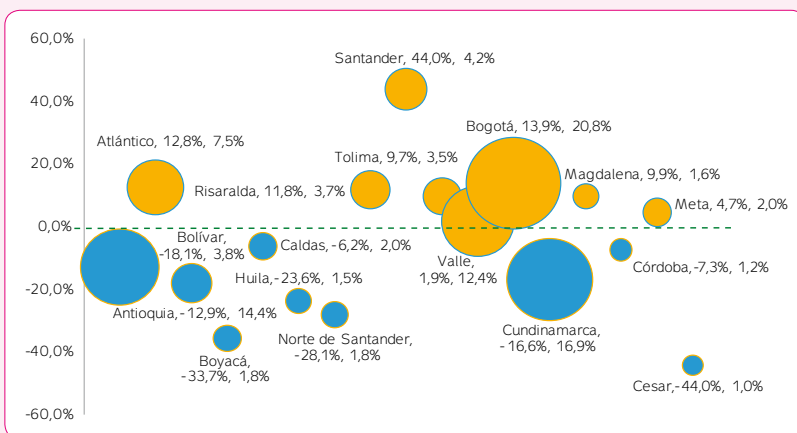


Fuente: Coordinada Urbana-Cálculos Camacol Departamento de Estudios Económicos.

Comportamiento regional

Al desagregar el desempeño por regional, se puede observar que existe un comportamiento diverso en cuanto a los resultados de comercialización de unidades habitacionales. En ocho regionales se presentaron crecimientos en su dinámica de ventas durante el acumulado anual de 2016: Santander (44%), Bogotá (13,9%), Atlántico (12,8%), Risaralda (11,8%), Magdalena, (9,9%), Tolima (9,7%), Meta (4,7%) y Valle (1,9%). Por el contrario, entre las regionales con variaciones negativas se destacan Cesar, Boyacá, Norte de Santander, Huila, Bolívar, Cundinamarca, Antioquia, Córdoba y Caldas (Gráfico 1.11).

Gráfico 1.11
Variación doce meses en ventas- Total mercado Diciembre 2015 vs. Diciembre 2016⁶

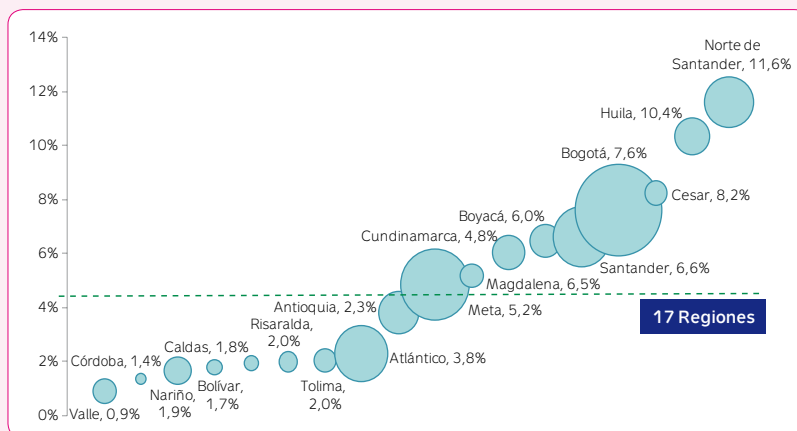


Fuente: Coordinada Urbana-Cálculos Camacol Departamento de Estudios Económicos.

En el Gráfico 1.12 se evidencia que el porcentaje de Unidades Terminadas por Vender (UTV), en regiones como Norte de Santander (11,6%), Huila (10,4%) y Cesar (8,2%) se encuentra por encima del 4,4% obtenido en el total de 17 regiones, además, otros mercados como Valle, Córdoba y Bolívar tienen un estricto control de los inventarios para evitar la acumulación del mismo.

⁶El primer porcentaje después del nombre de la regional muestra la variación entre los dos periodos de las ventas, y el segundo el peso dentro del mercado nacional en los últimos doce meses a diciembre de 2016.

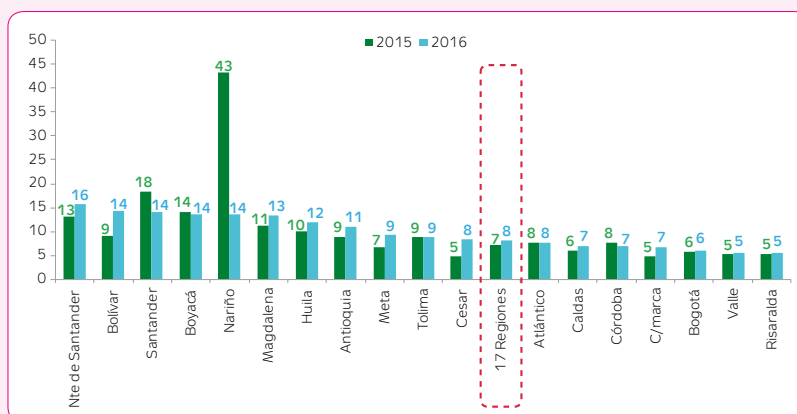
Gráfico 1.12
Oferta terminada por vender - Regional
Diciembre de 2016.



Fuente: Coordinada Urbana-Cálculos Camacol Departamento de Estudios Económicos.

El ritmo de comercialización detectado mediante el indicador de rotación de inventarios mostró incrementos para la mayoría de regionales a finales de 2016, con lo cual se mantiene el aumento en los tiempos de ventas frente a lo observado en el mismo periodo de 2015. No obstante, en las regionales de Nariño⁷, Santander, Córdoba y Boyacá, el tiempo para vaciar la oferta en el mercado se redujo para el periodo analizado, mientras que en Atlántico, Tolima, Risaralda, Valle y Bogotá se mantuvo prácticamente constante respecto al año anterior (Gráfico 1.13).

Gráfico 1.13
Rotación de inventario promedio
enero-diciembre
(Oferta / promedio
ventas) 2015 vs. 2016.



Var. 2015-2016	Nte. Santander	Bolívar	Santander	Boyacá	Nariño	Magdalena	Huila	Antioquia	Meta
	2,5	5,2	-4,2	-0,5	-29,8	2,2	1,9	2,1	2,5
Var. 2015-2016	Tolima	Cesar	Atlántico	Caldas	Córdoba	C/marca	Bogotá	Valle	Risaralda
	0,1	3,6	0,1	1,1	-0,6	1,9	0,3	0,2	0,1

Fuente: Coordinada Urbana-Cálculos Camacol Departamento de Estudios Económicos.

⁷La elevada rotación de inventarios para la regional Nariño en 2015 se sustenta en un incremento sostenido de la oferta durante este año, generando un cambio de nivel en los volúmenes de stock disponible.

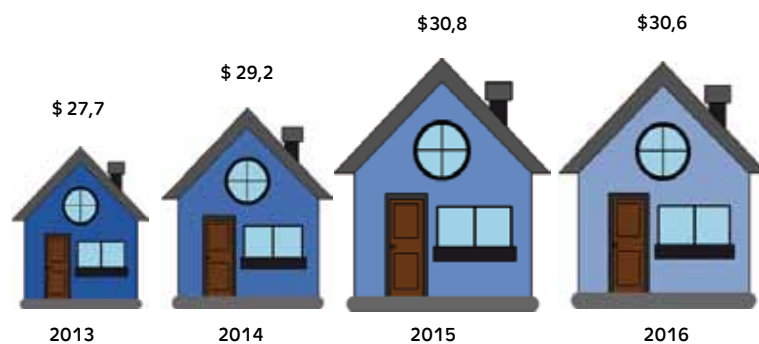


Foto: Gerente.com

¿EN CUÁNTO SE ENCUENTRA VALORADO EL MERCADO DE VIVIENDA NUEVA EN COLOMBIA?

Al cierre de 2016, la inversión en vivienda nueva de los hogares colombianos alcanzó los \$33 billones de pesos (a precios constantes), cifra que corresponde a un ajuste del -0,2% anual. A pesar de los cambios en las condiciones macroeconómicas relacionados con el aumento de la tasa de interés de créditos hipotecarios, el valor de las ventas en el último año se ha mantenido prácticamente en los mismos niveles de 2015, lo que reafirma la estabilidad en el mercado de destinos residenciales y la importancia de las políticas de subsidio a la tasa de interés y los programas de vivienda social del Gobierno Nacional para que este resultado se prolongue en el tiempo (Gráfico 1.14).

Gráfico 1.14
Inversión de los hogares en vivienda nueva
(Billones de pesos constantes- enero a diciembre 2013-2016)



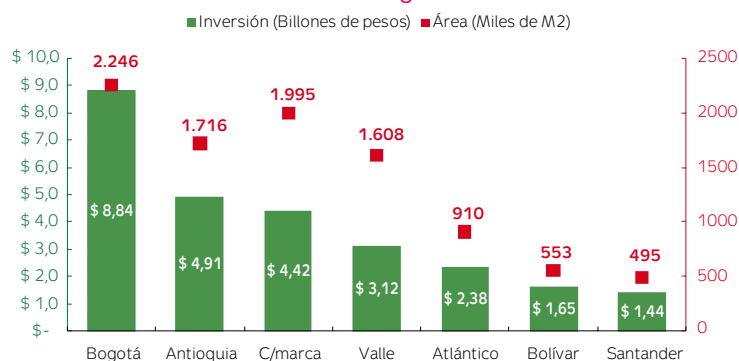
Fuente: Coordinada Urbana-Cálculos Camacol Departamento de Estudios Económicos.

La estadística por regiones muestra que en los siete mercados grandes, la inversión alcanzó los \$26,8 billones de pesos en 9,5 millones de metros cuadrados para vivienda nueva. Santander presentó las mayores variaciones, con crecimientos de 38,4% y 32% en área e inversión respectivamente, seguido de Valle (6,3% en área y 9,9% en inversión) y Bogotá, con variaciones del 2,4% en el valor de las ventas y 5,6% en el área comercializada. Con esto, el balance de los mercados grandes muestra que 4 de 7 regionales registraron una dinámica comercial positiva al cierre del 2016 (Gráfico 1.15 - panel a).

Por su parte los mercados intermedios comercializaron un total de 1,8 millones de metros cuadrados entre enero de 2016 y diciembre del mismo año, lo que significó un valor de ventas por \$4,3 billones, de los cuales \$3,7 billones fueron por cuenta de los departamentos de Córdoba, Risaralda, Tolima, Caldas y Magdalena, que registraron crecimientos del orden del 27,2%, 16,6%, 16,5%, 14,4% y 13,1% anual respectivamente (Gráfico 1.15 - panel b).

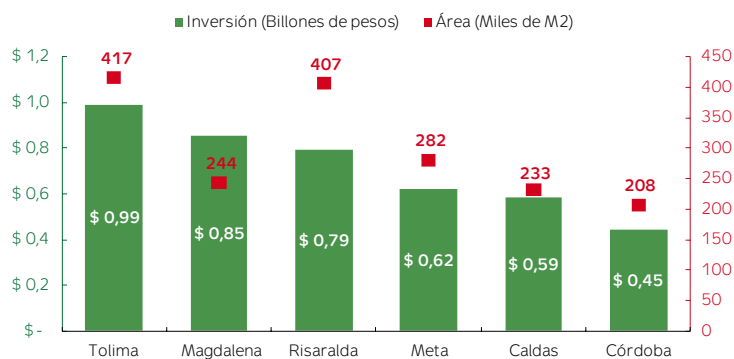
Gráfico 1.15
Valor de las ventas
y área vendida
Regional - Enero a
diciembre de 2016.

a. Mercados grandes



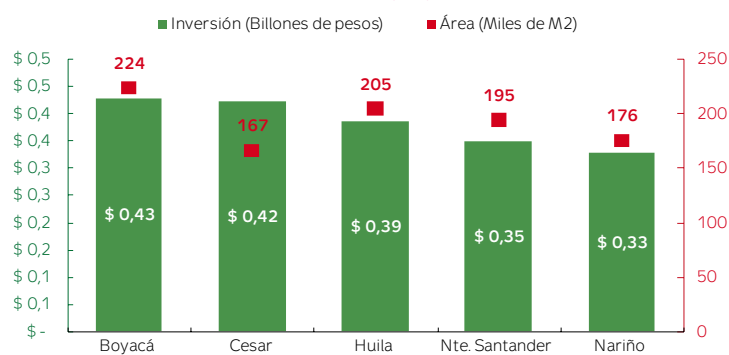
Var% anual	Bogotá	Antioquia	C/marca	Valle	Atlántico	Bolívar	Santander
Inversión	2,43%	-2,76%	-16,96%	9,93%	-9,43%	7,17%	31,99%
Área vendida	5,63%	-10,26%	-17,14%	6,32%	0,85%	-1,29%	38,36%

b. Mercados intermedios



Var% anual	Tolima	Magdalena	Risaralda	Meta	Caldas	Córdoba
Inversión	16,55%	13,09%	16,60%	-0,50%	14,43%	27,25%
Área vendida	9,18%	10,04%	9,72%	5,46%	-0,62%	5,39%

c. Mercados pequeños



Var% anual	Boyacá	Cesar	Huila	Nte. Santander	Nariño
Inversión	-16,75%	-16,57%	-37,50%	-17,32%	234,04%
Área vendida	-28,68%	-38,30%	-30,91%	-22,81%	186,65%

Fuente: Coordinada Urbana-Cálculos Camacol Departamento de Estudios Económicos.

Foto: El Confidencial

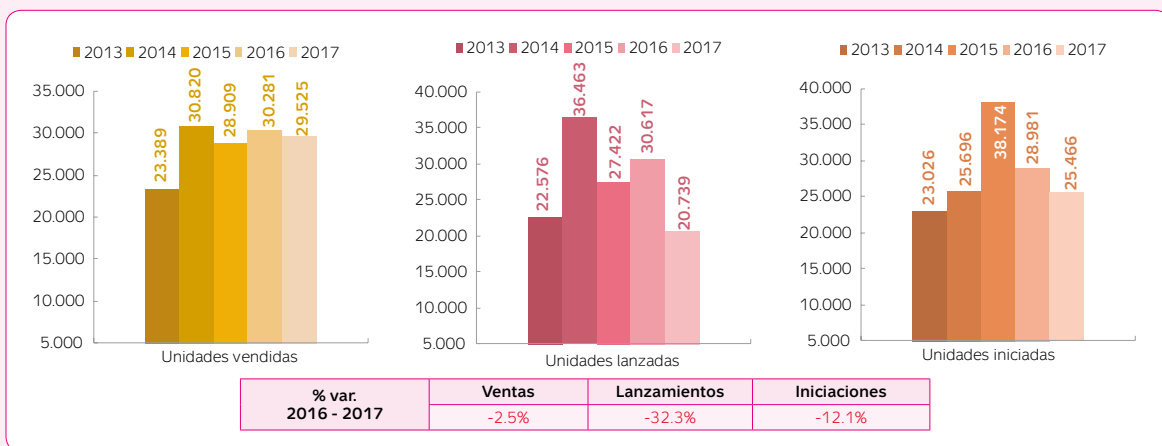


¿CUÁL FUE EL COMPORTAMIENTO DEL SECTOR EN LOS DOS PRIMEROS MESES DEL AÑO 2017?

En lo corrido del 2017 a febrero, las ventas de vivienda dieron cuenta de una moderación del 2,5% anual tras sumar un total de 29.525 unidades comercializadas en el mercado nacional, tendencia que también se presentó en los lanzamientos que registraron contracciones en términos anuales del 32,3%. En términos absolutos, la nueva oferta pasó de presentar un nivel de 30.617 unidades entre enero y febrero de 2016 a ubicarse en las 20.739 un año después, lo que evidencia una señal saludable para el mercado dados unos ritmos de comercialización más lentos.

Por su parte, las iniciaciones han recuperado sus niveles si se les compara con los primeros dos meses de los años 2013, 2015 y 2016 (la base de comparación del 2014 no es pertinente por el efecto VIPA), al respecto vale la pena resaltar que cerca del 52% de las unidades vendidas en 2016 iniciarán obra este año, lo cual mejora las perspectivas del indicador y de la generación de valor agregado para el 2017 (Gráfico 1.16).

Gráfico 1.16 Comportamiento de los indicadores líderes
(Unidades de vivienda – Año corrido enero-febrero de cada año 2013- 2017).

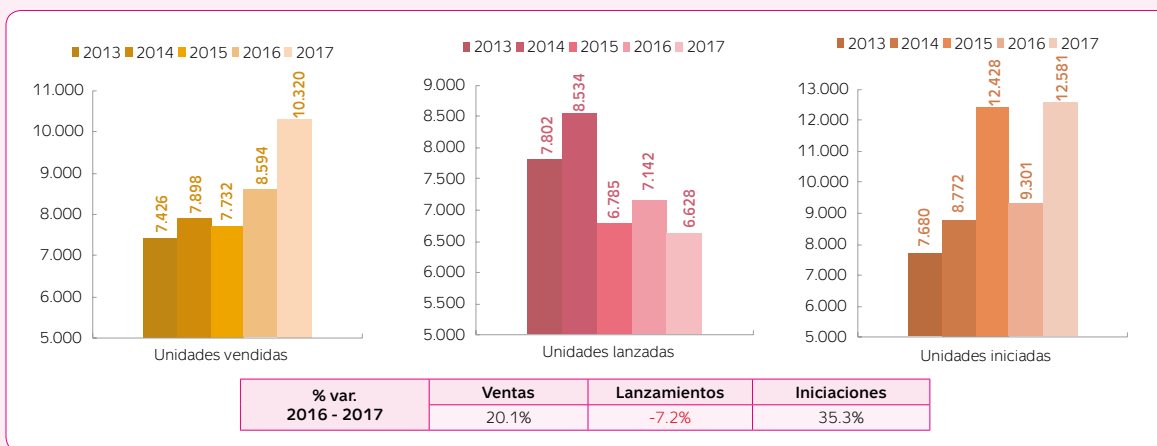


Fuente: Coordinada Urbana-Cálculos Camacol Departamento de Estudios Económicos.

Por su parte, en el segmento de 70-135 smmlv durante los dos primeros meses del año se comercializaron 10.320 unidades de vivienda que impulsa el Gobierno Nacional a través del programa “Mi Casa Ya”, lo que significó un crecimiento de 20.1% respecto al mismo periodo del año anterior. Los hogares de bajos ingresos están encontrando una oportunidad viable de adquirir vivienda propia a través de “Mi Casa Ya”, un programa dirigido a todos los hogares con ingresos de hasta 4 salarios mínimos, que ofrece un apoyo para la cuota inicial y un alivio en la cuota mensual del crédito hipotecario para viviendas VIS a través de subsidio a la tasa.

Además el programa “Mi Casa Ya” ha impulsado otros indicadores. De acuerdo con las cifras de Coordinada Urbana, en los dos primeros meses del año se presentó una aceleración del 35.3% anual en el número de unidades habitacionales del segmento “Mi Casa Ya” que iniciaron proceso de construcción, alcanzando las 12.581 unidades, en contraste con la moderación de los lanzamientos que presentan una caída el 7,2% anual.

Gráfico 1.17 Comportamiento de los indicadores líderes –“Mi Casa Ya”
(Unidades de vivienda – Año corrido enero-febrero de cada año 2013- 2017).



Fuente: Coordinada Urbana-Cálculos Camacol Departamento de Estudios Económicos.



Foto: Parediro.com

NUEVOS PROYECTOS E IMPACTO COMERCIAL

Un indicador líder

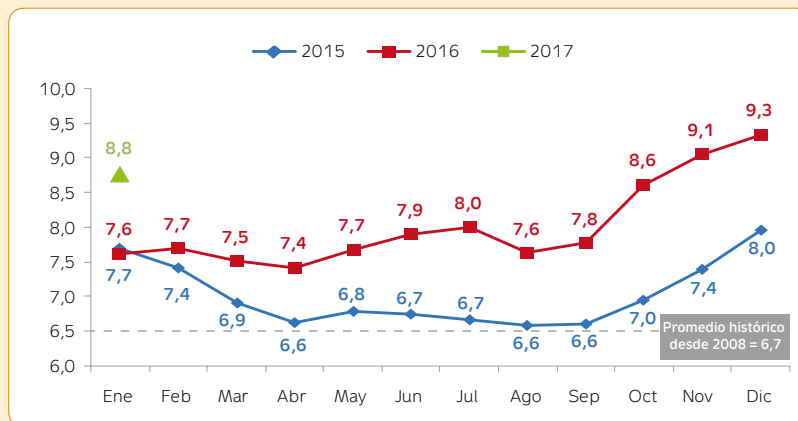
- Introducción
- ¿Cómo evolucionan las ventas de vivienda nueva en los proyectos de acuerdo con su fecha de lanzamiento?
- Impacto comercial del lanzamiento de proyectos
- Ajustes de mercado: el periodo de preventas evoluciona de forma saludable
- Reflexiones finales

INTRODUCCIÓN

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 como se vio en la sección anterior los niveles de ventas fueron elevados.

Tal y como se observa en el gráfico 2.1, el 2016 estuvo caracterizado por valores 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 2.1
Rotación de inventarios (Oferta/ventas promedio) Doce meses a enero 2015-2017.



Fuente: Coordinada Urbana

De esta manera, con el objetivo de profundizar sobre los resultados en la comercialización de vivienda nueva se construyeron dos indicadores; el primero evalúa la dinámica de los proyectos 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.

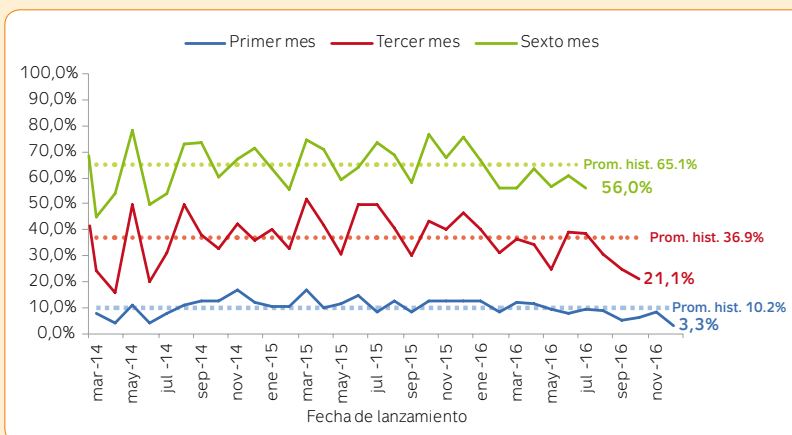
¿CÓMO EVOLUCIONAN LAS VENTAS DE VIVIENDA NUEVA EN LOS PROYECTOS DE ACUERDO CON SU FECHA DE LANZAMIENTO?

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 proyecto⁸. Así, en el gráfico 2.2 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 2.2, 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.

⁸El análisis incluyó información de 5.185 etapas de proyectos, lanzadas desde enero del 2014 hasta diciembre de 2016, en las que se produjeron alrededor 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.

Gráfico 2.2
Porcentaje de ventas mensual – proyectos lanzados (2014 - 2016) Mediana.



Fuente: Coordinada Urbana

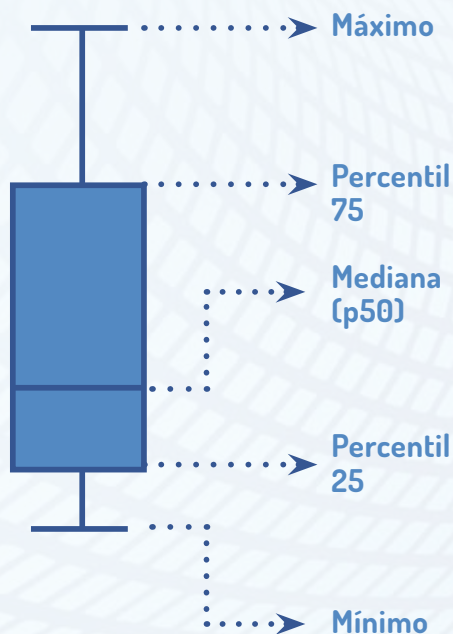
IMPACTO COMERCIAL DEL LANZAMIENTO DE PROYECTOS

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 variabilidad⁹ (diagrama 2.1). Mediante este diagrama se analizó el comportamiento comercial de un grupo de proyectos durante su primer mes de lanzamiento, de esta manera, los porcentajes que se analizarán a continuación corresponden únicamente al primer mes de ventas.

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 tener sesgos dado el porcentaje de proyectos relativamente exitosos que han tenido elevados porcentajes de comercialización durante el primer mes de lanzamientos (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 mes de 12,5% a 6,7% entre el 2015 y el 2016. Sin embargo, en promedio este

Diagrama 2.1
Partes que componen el diagrama de cajas y bigotes

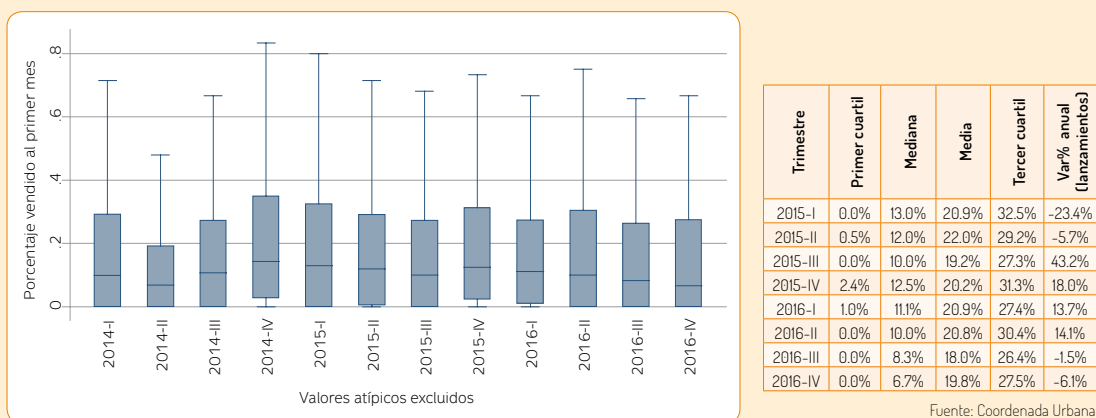


Fuente: DEE - Camacol

⁹Si se quiere un mayor detalle ingresar a <http://www.estadisticaparatodos.es/taller/graficas/cajas.html>.

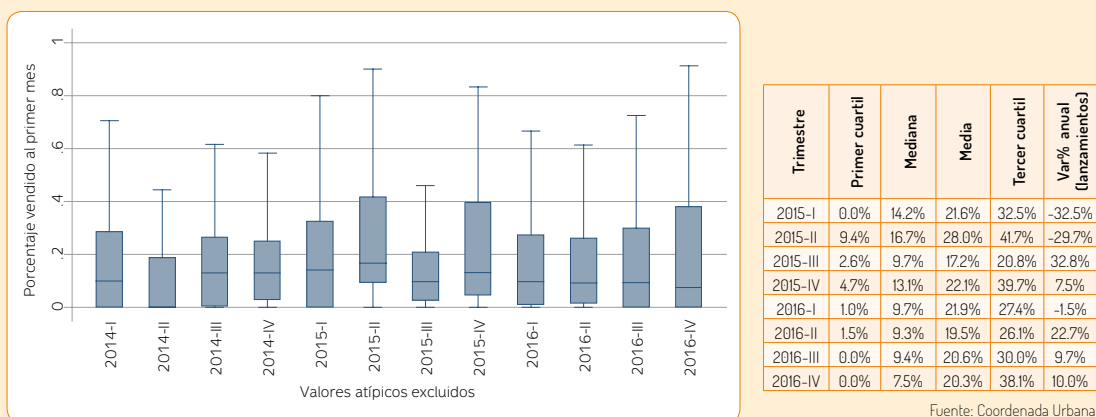
porcentaje pasó de 20,2% a 19,8% mostrando la misma tendencia decreciente, aunque en una magnitud mucho menor. Por su parte, el tercer cuartil encontró una reducción en el porcentaje de ventas en 3,8 p.p., resultado que lo ubica en una situación intermedia a la dinámica del promedio y la mediana. Lo 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 2.3).

► **Gráfico 2.3/ Ventas al mes de lanzamiento por trimestre – Total mercado (2014 – 2016)**



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 10,0% 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 2.4).

► **Gráfico 2.4/ Ventas al mes de lanzamiento por trimestre – Segmento VIS (2014 – 2016)**

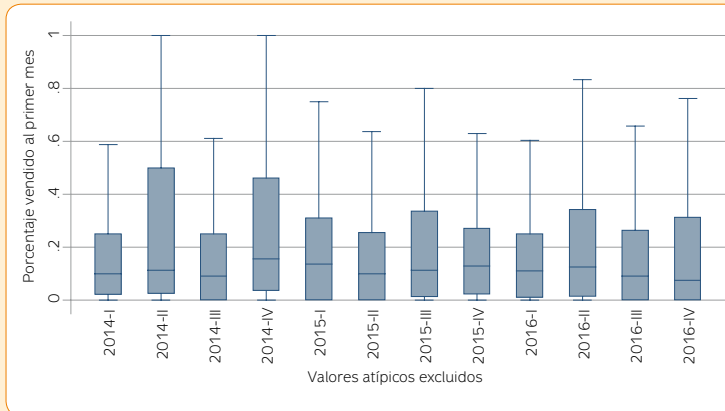


Por su parte, los proyectos ubicados en el segmento No VIS (135-335 SMMLV) reflejaron resultados positivos en el promedio de ventas de los proyectos y en el percentil 75, los cuales crecieron 1,4p.p., y 4,2p.p., respec-

tivamente entre el cuarto trimestre de 2016 y el mismo periodo de 2015. Por el contrario, el segundo cuartil (mediana) presentó una contracción del 5,4% ubicándose en un promedio de ventas del 7,5% en el primer mes de lanzamiento (gráfico 2.5).

La dinámica particular de este segmento puede sustentarse en el subsidio sobre la tasa de interés que aplica para las viviendas 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 que permiten prever unos resultados que se mantengan en el terreno positivo.

► **Gráfico 2.5/ Ventas al mes de lanzamiento por trimestre – No VIS 135-335 SMMLV (2014 – 2016)**



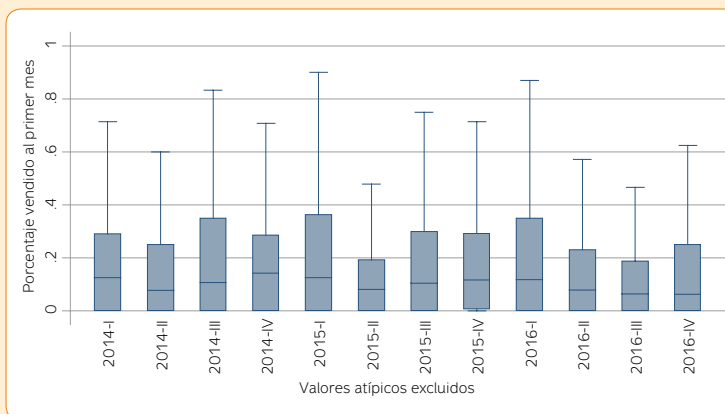
Trimestre	Primer cuartil	Mediana	Media	Tercer cuartil	Var.% anual (lanzamientos)
2015-I	0.0%	13.6%	21.3%	31.1%	10.8%
2015-II	0.0%	10.0%	19.9%	25.5%	42.2%
2015-III	1.2%	11.3%	21.0%	33.6%	40.7%
2015-IV	2.2%	12.9%	20.1%	27.1%	31.1%
2016-I	1.0%	11.1%	18.1%	25.0%	30.2%
2016-II	1.4%	12.5%	22.9%	34.2%	14.9%
2016-III	0.0%	9.1%	17.6%	26.4%	-7.5%
2016-IV	0.0%	7.5%	21.5%	31.3%	-6.9%

Fuente: Coordinada Urbana

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.

Al último trimestre del 2016 el cuartil 50 presentaba una proporción de ventas del 6,3%, tras una contracción de 5,5p.p.; de manera similar el promedio se ubicó en 15,6% tras 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 2.6).

► **Gráfico 2.6/ 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-I	0.0%	12.5%	21.4%	36.3%	5.8%
2015-II	0.0%	8.1%	15.7%	19.2%	28.1%
2015-III	0.0%	10.4%	19.8%	30.0%	44.4%
2015-IV	0.6%	11.7%	19.2%	29.2%	7.1%
2016-I	0.0%	11.8%	22.0%	35.0%	13.5%
2016-II	0.0%	7.8%	17.8%	23.1%	12.6%
2016-III	0.0%	6.5%	15.2%	18.8%	5.1%
2016-IV	0.0%	6.3%	15.6%	25.0%	-24.9%

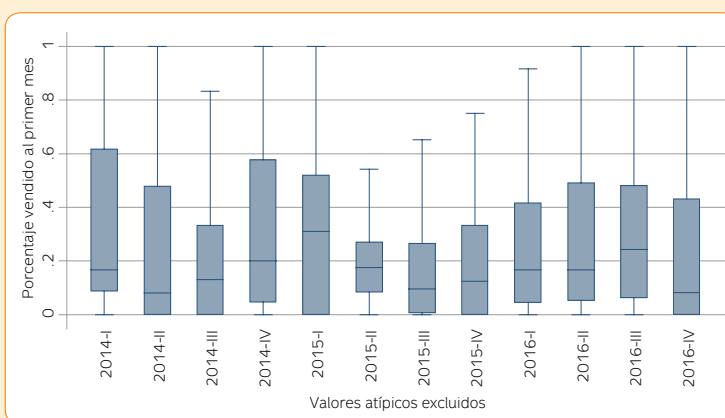
Fuente: Coordinada Urbana

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 2016.; y el mercado del 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. (Ver Anexos)

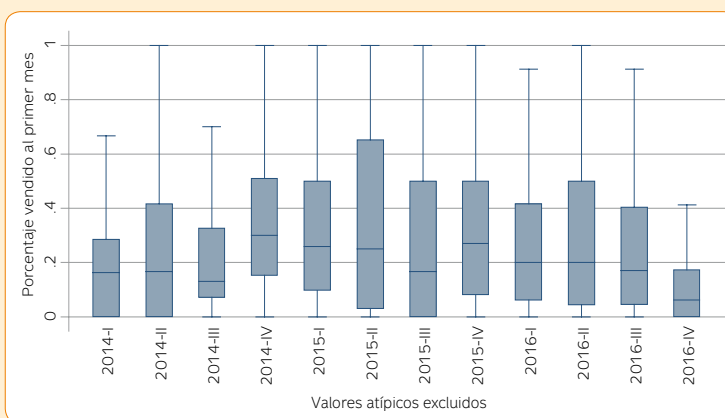
▶ ANEXO 1/ Ventas al mes de lanzamiento por trimestre - Bogotá (2014 - 2016)



Trimestre	Primer cuartil	Mediana	Media	Tercer cuartil	Var% anual (lanzamientos)
2014-I	8.7%	16.7%	34.3%	61.7%	
2014-II	0.0%	8.0%	22.3%	47.9%	
2014-III	0.0%	13.0%	21.8%	33.3%	
2014-IV	4.8%	20.1%	28.9%	57.7%	
2015-I	0.0%	31.1%	30.8%	52.0%	-38.3%
2015-II	8.3%	17.5%	25.1%	27.0%	61.3%
2015-III	0.6%	9.5%	20.4%	26.6%	21.3%
2015-IV	0.0%	12.5%	21.1%	33.3%	0.9%
2016-I	4.5%	16.7%	26.0%	41.7%	171%
2016-II	5.4%	16.7%	28.8%	49.0%	48.0%
2016-III	6.4%	24.2%	30.8%	48.1%	22.4%
2016-IV	0.0%	8.2%	27.4%	43.2%	10.6%

Fuente: Coordinada Urbana

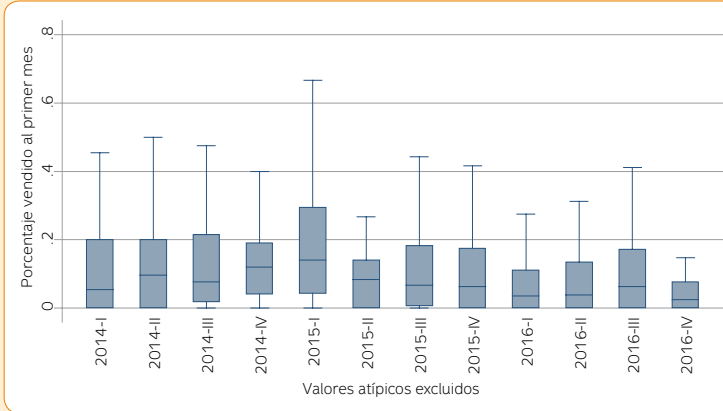
▶ ANEXO 2/ Ventas al mes de lanzamiento por trimestre - Cundinamarca (2014 - 2016)



Trimestre	Primer cuartil	Mediana	Media	Tercer cuartil	Var% anual (lanzamientos)
2015-I	9.7%	25.9%	32.5%	50.0%	-32.3%
2015-II	3.1%	25.0%	35.8%	65.2%	25.4%
2015-III	0.0%	16.7%	26.5%	50.0%	18.8%
2015-IV	8.1%	27.1%	30.5%	50.0%	43.0%
2016-I	6.3%	20.0%	27.8%	41.7%	33.2%
2016-II	4.4%	20.0%	31.3%	50.0%	7.0%
2016-III	4.5%	17.0%	26.0%	40.4%	-27.6%
2016-IV	0.0%	6.3%	14.6%	17.3%	-43.6%

Fuente: Coordinada Urbana

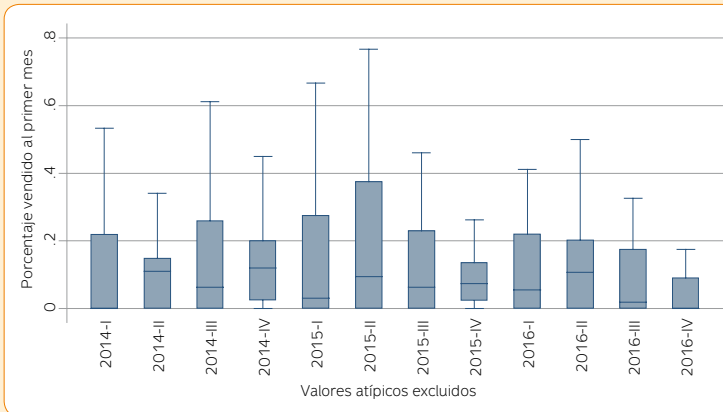
ANEXO 3/ Ventas al mes de lanzamiento por trimestre - Antioquia (2014 - 2016)



Trimestre	Primer cuartil	Mediana	Media	Tercer cuartil	Var% anual (lanzamientos)
2015-I	4.3%	14.0%	18.6%	29.4%	44.8%
2015-II	0.0%	8.3%	12.3%	14.0%	111.6%
2015-III	0.6%	6.7%	15.2%	18.2%	54.6%
2015-IV	0.0%	6.3%	12.1%	17.5%	38.8%
2016-I	0.0%	3.5%	12.7%	11.1%	4.9%
2016-II	0.0%	3.8%	9.8%	13.5%	-25.2%
2016-III	0.0%	6.3%	12.3%	17.1%	-24.5%
2016-IV	0.0%	2.5%	8.9%	7.7%	-16.0%

Fuente: Coordinada Urbana

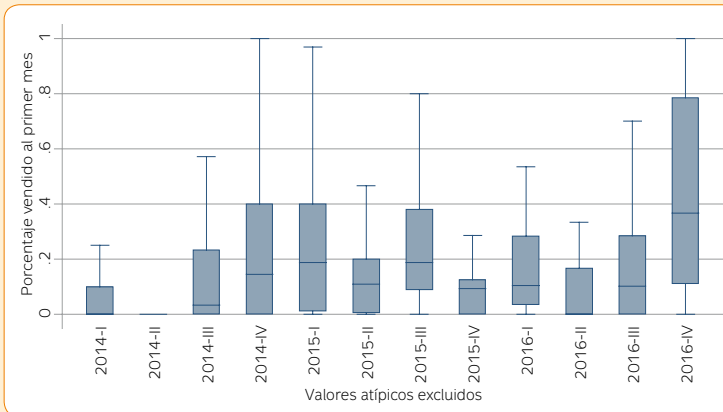
ANEXO 4/ Ventas al mes de lanzamiento por trimestre - Valle (2014 - 2016)



Trimestre	Primer cuartil	Mediana	Media	Tercer cuartil	Var% anual (lanzamientos)
2015-I	0.0%	3.0%	15.3%	27.5%	-52.9%
2015-II	0.0%	9.4%	24.8%	37.5%	-37.7%
2015-III	0.0%	6.3%	15.4%	23.0%	120.7%
2015-IV	2.4%	7.4%	10.9%	13.5%	62.3%
2016-I	0.0%	5.6%	12.0%	22.0%	32.7%
2016-II	0.0%	10.7%	14.0%	20.2%	15.2%
2016-III	0.0%	1.9%	9.7%	17.5%	7.1%
2016-IV	0.0%	0.0%	8.9%	9.1%	-29.4%

Fuente: Coordinada Urbana

ANEXO 5/ Ventas al mes de lanzamiento por trimestre - Atlántico (2014 - 2016)



Trimestre	Primer cuartil	Mediana	Media	Tercer cuartil	Var% anual (lanzamientos)
2015-I	1.2%	18.8%	28.7%	40.0%	-47.9%
2015-II	0.5%	10.9%	17.4%	20.0%	-65.7%
2015-III	9.0%	18.8%	27.6%	38.1%	71.5%
2015-IV	0.0%	9.4%	14.0%	12.5%	-4.1%
2016-I	3.5%	10.5%	19.1%	28.3%	51.9%
2016-II	0.0%	0.0%	10.4%	16.7%	63.1%
2016-III	0.0%	10.2%	16.0%	28.4%	-33.3%
2016-IV	11.1%	36.7%	42.3%	78.5%	155.9%

Fuente: Coordinada Urbana

AJUSTES DE MERCADO: EL PERIODO DE PREVENTAS EVOLUCIONA DE FORMA SALUDABLE

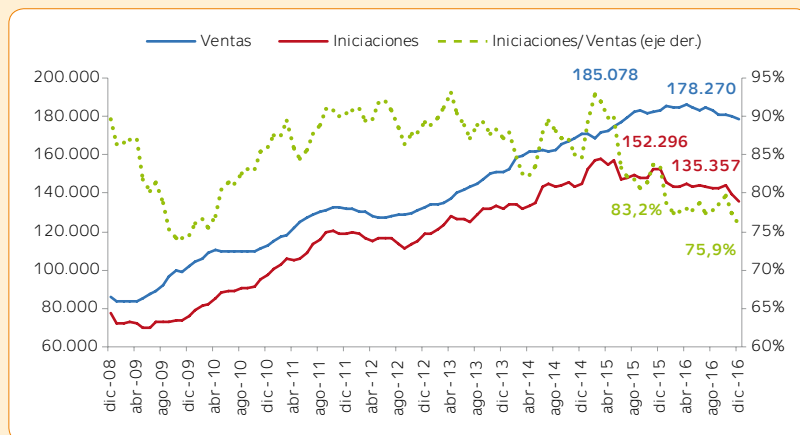


Foto: www.amanillo.com.co

En el gráfico 2.7 se observa que a diciembre del año 2016, las iniciaciones correspondían al 75,9% de las unidades vendidas, es decir 7,3 p.p menos que un año atrás. De esta manera, las ventas de vivienda han mantenido una tendencia creciente (con una leve corrección hacia finales del año pasado), pero las unidades iniciadas han presentado reducciones.

Este resultado corresponde a una modificación en la planificación de los proyectos por parte de las constructoras. 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.

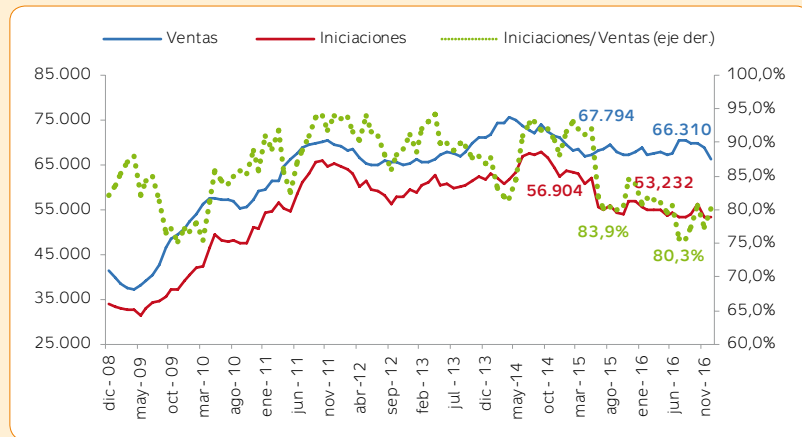
Gráfico 2.7
Iniciaciones Vs
Ventas -
Total mercado
(2008-2016).



Fuente: Coordinada Urbana

En Bogotá y Cundinamarca, los ritmos de ventas presentaron un ajuste de manera anticipada (desde el segundo semestre del año 2014) justificado en la situación de inestabilidad jurídica que se presentaron en la Alcaldía anterior. Esto ha permitido mantener un margen ligeramente menor entre las iniciaciones y ventas cerrando el año 2016 con un indicador de 80,3% (Gráfico 2.8).

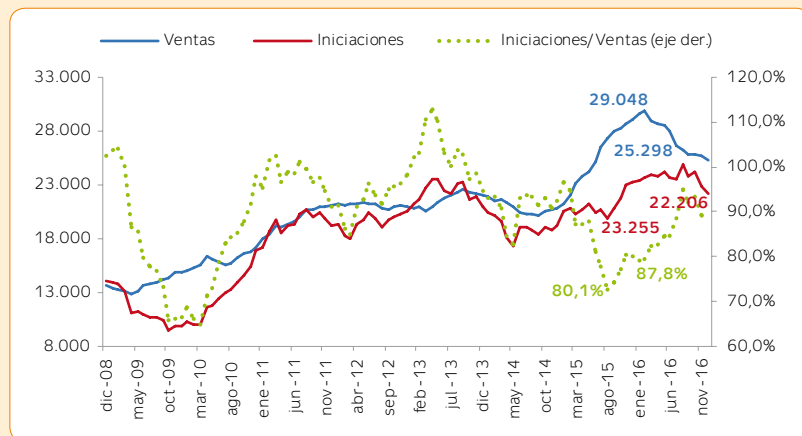
Gráfico 2.8
Iniciaciones Vs Ventas – Bogotá y Cundinamarca (2008-2016)



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 95% de las ventas, en enero del 2015, al 73% 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 constante que permitió cerrar el año 2016 con 22.206 iniciaciones que representan el 87,8% de las 25.298 unidades vendidas (Gráfico 2.9).

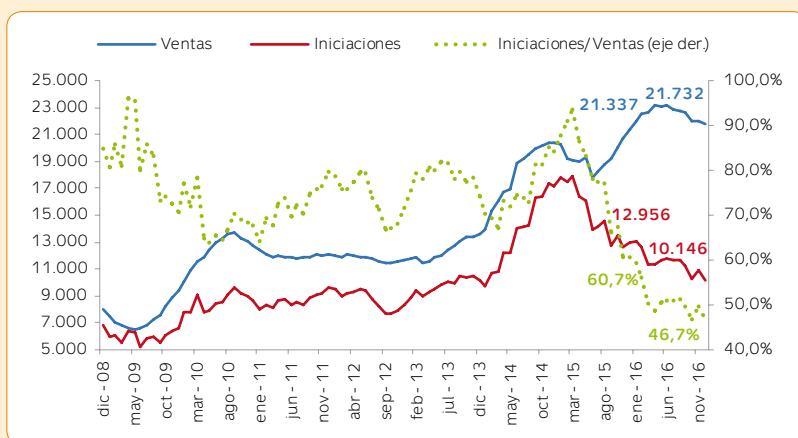
Gráfico 2.9
Iniciaciones Vs Ventas – Antioquia (2008-2016)



Fuente: Coordinada Urbana

Por último, el mercado del Valle experimentó una aceleración en la comercialización de viviendas en el segundo semestre del año 2015, que pasó de vender 19.000 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 17.132 a 10.146 en los acumulados doce meses de diciembre de 2014 y 2016, respectivamente. Estas diferencias han generado un incremento en el margen haciendo que a diciembre de 2016, las iniciaciones correspondieran únicamente al 46,7% de las unidades vendidas, el menor de las regiones analizadas (Gráfico 2.10).

Gráfico 2.10
Iniciaciones Vs
Ventas -
Valle del Cauca
(2008-2016)



Fuente: Coordinada Urbana

LA CAPACIDAD DE VENTAS DETERMINA LOS NUEVOS LANZAMIENTOS

Como se evidenció anteriormente, los resultados de ventas a nivel de proyectos parecen ser altamente heterogéneos. Así, mientras el 50% de la oferta nueva percibe 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 esperaría 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.

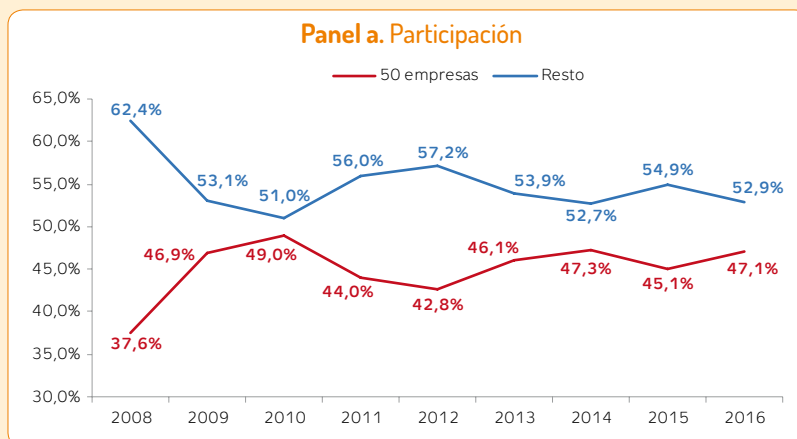
Las 50 empresas elegidas reportaron 529.234 unidades vendidas en el periodo de análisis, alcanzando una participación del 47,3% del mercado en ese periodo (tabla 2.1).

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 49,0% en el año 2010 y que actualmente se encuentra 47,1% (Gráfico 2.11- panel A).

Gráfico 2.11
Unidades nuevas
lanzadas mercado
total- 50 empresas
vs Resto
(2008-2016)



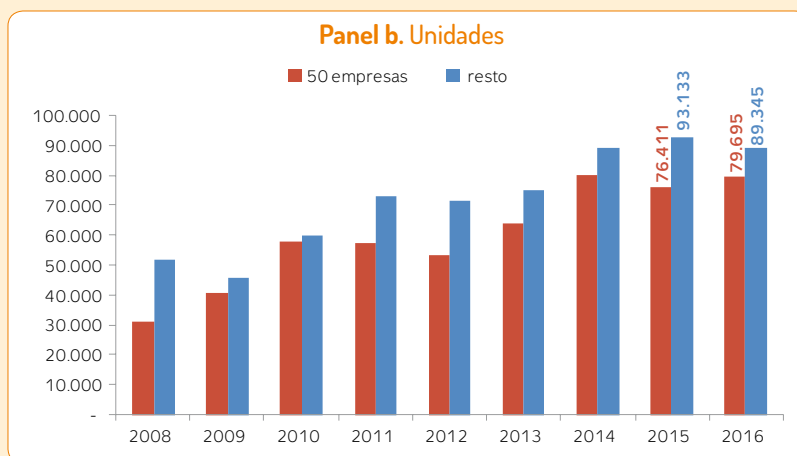
Fuente: Coordinada Urbana

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 2.11- panel B). Así, entre el año 2015 y 2016 se presentó un incremento en la participación de la 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 únicamente por los lanzamientos presentados en el año 2014 (80.514 viviendas lanzadas). En este periodo inició el programa de Vivienda de Interes Prioritario para Ahorradores (VIPA), a través del cual se lanzaron cerca de 86.000 unidades de vivienda tipo VIP en proyectos específicos¹⁰ 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 2.11
Unidades nuevas
lanzadas mercado
total- 50 empresas
vs Resto
(2008-2016)

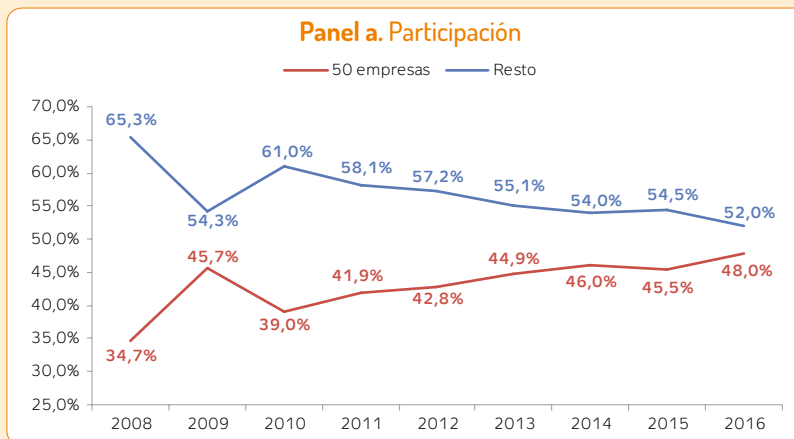


Fuente: Coordinada Urbana

¹⁰A 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.

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 2.12- Panel A).

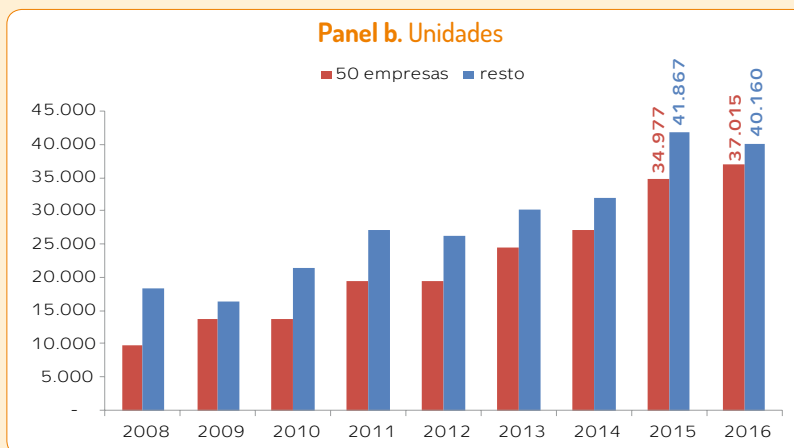
Gráfico 2.12
Unidades nuevas lanzadas No VIS 135-335 SMMLV- 50 empresas vs Resto (2008-2016)



Fuente: Coordinada Urbana

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 2.12- 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 2.12
Unidades nuevas lanzadas No VIS 135-335 SMMLV- 50 empresas vs Resto (2008-2016)



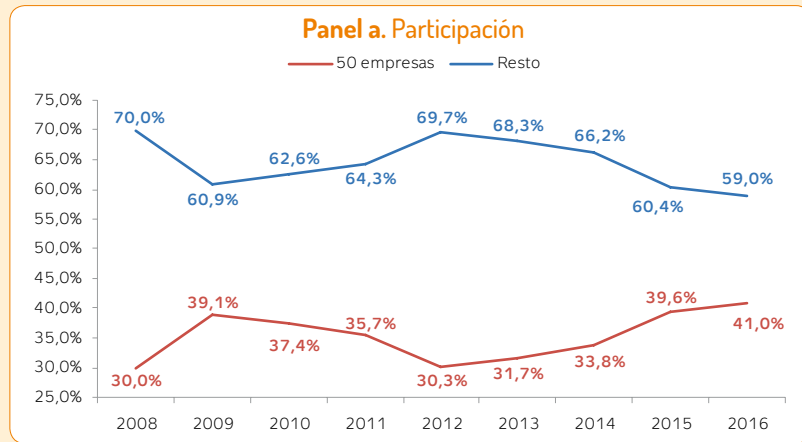
Fuente: Coordinada Urbana

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 2.13- 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

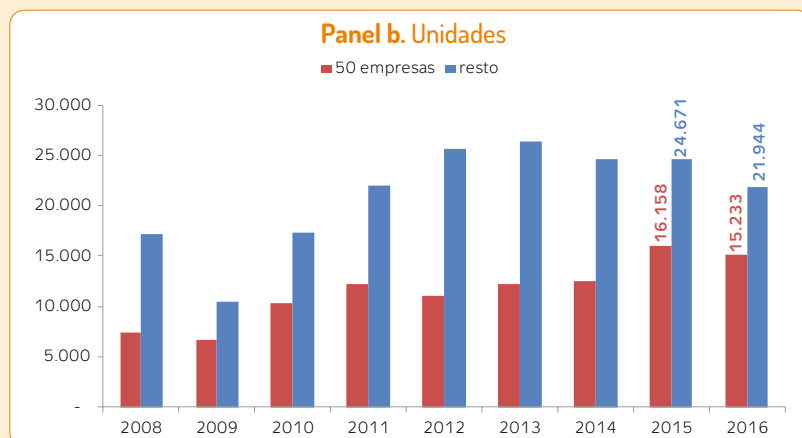
número de viviendas nuevas en oferta, del 5,7% y 11,1%, respectivamente, evidenciando el ajuste por el que atraviesa este segmento. Pese a lo anterior, una corrección relativamente suavizada por parte de las empresas líderes, evidencia una situación favorable de las empresas con aparatos comerciales más robustos de cara a las nuevas realidades del mercado de vivienda.

Gráfico 2.13
Unidades nuevas lanzadas No VIS Más de 335 SMMLV- 50 empresas vs Resto (2008-2016).



Fuente: Coordinada Urbana

Gráfico 2.13
Unidades nuevas lanzadas No VIS Más de 335 SMMLV- 50 empresas vs Resto (2008-2016).



Fuente: Coordinada Urbana



REFLEXIONES FINALES

El análisis desarrollado en esta sección corresponde a un ejercicio cuantitativo para complementar los resultados encontrados con los indicadores de riesgo tradicionales. De esta forma, se intenta detallar de una manera más precisa el ajuste observado en los ritmos de comercialización de algunos segmentos durante el 2016.

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 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.

La construcción de estos indicadores constituye un insumo fundamental para el seguimiento del mercado de vivienda nueva, mediante estos ejercicios se busca orientar las decisiones del empresariado y de instituciones públicas para continuar proveyendo niveles saludables de oferta en los diferentes segmentos del mercado.



ANÁLISIS SOBRE LOS DETERMINANTES DE ACTIVIDAD REGIONAL:

Diferencias por tamaño de mercado y estructura económica

- Introducción
- ¿Qué tan desalineado está el PIB regional de edificaciones?
- ¿Qué tan relacionada está la actividad edificadora regional con los demás sectores?
- ¿Tienen un efecto diferenciado los determinantes de la actividad edificadora en las regiones?
- ¿Cuáles son los efectos particulares de estos determinantes sobre las regiones?
- Conclusiones

Editor: Edwin Chirivi Bonilla

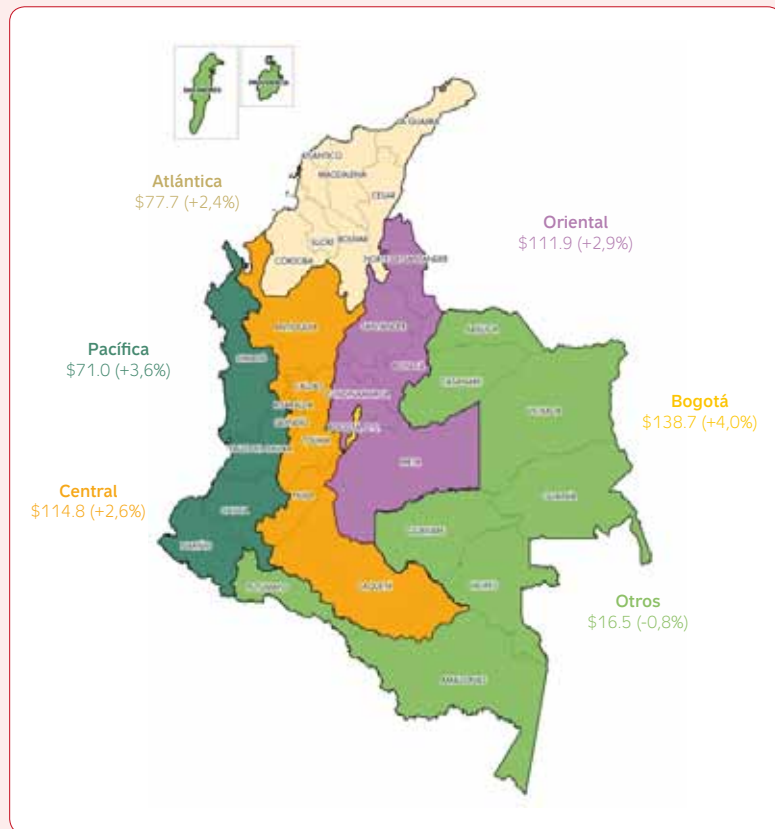
Investigadores: Karen Ortega Burgos y Viviana Sarmiento Guzmán.

INTRODUCCIÓN

La heterogeneidad regional es un tema que ha llamado la atención en la literatura económica desde hace más de treinta años. En Colombia, las disparidades a lo largo y ancho del país han estado presentes durante todo el proceso de desarrollo económico, por lo que fenómenos como la concentración de la producción y del empleo en el centro del territorio nacional no son hechos novedosos.

Así por ejemplo, mientras que durante el 2015 Bogotá aportó el 26,1% del PIB total al elevar su valor agregado a \$138,7 billones de pesos, la región Central conformada por siete de los departamentos más importantes del país participó con el 20,6% del Producto Interno Bruto nacional, al tiempo que el PIB de los otros departamentos- cuya contracción fue del -0,8%- representó apenas el 10% del producto generado en la capital (Gráfico 3.1).

Gráfico 3.1
Gráfico 3.1. PIB por regiones 2015
 -Precios constantes del 2005-Cifras en billones de pesos



ATLÁNTICA						
Atlántico	Bolívar	Cesar	Córdoba	Guajira	Magdalena	Sucre
\$22.2	\$19.9	\$10.2	\$9.3	\$5.7	\$6.7	\$4.2

CENTRAL						
Antioquia	Caldas	Caquetá	Huila	Quindío	Risaralda	Tolima
\$73.5	\$7.8	\$2.4	\$8.7	\$4.0	\$7.8	\$10.8

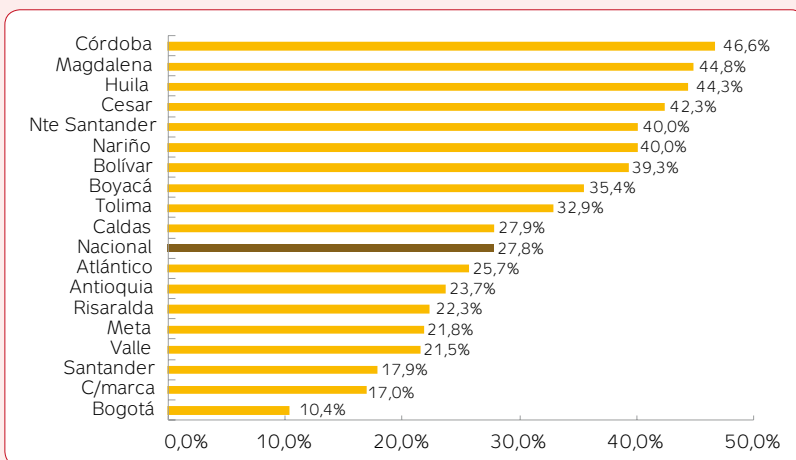
ORIENTAL					PACÍFICA			
Boyacá	Cundinamarca	Meta	N. de Santander	Santander	Cauca	Chocó	Nariño	Valle
\$22.2	\$19.9	\$10.2	\$9.3	\$5.7	\$8.8	\$1.8	\$8.2	\$52.3

OTROS DEPARTAMENTOS								
Amazonas	Arauca	Casanare	Guainía	Guaviare	Putumayo	San Andrés y Providencia	Vaupés	Vichada
\$0.4	\$3.0	\$9.0	\$0.2	\$0.4	\$2.4	\$0.8	\$0.1	\$0.3

Fuente: DANE

En línea con el Centro de Estudios Económicos Regionales –CEER–de Cartagena (2007)¹¹ la concentración del PIB per cápita –que constituye un indicio de disparidad regional– se ve reforzada por la diferencia de los indicadores sociales en los departamentos, muestra de ello, es que durante el 2015 el rango de la pobreza monetaria (Gráfico 3.2) osciló entre el 10,4% para Bogotá y el 46,6% para Córdoba¹², en comparación con la media nacional donde el 27,8% de la población fue clasificada como pobre. En este sentido los resultados más alentadores se encuentran en los departamentos con mayor dinámica económica donde menos del 26% de las personas percibió un ingreso por debajo de la línea de pobreza¹³.

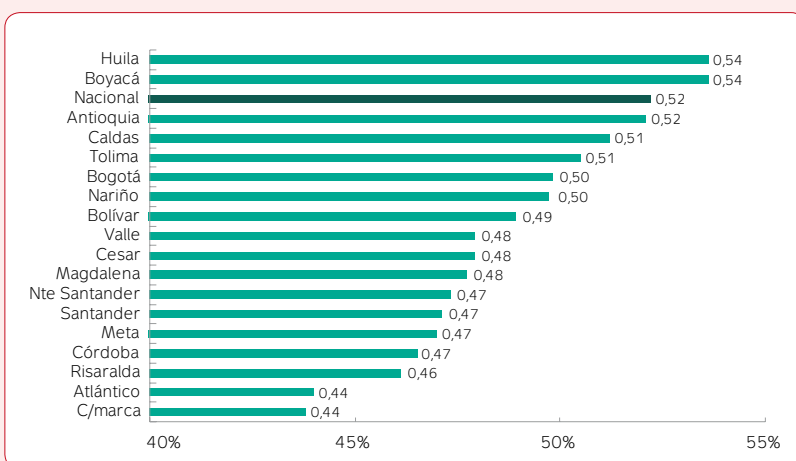
Gráfico 3.2
Incidencia
de la pobreza
monetaria 2015



Fuente: DANE, elaboración DEET

Los datos de desigualdad económica muestran una visión complementaria (Gráfico 3.3), mientras que Huila (0,54) y Boyacá (0,54) evidenciaron durante el 2015 una distribución del ingreso peor que la registrada en el promedio nacional (0,52), Cundinamarca y Atlántico obtuvieron los mejores resultados en términos de igualdad.

Gráfico 3.3
Coeficiente
de GINI 2015



Fuente: DANE, elaboración DEET

¹¹Centro de Estudios Económicos Regionales, Bases para reducir las disparidades regionales en Colombia, No. 84, 2007.

¹²El análisis agrupa únicamente los departamentos CAMACOL.

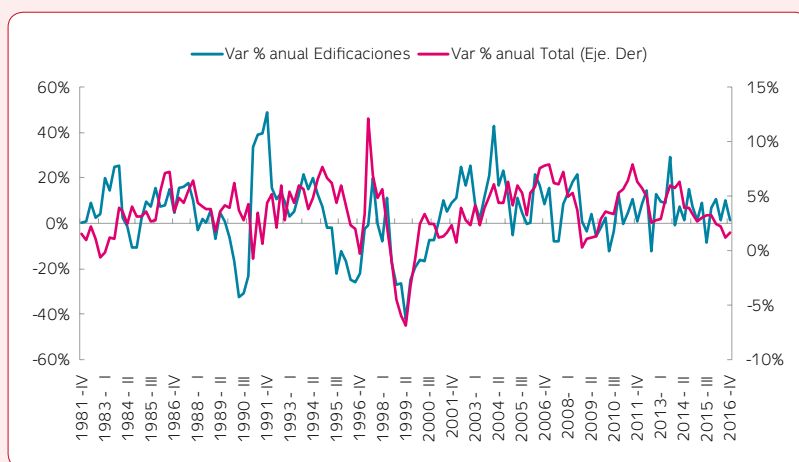
¹³De acuerdo con el DANE, la línea de pobreza se refiere al costo per cápita mínimo para adquirir una canasta de bienes (alimentarios y no alimentarios) que permiten un nivel de vida adecuado. En 2015 la línea de pobreza para el total nacional se ubicó en \$223.638, para las cabeceras en \$246.336, para los centros poblados y rural disperso en \$147.752, para las 13 ciudades y áreas metropolitanas en \$245.856 y para las otras cabeceras en \$247.027.

En este punto vale la pena mencionar algunas particularidades regionales: si bien Bogotá exhibe la menor tasa de incidencia de pobreza, el resultado que obtuvo en el coeficiente de GINI la ubica como una de las ciudades con peor distribución de ingresos, una dinámica diferente a la registrada por Cundinamarca cuyos balances de pobreza y desigualdad se ubican como los segundos mejores del país, en contraste con los de Huila donde ambos registros se encuentran por encima del promedio nacional.

Estas disparidades están influenciadas a su vez por la concentración de las actividades económicas a nivel departamental, en coherencia con la localización que deciden las empresas, luego de evaluar factores como la geografía, el clima, la demanda, la disponibilidad de mano de obra, entre otros factores para poner en marcha su actividad productiva.

En este orden de ideas, debido a que el sector edificador constituye uno de los motores de crecimiento del país, como consecuencia de los múltiples encadenamientos que lo llevan a presentar una fuerte correlación con los movimientos de la economía en su conjunto (Gráfico 3.4), resulta de gran importancia identificar y categorizar las disparidades regionales que puedan existir en esta rama de la economía.

Gráfico 3.4
Variación anual del PIB de edificaciones y PIB total-1981-2016.



Fuente: DANE, cálculos DEET

Así entonces, este informe se organiza de la siguiente manera, la primera parte contiene la presente introducción, la segunda caracteriza la desalineación regional de la construcción de edificaciones, la tercera aborda la relación entre la actividad edificadora y los demás sectores económicos, la cuarta evalúa los efectos diferenciados de los determinantes de la dinámica sectorial y la quinta presenta las conclusiones.

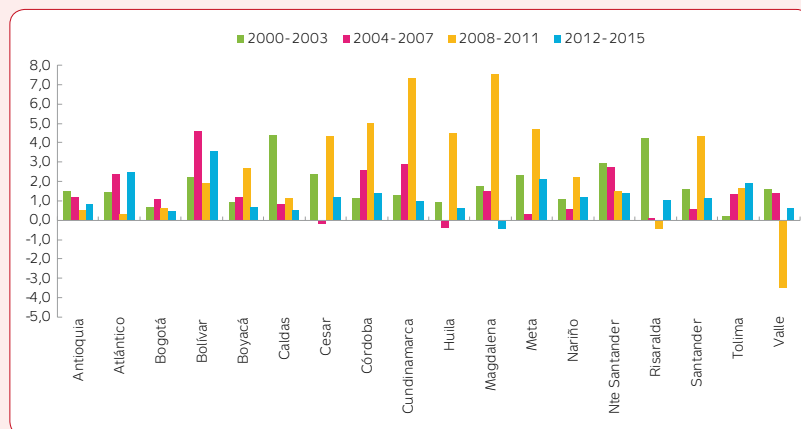


Foto: Expansión

¿QUÉ TAN DESALINEADO ESTÁ EL PIB REGIONAL DE EDIFICACIONES?

El comportamiento del valor agregado de la construcción de edificaciones ha sido mixto a lo largo del tiempo y entre las regiones. Tras el estallido de la crisis hipotecaria en 1998, el segmento edificador en la mayoría de departamentos se recuperó¹⁴ rápidamente al evidenciar tasas de crecimiento por encima del agregado nacional, únicamente con excepción de Bogotá, Boyacá y Tolima (Gráfico 3.5).

Gráfico 3.5
Crecimiento promedio relativo del valor agregado de edificaciones regional y nacional¹⁵



Fuente: DANE, cálculos DEET

¹⁴La recuperación hace referencia al periodo 2000-2003.

¹⁵Una razón de 1 significa que el crecimiento promedio del departamento fue igual al crecimiento promedio del sector a nivel nacional, mayor a 1 indica que la dinámica departamental se ubicó por encima de la nacional, y menor a la unidad que el comportamiento nacional superó el regional.

Durante el periodo más reciente de desaceleración económica (2008-2011) por cuenta del coletazo de la burbuja inmobiliaria en Estados Unidos, la construcción de edificaciones registró en el país una tasa de crecimiento promedio del 3,9% anual tras haber presentado un crecimiento del 12,3% anual entre 2000-2003 y del 9,8% en el periodo comprendido entre 2004-2007. A nivel regional se destacan los resultados de Cundinamarca y Magdalena, que se expandieron 7.3 y 7.5 veces más que el agregado nacional en contraste con Risaralda y Valle que presentaron contracciones relativas de -0,4 y -3,4 veces entre 2012 y 2015.

En cuanto a los periodos de aceleración 2004-2007 y 2012-2015 -este último gracias a la construcción de las cien mil viviendas gratis y otros programas de vivienda como las viviendas de interés prioritario para ahorradores (VIPA) y los subsidios a la tasa de interés hipotecaria que impulsaron el desarrollo del sector- el comportamiento de la construcción de edificaciones en los departamentos estuvo más ajustado a los resultados nacionales, debido a que en promedio las regiones crecieron 1.4 y 1.2 veces la media nacional en cada periodo de expansión respectivamente.

¿CÓMO SE RELACIONA LA ACTIVIDAD EDIFICADORA REGIONAL CON LOS DEMÁS SECTORES?

Los encadenamientos que tiene la construcción de edificaciones con los demás sectores explican su estrecha correspondencia con los movimientos de la economía como un todo, sin embargo en esta relación también se encuentran diferencias entre las regiones, lo que obedece entre otras cosas a la especialización de la producción que en ellas tiene lugar.

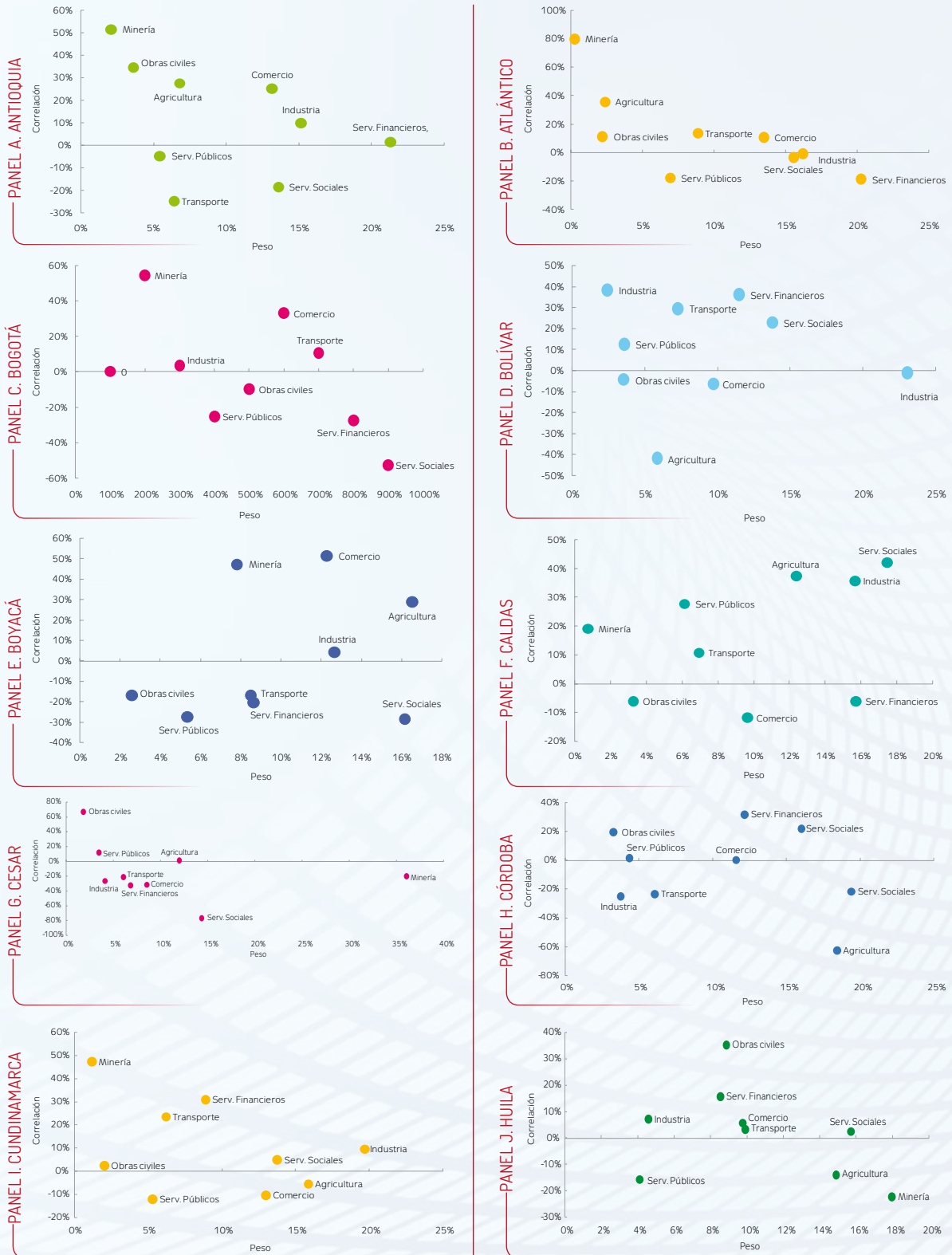
Así por ejemplo, al contrastar la correlación entre el valor agregado de la construcción de edificaciones y el peso relativo de los demás sectores en la producción del departamento, se encuentra que si bien la minería en Antioquia, Atlántico, Bogotá, Cundinamarca, Magdalena, Risaralda y Valle participan poco en la producción regional, exhiben una alta y positiva correlación con la actividad edificadora, lo que podría dar luces de que los ingresos generados por la industria minera son reinvertidos en áreas destinadas a la vivienda y a los destinos no residenciales (Gráfico 3.6).

Otro hallazgo relevante para resaltar es la correlación positiva con el subsector de obras civiles en Antioquia, Atlántico, Cesar, Córdoba, Huila, Magdalena, Meta, Nariño y Tolima, lo que indica que en estos departamentos la ejecución de vías principales y carreteras impulsa¹⁶ el desarrollo de proyectos de vivienda, así como de áreas comerciales, de servicios, de industria entre otras.

¹⁶Aunque la causalidad también puede venir de los desarrollos inmobiliarios a las obras civiles. Sin embargo, esta discusión queda para futuros proyectos de investigación.

Gráfico 3.6

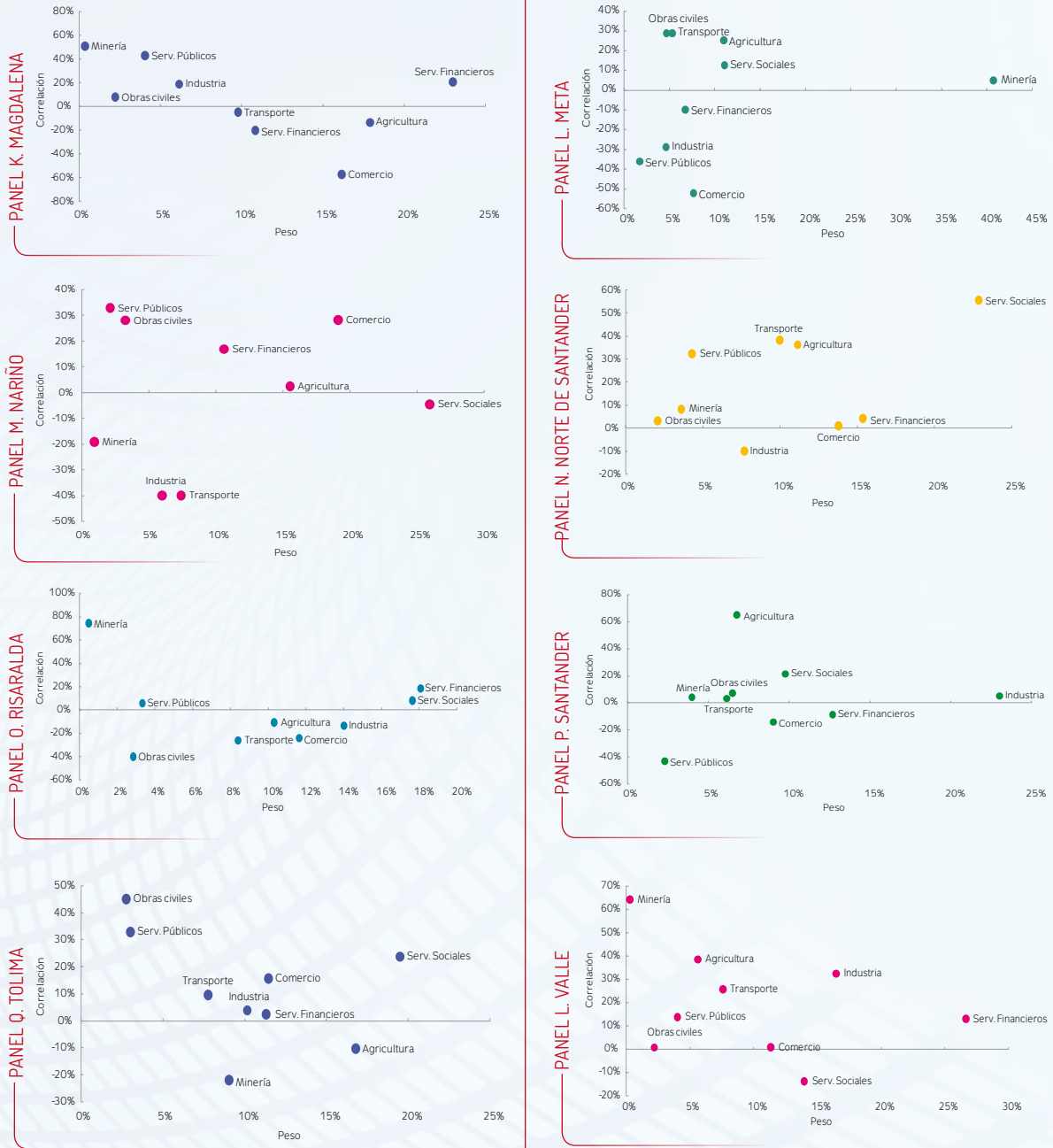
Correlación del valor agregado de edificaciones con los demás sectores económicos su peso relativo en PIB regional.)



Fuente: DANE, cálculos DEET.

Gráfico 3.6

Correlación del valor agregado de edificaciones con los demás sectores económicos su peso relativo en PIB regional.)



Fuente: DANE, cálculos DEET.

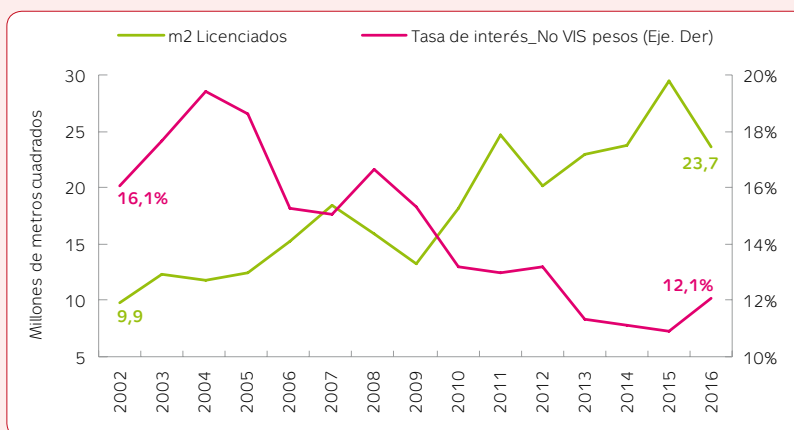
Foto: Intertraboc

¿TIENEN UN EFECTO DIFERENCIADO LOS DETERMINANTES DE LA ACTIVIDAD EDIFICADORA EN LAS REGIONES?

Una vez descritas las diferencias regionales que se presentan frente a la dinámica del sector de la construcción de edificaciones, este apartado pretende responder lo siguiente: ¿existen diferencias regionales en el impacto de factores determinantes como la tasa de interés, la tasa de desempleo y el ingreso de las personas sobre la actividad edificadora de los departamentos?, en este sentido, los metros cuadrados licenciados¹⁷ constituyen un buen termómetro para evaluar el desempeño del sector.

Durante los últimos quince años, los permisos de construcción exhibieron un crecimiento promedio del 6,0% anual, al pasar de 9,9 millones de metros cuadrados en 2002 a 23,7 millones durante todo el 2016. Al mismo tiempo, la tasa de interés hipotecaria (No VIS en pesos) registró contracciones sucesivas que la llevaron a ubicarse en 12,1% efectivo anual al cierre de 2016 (Gráfico 3.7), producto entre otras cosas, del control a la inflación por parte del Banco de la República y al subsidio a la tasa de interés bajo la figura del FRECH impulsado por el Gobierno Nacional durante los últimos años.

Gráfico 3.7
Metros cuadrados licenciados y tasa de interés 2002-2016.

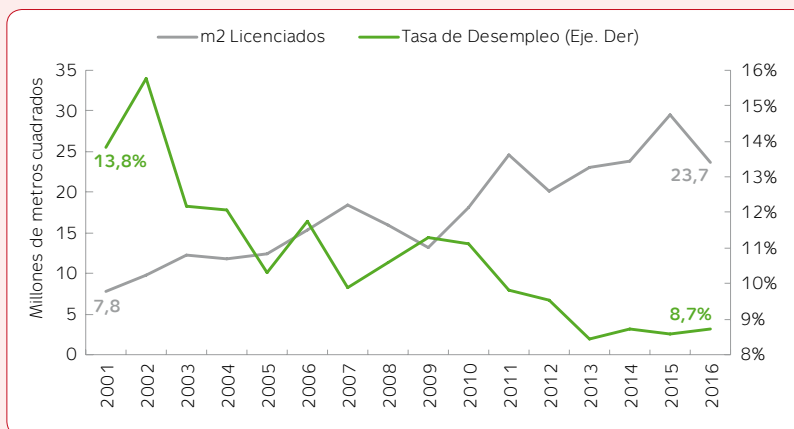


Fuente: DANE y Banco de la República

¹⁷Para este estudio incluimos el área licenciada de los departamentos con cobertura CAMACOL-Coordenada Urbana.

Esta misma relación inversa se presenta entre el área licenciada y la tasa de desempleo (Gráfico 3.8). Históricamente, mejoras en el mercado laboral a través de una reducción paulatina de la razón desempleados-fuerza de trabajo han estado asociadas con incrementos en la oferta de nuevos espacios residenciales y no residenciales, esto, a raíz de que una menor tasa de desempleo constituye una señal de mayor demanda de estas áreas a futuro.

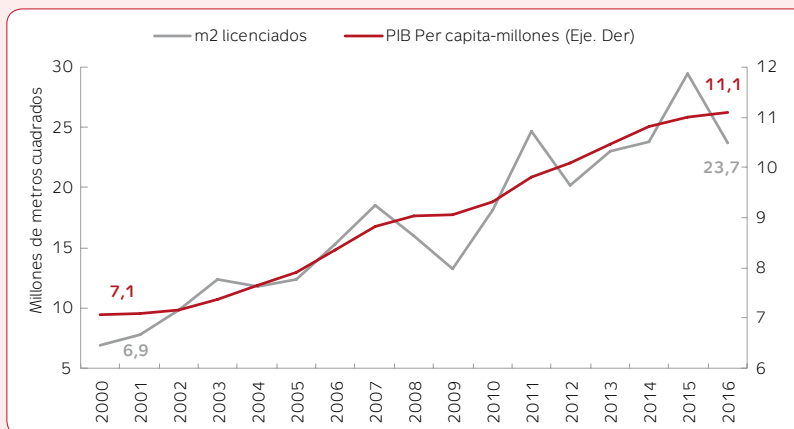
Gráfico 3.8
Metros cuadrados licenciados y tasa de desempleo nacional 2001-2016.



Fuente: DANE y Banco de la República

Los permisos de construcción están asociados también con la dinámica poblacional y el ingreso, de manera que una mayor disponibilidad de recursos incide en la adquisición de bienes durables como la vivienda y en el incremento demanda de espacios comerciales y de servicios principalmente, así entonces no es de extrañar que el PIB per cápita y el área licenciada presenten movimientos en la misma dirección (Gráfico 3.9).

Gráfico 3.9
Metros cuadrados licenciados y PIB per cápita-cifras a precios constantes del 2005 2000-2016.



Fuente: DANE y Banco de la República

¿CUÁLES SON LOS EFECTOS PARTICULARES DE ESTOS DETERMINANTES SOBRE LAS REGIONES?

Para estimar la interrelación entre estas variables a nivel regional, se usó un modelo de datos panel en el cual se categorizaron los departamentos en función del nivel de ventas reportado por Coordinada Urbana (Tabla 3.1).

Tabla 3.1. Categorización regional por nivel de ventas		
Tamaño	Región	Unidades vendidas doce meses enero 2017
Grandes	Bogotá	36.732
	C/marca	29.745
	Antioquia	24.936
	Valle	21.858
	Atlántico	13.805
	Santander	7.566
Medianas	Bolívar	7.357
	Risaralda	6.386
	Tolima	4.003
	Caldas	3.577
	Meta	3.488
	Nte. Santander	3.075
Pequeñas	Magdalena	3.042
	Boyacá	2.931
	Nariño	2.859
	Huila	2.615
	Córdoba	2.179
	Cesar	2.176

Fuente: Coordinada Urbana

Los resultados comprueban la existencia de heterogeneidad regional en el efecto que tienen determinantes como la tasa de interés y el PIB per cápita sobre la dinámica de la actividad edificadora (Tabla 3.2). En este orden de ideas, el área licenciada es más sensible a aumentos en la tasa de interés, en particular en las regiones medianas, donde por cada punto porcentual de incremento los metros cuadrados licenciados caen 4,66%.

La elasticidad metros cuadrados licenciados-tasa de interés es menor en las regiones grandes y pequeñas (-2,7% y -2,14% respectivamente), debido a que en éstas el ingreso de los agentes es la variable más relevante en la colocación de nuevos espacios de vivienda y de destinos no residenciales en el mercado. Sin embargo, parece haber cierta homogeneidad en el efecto de la tasa de desempleo sobre los permisos de construcción en cada una de las regiones.

Tabla 3.2. Efecto de los determinantes de la actividad edificadora según tamaño de región

	Tamaño de las regiones		
	Grandes	Medianas	Pequeñas
Tasa de desempleo (Ante un incremento de 1 punto porcentual en la tasa de desempleo, los m ² caen...)	-0.04%	-0.04%	-0.05%
Tasa de interés (Ante un incremento de 1 punto porcentual en la tasa de interés, los m ² caen...)	-2.70%	-4.66%	-2.14%
PIB per cápita (Ante un incremento de 1 % en el PIB per cápita, los m ² aumentan en...)	1.25%	0.93%	1.67%

Fuente: Coordinada Urbana

CONCLUSIONES

Las heterogeneidades que se presentan a nivel regional en variables como el Producto Interno Bruto, la inflación, el empleo y los indicadores sociales también se exhiben en el sector edificador. Se evidencia que el subsector de edificaciones en las regiones ha tenido un comportamiento mixto en relación con el ciclo económico en particular en las etapas de desaceleración, mientras que en las fases de auge las regiones tienden a crecer a tasas similares al registro nacional.

En el análisis de las tendencias y determinantes de actividad regional, se comprueba que pese a ciertas diferencias, las tasas de interés, el ingreso medio de la población y el desempleo son factores transversales en el desempeño de la construcción de edificaciones. En las regiones medianas se estiman efectos más fuertes ante cambios en estas variables, sin embargo, no se debe desconocer que la estructura económica de la región también explica parte del ciclo sectorial.



Conozca la herramienta de inteligencia del mercado inmobiliario única en Colombia, útil para diversos tipos de análisis del sector de la construcción, dispuesta sobre una plataforma virtual de visualización geo-espacial basada en el censo nacional de edificaciones. Para mayor información, contacte a la Regional de Camacol más cercana a usted.

Coordenada
Urbana

Sistema de Información Georeferenciada
del Censo Nacional de Edificaciones



CAMACOL
CÁMARA COLOMBIANA
DE LA CONSTRUCCIÓN



<http://camacol.co/productos-servicios/coordenada-urbana-camacol>

INDICADORES ECONÓMICOS DE LA CONSTRUCCIÓN (Marzo 2017)

	Valores	Fecha	Variación porcentual anual		
			2016-IV	2016-III	2015-IV
Anual					
I. PIB 1/* (cifras en miles de millones de pesos)					
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%
	Valores	Fecha	Variación porcentual anual		
			Anual	Tres meses	Año atrás
			feb-16 - feb-17	nov-15 - nov-16	feb-15 - feb-16
II. Número de ocupados 2/*					
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%
III. Licencias 3/* (2)					
Totales	1.361.372	ene-17	ene-16 - ene-17	oct-15 - oct-16	ene-15 - ene-16
Vivienda	1.037.148		-12,0%	-1,9%	-24,4%
a. VIS	213.519		-4,5%	-1,8%	-24,5%
b. No VIS	823.629		-37,1%	-49,9%	-27,5%
Otros destinos	324.224		10,3%	24,4%	-23,0%
a. Industria	11.331		-29,7%	-2,2%	-24,4%
b. Oficina	22.504		-24,0%	-13,6%	-81,5%
c. Bodega	63.025		-78,7%	58,1%	837,0%
d. Comercio	118.212		46,5%	-14,3%	-27,3%
e. Otros	109.152		-34,1%	-13,2%	-43,3%
			-7,6%	-10,2%	-17,1%
IV. Cemento 4/**					
Producción	910.350	ene-17	ene-16 - ene-17	oct-15 - oct-16	ene-15 - ene-16
Despachos	913.190		-6,0%	-8,6%	7,6%
			-2,8%	-14,5%	1,2%
V. Índice Costos Construcción (ICCV) *					
Total	229,7	feb-17	feb-16 - feb-17	nov-15 - nov-16	feb-15 - feb-16
Materiales	223,6		4,2%	3,3%	5,2%
Mano de obra	249,4		3,7%	2,9%	5,8%
Maquinaria y equipo	200,5		5,3%	4,3%	4,4%
			3,5%	1,9%	2,8%

INDICADORES ECONÓMICOS DE LA CONSTRUCCIÓN (Marzo 2017)

	Valores	Fecha	Variación porcentual anual		
			IV trim-16	III trim-16	IV trim-15
VI. Índices Precios de Vivienda Nueva					
Vivienda 5/	115,8		6,9%	8,5%	8,3%
VII. Inflación *			feb-16 - feb-17	nov-15 - nov-16	feb-15 - feb-16
IPC Total	136,1	feb-17	5,2%	6,0%	7,6%
IPC Vivienda	137,6		4,5%	5,0%	6,3%
VIII. Muestra Mensual Manufacturera *			ene-16 - ene-17	oct-15 - oct-16	ene-15 - ene-16
Índice producción real	97,1	ene-17	-0,2%	0,5%	7,4%
IX. Encuesta Mensual del Comercio al por Menor*			ene-16 - ene-17	oct-15 - oct-16	ene-15 - ene-16
Índice ventas reales total sin combustibles	106,5	ene-17	-1,4%	0,5%	-0,9%
Índice ventas reales art. ferretería, vidrios y pinturas	124,0		-2,8%	-5,4%	14,5%
X. Financiación 6/***			dic-15 - dic-16	sep-15 - sep-16	dic-14 - dic-15
Cartera hipotecaria + titularizaciones	54,1		14,5%	15,1%	n.d.
Desembolsos (cifras en millones de pesos)					
a. Constructor	351		-3,1%	-24,6%	5,2%
b. Individual	1.383	dic-16	-16,7%	-28,3%	67,2%
1. VIS	265		16,5%	13,0%	19,0%
2. No VIS	1.118		-22,0%	-35,2%	78,7%
i. Pesos	1.036		-21,6%	-35,3%	83,8%
ii. UVR	82		-26,5%	-33,8%	34,4%
			Valores absolutos		
XI. Tasas interés hipotecarias (%) ****			feb-17	nov-16	feb-16
Adquisición					
a. VIS UVR			8,1%	8,9%	9,1%
b. No VIS UVR			8,2%	8,1%	8,0%
1. VIS pesos			12,7%	12,9%	12,6%
2. No VIS pesos			12,4%	12,4%	11,5%
Construcción					
a. VIS UVR		feb-17	6,3%	6,0%	4,8%
b. No VIS UVR			5,3%	5,2%	4,3%
1. VIS pesos			13,0%	13,0%	11,6%
2. No VIS pesos			12,6%	12,3%	12,0%

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.

AVISO LEGAL

La Cámara Colombiana de la Construcción procura que los datos suministrados en la serie titulada “Tendencias de la Construcción”, 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.

Cámara Colombiana de la Construcción - CAMACOL.
Carrera 19 No.90-10. Tel. 743 0265,
fax: 743 0265 Ext 1101. Bogotá, Colombia.
Correo electrónico: kortega@camacol.org.co
Visítenos: www.camacol.co



www.camacol.co

Síguenos en:



@CamacolColombia



CamacolColombia



TENDENCIAS DE LA CONSTRUCCIÓN

Economía y Coyuntura Sectorial

NOVENA EDICIÓN