

positiva logrando la comercialización de 163,367 unidades de viviendas nueva, 4,776 más que el año anterior, lo cual significó un crecimiento del 3.0% anual (Gráfico N°4). Sin embargo, este resultado es inferior en 7 p.p al incremento presentado en el 2014. En la misma línea, el área vendida presentó un crecimiento del 3.6% al alcanzar 11.2 millones de m², incrementando en 390,933 los metros cuadrados vendidos en el año anterior. Por último, el valor de ventas, en precios constantes, se incrementó 2.3% al pasar de 27,6 a 28,2 billones de pesos.

Por el contrario, al cierre del año 2015 se observó una contracción en los lanzamientos de vivienda. Mientras que en el año 2014 se pusieron en oferta 163,987 unidades nuevas, en el 2015 esta cifra descendió a 151,567 (12,420 viviendas menos), lo cual se tradujo en un ajuste del -7,6% anual.

Balance del mercado No VIS (vivienda de interés social). Al desagregar el mercado por rangos de precios se observa que la vivienda "No VIS" (precio de venta > 135), presentó un crecimiento anual en lanzamientos del 10.4% alcanzando 103,284 unidades en el 2015, 9,700 viviendas más que las lanzadas durante el año 2014.

Al interior de este segmento, vale la pena desagregar entre el rango objeto de la política contracíclica (135 a 335 smmlv-salario mínimo mensual legal vigente) y el superior a 335 smmlv, donde se observan diferencias significativas e importantes de analizar.

Respecto a las unidades de vivienda nueva vendidas y lanzadas en el rango de precios de 135 a 335 smmlv durante el año 2015. En este periodo se dio la comercialización de 64,877 unidades habitacionales que representaron un crecimiento del 14.8%. El comportamiento en las ventas está en línea con las 68,270 unidades lanzadas que constituyeron un crecimiento del 18.3% en este mismo rango. Este segmento será objetivo de la política de vivienda para el año 2016, así,

las expectativas sobre los subsidios del segmento pueden estar contribuyendo a los buenos resultados observados en 2015.

Por su parte, el segmento de vivienda de más de 335 smmlv presentó resultados divergentes entre ventas y lanzamientos; mientras que el primer indicador creció a ritmos del 3.5% al alcanzar 39,308 unidades, el segundo presentó una contracción del 2,3% (llegando a 35,014 unidades lanzadas), reflejando un ajuste en este rango de precios, indicó el estudio.

Balance del mercado VIS (vivienda de interés social). Durante el año 2014, donde tuvo lugar la mayor parte de lanzamientos de proyectos para el programa "Mi Casa Ahorro", el lanzamiento de unidades de vivienda nueva creció 53.8% frente a las cifras presentadas en 2013. Este alto dinamismo generó una base de comparación alta que se tradujo en una reducción de 22,120 unidades en el acumulado del año 2015, y que significó una variación del -31.4%.

El estudio de CAMACOL señaló que las 48,283 unidades lanzadas en el mercado son un resultado que se mantiene en línea con los lanzamientos realizados durante el año 2013 (45,785). Adicionalmente, se espera que como respuesta a la variedad de estímulos que se tendrán en el 2016, se favorezca el segmento de forma que haya un mayor dinamismo.

En cuanto al nivel de comercialización, se registró un volumen de ventas de 59,182 unidades de vivienda de Interés Social, las cuales representan una contracción del 7.7%.

Al analizar CAMACOL de manera separada cada uno de los rangos de precios que conforman el segmento VIS, se observa que la vivienda VIP (0 - 70 smmlv) fue la encargada de restarle dinamismo al segmento de vivienda social. En efecto, los lanzamientos pasaron de 37,822 unidades en el 2014 a 9,732 en el acumulado 2015, lo cual significó un decrecimiento del 74.3%. Por su parte, las ventas pasaron de

27,596 a 17,885 (-35.2%). Si bien, las caídas en ambos indicadores son pronunciadas, al comparar los datos con los años anteriores al programa mencionado, se observa un crecimiento del segmento bastante positivo.

Las bajas cifras reportadas en el pasado muestran una debilidad en el acceso a vivienda formal por parte de las poblaciones con mayores condiciones de vulnerabilidad. Por su parte, el alto dinamismo presentado en el año 2014 pone en evidencia los impactos positivos del programa "Mi Casa Ahorro", planteando la necesidad de dar continuidad a una política de vivienda integral que facilite el acceso de estas poblaciones al mercado.

Por último, el segmento de 70 a 135 smmlv presentó crecimientos del 13.1% y 18.3% en ventas y lanzamientos respectivamente. Vale la pena mencionar la respuesta positiva del segmento a los anuncios sobre el programa "Mi Casa Ya", que será desarrollado durante el 2016.

Resultados regionales. En términos del valor de ventas el año 2015 presentó un comportamiento positivo. En efecto, de las 17 regionales con cobertura en Coordinada Urbana, 10 presentaron incrementos frente al año anterior, 4 de ellas superior al 30% (Montería, Boyacá, Caldas y Antioquía), 4 superior al 10% (Valle del Cauca, Villavicencio, Huila y Bolívar) y únicamente 2 por debajo del 10% (Caribe y Cundinamarca). El mayor crecimiento lo presentó la regional de Montería al pasar de 0.1 a 0.3 billones de pesos, logrando un crecimiento del 171%, seguida de Boyacá (39%) y Caldas (34%) (Tabla N°1).

De las 7 regiones que estuvieron en terreno negativo, en 3 de ellas el decrecimiento fue superior al 30% (Tolima, Cúcuta y Nariño), en 3 superior al 10% (Bogotá, Magdalena y Santander) y en 2 inferior al 10% (Risaralda y Valledupar).

El estudio refirió que respecto a la participación de las unidades terminadas sobre la oferta total, se observa una participación saludable