



BOLETÍN ECONÓMICO

Con las cifras actualizadas del sector.

Últimos avances de la actividad gremial.

Mayo 2014

BALANCE ACTIVIDAD EDIFICADORA MAYO 2014 CALI Y SU ÁREA DE INFLUENCIA (CANDELARIA, JAMUNDÍ, YUMBO Y PALMIRA)

ACTIVIDAD EDIFICADORA

VENTAS

Según el Sistema de Información Georeferenciado Coordinada Urbana, las ventas en Cali y su Área de Influencia (Candelaria, Jamundí, Palmira y Yumbo) en el mes de abril del 2014 fueron de 1.262 unidades.

En total, en los últimos 12 meses (Mayo 13 – Abril 14) en Cali y su Área de Influencia se han vendido alrededor de 15.333 unidades, lo que representa un incremento del 30% frente a las unidades vendidas en el periodo Mayo 12 –Abril de 2013.

En el cuarto mes de 2014 las ventas en la ciudad de Cali se ubicaron en 403 unidades. Cabe resaltar que el 74% de las ventas en marzo en la ciudad de Cali fueron de proyectos No VIS y el 26% de proyectos VIS.

Respecto al estrato socioeconómico en la ciudad de Cali, se resalta el crecimiento presentado en el estrato 2 con una tasa del 81% pasando en el periodo Mayo 12 – Abril 13 de 435 unidades a 787 unidades vendidas en el periodo Mayo 13 – Abril 14. Los meses de junio-13, julio-13, agosto-13, septiembre-13 y febrero-14 presentaron su mayor crecimiento en ventas en dicho estrato. Por su parte, el estrato 5 presentó un incremento del 12% pasando de 1.718 unidades vendidas en el periodo Mayo 12 – Abril 13 a 1.916 unidades en el periodo Mayo 13 – Abril 14. Adicionalmente, cabe resaltar que el estrato 4 lideró la concentración de las ventas en la ciudad presentando una participación del 35% (2.601 unidades) en el periodo mencionado anteriormente.

Por zonas, la zona de Cali que concentra el mayor número de ventas en el periodo Mayo 13 – Abril 14, es el Sur (desde la carrera 50) con una participación del 68%, seguido del oeste con 14%, norte con 13%, oriente 4% y sur oriente 1%; frente al mismo periodo del 2013. El oeste registró el mayor incremento en ventas al pasar de 708 unidades en el

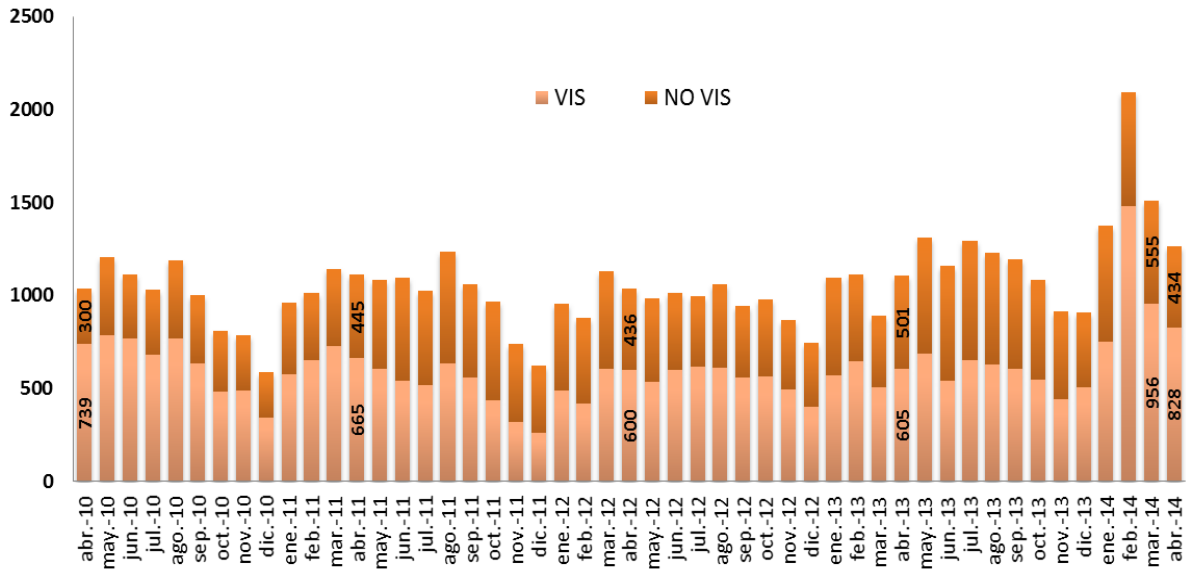
periodo Mayo 12 – Abril 13 a 1.043 unidades en el periodo Mayo 13 – Abril 14, lo que representa un crecimiento del 48%.

Respecto a las ventas en el Área de Influencia de Cali (Candelaria, Jamundí, Palmira y Yumbo) se reportaron un total de 7.990 unidades vendidas Mayo 13 – Abril 14, lo que representa un incremento del 46% frente a las ventas registradas en el periodo Mayo 12 – Abril 13.

Según las ventas por VIS y no VIS en el Área de Influencia para el periodo Mayo 13 – Abril 14, las ventas de Vivienda de Interés Social concentraron el 83% del total vendido. Respecto al periodo Mayo 12 – Abril 13 las unidades vendidas de Vivienda diferente a Interés Social aumentaron un 72% y las ventas de VIS un 42%.

Por estrato socioeconómico, las ventas en el Área de Influencia se encuentran concentradas en mayor medida en el estrato 2 con una participación del 73% seguido por el estrato 4 con una participación del 12%.

Gráfico 1: Ventas Cali y su Área de Influencia por VIS/NO VIS 2010 – 2014



Fuente: Coordinada Urbana
Elaborado: Departamento Económico – CAMACOL Valle

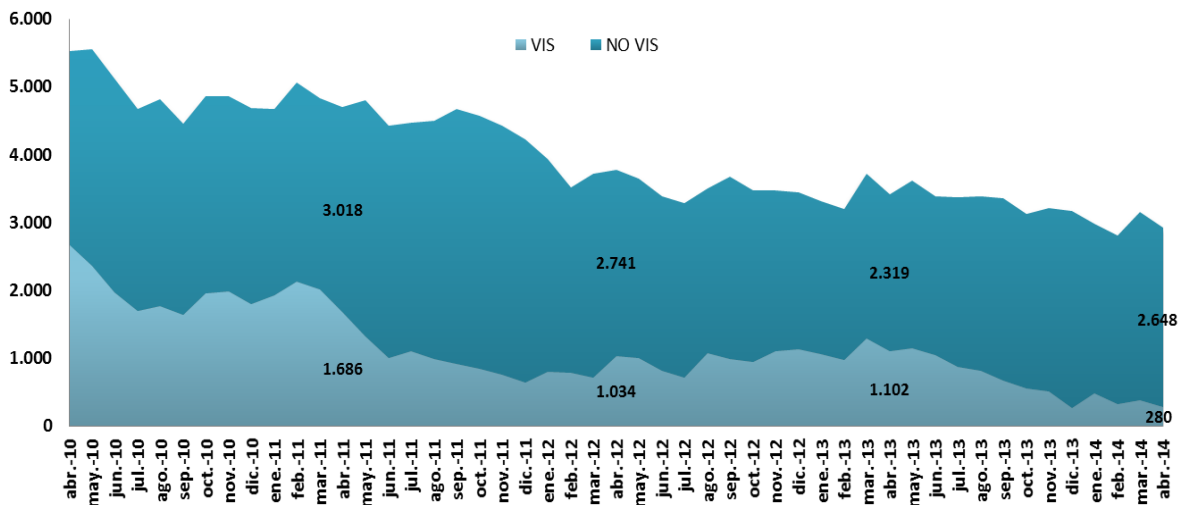
OFERTA DISPONIBLE

En abril de 2014 la oferta disponible en Cali y su Área de Influencia presentó una variación anual del 1%, al pasar de 6.672 unidades en abril de 2013 a 6.748 unidades en abril de 2014. Frente a marzo de 2014 la oferta disponible decreció en un 5%. Respecto a la oferta disponible de VIS y No VIS a abril de 2014, la Vivienda diferente de Interés Social concentró el 54%, mientras que la Vivienda de Interés Social el 46%.

En Cali la oferta disponible alcanzó las 2.928 unidades, lo que representó un decrecimiento del -14% respecto a abril de 2013 y un decrecimiento del 7% frente a febrero del 2014. Respecto a la oferta disponible de VIS y No VIS, el 90% de la oferta disponible en la ciudad es vivienda diferente de interés social (No VIS), frente al 10% de VIS. Respecto a abril de 2013 la Vivienda de Interés Social presentó un decrecimiento del -75%; mientras que la oferta de No VIS creció un 14% para el mismo periodo de análisis.

Respecto a la oferta disponible por estrato socioeconómico, a abril de 2014 el estrato 4 (35%) y 5 (33%) concentraron el 68% de la oferta disponible, seguido del estrato 6 con el 20%. Frente a abril de 2013 solamente la oferta en estrato 4 y 6 presentaron crecimiento positivo con un 12% y 9% respectivamente, el estrato 4 pasó de 899 a 1.011 unidades, mientras el estrato 6 de 538 a 586 unidades.

Gráfico 2: Unidades en oferta Cali VIS/ No VIS 2010 – 2014



Fuente: DANE

Elaborado: Departamento Económico – CAMACOL Valle

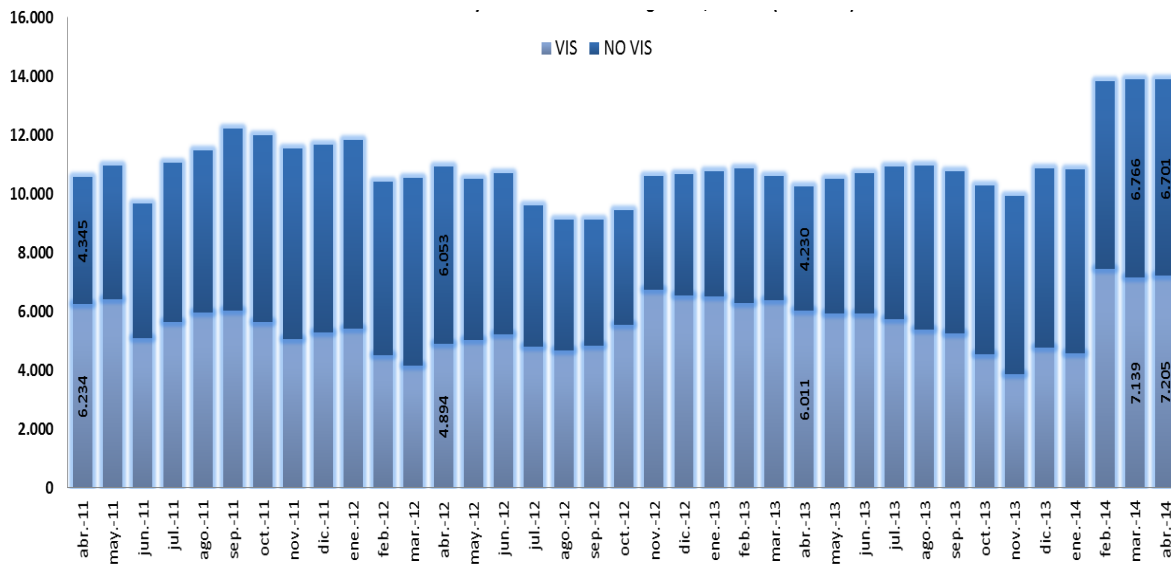
La oferta disponible en el Área de Influencia presentó un crecimiento del 18% entre abril de 2013 y abril de 2014. En total, a abril de 2014 se encontraban a la venta 3.820 unidades.

El 73% de la oferta disponible en el Área de Influencia es de Vivienda de Interés Social, frente al 27% de No VIS. Cabe anotar que el crecimiento del 18% en la oferta disponible del Área de Influencia es producto principalmente del crecimiento en la oferta disponible de Vivienda de Interés Social con una tasa de 26%. Adicionalmente, la oferta de Vivienda diferente de Interés Social presentó un decrecimiento del -0.48%.

LANZAMIENTOS

Entre Mayo 13 – Abril 14 en Cali y su Área de Influencia (Candelaria, Jamundí, Palmira y Yumbo) se lanzaron alrededor de 13.906 unidades, lo que representa un crecimiento del 36% si se compara con las unidades lanzadas entre mayo 12 – abril 13. El 48% de las unidades lanzadas corresponde a Vivienda diferente de Interés Social frente al 52% de vivienda VIS.

Gráfico 3: Unidades lanzadas anuales en Cali y su Área de Influencia

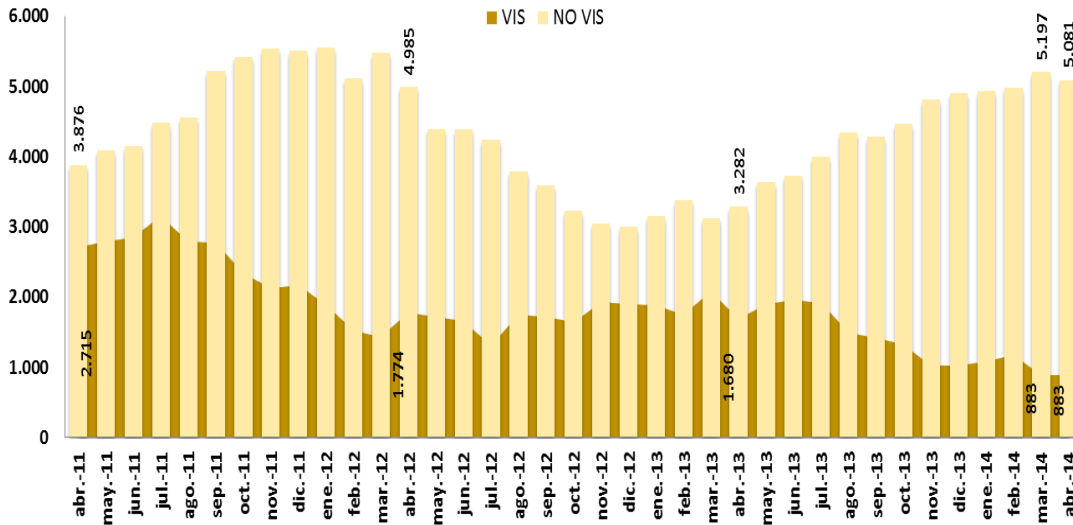


Fuente: Coordinada Urbana
Elaborado: Departamento Económico – CAMACOL Valle

En Cali, los lanzamientos de vivienda de Mayo 13 a Abril 14 alcanzaron las 5.964 unidades, lo que representó un crecimiento del 20% frente a las unidades lanzadas entre Mayo 12 y

Abril 13. La vivienda diferente de Interés Social aumentó un 57% mientras que la Vivienda de Interés Social disminuyó un 47% para el mismo periodo de análisis. De las 5.964 unidades lanzadas en Cali, el 85% corresponde a vivienda No VIS y el 15% a vivienda de interés social (VIS).

Gráfico 4: Unidades lanzadas anuales en Cali VIS/ No VIS 2011 – 2014



Fuente: Coordinada Urbana
Elaborado: Departamento Económico – CAMACOL Valle

Por otro lado, los lanzamientos en el Área de Influencia de Cali para el periodo mayo 13 a abril 14 presentaron un crecimiento del 50% con respecto al periodo mayo 12 a abril 13. La Vivienda de Interés Social creció al 46% mientras que la Vivienda diferente de Interés Social presentó un crecimiento de 71%. La mayor concentración de unidades lanzadas en el Área de Influencia lo abarca el segmento VIS con una participación del 80%, mientras que la vivienda diferente de interés social presenta una participación del 20% del total de lanzamientos.