

PROYECTOS DE VIVIENDA EN COOMEVA

ANTECEDENTES DEL SERVICIO DE VIVIENDA EN COOMEVA

Históricamente Coomeva ha desarrollado proyectos para construcción de vivienda, con un balance muy positivo en los años 70s, cuando se brindaron 160 soluciones de vivienda para los asociados.



Anécdota

Para ese entonces la Cooperativa, a través de su Departamento de Vivienda, conformó una infraestructura dedicada a la construcción, contratando profesionales y obreros y contando con una modalidad de ahorro en un "Fondo Social de Vivienda".

Posteriormente y para mejorar los resultados en cuanto al cumplimiento en la entrega de las unidades de vivienda, la Cooperativa tuvo que reemplazar el Departamento de Vivienda. Se creó la primera cooperativa de obreros de la construcción, que fue un ente independiente de Coomeva, conformada por personal que había laborado en Coomeva y por trabajadores en los proyectos de construcción.

En la década de los 80s el Consejo de Administración estructuró diferentes modalidades para desarrollar proyectos de vivienda y dar continuidad al objetivo de desarrollo de soluciones habitacionales (entregando 295 unidades). Se continuó ejecutando acciones para cumplir con dicho objetivo en los años 90s en diferentes ciudades del país mediante proyectos asociativos, convenios de comercialización, proyectos cofinanciados en lotes propios y proyectos de terceros, con el apoyo financiero de Coomeva, entregando hasta 1997 1.755 viviendas.

En ese entonces Coomeva pasó de ser una Cooperativa multiactiva vigilada por el Dancoop, a una Cooperativa Financiera vigilada por la Superintendencia Bancaria, cuya reglamentación impedía adelantar actividades relacionadas con proyectos de vivienda ni destinar los recursos de ahorro público para estos proyectos. Lo anterior, sumando a la situación de crisis generada por la recesión, el desempleo, la disminución del poder adquisitivo, la baja capacidad de pago, el problema de la financiación de vivienda a largo plazo por el sistema del UPAC y varias dificultades en la terminación de algunos proyectos, motivó al Consejo de Administración a suspender temporalmente este servicio.

En consecuencia, el Consejo de Administración de Coomeva creó los Comités Nacionales y Regionales de Vivienda, para recibir asesoría en la fijación de las políticas generales en la solución de necesidades de vivienda y para mejorar la prestación de los servicios y emitió acuerdos para reglamentar y promocionar el servicio de vivienda entre los asociados bajo otras modalidades, que apuntaban básicamente a ofrecer financiamiento en:

- Proyectos asociativos con financiación directa.
- Proyectos asociativos con fiducia.
- Proyectos por convenio con financiación directa o externa.
- Proyectos cofinanciados con financiación directa o externa.



Documento de Coomeva

De esta manera Coomeva continúa ofreciendo servicios conducentes a facilitar la consecución de soluciones de vivienda para sus asociados. Para mayores detalles sobre estos antecedentes se puede consultar el documento del Comité Nacional de Vivienda titulado "Cómo se creó el servicio de vivienda", [haciendo clic aquí](#).

MODELO DE OPERACIÓN DEL SERVICIO INTEGRAL DE VIVIENDA EN COOMEVA

Alcance: Brindar a los asociados apoyo para satisfacer sus necesidades e intereses actuales y futuros en materia de vivienda, según los momentos de vida del asociado.

Momentos de vida del asociado:



Cobertura:

El programa de vivienda de Coomeva cubre planes de vivienda desde proyectos en planos, bolsa inmobiliaria, fondo social de vivienda y créditos, y pone a disposición de sus asociados un centro informativo y de capacitación técnica en el que se ofrecerá asesoría para la compra y venta de vivienda nueva y usada, arrendamientos e información sobre profesionales de la construcción.

Objetivo general del modelo de operación:

Aumentar la utilización del servicio de vivienda por parte de los asociados de las principales ciudades en las que Coomeva hace presencia, mediante la siguiente oferta de valor: Compra de inmuebles nuevos o usados, venta de inmuebles usados, remodelación, proyectos asociativos, directorio de proveedores, entre otros.

Objetivos específicos del modelo de operación:

1. Fortalecer el portafolio de opciones de vivienda en las ciudades donde actualmente Coomeva tiene alianzas: Cali, Medellín, Bogotá, Barranquilla, Cartagena, Bucaramanga, Ibagué, Palmira y Pereira y establecer convenios en Armenia, Manizales, Popayán, Pasto y Cúcuta, llegando así a las principales ciudades de las regionales a nivel nacional y que de acuerdo con la encuesta cuentan con potencial de compra. Para el resto de ciudades se buscarán soluciones en la medida que los asociados las requieran.
2. Mejorar el nivel de conocimiento del servicio de vivienda entre los asociados de Coomeva.
3. Implementar los servicios planteados dentro de la oferta de valor y que aún no están en funcionamiento como: directorio de profesionales y convenios para descuentos en tiendas de materiales y artículos de decoración.
4. Promocionar el uso del portal "Espacios Coomeva".

Mercado objetivo:



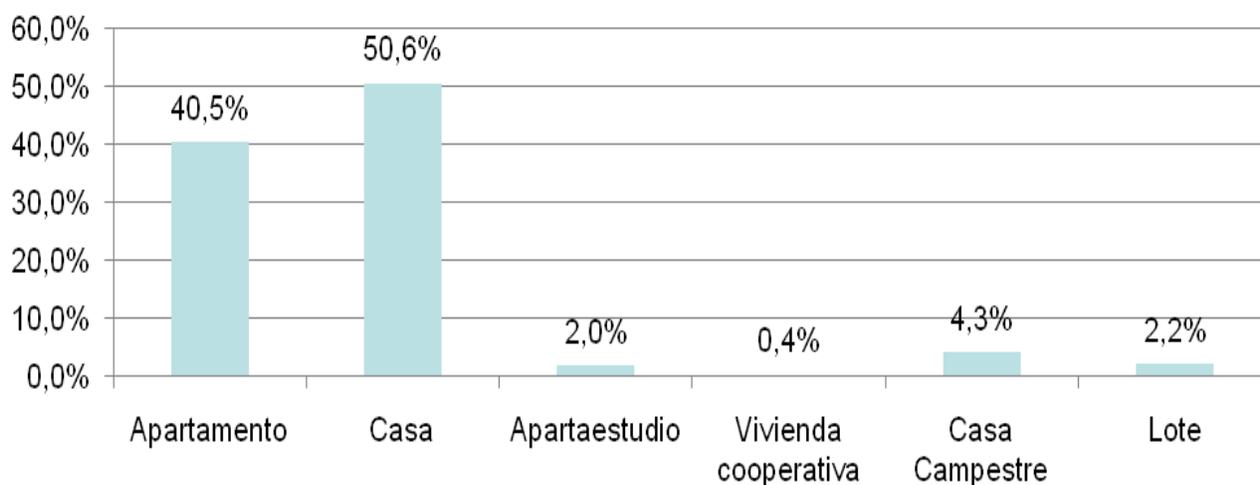
Referencia bibliográfica

De acuerdo con estudios nacionales (DANE) y la encuesta sobre las "Necesidades de Vivienda 2.008" que realizó Coomeva con el fin de conocer las necesidades de los asociados de adquirir, mejorar o enajenar bienes inmuebles, se presentan los siguientes resultados que determinan las características que deben tener los proyectos de vivienda promocionados por la Cooperativa:

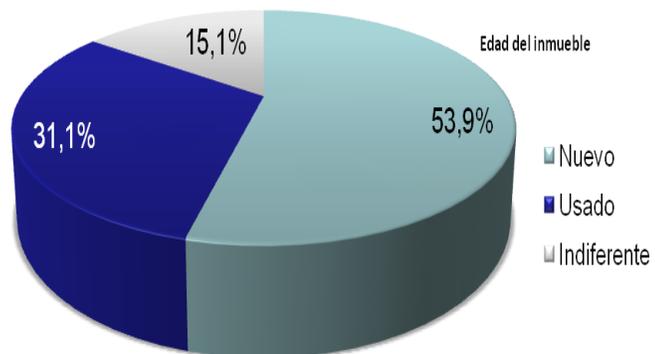
Encuesta sobre necesidades de vivienda:

Se contactaron 2255 asociados de 34 municipios, arrojando los siguientes resultados:

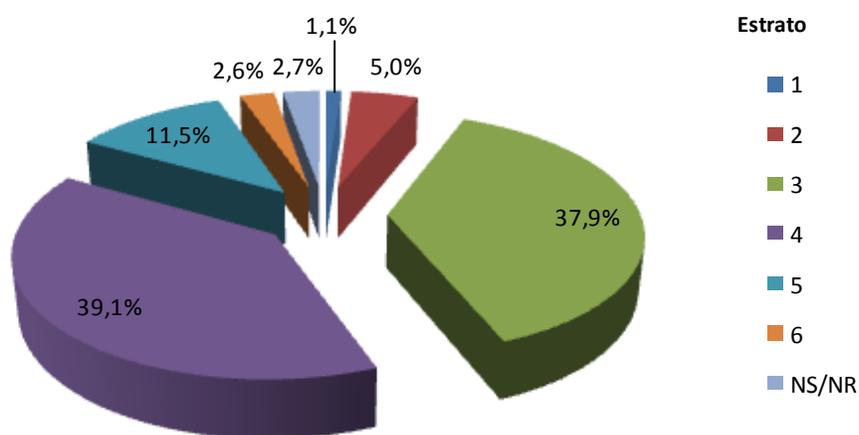
Tipo de vivienda según demanda nacional:



Edad del inmueble:



Estrato del inmueble:



Monto a pagar por el inmueble:

	VIVIENDA	
	Frecuencia	%
Monto a pagar (millones)		
<46	14.009	13,2
50-75	28.528	26,9
80-98	13.917	13,1
100-160	28.813	27,2
170-500	13.147	12,4
>500	100	0,1
No informa	7.569	7,1
Total	106.082	100,0
Estadísticos*	millones	
Media	102	
Mediana	80	
Mínimo	5	
Máximo	500	
Percentil 25	60	
Percentil 75	120	
* Se excluye un monto de 1000 mill.		

Origen de los recursos para pagar el inmueble:

	VIVIENDA		
	Respuestas	Respuestas / Total	Respuestas/compradores 105,655
Recursos propios			
Ahorros	59.928	40,3	56,7
cesantias	31.280	21,0	29,6
Venta vivienda actual	17.043	11,5	16,1
Realizacion otros activos	14.421	9,7	13,6
Subsidios	2.851	1,9	2,7
Otros	15.966	10,7	15,1
No tiene ningun recurso	6.956	4,7	6,6
Ns / Nr	312	0,2	0,3
Total	148.756	100,0	

Financiación (requerimientos de crédito):

	VIVIENDA	
	Frecuencia	%
Requiere crédito para compra		
Si	95.958	90,5
No	10.124	9,5
Total	106.082	100,0

Colocación probable: \$ 733.000 millones

Modalidad de crédito:

	VIVIENDA	
	frecuencia	% columna
Modalidad del crédito		
Tasa fija	92.680	96,6
Tasa variable	2.238	2,3
NS / NR	1.041	1,1
Total	95.958	100,0

Plazo del crédito:

	VIVIENDA	
	frecuencia	% columna
Plazo crédito		
Menos de 10 años	23.727	24,7
10 años	39.483	41,1
15 años	31.875	33,2
NS / NR	874	0,9
Total	95.958	100,0

Iniciativa de compra:

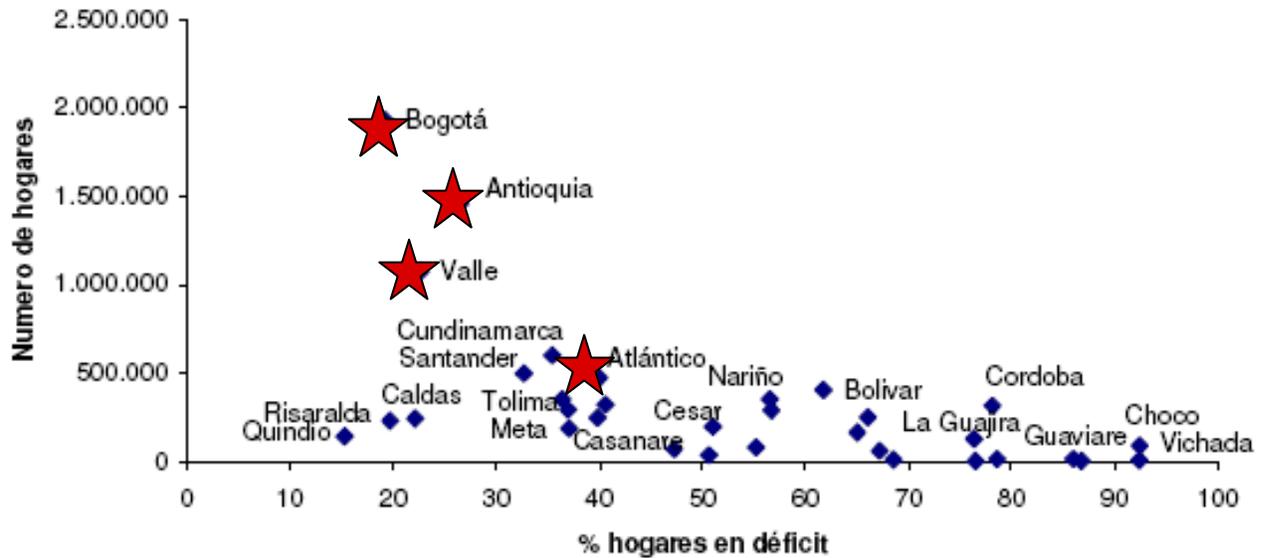
	VIVIENDA	
	Frecuencia	%
Iniciativa de compra		
SUYA	62.338	58,8
CONYUGE	2.759	2,6
HIJOS	106	0,1
PADRES	180	0,2
DECISION FAMILIAR	40.699	38,4
Total	106.082	100,0

Decisión de compra:

	VIVIENDA	
	Frecuencia	%
Decisión de compra		
SUYA	61.781	58,2
CONYUGE	2.488	2,3
HIJOS	136	0,1
PADRES	114	0,1
DECISION FAMILIAR	41.563	39,2
Total	106.082	100,0

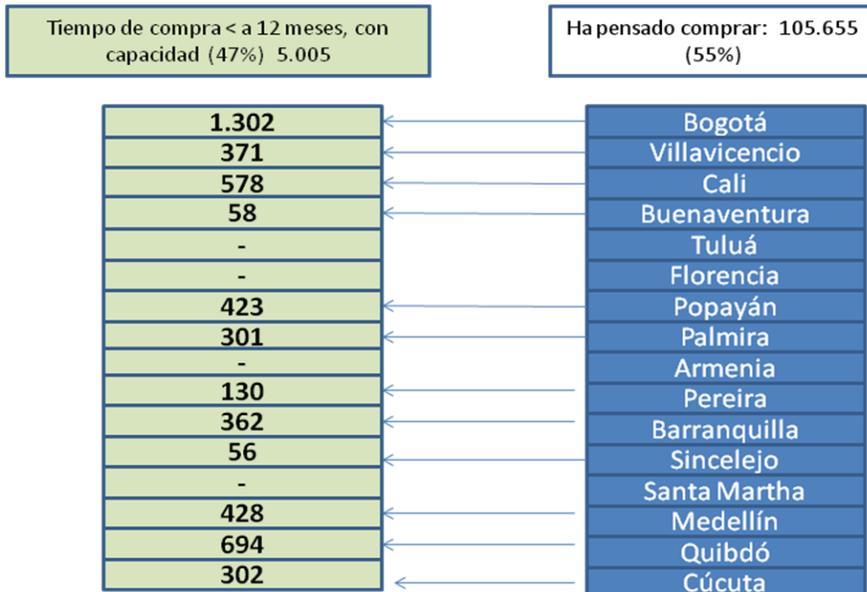
Distribución del déficit de hogares con relación al total de hogares por ciudad:

Ordenamiento de los departamentos según % de hogares en déficit y número de hogares 2005



Fuente: DANE. Censo 2005.

Tamaño del mercado por región:



Elementos emocionales y racionales que intervienen en la determinación de la decisión de búsqueda/ compra/ remodelación de vivienda:

- ✓ Búsqueda de crecimiento económico e inversión a mediano o largo plazo.
- ✓ Mejorar la calidad de vida.
- ✓ Desarrollo y crecimiento a nivel personal y familiar.
- ✓ Entorno positivo que favorezca la interacción con los hijos, con adecuadas herramientas educativas y de recreación.
- ✓ Tener acceso a una mayor seguridad, en unidades cerradas que tengan espacios más abiertos y confortables.
- ✓ No “botar” el dinero, pagando arriendo.
- ✓ Cercanía al sitio de trabajo.
- ✓ Comodidad y estabilidad.
- ✓ Adquirir vivienda para invertir su dinero.
- ✓ La oferta de vivienda en Cali presenta grandes dificultades para personas de estratos 3 y 4, pues no existen en este momento muchas ofertas en estos estratos particularmente.
- ✓ Una opción que se plantea es la posibilidad de vivienda multifamiliar o remodelación de las viviendas familiares en las que habitan, con el fin de mejorar las condiciones y la calidad de vida a más bajo costo.

Experiencia con viviendas, locales u otros inmuebles:

Fortalezas:

- ✓ Amabilidad del funcionario.
- ✓ Agilidad en el proceso de aprobación.
- ✓ A través de llamadas telefónicas recuerdan los procedimientos que se deben seguir.
- ✓ Disponibilidad de los asesores, lo que genera seguridad.
- ✓ Ayuda en el diligenciamiento de formularios.



Anécdota

Se resalta como una experiencia positiva la relación con la Constructora Jaramillo Mora (Cali), donde se ofrece un servicio basado en el interés permanente por el cliente tanto en las etapas de pre y post-venta, atención integral, incluyendo ayudas en trámites legales, adecuada asesoría de acuerdo a necesidades específicas del cliente y disposición permanente para solucionar inquietudes.

Debilidades:

- × Trámites complicados.
- × Varias visitas para entrega de documentos.
- × Interacción con múltiples personas donde ninguna tiene la información completa del proceso.
- × Incumplimiento de citas para llevar documentación o firma de documentos.
- × Información parcial de los procedimientos, dando sensación de desconfianza.
- × Los asesores no están capacitados para brindar información.
- × La financiación no cubre la totalidad del valor del inmueble.
- × Para comprar se necesita ayuda de intermediario porque el proceso se vuelve lento y difícil, ya que hay poca información con respecto a lo que se debe hacer.
- × Los trabajadores independientes no pueden demostrar sus ingresos.

La mayor parte de los asociados encuestados utilizaron servicios de asesoría de personas externas durante el proceso para adquirir un inmueble. Mencionan que esta asesoría es importante, porque se pueden presentar problemas con la historia del inmueble, cuando se trata de vivienda usada.



Idea

La asesoría es un atributo altamente valorado.

Frente a la evaluación del concepto "Solución integral de vivienda", los entrevistados piensan en el acompañamiento que pueden hacer a los compradores en cada una de las etapas del proyecto, tomando como recurso los mismos afiliados en cada una de sus especialidades.



Idea

Los entrevistados ven a Coomeva como una entidad con el deber de hacer cumplir los derechos del asociado "comprador".

Factores que inciden en la demanda en el crédito de vivienda:

- Ahorro: el 70% de los hogares arrendatarios no tiene capacidad de ahorro.
- Valor de la vivienda: los hogares urbanos habitan en viviendas con un valor igual a 23 meses de ingreso. El valor de la vivienda nueva equivale a 45 meses de ingreso.
- Capacidad de endeudamiento: la cuota de un crédito no puede superar el 30% del ingreso del hogar.
- Costo de oportunidad: El valor del arriendo es inferior a la cuota de amortización de un crédito, en especial para los segmentos altos.

Atributos que debe tener el Servicio Integral de Vivienda:

Como conclusiones a los estudios efectuados y de acuerdo a las características identificadas como preferencias en vivienda y a las necesidades del asociado, se establecen una serie de atributos que deberían cumplirse en el desarrollo de la prestación del Servicio Integral de Vivienda en Coomeva:

1. Medios de comunicación ideales para acceder a información sobre oferta de vivienda:

- Divulgación en las oficinas de Coomeva.
- Punto de atención especializado para este servicio.
- Información enviada al correo electrónico de cada asociado.
- Publicidad enviada junto al estado de cuenta de Coomeva.
- Publicidad en revista Coomeva.
- Ferias inmobiliarias de vivienda que se realicen de forma periódica.



Idea

Una "barra comercial telefónica" especializada en el programa de Vivienda Coomeva lograría dar una respuesta oportuna a cada una de las inquietudes que se presentan dentro del proceso.

El servicio de Vivienda Coomeva debe ofrecer atención personalizada, entendida como la posibilidad de recibir asesoría que cubra el proceso de principio a fin.

2. Estudio financiero y desembolso:

Es necesario realizar un adecuado estudio que permita ofrecer diferentes posibilidades de financiación, de acuerdo a las necesidades identificadas en el asociado.



Pregunta

Un asociado desearía respuestas para inquietudes como: "¿Qué tasa es mejor?, ¿doy la cuota inicial de una forma o de otra?, ¿compro nuevo o usado?", antes de tomar decisiones.

- La financiación debe ser más amplia en tiempo y también en el porcentaje del crédito.
- Debe ofrecerse la posibilidad de financiar desde un 80% hasta casi el 100% y que los asociados que no tienen disponible una cuota inicial inicien un ahorro programado de vivienda.
- Para otorgar la aprobación de un crédito se debe evaluar la capacidad económica y considerar los ahorros del asociado como respaldo de la deuda, así como su comportamiento de pago de sus obligaciones para con la Cooperativa.
- Se deben pactar cuotas de interés más bajas y plazos más cortos para la cancelación total del crédito.
- Incluir en el Servicio Integral de Vivienda la alternativa de leasing.
- La respuesta de aprobación del crédito debe ser rápida.
- Información real respecto al tiempo que se demoran los trámites y los tiempos de respuesta, con la entrega de un cronograma estimado.
- Comunicación oportuna de la aprobación y desembolso del crédito.

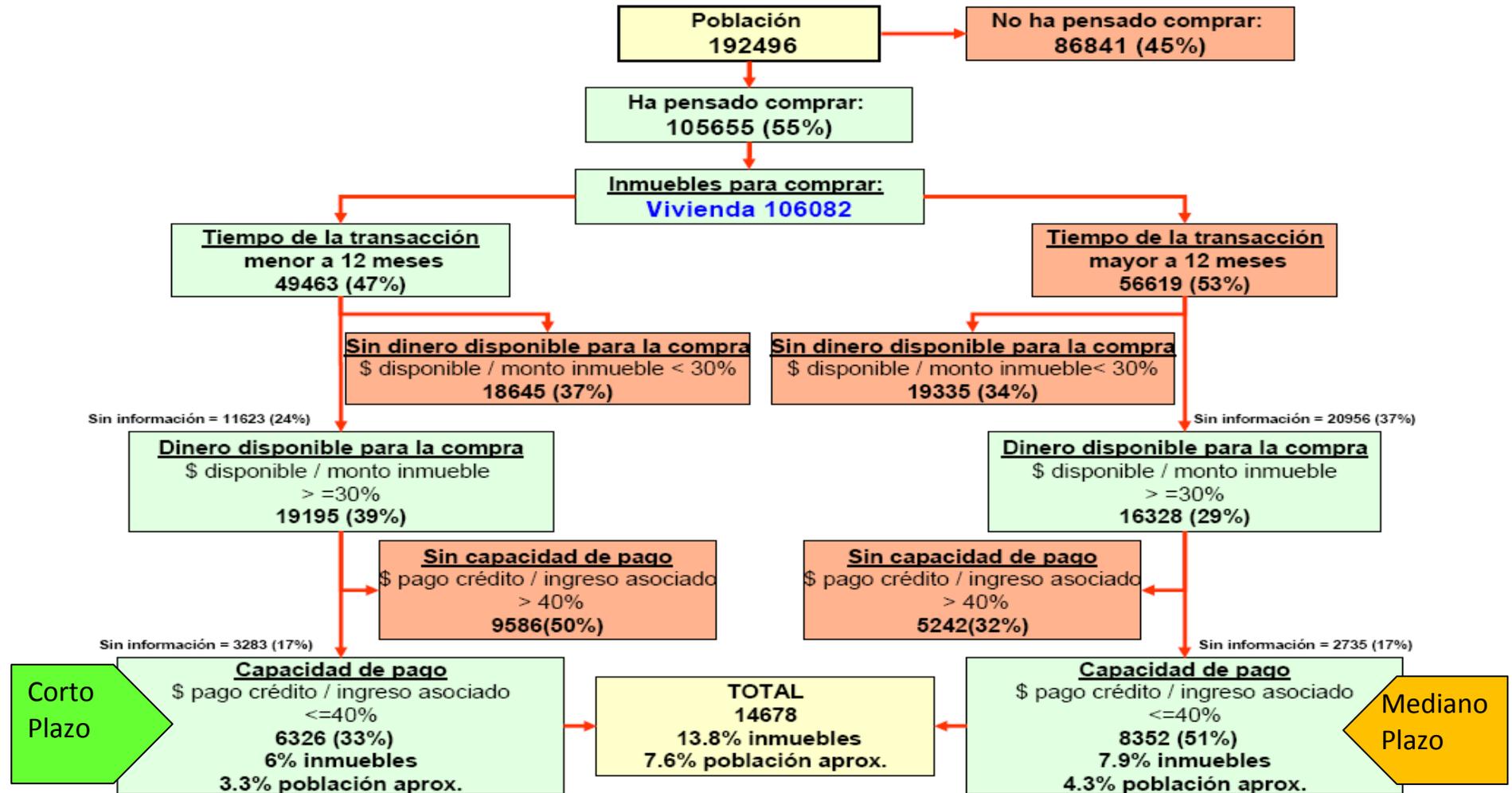
3. Servicios adicionales:

- Acompañamiento en la contratación de los diferentes seguros que requiere el inmueble. Acompañar a los afiliados significa apoyar en:
 - El proceso de evaluación del proyecto.
 - Solicitud del préstamo.
 - Recepción del inmueble.
 - Tramite de escrituras.
 - Solicitud de garantías.
 - Asesoría para realizar mejoras al inmueble.

- Asesoría en otros servicios como: instalación de elementos de seguridad, adecuaciones o remodelaciones, servicios de vigilancia y aseo y asesoría para instaurar la administración de conjuntos.

Intención de compra

Flujograma de la intencionalidad de compra (población expandida)



Empresas del sector que ofrecen proyectos de vivienda:

Se han identificado las constructoras e inmobiliarias (en menor proporción), como la principal fuente para la adquisición de inmuebles, pues son las oferentes de los proyectos a los cuales acuden los asociados. Sin embargo, concebido el plan de beneficios para los asociados, gracias a alianzas con principales constructoras, es importante identificarlas en los diferentes departamentos donde Coomeva tiene presencia:

Amarillo	Atlántico, Bogotá y Valle
Arquitectura y Concreto	Bogotá y Valle
Constructora Bolívar	Bogotá y Valle
Fernando Mazuera	Atlántico y Bogotá
MARVAL	Atlántico y Valle
Víndico S.A.	Bogotá y Valle
Cusezar	Bogotá y Valle

- En Atlántico también se destacan: Grama S.A., Cimas Construcciones y Fernando Mazuera.
- En Caldas: Arquitectura y Concreto.
- En Bogotá es importante resaltar a CEP Constructores Asociados S.A., Constructora Colpatria, Constructora Las Galias, Convinor e Ingeurbe.
- En Risaralda: CAMU Constructora y Azul S.A.
- En Valle se tiene a Constructora Alpes S.A., Buenavista Constructora y Promotora S.A., Jaramillo Mora y Asociados y Khlar S.A.

Características del producto ofrecido:

Producto: Las soluciones ofrecidas en su mayoría son del tipo:

- Apartamentos.

- Estratos 3, 4 y 5.
- Conjunto cerrado.
- Con diferentes modelos de vivienda (dos habitaciones y sala con posibilidad de ampliación).
- Con posibilidad de adquirirla en obra gris.
- Opción de ampliación.

Punto de venta: La venta directa continua siendo el canal más utilizado por las constructoras para promover y vender sus proyectos. De igual manera, las ferias inmobiliarias juegan un papel importante.



En los últimos años se ha implementado en el exterior por ejemplo: Miami y España, donde las constructoras presentan un portafolio de productos (con planes para financiación), diseñado para compra de vivienda en Colombia para los inmigrantes colombianos.

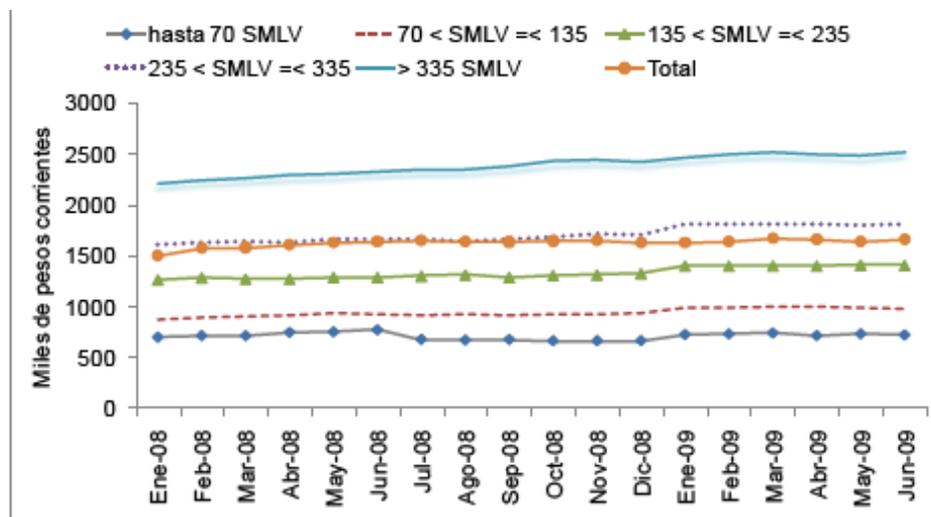
Promoción: Teniendo en cuenta que la compra de vivienda implica inversión de altos recursos y a largo plazo, un proyecto se posiciona y genera confianza al potencial comprador, según la constructora que lo respalde.



También encontramos que la divulgación de los proyectos se realiza a través de diversos y tradicionales medios; las publicaciones especializadas siguen siendo las de mayor consulta, entre las que se destacan la revista La Guía Inmobiliaria, revista La Finca Raíz y el portal www.metrocuadrado.com.co

Precio: El valor de la vivienda está directamente relacionado con el precio del metro cuadrado y éste varía en cada ciudad y según el sector en el cual se encuentre ubicado. En los últimos años el mayor incremento en el valor del metro cuadrado se ha dado en Bogotá, Cartagena y Cali, en viviendas ubicadas en estratos 3 y 4. Caso contrario a las ubicadas en estratos 5 y 6, donde la sobreoferta de proyectos ha afectado directamente el valor del metro cuadrado.

Precio promedio por metro cuadrado, miles de pesos (2.009): Los precios se mantienen estables, debido a que la demanda no se desvanece y no hay sobre oferta de inventarios terminados por vender. Mientras estas condiciones se mantengan en un nivel satisfactorio tendremos una valorización en las inversiones de estos bienes.



Fuente: Coordinada Urbana.



Idea

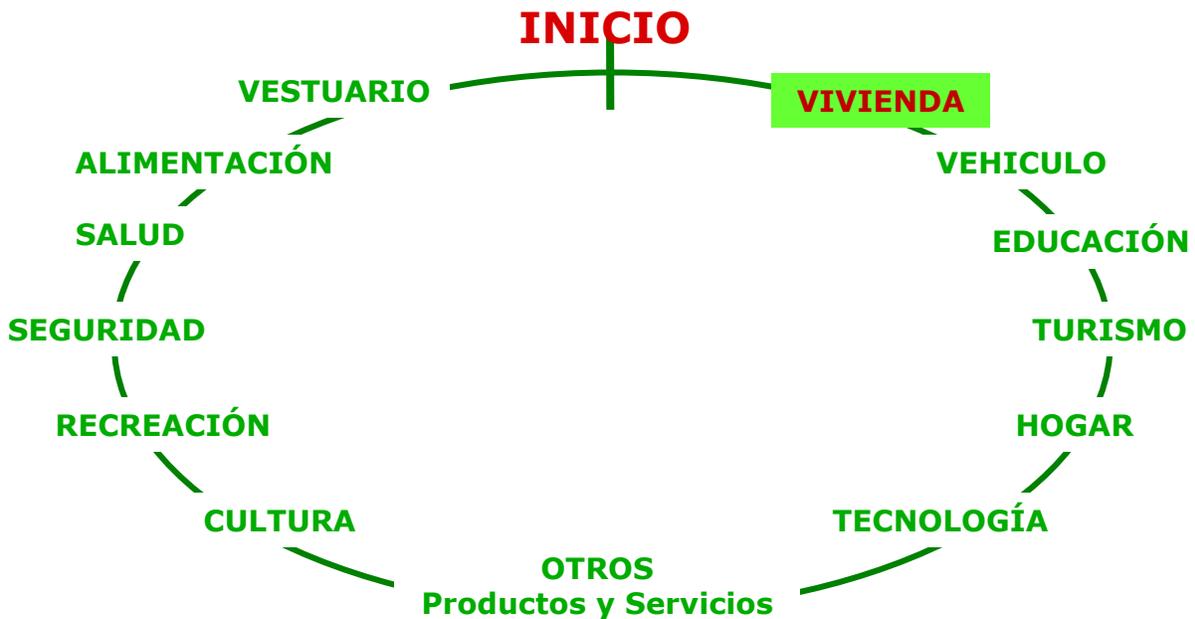
De acuerdo con la oferta de proyectos y comportamiento de la demanda se puede concluir que el mercado se está enfocando a ofrecer un portafolio amplio y flexibilizado que permita fácil acceso al producto.

Perfil del consumidor: Hombres y mujeres entre 25 y 55 años, ubicados en todo el territorio nacional y con ciertas características (consideradas por la Cámara Colombiana de la Construcción, Camacol, en comparación con el perfil del asociado de Coomeva):

	Camacol	Coomeva
Actividad económica	Asalariados e independientes	Asalariados e independientes
Preferencia de compra	Inmueble construido o en construcción	Inmueble construido o en construcción
Tipo de vivienda actual	Arrendada	Arrendada o familiar
Fin de la compra	Habitarla	Habitarla
Tiempo de búsqueda	Hasta 6 meses	Hasta 4 meses
Deseo de comprar	Dentro de los próximos 6 meses	Dentro de los próximos 12 meses (3.3%); Mas de 12 meses: (4.3%)
Recursos	AFC – Financiación	AFC – Financiación
Ubicación	Estrato 3 y 4	Estrato 3, 4 y 5

Deseos y necesidades del consumidor: Solucionar su necesidad de vivienda a través de la compra de inmuebles (casas o apartamentos) en un rango de precio entre \$ 80 millones y \$ 120 millones, siendo preferiblemente inmuebles nuevos, con el fin de apuntar hacia el principal eslabón del ciclo de vida un asociado.

Ciclo de vida de un asociado:

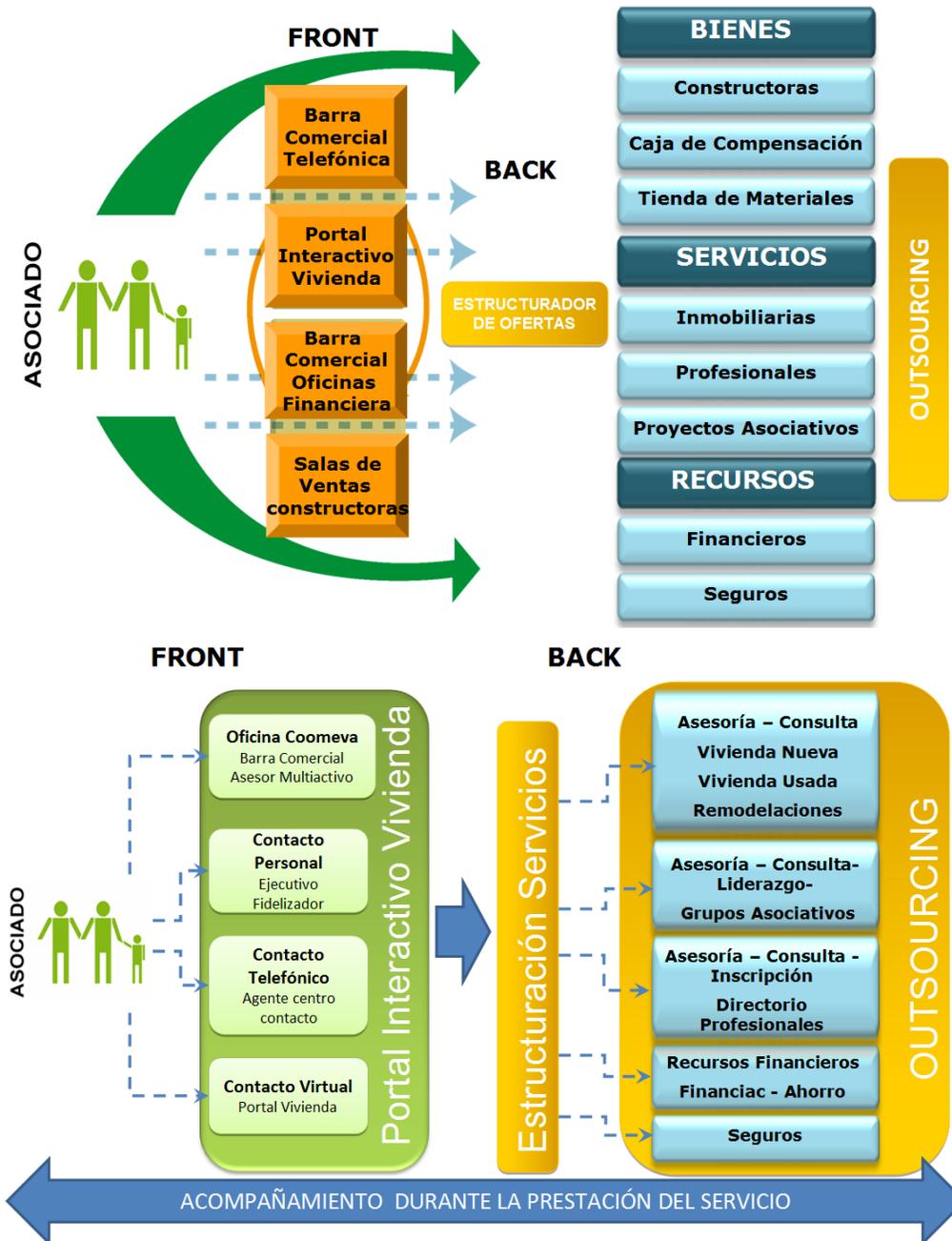


Hábitos de uso y actitudes: Presentar soluciones, principalmente apartamentos, en ciudades más pobladas y casas en ciudades con otras características. Se ofrece a la mayoría de asociados crédito para su compra y preferiblemente en pesos, con cuota fija.

Papeles de compra: La necesidad está centrada en las parejas con o sin hijos, y la mujer es determinante en la decisión de compra, aunque la decisión de optar por el crédito la toman ambos o la persona cabeza de hogar.

Atención al asociado:

Esquema de atención al Asociado:



Atributos que tiene el Servicio Integral de Vivienda de Coomeva:



Beneficios del crédito con Coomeva:

1. Plazo del crédito hasta 15 años.
2. Cuota fija y en pesos.
3. Gratis la primera cuota del seguro del inmueble.
4. Abonos a capital y/o prepago del crédito sin penalización.
5. No cobro de extractos.
6. No cobro de uso de tarjeta.
7. Dar el beneficio del subsidio en la tasa.
8. Tasa por debajo del promedio del mercado.
9. Facilidad en los trámites.
10. No se requiere antigüedad en la asociación para el otorgamiento del crédito de vivienda.

Estrategias de divulgación y publicidad:

1. Emisión de folletos / portafolio de servicios en diferentes ciudades.
2. Impresión de las carpetas de presentación de ofertas.
3. Publicidad ubicada en las salas de ventas de las constructoras aliadas y en las oficinas de Coomeva Financiera a nivel nacional.
4. Feria inmobiliaria "Espacios Coomeva": Una actividad al año en diferentes ciudades, promocionando los proyectos aliados mediante volantes de convocatoria, envío de información por correo postal y electrónico, material promocional para las oficinas financieras y salas de ventas de constructoras aliadas.
5. Desayunos de mantenimiento con los vendedores de las salas de ventas de los proyectos aliados.
6. Envío de la revista Coomeva a las constructoras aliadas bimestralmente, como estrategia adicional de acercamiento con sus directores comerciales que evidencia la reciprocidad del convenio.
7. Un artículo sobre vivienda en cada edición en la revista Coomeva.
8. Un sobre de facturación al año, con publicidad de "Espacios Coomeva".
9. Ubicación de un stand de "Espacios Coomeva" para participar en diversos eventos del gremio (ferias inmobiliarias organizados por Camacol, lonjas de propiedad raíz) o en ferias y eventos en las que Coomeva pueda participar conjuntamente con la Financiera.
10. Campaña de promoción y divulgación del Servicio Integral de Vivienda entre los asociados a través del Call Center.
11. Organización de un concurso a nivel nacional entre los vendedores de las salas de ventas de todos los proyectos aliados, premiando al de mayores ventas a asociados de Coomeva.
12. Promoción de los proyectos de las constructoras en sedes principales de las regionales, permitiendo la ubicación de stands informativos y maquetas.
13. Relanzamiento del portal con nuevos servicios y la inscripción al directorio de profesionales y proveedores.

14. Utilización de Radio Coomeva con cuñas radiales sobre el Servicio Integral de Vivienda.

Ventas y gestión:

1. Establecer convenios en las ciudades donde se hace poca presencia.
2. Incrementar la tenencia de vivienda nueva al menos para un 10% de asociados que resultan interesados en comprar.
3. Promoción de proyectos.
4. Crear una bolsa inmobiliaria propia en la que se puedan registrar y promover los inmuebles usados.
5. Financiar al menos al 30% de los asociados que requieren del servicio de vivienda y que compran en los proyectos aliados, teniendo en cuenta las condiciones del crédito ofrecidas por la competencia para este nicho (créditos con subsidio a la tasa).
6. Inscribir al directorio 300 profesionales a nivel nacional, de las diferentes disciplinas definidas para vivienda.
7. Llevar a cabo proyectos asociativos.
8. Desarrollar e implementar la segunda etapa de la plataforma tecnológica.
9. Estructurar ofertas para los diferentes servicios de vivienda.

Espacios Coomeva

Coomeva ha establecido el sistema de información de vivienda en una página web denominada "Espacios Coomeva", donde el asociado puede consultar las características del "Servicio Integral de Vivienda" ofrecido por la Cooperativa, además del directorio de profesionales y de proyectos ofrecidos por las entidades aliadas.

El enlace de la página web es: <http://www.espacios.coomeva.com.co/>.