

**ESTUDIO DE DEMANDA DE EDIFICACIONES PARA USOS  
NO RESIDENCIALES  
PEREIRA-DOSQUEBRADAS**



Elaborado por.  
Estudios y Consultorías Socio Económicas  
**ECSE**

**OCTUBRE DE 2012**

## **Demanda de Construcciones NO RESIDENCIAL Pereira-Dosquebradas**



*Elaborado por*  
**ECSE**  
*Estudios y Consultorías Socio  
Económicas*

**Director del Proyecto**  
**CARLOS ALBERTO**  
**OSORIO DUQUE**

**Analistas investigadores**

**YOHANA ANDREA**  
**SALAZAR GUTIERREZ**

**JONATHAN**  
**FLOREZ GALLEGOS**

**Octubre de 2012**

### **INTRODUCCIÓN**

La Cámara Colombiana de la construcción CAMACOL a nivel Nacional, ha iniciado un proceso de investigación encaminado hacia la exploración de la dinámica que rodea el mercado de construcción con destinos no residenciales.

Para el caso particular de Pereira y Dosquebradas, CAMACOL RISARALDA, realiza por primera vez el estudio de expectativas de demanda de las construcción para usos de tipo comercial, oficinas y bodegas, como parte de un esfuerzo que permanentemente viene realizándose con la intención de encontrar los determinantes de dicho mercado y poder aportar a la generación de conocimiento alrededor de la economía en el territorio.

Esto es posible dados los avances que a nivel internacional se han dado frente a las metodologías para estudiar tales dinámicas, soportado en suficiente base teórica, conceptual y metodológica que permite su aplicación en el presente año.

Al igual que el estudio de la dinámica de la vivienda, los estudios de este tipo deben entenderse como indicativos de las condiciones socio económicas que pueden definir características de la demanda, toda vez que existen factores que pueden anticipar o retrasar las decisiones finales de compra por parte de los empresarios.

## **Estudio de Demanda NO RESIDENCIAL Pereira-Dosquebradas**

### **OBJETIVO GENERAL**

El presente estudio pretende evaluar las condiciones de tenencia y expectativas de demanda para las construcciones de usos no residenciales en los Municipios de Pereira y Dosquebradas, como elemento fundamental de análisis de la demanda efectiva de este tipo de edificaciones.

### **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

Evaluar la evolución de la actividad edificadora en m<sup>2</sup> con destinos no Residenciales y compararla con la dinámica económica.

Determinar la tenencia y expectativa de construcciones de edificaciones con destino No residenciales particularmente para Comercio, Oficinas y Bodegas.

Evaluar las condiciones que rodean la demanda potencial en área construida a los empresarios que requieran edificaciones en el corto mediano y largo plazo.

### **ANTECEDENTES DE INVESTIGACION**

Los procesos económicos y demográficos a que se ven enfrentadas las ciudades y regiones del país, son sin lugar a dudas uno de los muchos retos que deben afrontar día a día los agentes de una sociedad, en donde las dinámicas de los procesos empresariales, han provocado un aumento acelerado en el crecimiento y desarrollo de las economías locales, afectando el mercado laboral y desarrollo inmobiliario, evidenciando la importancia para la dinámica de los centros urbanos.

Por todo lo anterior, nombrar algunos estudios de demanda de uso no residencial con sus diferentes variables, toma interés para los empresarios, constructores, gobierno y demás agentes locales, ya que describen de manera explícita los principales determinantes de la demanda de Oficinas, Bodegas y Áreas comerciales en el territorio, haciendo un rápido recuento sobre los ejercicios de investigación precursores de esta línea de estudio, se encuentra con Shloss (1984), el cual implementa como factores base de la demanda de oficinas el empleo en el sectores financiero y sector servicios.

Por la misma línea se encuentra Hakfoort y Lie (1996 citado en Bonilla, Gómez y Martínez et, al 2009), donde argumentan que la demanda de oficinas presenta

relación directa con respecto al nivel de empleo de una economía, dado que un incremento del empleo se traduce en un aumento del volumen de los espacios físicos<sup>1</sup>.

Para el caso de la demanda de bodegas se presenta el documento elaborado por Mansour y Christensen (2001), en donde resaltan que la demanda se encuentra determinada por la carga a almacenarse en las bodegas y no por el empleo que se implementa en su actividad, por otra parte, con respecto a la demanda de áreas comerciales se evidencia poca literatura en la actualidad, por lo anterior, se rescata a Moretti y Fischler (2001), que realiza un estudio de caso en donde hacen seguimiento continuo a los grandes centros comerciales, con el objetivo de identificar los cambios de las zonas que se encuentran cerca a los establecimientos comerciales, evidenciando resultados similares a los de Yeates y Jones (1998) que logran identificar qué el área espacial y el fácil acceso a los sistemas de transporte, son un determinante importante para la demanda de áreas comerciales.

Con respecto a estudios Nacionales se encuentra especial interés por parte de los grandes centros urbanos Colombianos como Bogotá y Medellín, que por primera vez en el año 2009, determinaron diferentes atributos para la demanda de oficinas, bodegas y áreas comerciales en la ciudad de Bogotá y sus Municipios aledaños, encontrando que el crecimiento de la economía de la ciudad en lo corrido de los últimos años ha favorecido a estos sectores, ya que se han presentado un sin número de aspectos económicos que inciden positivamente.

Por lo anterior, se hace para los Municipios de Pereira y Dosquebradas, el primer estudio de expectativas de demanda para usos no residenciales, como motivadores de una línea de investigación donde se exploren las variables o condiciones de tipo económico, que podrían definir las estimaciones de construcción para oficinas, bodegas y áreas comerciales, aportando de esta manera a la planeación local tanto de constructores como del gobierno para la toma de decisiones de inversión, que será elemento para la medición del pulso de la economía local y las señales que desde este tipo de herramientas se captan para la definición de la inversión con mayores niveles de información sobre la dinámica económica.

## DINÁMICA DE LA ACTIVIDAD EDIFICADORA NO RESIDENCIAL

Según los resultados publicados por el DANE en el censo de edificaciones se revisan los indicadores líderes de la actividad constructora, desde las iniciaciones, proceso de construcción y finalizaciones de áreas destinadas a usos No Residenciales (Oficinas, Áreas Comerciales y Bodegas).

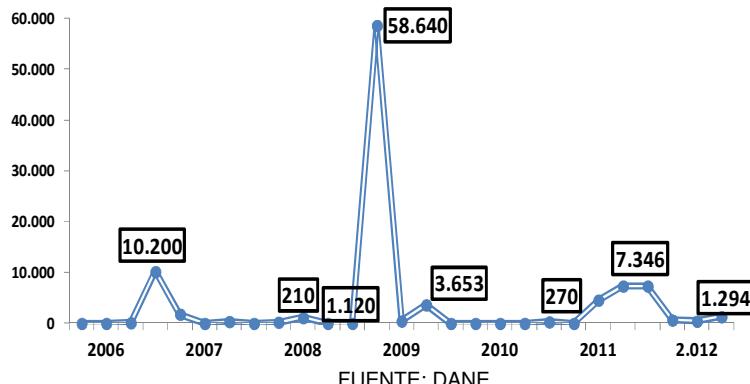
---

<sup>11</sup> Ampliaciones del tema ver Bonilla, Gómez y Martínez (2009) pág. 45- 47

## Iniciaciones

Gráfico.1

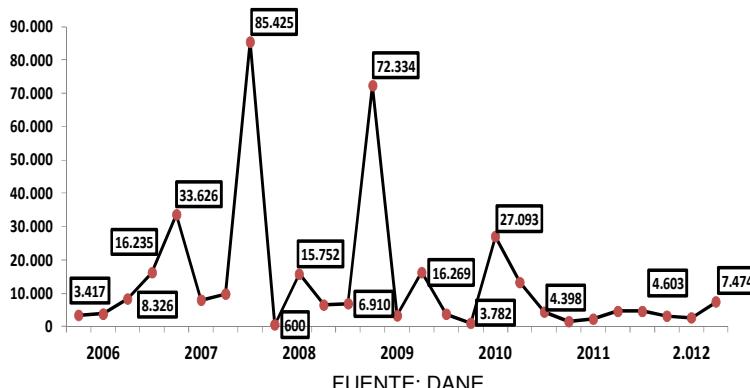
Pereira, Dosquebradas, área de oficina en iniciaciones en (m<sup>2</sup>), según destino no residenciales, 2006 -2012 (Trimestre)



Consistente con el comportamiento de la dinámica inmobiliaria alrededor de las oficinas, se encuentra que el nivel de iniciaciones de estos usos, se ubica alrededor de 1.294 metros cuadrados durante los últimos trimestres, del 2012, indicando menor actividad edificadora alrededor de este tipo de espacios.

Gráfico.2

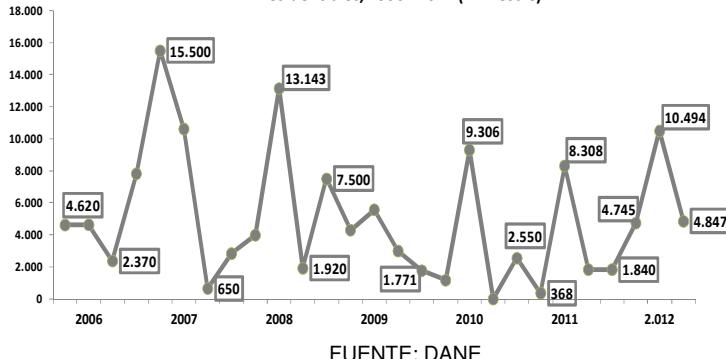
Pereira, Dosquebradas, área comercial en iniciaciones en (m<sup>2</sup>), según destino no residenciales, 2006 -2012 (Trimestre)



La estructura económica de Pereira y Dosquebradas, se encuentra soportada ampliamente en actividades de tipo comercial, no obstante la abundante oferta de estos espacios explica el menor ritmo de iniciaciones según se observa en los últimos 2 años.

Gráfico.3

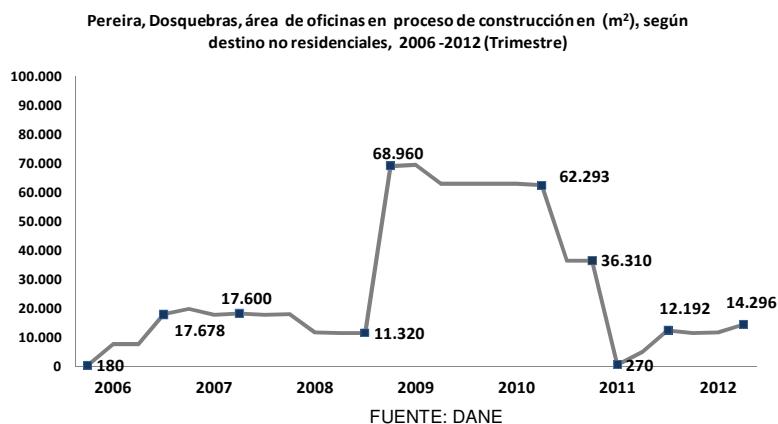
Pereira, Dosquebradas, área de bodegas en iniciaciones en (m<sup>2</sup>), según destino no residenciales, 2006 -2012 (Trimestre)



Se observa una importante dinámica de iniciaciones de bodegas en el último año en Pereira y Dosquebradas, lo que indica una importante oferta futura como indicador de una expectativa en crecimiento de la actividad empresarial asociada al uso de este tipo de espacios.

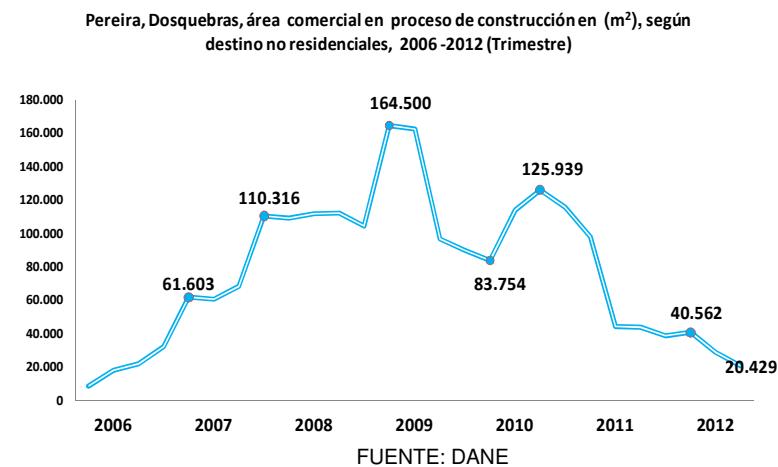
## Proceso de construcción

Gráfico.4



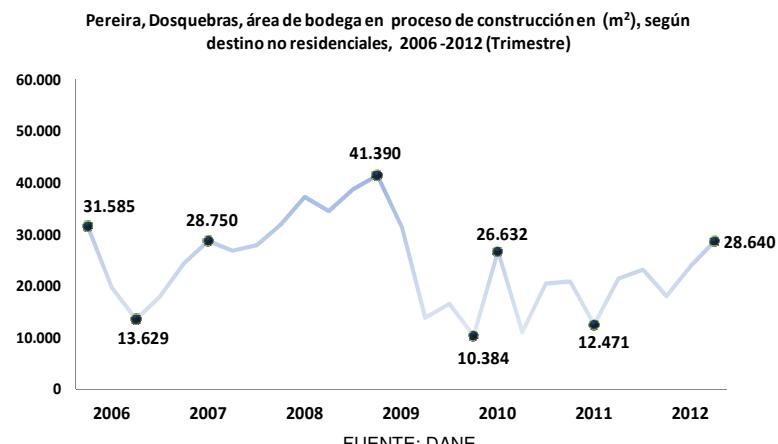
La construcción de oficinas se encuentra en una tendencia creciente después de una caída durante comienzos del año 2011, que se ha venido recuperando en el transcurso del último año hasta llegar a niveles promedio de 14.000 metros cuadrados en proceso

Gráfico. 5



Aún con una tendencia decreciente de áreas comerciales, se observa que para el segundo trimestre del 2012, hay 20.429 metros cuadrados en proceso de construcción, que precede a un auge presentado en años anteriores, pero que define una dinámica propia de la ciudad.

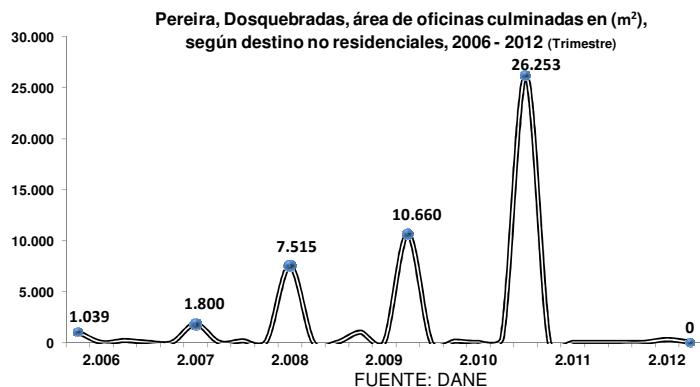
Gráfico.6



La dinámica de la construcción actual de bodegas, indica que existe una perspectiva de inversión por parte de las empresas, presentando el nivel más alto de los últimos 3 años, explicado por mayores expectativas de los empresarios en potencializar su actividad económica en Pereira y Dosquebradas.

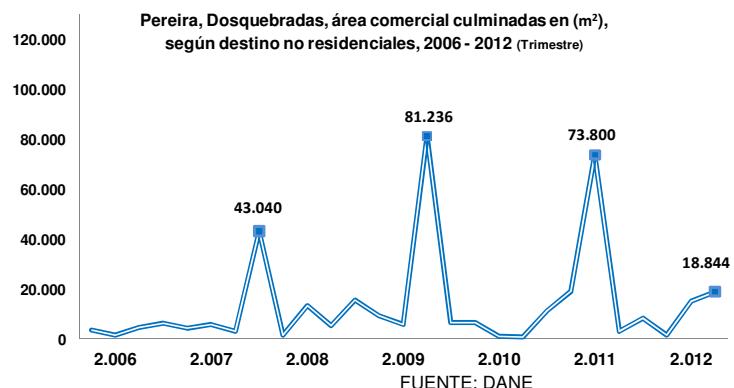
## Finalizaciones

Gráfico.7



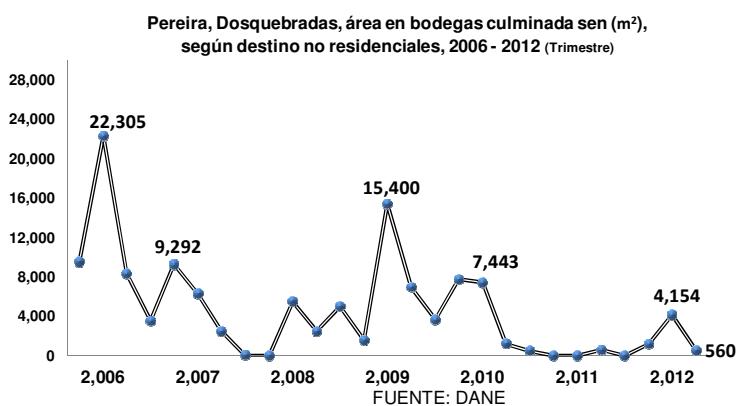
A pesar del comportamiento estacional de la construcción de oficinas, para los 2 últimos años, en Pereira y Dosquebradas, no se evidencian niveles similares a los registrados a finales del 2010 cuando se culminaron proyectos de cerca de 26.000 metros cuadrados en conjunto.

Gráfico.8



El comportamiento de las finalizaciones en áreas comerciales en Pereira, han estado marcadas recientemente por la apertura de nuevos Centros Comerciales como Parque Arboleda y Unicentro, que inciden en el área dedicada a estos usos.

Gráfico.9



Las finalizaciones de bodegas en los últimos 6 años, muestran una disminución en el 2011 y 2012, como producto asociado a un ciclo económico en la misma dirección, que define la reacción en la dinámica empresarial y a procesos de construcción menos dinámicos.

## **INFORME DE RESULTADOS**

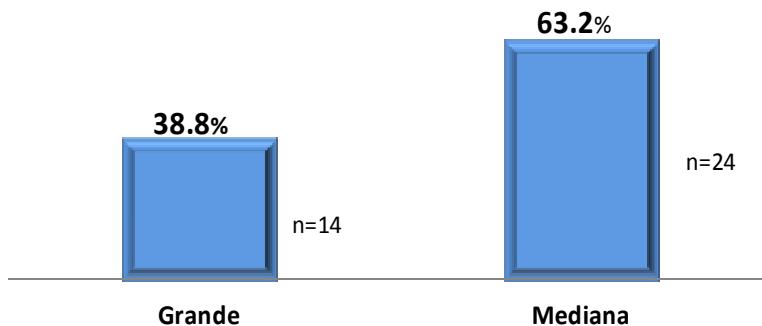
### **Aspectos generales**

El presente estudio expone los principales resultados obtenidos de la aplicación de encuesta directa realizada a los empresarios de los Municipios de Pereira y Dosquebradas, la cual permitió recaudar información pertinente sobre el nivel actual de ocupación, expectativas de compra, alquiler o construcción de áreas para el desarrollo de su actividad económica, así como la percepción frente a algunas categorías que determinan su perspectiva de localización territorial.

El estudio como lo indica el diseño metodológico se aplicó a una muestra de 38 empresas Medianas y Grandes, localizadas en los Municipios de Pereira y Dosquebradas, así como de los sectores más representativos del tejido empresarial local.

**Gráfico. 10**

**Pereira -Dosquebradas, Distribucion de la muestra  
sugún tamaño de la empresa. Septiembre 2012**



FUENTE: CAMACOL, Estudio de demanda edificaciones no residenciales, Septiembre de 2012

En términos de participación, se encuentra que el estudio aplicó a unas empresas de las cuales el 38,8% pertenecen a la categoría de gran empresa, mientras que el 63,2% corresponden a medianas empresas, lo que replica igualmente el marco muestral que sirvió de referencia.

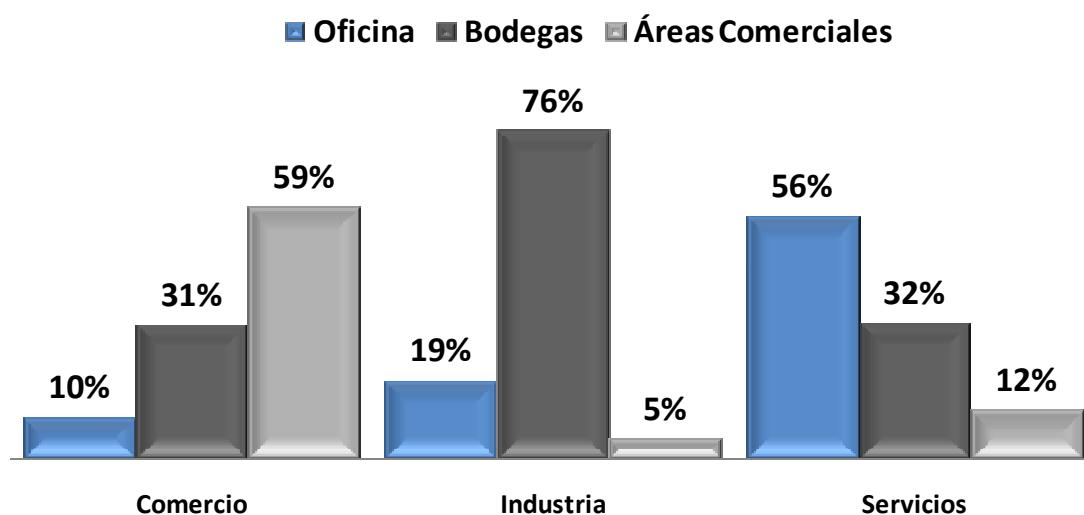
En términos de ocupación de espacios para las actividades económicas, se observa claramente la intensidad relativa asociada a la ocupación de áreas, encontrando para la industria excluyendo plantas de producción una mayor ocupación en Bodegas, mientras que las empresas comerciales ocupan entre bodegas y comercio el 90%.

Para las actividades de servicios es indiscutible la predominancia de espacios para oficinas y bodegas en un 56% y 32% respectivamente, lo anterior evidencia

que de la forma como se encuentre estructurado el tejido empresarial del territorio, en la misma medida serán las demandas por espacios para el ejercicio de dichas actividades, bien sea de fabricación, comercialización y prestación de servicios.

**Gráfico.11**

**Participación (%) en m<sup>2</sup> por disposición de actividad económica, Oficinas, Bodegas y Áreas Comerciales, Septiembre de 2012**



FUENTE: CAMACOL, Estudio de demanda edificaciones no residenciales, Septiembre de 2012

Para el caso del sector industrial el comportamiento en la distribución del total de las áreas, se evidencia que las oficinas al igual que el comercio son menores proporcionalmente, situación razonable debido a que se centra en la transformación de materias primas, adicionalmente se encuentra una participación del 76% en bodegas, debido que exhibe una demanda en gran porcentaje de espacios para almacenamiento de inventarios producto de su actividad económica, lo cual se encuentra ligado directamente a sus áreas de producción, donde se encuentra el personal y la maquinaria necesaria para el desarrollo de la misma.

Con respecto al sector servicios el comportamiento en la distribución del total de las áreas, muestran una representación del 56% de área ocupada en oficinas, seguido de un 32% de bodegas debido a las diferentes clases de servicios prestados, citando un caso particular de una empresa prestadora de servicios que se dedica alquilar maquinaria pesada, la cual por la naturaleza del servicio la obliga implementar espacios amplios con el propósito de salvaguardar sus equipos.

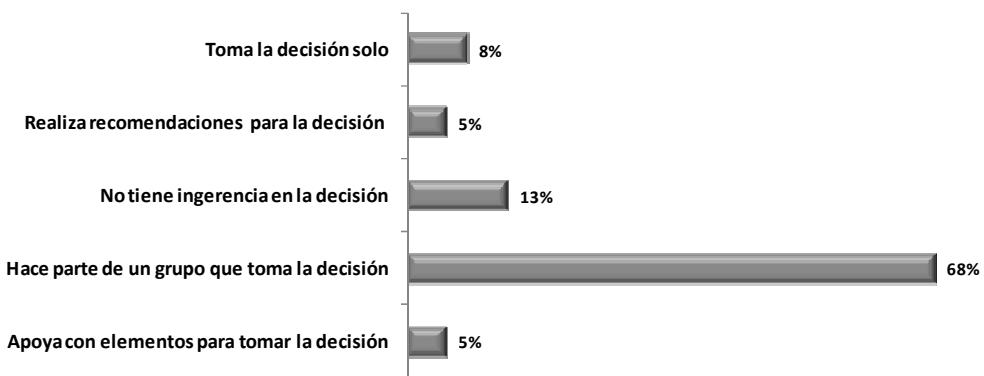
Las empresas comerciales muestran una participación menor en áreas de oficinas y más amplia en áreas comerciales, lo que expresa un comportamiento consistente con su actividad empresarial de compra y venta.

## Nivel de responsabilidad en la decisión empresarial

Por tratarse de la dinámica de empresas medianas y grandes, las decisiones de compra, alquilar o construcción de nuevos espacios para la actividad económica, se encuentran en grupos colegiados, toda vez que consultados los entrevistados frente a la manera como se toma tal decisión, se encontró que en el 68% de los casos es un grupo conformado por varios miembros de las empresas, mientras que en una minoría de situaciones representadas en el 8% de las empresas, la decisión es unipersonal.

**Gráfico.12**

Nivel de responsabilidad al interior de las empresas en la toma de decisiones de compra, venta o alquiler de áreas para la actividad económica, (%).  
Septiembre 2012



FUENTE: CAMACOL, Estudio de demanda edificaciones no residenciales, Septiembre de 2012

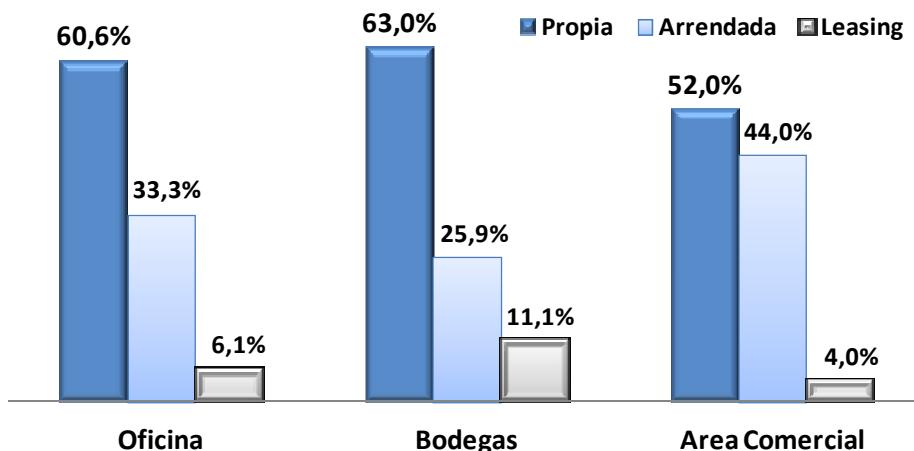
Lo anterior indica que al momento de decidir sobre nuevos espacios, se observa un proceso de tipo colegiado, situación que puede contrastar con la manera de administración de pequeñas y micro empresas donde en la mayoría de los casos, se concentra la decisión en cabeza de una persona.

## Tenencia de las áreas empresariales

En las empresas consultadas por el estudio, se encontró que en un alto porcentaje, se trata de establecimientos con alta tasa de propiedad, especialmente en bodegas y oficinas, mientras que las áreas comerciales son en un 44% en condición de alquiler, situación consistente con la mayor posibilidad de movilidad de lugares que se dedican al comercio, mientras para el establecimiento de bodegas y oficinas, existe mayor probabilidad de estabilidad en la ocupación

Gráfico. 13

Participación % de empresas según uso en condiciones de tenencia  
de las áreas donde desempeñan la actividad económica  
Septiembre de 2012



FUENTE: CAMACOL, Estudio de demanda edificaciones no residenciales, Septiembre de 2012

Por otra parte, se observa una participación reducida en la modalidad de leasing, especialmente en las áreas comerciales con un 4% en promedio, evidencia de una apropiación baja del instrumento de arrendamiento financiero en general por parte de las empresas localizadas en Pereira y Dosquebradas.

Haciendo el análisis frente a las áreas según condición de tenencia, se observa que las áreas en leasing son menores al análisis anterior, indicando esto que si bien existe un porcentaje de empresas que la utilizan, se trata de áreas reducidas.

Cuadro. 1

Participación % del Área utilizada por las empresas, según condición de tenencia y el uso predominante, Septiembre de 2012

Uso	Condición de Tenencia			TOTAL
	Propia	Arrendada	Leasing	
Oficinas	97,17%	2,75%	0,08%	100%
Bodegas	92,38%	5,92%	1,71%	100%
Área Comercial	57,29%	41,44%	1,27%	100%

FUENTE: CAMACOL, Estudio de demanda edificaciones no residenciales, Septiembre de 2012

---

## Valor Arrendamiento

Para las áreas en condición de arrendamiento, se puede observar que los precios del canon por metro cuadrado se encuentran consistentes con las rentas provenientes de las diferentes actividades, encontrando que las áreas comerciales pagan en promedio \$ 26.329 por m<sup>2</sup> mensualmente, ya que la ubicación juega un papel importante para la actividad empresarial, pues se ve favorecida por lugares de alta demanda, concentración de población, centralidad y facilidades para transporte, vías y flujo de personas.

### Cuadro 2

**Pereira-Dosquebradas. Costo por  
metro cuadrado en oficinas , bodegas y  
Áreas comerciales en la modalidad de  
alquiler , Septiembre 2012**

---

Oficinas	<b>11.721</b>
Bodegas	<b>7.234</b>
Area Comercial	<b>26.329</b>

FUENTE: CAMACOL, Estudio de demanda edificaciones no residenciales  
Septiembre de 2012

Para el caso de las oficinas, los atributos consisten en condiciones de cercanía con centros de servicios financieros, administración pública, entre otros, mostrando para el caso del estudio un canon mensual medio de \$11.721 por metro cuadrado.

La mayoría de las bodegas se encuentran en el Municipio de Dosquebradas específicamente en zonas industriales como La Popa, La Macarena, La Badea que en promedio pagan por \$7.234 por m<sup>2</sup>, asociado a que se trata de áreas utilizadas como almacenamiento especialmente que no requieren inversiones en acabados y pueden encontrarse en lugares más alejados del centro, toda vez que requiere espacio suficiente para la movilidad de mercancías y buenas vías de acceso.

## Razones Generales de ubicación

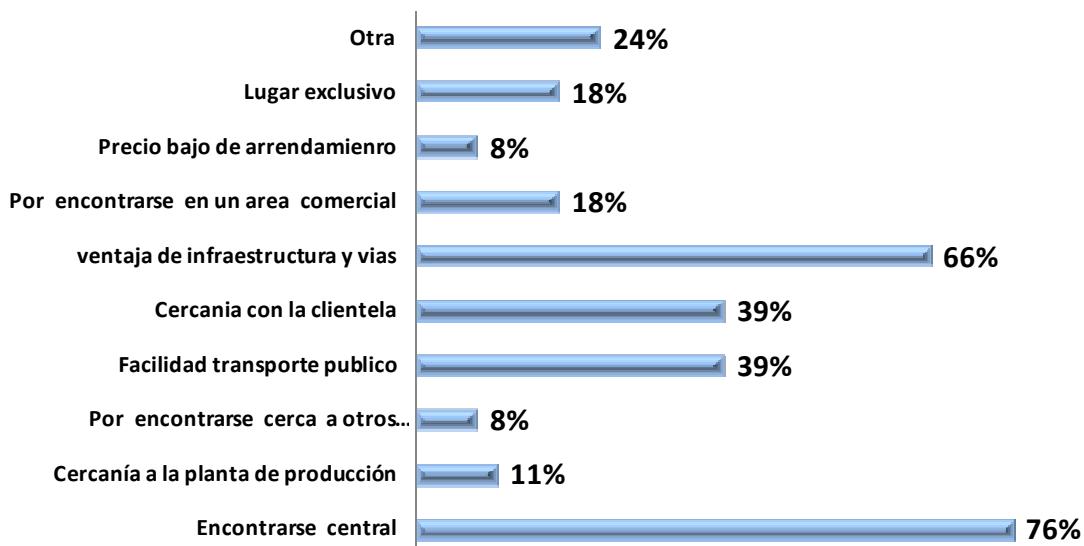
Sin lugar a duda el factor espacial es un atributo de gran incidencia al momento de la localización de las empresas según su actividad económica principal, el cual es un factor determinante para la demanda de los inmuebles para este tipo de usos específicamente en los Municipios de Pereira y Dosquebradas, por lo tanto una vez consultados los empresarios sobre los atributos que determinan su ubicación actual del establecimiento se evidenció que la condición de centralidad favorece con el 76%, al igual que las condiciones de la infraestructura vial y de transporte

con un 66% de preferencia, así como la facilidad de transporte público y cercanía con las empresas con que tiene relaciones comerciales.

En contraste no ven relevante los precios de los arrendamientos esto indicaría que existe una mayor disponibilidad a pagar mientras se satisfagan las condiciones anteriormente descritas, lo que permite inferir que el cumplimiento de estos atributos garantizarían mayores probabilidades de éxito en los proyectos.

**Gráfico.14**

Pereira-Dosquebradas. Razón de la ubicación actual de la Empresa (%), Septiembre 2012



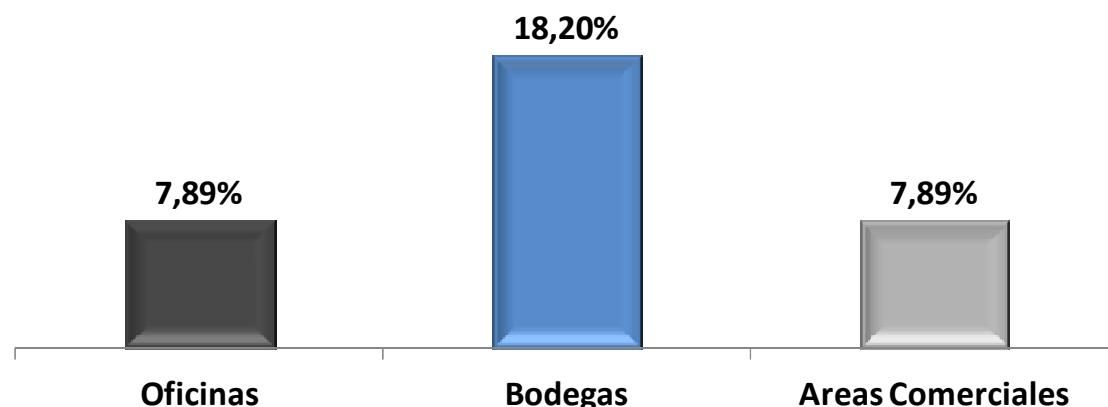
FUENTE: CAMACOL, Estudio de demanda edificaciones no residenciales, Septiembre de 2012

### Intención empresarial de compra

Consultados los empresarios sobre la disponibilidad de emprender proyectos de expansión para el ejercicio de la actividad económica, se observa que tanto para oficinas como para áreas comerciales cerca del 8% de los entrevistados manifiesta intención de adquirir espacios bajo la condición de compra, mientras se evidencia una mayor intención de compra en bodegas, lo que es consistente con las iniciaciones y área en proceso explicada anteriormente, indicando un ambiente de expectativas de crecimiento de actividades económicas en el Área Metropolitana de Pereira.

Gráfico.15

(%) Intención de compra, oficinas, bodegas y áreas Comerciales por parte de las empresas  
Septiembre 2012



FUENTE: CAMACOL, Estudio de demanda edificaciones no residenciales, Septiembre de 2012

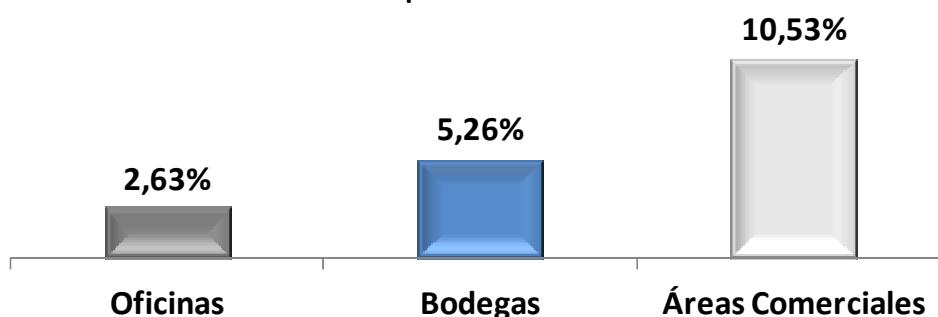
### Disponibilidad a pagar para compra

En términos de disponibilidad a pagar demostrada por los empresarios para la compra de áreas, se observa que para usos comerciales se ubica alrededor de \$3.000.000.oo por metro cuadrado, al igual que manifiestan que pagarían en promedio \$1.300.000.oo por metro cuadrado en Bodega, lo que indica que los precios de mercado se encuentran a las condiciones de los empresarios, según los entrevistados.

### Intención empresarial de construcción

Gráfico.16

(%) de empresas con Intención de construcción de oficinas, bodegas y áreas Comerciales  
Septiembre 2012



FUENTE: CAMACOL, Estudio de demanda edificaciones no residenciales, Septiembre de 2012

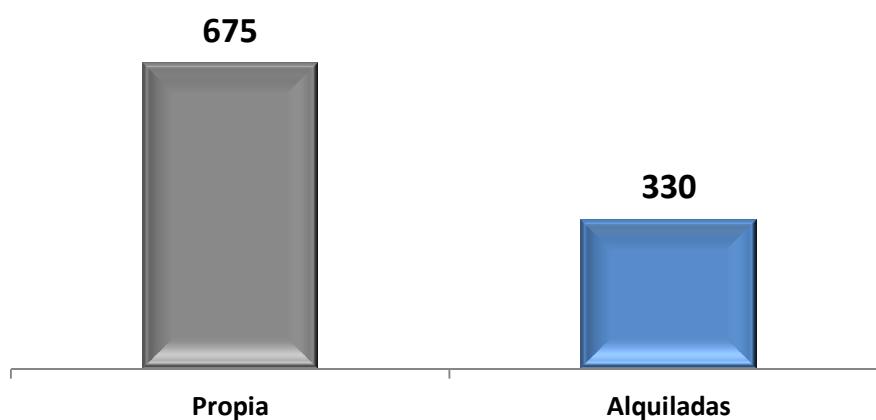
Consultados los empresarios sobre la disponibilidad de emprender proyectos de construcción de áreas nuevas para la actividad económica, se encuentra que tan solo el 2,63% manifiestan intención para oficinas, mientras que el 5,26% se concentran en bodegas y el 10,53% cuentan con proyectos de construcción de áreas comerciales, lo que indica que por iniciativas de las empresas se llevarían al cabo proyectos de este tipo.

Consultados los empresarios sobre la disponibilidad de alquilar oficinas, se encuentra que tan solo el 2,63% de los entrevistados tienen en sus proyectos el alquiler, lo que indica que el perfil de oficinas es de tipo propia.

## TENDENCIA OFICINAS

**Gráfico 17**

**Tamaño promedio de las Oficinas propias y alquiladas  
(m<sup>2</sup>), Septiembre 2012**



FUENTE: CAMACOL, Estudio de demanda edificaciones no residenciales, Septiembre de 2012

Se observa que las oficinas propias poseen áreas más grandes que las alquiladas, los empresarios encuestados que son propietarios, poseen en promedio 675 m<sup>2</sup>, de uso para las áreas administrativas, ya que la mayoría se dedican a actividades de fabricación de prendas de vestir, comercio al por menor y al por mayor, lo que define la cantidad de área requerida.

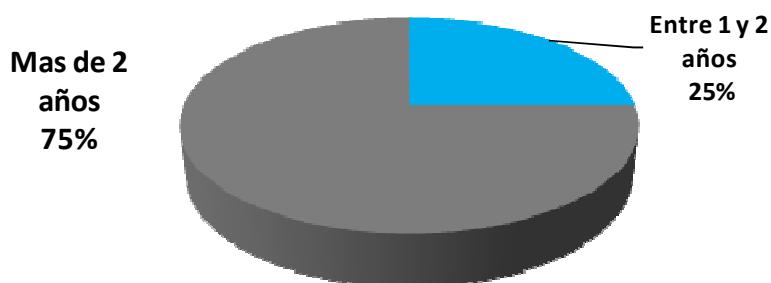
El caso contrario sucede con la modalidad de alquiler, las empresas ocupan 330 m<sup>2</sup> en promedio, empresas en su mayoría dedicadas a telecomunicaciones las cuales no requieren de espacios amplios para la actividad.

## Horizonte de tiempo para compra o construcción

De acuerdo con la intención de compra o construcción de oficinas, se observa que los empresarios entrevistados manifiestan que en un tiempo de más de 2 años es un periodo factible al materializar su proyecto, lo que indica que tales proyectos se encuentran pensados en amplios horizontes de tiempo.

**Gráfico.18**

**Porcentaje de empresarios según horizonte de tiempo de compra o construcción de oficinas,  
Septiembre 2012**



FUENTE: CAMACOL, Estudio de demanda edificaciones no residenciales, Septiembre de 2012

## Percepción frente a atributos de localización y aspectos físicos

Los empresarios calificaron los atributos de los diferentes sectores al momento de llevar a cabo el proyecto de construcción o alquiler de oficinas, dándole valores de 1 a 5 siendo 1 muy importante y 5 poco importante a la hora de localizar tenencia de oficinas.

La tendencia frente a las oficinas por lo tanto indica que los atributos más importantes para los empresarios que están interesados en la ubicación de las oficinas para su actividad económica, tienen que ver con la facilidad de acceso a empleados y clientes, disponibilidad de parqueaderos, en el mismo sentido, se presentan atributos que son indiferentes para los entrevistados, como la cercanía a los centros comerciales y restaurantes, presentando una participación de 50% de las respuestas, y las condiciones ambientales para trabajo evidencia como resultado que el 25% de las empresas se ubican donde haya un mayor flujo de demanda.

### Cuadro 3

#### Calificación del SECTOR en donde busca oficina para aquiler compra o construcción , Septiembre 2012

RAZON	(1) importante	(2) Indiferente
Facil acceso a empleados y clientes	100%	
disponibilidad de parqueadero	100%	
Cercanía con el sistema de transporte público	50%	50%
cercanía con el centro	50%	50%
cercanía con restaurantes o centros comerciales	50%	50%
condiciones ambientales para el trabajo	75%	25%

FUENTE: CAMACOL, Estudio de demanda edificaciones no residenciales, Septiembre de 2012

Al conocer los atributos de la localización del proyecto de oficinas, se hace necesario calificar las diferentes características del inmueble y del sector, lo cual se traduce en una estrecha relación, Por otra parte, se evalúa en términos de importancia los factores que se deben tener en cuenta a la hora de llevar a cabo el proyecto de comprar, alquilar y construir.

Los empresarios que son propietarios y tienen proyectos de adquirir oficinas, la gran mayoría califican en primera instancia, los diferentes atributos que presenta el lugar, en donde elementos como la iluminación del lugar, condiciones de seguridad y acceso o servicios a las telecomunicaciones, como factores importantes y necesarios en el momento de desarrollar su actividad económica.

Por otro lado el 25% de los empresarios manifiestan que una restricción horaria no incide negativamente en el momento de tomar una decisión de compra de oficina.

### Cuadro 4

#### Calificación de los atributos de la oficina en terminos de importancia a la hora de llevar a cabo el proyecto Compra, alquiler o construcción , septiembre 2012

RAZON	(1) importante	(2) Indiferente
condiciones de iluminacion adecuada	100%	
Tenencia de baños privados	25%	75%
Condiciones de seguridad	100%	
Posibilidad de acceso sin restricciones de horario	75%	25%
Ascensor	25%	75%
Accesos a servicios de telecomunicaciones	100%	

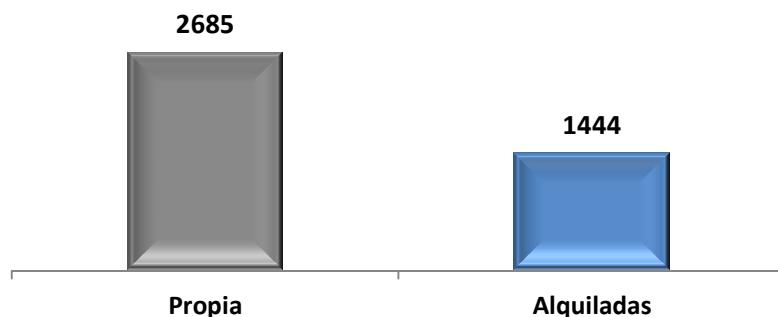
FUENTE: CAMACOL, Estudio de demanda edificaciones no residenciales, Septiembre de 2012

Evaluados los atributos de localización, calidad arquitectónica y precios de las oficinas, se presentan de mayor importancia por parte de los empresarios, situación que hace que sean tenidos en cuenta a la hora de adquisición.

## TENDENCIAS BODEGAS

Analizados los resultados de áreas promedio utilizadas para bodegas, es notorio que las empresas con bodegas propias cuentan con áreas medias de 2.685 metros cuadrados, mientras que las alquiladas se ubican aproximadamente en 1.400 metros cuadrados, lo que indica que las empresas propietarias tienden a contar con mayores áreas para el almacenamiento de materiales e insumos.

**Gráfico. 19**  
**Tamaño promedio de las Bodegas propias y  
alquiladas (m<sup>2</sup> ), Septiembre 2012**



FUENTE: CAMACOL, Estudio de demanda edificaciones no residenciales, Septiembre de 2012

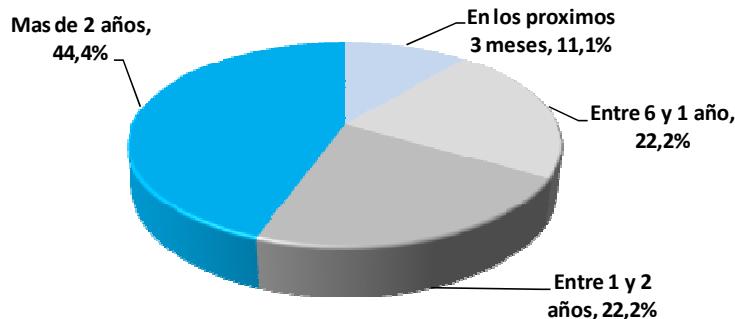
## Horizonte de tiempo para compra o construcción

Analizado el horizonte de tiempo en el cual se centran las expectativas de compra o construcción de bodegas, se encuentra que una décima parte espera efectuar el proyecto en los próximos 3 meses, y el 22% en año siguiente, lo que indica que el mercado tendría expectativas de crecimiento en bodegas en el próximo año de forma dinámica, toda vez que a la vez representa la mayor intención de compra o construcción de áreas de este tipo.

En el mismo sentido se encuentra que los empresarios manifiestan la necesidad de la construcción de centros logísticos para efectos poder desarrollar las actividades económicas en entornos donde se cuente con economías de escala y servicios asociados que faciliten el desarrollo de las actividades empresariales.

Gráfico. 20

Porcentaje de empresarios según horizonte de tiempo de compra o construcción de BODEGAS,  
Septiembre 2012



FUENTE: CAMACOL, Estudio de demanda edificaciones no residenciales, Septiembre de 2012

Las expectativas a largo plazo, en términos de horizonte de tiempo para construir o comprar bodegas se encuentra representado en un 44,4% de empresarios que aspiran materializar el proyecto en un tiempo superior a 2 años.

**Percepción frente a atributos de localización y aspectos físicos**

El sector preferido por los empresarios es aquel que tenga como atributo la facilidad de entrada y salida de vehículos, ya que para ellos la calidad de vías de comunicación es un factor importante para tener contacto con los clientes y empleados, algunos entrevistados consideran que las bodegas son estructuras inmobiliarias que deberían estar en zonas adecuadas para el ejercicio de las actividades económicas, las cuales requieren de zonas logísticas.

Cuadro 5

Calificación del SECTOR en donde busca BODEGAS para aquiler compra o construcción , Septiembre 2012

RAZON	(1) importante	(2) Indiferente	3) No Importante	(9) NS/NR
Fácil acceso a empleados y clientes	78%	22%		
Disponibilidad de parqueadero	89%	11%		
Fácil de ingreso y salida de los vehículos	100%			
Cercanía con el sistema de transporte público	89%	11%		
Cercanía con el centro	22%	56%	11%	11%
Cercanía con restaurantes o centros comerciales	22%	67%		11%
Fácil acceso al Aeropuerto o variante	67%	67%		
Condiciones ambientales para el trabajo	78%	22%		
Otra	22%			

FUENTE: CAMACOL, Estudio de demanda edificaciones no residenciales, Septiembre de 2012

Es indiferente a la hora de buscar un sector para la tenencia de bodegas la cercanía con restaurantes o centros comerciales y la cercanía con el centro.

Los atributos del sector van de la mano con las características que definen la tenencia de bodegas a la hora de llevar a cabo el proyecto de comprar o construir bodegas.

Se puede observar que el atributo líder para los empresarios es la condición de luz adecuada, teniendo en cuenta también calidad de servicios públicos, y seguido de espacios amplios adecuados (88%) para el acondicionamiento y almacenamiento adecuado a la actividad económica que ejerce.

### Cuadro 6

**Calificación los atributos de las BODEGAS oficina en términos de importancia a la hora de llevar a cabo el proyecto compra o construcción, Septiembre 2012**

RAZON	(1) importante	(2) Indiferente
Condiciones de iluminacion adecuada	100,0%	
Espacios amplios adecuados	88,9%	11,1%
condiciones de seguridad	77,8%	22,2%
Posibilidad de acceso sin restricciones de horario	77,8%	22,2%
Acceso a áreas de comida o servicios de alimentacion	55,6%	44,4%
Accesos a servicios de telecomunicaciones	44,4%	55,6%
otra	22,2%	

FUENTE: CAMACOL, Estudio de demanda edificaciones no residenciales, Septiembre de 2012

Ahora bien al preguntarle a los empresarios sobre cuál es la percepción de los proyectos que tienen vislumbrado en la oficinas para ellos es mas importante la calidad arquitectónica representante un 100% de los que tiene intención de acceder a tener Bodegas, ubicando en segundo lugar la opción localización y precio con una participación de 88.9%.

### Cuadro 7

**Pereira-Dosquebradas. Calificación los atributos de las BODEGAS en términos de importancia a la hora de llevar a cabo el proyecto de compra o construcción, Septiembre 2012**

RAZON	Importante	Indiferente
Localizacion	88,9%	11,1%
Calidad arquitectónica	100,0%	
Precio	88,9%	11,1%

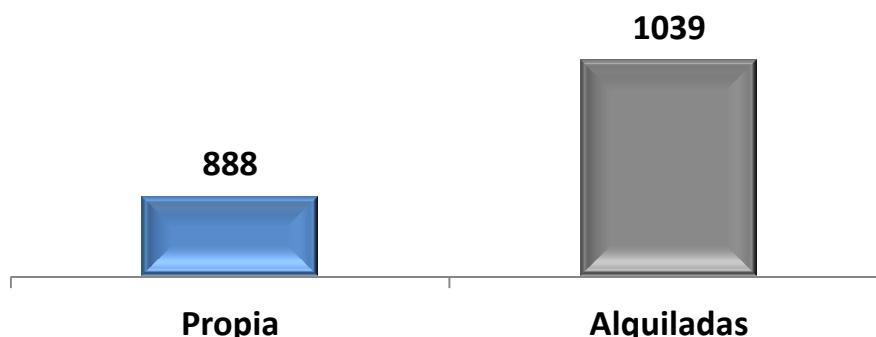
FUENTE: CAMACOL, Estudio de demanda edificaciones no residenciales, Septiembre de 2012

## TENDENCIA AREAS COMERCIALES

Se analiza la demanda de áreas comerciales con base en los resultados obtenidos de la información suministrada por las empresas, encontrando que en promedio el área en arrendamiento asciende a 1.039 metros cuadrados, mientras que la condición de tenencia propia en promedio cuenta con áreas medias de 888 metros cuadrados.

**Gráfico. 21**

**Tamaño promedio de las Áreas  
Comerciales propias y alquiladas (m<sup>2</sup> ),  
Septiembre 2012**



FUENTE: CAMACOL, Estudio de demanda edificaciones no residenciales, Septiembre de 2012

Las empresas que tienen áreas comerciales propias, expresan que están ubicados en esos lugares por tradición y localización estratégica, esto con el objetivo de conservar sus clientes y capturar demanda nueva que puede ser potencial con el voz a voz.

También se puede analizar que la tendencia de construir o comprar bodegas está sujeta a que en algunos casos es fácil acceder a la oferta actual de bodegas y en otros casos las que están disponibles no satisfacen las necesidades de algunos de los empresarios.

Algunos empresarios manifiestan en el momento que se desarrolla la entrevista, su percepción frente al exceso de grandes superficies y de locales comerciales lo que genera cautela a la hora de emprender proyectos de este tipo.

### Horizonte de tiempo para compra o construcción

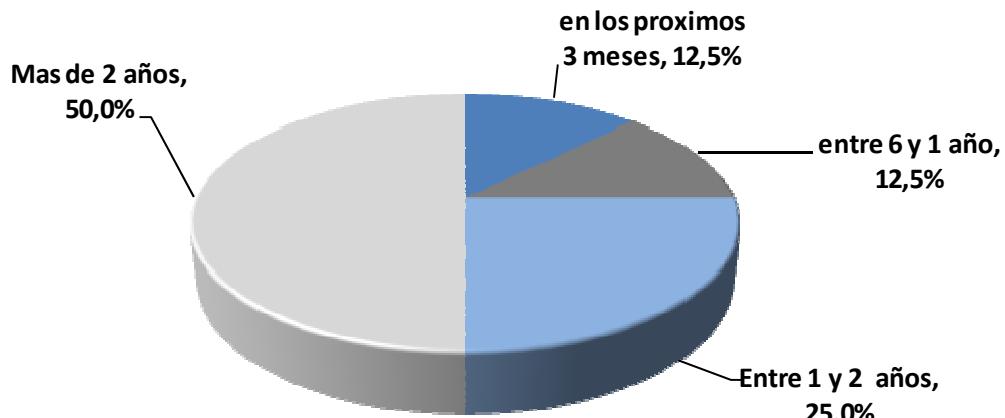
El horizonte de tiempo para materializar el proyecto de construir o comprar áreas comerciales tiene un comportamiento similar que la tenencia de bodegas, dándole prioridad al largo plazo, donde el 50 % de los encuestados que tienen proyectos de construir o comprar locales comerciales prefieren la opción de 2 años o más

**Gráfico. 22**

#### Porcentaje de empresarios según horizonte de tiempo

#### de compra o construcción de Areas Comerciales

**Septiembre 2012**



FUENTE: CAMACOL, Estudio de demanda edificaciones no residenciales, Septiembre de 2012

### Percepción frente a atributos de localización y aspectos físicos

Cabe destacar que es importante conocer la calificación de los atributos del sector donde los empresarios desean buscar áreas comerciales, en este sentido se observa que el sector preferido por los empresarios es aquel que tenga como atributo importantes, La facilidad en acceso a empleados y clientes, y disponibilidad de parqueaderos.

### Cuadro 8

**Calificación los atributos del SECTOR, en términos de importancia a la hora de llevar a cabo el proyecto de compra o construcción de Áreas Comerciales, Septiembre 2012**

RAZON	(1) importante	(2) Indiferente	(3) No Importantes
Posibilidad de alta demanda	75,0%	12,5%	12,5%
Fácil acceso a empleados y clientes	100,0%		
Disponibilidad de parqueaderos	100,0%		
Cercanía con el sistema de transporte público	75,0%	25,0%	
Cercanía con el centro	50,0%	50,0%	
Cercanía con restaurantes o centros comerciales	62,5%	50,0%	12,5%
Condiciones ambientales para el trabajo	75,0%	50,0%	

FUENTE: CAMACOL, Estudio de demanda edificaciones no residenciales, Septiembre de 2012

### Cuadro 9

**Calificación los atributos de las áreas comerciales, en términos de importancia a la hora de llevar a cabo el proyecto, de compra o construcción, Septiembre 2012**

RAZON	(1) importante	(2) Indiferente
Condiciones de iluminación adecuada	100,0%	
Espacios amplios adecuados	100,0%	
Posibilidad de acceso sin restricciones de horario	62,5%	37,5%
Accesos a servicios de telecomunicaciones	87,5%	12,5%

FUENTE: CAMACOL, Estudio de demanda edificaciones no residenciales, Septiembre de 2012

Los atributos del sector son factores determinantes que están relacionados ya que es importante la localización y la atracción física del inmueble con base en condiciones de iluminación adecuada y de espacios amplios, los cuales son factores que atraen la demanda.

Por otro lado no gana participación la posibilidad de acceso sin restricciones de horario en la modalidad de áreas comerciales. Esto porque el atributo no es importante a la hora de llevar a cabo los proyectos, no impacta al momento de materializarlo.

### Cuadro 10

**Pereira-Dosquebradas. Clasificación los atributos requeridos las Áreas Comerciales en términos de importancia a la hora de llevar a cabo el proyecto de compra o construcción, Septiembre de 2012**

RAZON	importante	Indiferente	No Importante
Localización	100,0%		
Calidad arquitectónica	100,0%		
Precio	75,0%	12,5%	12,5%

FUENTE: CAMACOL, Estudio de demanda edificaciones no residenciales, Septiembre de 2012

### Nivel de ocupación de Centros Comerciales en Pereira

Se midió el nivel de ocupación de los locales comerciales que están en el municipio de Pereira y Dosquebradas, la metodología implementada fue hacer un conteo de los locales que estaba ocupados y desocupados encontrando que el nivel de ocupación es muy bajo de algunos centros comerciales.

Se analizaron dos de los principales Centro comerciales de Dosquebradas, El Progreso y El Único, y para Pereira fueron 7: Ciudad Victoria, Bolívar Plaza, Alcides Arévalo, Novacentro Fiducentro, Arboleda, Unicentro, Pereira Plaza.

La gráfica 29 analiza que Fiducentro es el centro comercial que tiene un nivel de ocupación de locales comerciales muy bajo, con una participación del 45,22%, los empresarios explicaron que posiblemente este comportamiento se deba por la calidad arquitectónica, por la calidad de la luz, por la ubicación y por el tiempo de construcción.

En este caso no aplica la tradición del sector, ya que los empresarios tienden a ocupar áreas comerciales nuevas.

Por ende al analizar nivel de ocupación más altos como Ciudad Victoria y el Centro comercial Arboleda se cumple la tendencia, los empresarios prefieren ocupar áreas comerciales con ubicaciones centrales, con fácil acceso al transporte, o centros comerciales recién inaugurados.

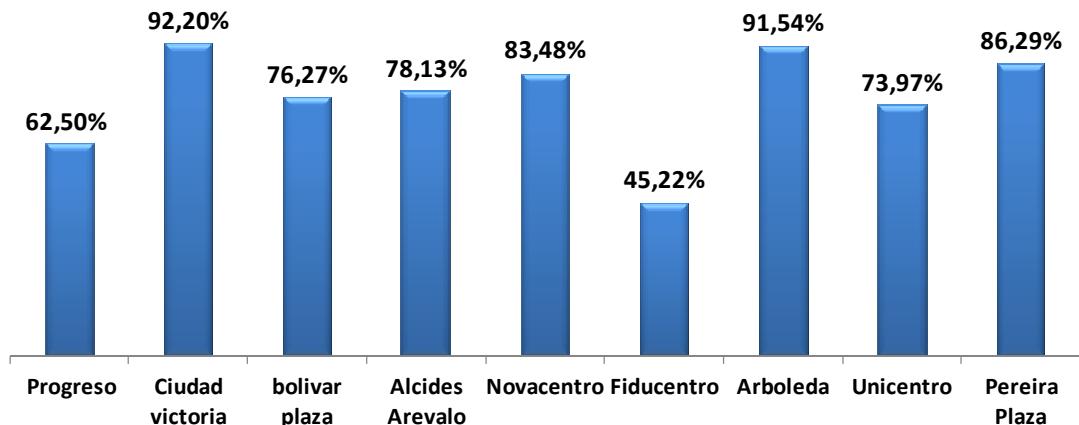
Centros comerciales como el Progreso que tiene una de las segundas participaciones en ocupación más bajas muestra todo lo contrario, ya que es un centro comercial relativamente nuevo en el municipio de Dosquebradas, haciendo que la ubicación no sea un atributo a favor.

Según las teorías de demanda de áreas comerciales le han dado a los atributos de la ubicación y el acceso vehicular como un factor importante al momento de localizar las áreas comerciales. Lo cual ha generado que desplace a Unicentro

teniendo como participación de ocupación un 73,97%, haciendo que se ocupen locales más centrales y con mayores flujos de demanda.

**Gráfico. 23**

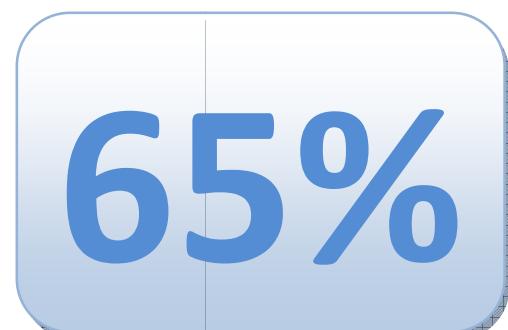
Pereira-Dosquebradas, Nivel de ocupación (%), Centros Comerciales  
Octubre de 2012



FUENTE: CAMACOL, Estudio de demanda edificaciones no residenciales, Septiembre de 2012

Las siguientes imágenes ilustran el nivel de ocupación de los principales Centros Comerciales de Pereira y Risaralda:

## EL PROGRESO



## CIUDAD VICTORIA



**92%**

## **BOLIVAR PLAZA**



**76%**

## ALCIDES AREVALO



**78%**

## FIDUCENTRO



**45%**

## PARQUE ARBOLEDA



**91%**

## UNICENTRO



**74%**

## NOVACENTRO



**83%**

## Pereira Plaza



**86%**

---

## DISEÑO METODOLÓGICO

Por tratarse de un estudio de tipo descriptivo y exploratorio de las condiciones del mercado de construcciones para usos no residenciales, se aborda la investigación en el ámbito del muestreo con el fin de definir las unidades de información y la información recolectada con el fin de tener suficientes argumentos para la descripción de acuerdo a los objetivos planeados del estudio.

Por lo tanto, se expone a continuación el compendio metodológico que va a soportar los resultados y dará los argumentos de análisis a los lectores.

### **Diseño muestral**

Los criterios más importantes de la investigación radican en la metodología para llegar a las unidades informantes, lo que requiere la unión de un acervo de información que permita fijar los mejores criterios de selección.

El diseño permite realizar cálculos representativos para las zonas urbanas de los Municipios de Pereira y Dosquebradas, por ser el centro económico del Departamento de Risaralda que contiene la gran parte de los establecimientos económicos que generan dinámica económica Regional, por lo tanto se establece como marco muestral la totalidad de empresas medianas y grandes que tienen asiento en la zona de estudio de acuerdo a los criterios vigentes en Colombia sobre el tamaño de las empresas.

#### Marco Muestral

Por tratarse de una encuesta a establecimientos económicos, se utiliza un marco muestral de lista, el cual se encuentra conformado por el censo empresarial realizado por la Cámara de Comercio de Pereira complementado con otros instrumentos de lista de empresas para el Municipio de Dosquebradas, con el cual se identificaron 172 empresas que cumplen con tal criterio de tamaño.

Para la conformación del marco muestral se procedió a consultar los censos empresariales recientes, el listado de las 500 empresas más representativas de Risaralda y en algunos casos, registros de entidades gubernamentales que intervienen con el tejido empresarial del Área Metropolitana.

#### **Tipo de muestreo**

Teniendo en cuenta las características de la población objetivo, se adoptó un tipo de muestreo probabilístico y Estratificado por tamaño de empresa en la etapa de selección, sin embargo dada la importancia relativa de algunas empresas, se combinó con inclusión forzosa de establecimientos económicos de gran importancia local.

---

**Probabilístico:** Para garantizar la calidad de resultados y rigor cada unidad muestral tiene una probabilidad conocida de ser seleccionada, mediante su inclusión en el marco muestral.

**Estratificado:** Por el tamaño del marco muestral, se utiliza el criterio de estratificación según el tamaño de las empresas, proceso que se realiza en la etapa de selección, no obstante en el análisis de resultados estos se realizan de manera agregada por el tamaño pequeño de la muestra.

Por lo tanto se definió que las mayores expectativas de compra son realizadas por las empresas con algún grado de organización y volumen, por lo tanto se definieron en tal sentido las medianas y pequeñas empresas asentadas en los Municipios de Pereira y Dosquebradas.

La ley 905 del 2004 establece que “las pequeñas empresas son aquellas que cuentan con una Planta de personal entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200) trabajadores, o Activos totales por valor entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil (5.000) salarios mínimos legales vigentes, las medianas empresas todas aquellas que cuentan con una Planta de personal entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores o Activos totales por cinco mil uno (5.001) a treinta mil (30.000) salarios mínimos legales vigentes, y las grandes empresas son todas aquellas con una Planta de personal con más de doscientos(200) trabajadores o cuenta con activos totales superiores a los treinta mil uno (30.001) salarios mínimos legales vigentes (SMMLV).

**Monoetápico:** Se considera el muestreo de una sola etapa lo que significa que las unidades muestrales se seleccionan de manera directa del marco muestral.

• **UPM (Unidad primaria de muestreo):** Se considera como unidad primaria y final de muestreo el establecimiento económico (Empresa Mediana y Grande) que cumple con las condiciones del estudio.

\* **Unidad de observación y análisis:** Lo constituye la empresa seleccionada.

\* **Unidad informante:** Acorde con las variables consultadas en el estudio, la unidad informante la constituye el Gerente, Representante legal o quien estos deleguen para la formulación de las preguntas del cuestionario diseñado para tal fin.

## **Tamaño de muestra**

Para un tamaño de la población de 250 Empresas medianas y Grandes que tienen asiento en Pereira y Dosquebradas, se define una muestra representativa de 38 para el trabajo de campo y recolección de información directa.

<b>Algoritmo de cálculo</b>	$n = Z^2 \frac{N \cdot p \cdot q}{e^2 (N-1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$
<b>N</b>	Tamaño de la población del estudio, para el caso de Pereira y Dosquebradas, se estima en 207 empresas de tamaño Mediano y Grande que cumplen con las condiciones del marco muestral.
<b>n</b>	Tamaño teórico de la muestra 135 encuestas a realizar
<b>Z</b>	El valor correspondiente a la distribución de Gauss 1,96 para un 95% de confianza en las estimaciones
<b>p</b>	La prevalencia esperada del parámetro a evaluar, se espera grande ya que puede optar por opciones favorables en términos de dispersión de las observaciones recolectadas, para el estudio se optó por lo tanto de un p=0,50 que igualmente favorece un amplio tamaño de la muestra
<b>q</b>	Comprende el complemento de p, y que se evalua como (1 - p), que equivale a 0,50
<b>e</b>	Se prevee cometer un error del 5%, por lo tanto es parámetro estimado
<b>n Final</b>	De acuerdo al tamaño de la muestra con respecto a la población, esta se acerca al marco muestral, por lo tanto se realizan 4 ajustes hasta lograr un tamaño razonable de <b>38 empresas</b> que expliquen el comportamiento de la población objetivo

Para efectos del estudio se vincularon las empresas según la codificación CIIU Rev. 3 AC (Codificación Internacional Industrial Uniforme) Revisión 3 Adaptada para Colombia, la cual permite identificar para la muestra de empresas, las actividades económica desarrolladas, encontrando un importante perfil de la muestra con la estructura y el tejido empresarial predominante en Pereira y Dosquebradas.

**Pereira -Dosquebradas,  
Distribución de la muestra  
por Sector económico,  
Septiembre de 2012**

ACTIVIDAD	Porcentaje (%)
COMERCIO	30%
INDUSTRIA	49%
SERVICIO	22%

**Período de recolección**

El levantamiento de información se realizó entre el 18 de septiembre y el 13 de octubre 2012.

## Bibliografía

- Bonilla, Gómez y Martínez et, al (2009), Demanda de inmuebles no habitacionales en Bogotá, Camacol Bogotá y Cundinamarca, Colombia, pag 45- 47.
- Mansour, Asieh y Marvin, Christensen (2001), “An Alternative Determinant of Warehouse Space Demand: A Case Study”, en JRER, vol21, nos.1/2
- Morretti, G y Fischler, R (2001), “Shopping center development and the densification of new suburban cores” Journal of Shopping center Research, vol.8 13, N. 1.
- Schloss, Nathan (1984), “Technical Note: Use of Employment Data to Estimate Office Space Demand”, en Monthly Labor Review, Diciembre, pp. 40-44.
- Yeates, M y Jones, K (1998), “Rapid transit and commuter rail –induced retail de retail development”. Journal of Shopping Center research, vol. 5, No 2, 7-38

## ANEXO

### Instrumento de Recolección

**CAMACOL -RISARALDA-**

#### ESTUDIO DE DEMANDA DE CONSTRUCCIONES PARA USOS NO RESIDENCIALES

**CAMACOL  
Risaralda**

PEREIRA-DOSQUEBRADAS

SEPTIEMBRE DE 2012

Buenos días (tardes), mi nombre es \_\_\_\_\_, estamos realizando un estudio para evaluar los factores determinantes de la demanda de edificaciones para usos No residenciales (Comercio, Bodegas y Oficinas), en el Área Metropolitana Pereira-Dosquebradas, por lo tanto le voy a solicitar su valiosa colaboración y consentimiento para realizarle algunas preguntas, explicándole que la información solicitada reviste el carácter de confidencialidad y será utilizada únicamente con fines estadísticos, su análisis será de manera general y sus datos NO serán analizados ni divulgados de manera individual

#### I. IDENTIFICACION

1. Departamento <b>RISARALDA</b>	2. Nombre o Razón Social de la Empresa	3. NIT o CC	
6 6			
4. Municipio	5. Nombre Comercial		
_____			
6. Código CIIU	7. Dirección del domicilio Principal	8. Teléfono	
_____			
9. Tamaño de la empresa	Mediana <input type="checkbox"/> 1	Grande <input type="checkbox"/> 2	
10. Nombre del entrevistado			
11. Cargo desempeñado	_____		
12. <i>(Con respecto al entrevistado)</i> Cuál es su nivel de responsabilidad en la decisión de compra, construcción o alquiler de espacios para el ejercicio de la actividad empresarial			
Toma la decisión solo	<input type="checkbox"/> 1	Realiza recomendaciones para la decisión	<input type="checkbox"/> 4
Hace parte de un grupo que toma la decisión	<input type="checkbox"/> 2	No tiene ingobernabilidad en la decisión	<input type="checkbox"/> 5
Apoya con elementos para tomar la decisión	<input type="checkbox"/> 3	Otra _____	<input type="checkbox"/> 6

#### II. ASPECTOS GENERALES

Según los usos que le voy a leer, por favor me podría indicar el Área aproximada que utiliza la empresa para el ejercicio de su actividad económica en el Área Metropolitana ? *(Colocar el área en términos de metros cuadrados, en caso que tenga área total preguntar porcentaje %, y posteriormente colocar en el formulario el dato convertido a metros cuadrados para cada uso)*

Area propia (m <sup>2</sup> ) <i>(Pase a 14)</i>	Area en arrendamiento (m <sup>2</sup> ) <i>(Pase a 13A)</i>	Area en Leasing (m <sup>2</sup> ) <i>(Pase a 13B)</i>	
Oficinas Bodegas Área Comercial Planta de Producción	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/>	
13A. A cuanto asciende el valor <b>mensual</b> de arrendamiento de (Pase a 14)	13B. Cuanto es el valor <b>mensual</b> de arrendamiento LEASING de.....		
Oficinas Bodegas Área Comercial Planta de Producción	1 <input type="checkbox"/> \$ _____ 2 <input type="checkbox"/> \$ _____ 3 <input type="checkbox"/> \$ _____ 4 <input type="checkbox"/> \$ _____	Oficinas Bodegas Área Comercial Planta de Producción	1 <input type="checkbox"/> \$ _____ 2 <input type="checkbox"/> \$ _____ 3 <input type="checkbox"/> \$ _____ 4 <input type="checkbox"/> \$ _____
14. Por favor me indicaría las 3 más importantes razones por las cuales ha establecido en este lugar?			
Por encontrarse central Cercanía a la planta de producción Por encontrarse cerca de otros establecimientos similares Facilidad para el transporte público Cercanía con la clientela	1 1 1 1 1	Ventajas en infraestructura y vías Por encontrarse en un área comercial Precio bajo del arrendamiento Lugar exclusivo Otra _____	1 1 1 1 1

## II. MODULO OFICINAS

15. Tiene la empresa algún proyecto para comprar, construir o alquilar OFICINAS (Indicar en cada una la opción)

Comprar	1 SI	<b>Cuántos m<sup>2</sup></b>	(Continue)	2 NO	(Si la respuesta en NO en las 3 opciones pase a 22)
Alquilar	1 SI	<input type="text" value=""/>	DAP por m <sup>2</sup>	\$ <input type="text" value=""/>	(Continue)
Construir	1 SI	<input type="text" value=""/>	(Pase a 17)	2 NO	

16. Prefiere el comprar o alquilar oficinas.... Nuevas  Usadas

17. En que zona o sector prefiere comprar, construir o alquilar su proyecto de OFICINAS (Si el proyecto es de CONSTRUCCION o ALQUILER Pase a 18)

<input type="checkbox"/>	Por qué? _____
--------------------------	----------------

17A. Cuánto es su **DISPONIBILIDAD A PAGAR**, por OFICINA que desea comprar? (Diligenciar valor total y area o precio por metro cuadrado de acuerdo al entrevistado)

Precio Total (Pesos)	Area m <sup>2</sup>	Valor M <sup>2</sup> (Pesos)
\$ <input type="text" value=""/>	<input type="text" value=""/>	\$ <input type="text" value=""/> No sabe <input type="checkbox" value="9"/>

18. En cuánto horizonte de tiempo estima que materializará su proyecto de compra, alquiler o construcción?

En los próximos 3 meses <input type="checkbox" value="1"/>	Entre 6 meses y un año <input type="checkbox" value="3"/>	Mas de 2 años <input type="checkbox" value="5"/>
Entre 3 y 6 meses <input type="checkbox" value="2"/>	Entre 1 y 2 años <input type="checkbox" value="4"/>	

19. Por favor calificar los siguientes atributos del **SECTOR** en términos de importancia a la hora de llevar a cabo el proyecto de compra , alquiler o construcción de Oficinas

	Importante	Indiferente	No importante	NS/NR
Fácil acceso a empleados y clientes	<input type="checkbox" value="1"/>	<input type="checkbox" value="2"/>	<input type="checkbox" value="3"/>	<input type="checkbox" value="9"/>
Disponibilidad de parqueaderos	<input type="checkbox" value="1"/>	<input type="checkbox" value="2"/>	<input type="checkbox" value="3"/>	<input type="checkbox" value="9"/>
Cercanía con el sistema de transporte público	<input type="checkbox" value="1"/>	<input type="checkbox" value="2"/>	<input type="checkbox" value="3"/>	<input type="checkbox" value="9"/>
Cercanía con el centro	<input type="checkbox" value="1"/>	<input type="checkbox" value="2"/>	<input type="checkbox" value="3"/>	<input type="checkbox" value="9"/>
Cercanía con restaurantes o centros comerciales	<input type="checkbox" value="1"/>	<input type="checkbox" value="2"/>	<input type="checkbox" value="3"/>	<input type="checkbox" value="9"/>
Condiciones ambientales para el trabajo	<input type="checkbox" value="1"/>	<input type="checkbox" value="2"/>	<input type="checkbox" value="3"/>	<input type="checkbox" value="9"/>
Otra _____	<input type="checkbox" value="1"/>	<input type="checkbox" value="2"/>	<input type="checkbox" value="3"/>	<input type="checkbox" value="9"/>

20. Por favor calificar los siguientes atributos **DE LAS OFICINAS** en términos de importancia a la hora de llevar a cabo el proyecto

	Importante	Indiferente	No importante	NS/NR
Condiciones de iluminación adecuadas	<input type="checkbox" value="1"/>	<input type="checkbox" value="2"/>	<input type="checkbox" value="3"/>	<input type="checkbox" value="9"/>
Tenencia de baño privado	<input type="checkbox" value="1"/>	<input type="checkbox" value="2"/>	<input type="checkbox" value="3"/>	<input type="checkbox" value="9"/>
Condiciones de seguridad	<input type="checkbox" value="1"/>	<input type="checkbox" value="2"/>	<input type="checkbox" value="3"/>	<input type="checkbox" value="9"/>
Posibilidad de acceso sin restricciones de horario	<input type="checkbox" value="1"/>	<input type="checkbox" value="2"/>	<input type="checkbox" value="3"/>	<input type="checkbox" value="9"/>
Ascensor	<input type="checkbox" value="1"/>	<input type="checkbox" value="2"/>	<input type="checkbox" value="3"/>	<input type="checkbox" value="9"/>
Acceso a servicios de telecomunicaciones	<input type="checkbox" value="1"/>	<input type="checkbox" value="2"/>	<input type="checkbox" value="3"/>	<input type="checkbox" value="9"/>
Otra _____	<input type="checkbox" value="1"/>	<input type="checkbox" value="2"/>	<input type="checkbox" value="3"/>	<input type="checkbox" value="9"/>

21. Por favor calificar los siguientes aspectos de los proyectos de oficinas de acuerdo a su percepción

	Importante	Indiferente	No importante	NS/NR
Localización	<input type="checkbox" value="1"/>	<input type="checkbox" value="2"/>	<input type="checkbox" value="3"/>	<input type="checkbox" value="9"/>
Calidad arquitectónica	<input type="checkbox" value="1"/>	<input type="checkbox" value="2"/>	<input type="checkbox" value="3"/>	<input type="checkbox" value="9"/>
Precio	<input type="checkbox" value="1"/>	<input type="checkbox" value="2"/>	<input type="checkbox" value="3"/>	<input type="checkbox" value="9"/>

### III. MODULO BODEGAS

22. Tiene la empresa algún proyecto para comprar, construir o alquilar BODEGAS (Indicar en cada una la opción)

	Cuántos m <sup>2</sup>			(Continue)		2 NO (Si la respuesta en NO en las 3 opciones pase a 29)	
Comprar	1 SI	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2 NO	
Alquilar	1 SI	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2 NO	en las 3 opciones pase a 29)
Construir	1 SI	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2 NO	

23. Prefiere el alquiler o compra de BODEGAS.... Nuevas  Usadas

24. En que zona o sector prefiere comprar, construir o alquilar su proyecto de BODEGAS (Si el proyecto es de CONSTRUCCION o ALQUILER Pase a 25)

Por qué? \_\_\_\_\_

- 24A. Cuánto es su **DISPONIBILIDAD A PAGAR**, por BODEGA que desea comprar? (Diligenciar valor total y area o precio por metro cuadrado de acuerdo al entrevistado y luego pase a 25)

Precio Total (Pesos) \$ _____	Area m <sup>2</sup> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Valor M <sup>2</sup> (Pesos) \$ _____	No sabe <input type="checkbox"/> 9
----------------------------------	---	--	------------------------------------

25. En cuánto horizonte de tiempo estima que materializará su proyecto de compra o construcción?

En los próximos 3 meses <input type="checkbox"/> 1	Entre 6 meses y un año <input type="checkbox"/> 3	Mas de 2 años <input type="checkbox"/> 5
Entre 3 y 6 meses <input type="checkbox"/> 2	Entre 1 y 2 años <input type="checkbox"/> 4	

26. Por favor calificar los siguientes atributos del **SECTOR** en términos de importancia a la hora de llevar a cabo el proyecto de construcción o alquiler de BODEGAS

	Importante <input type="checkbox"/> 1	Indiferente <input type="checkbox"/> 2	No importante <input type="checkbox"/> 3	NS/NR <input type="checkbox"/> 9
Fácil acceso a empleados y clientes	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 9
Disponibilidad de parqueaderos	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 9
Facilidad de ingreso y salida de los vehículos	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 9
Cercanía con el sistema de transporte público	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 9
Cercanía con el centro	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 9
Cercanía con restaurantes o centros comerciales	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 9
Fácil acceso al Aeropuerto o Variantes	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 9
Condiciones ambientales para el trabajo	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 9
Otra _____	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 9

27. Por favor calificar los siguientes atributos **DE LAS BODEGAS** en términos de importancia a la hora de llevar a cabo el proyecto

	Importante <input type="checkbox"/> 1	Indiferente <input type="checkbox"/> 2	No importante <input type="checkbox"/> 3	NS/NR <input type="checkbox"/> 9
Condiciones de iluminación adecuadas	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 9
Espacio amplio adecuado	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 9
Condiciones de seguridad	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 9
Posibilidad de acceso sin restricciones de horario	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 9
Acceso a áreas de comida o servicios de alimentación	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 9
Acceso a servicios de telecomunicaciones	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 9
Otra _____	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 9

28. Por favor calificar los siguientes aspectos de los proyectos de BODEGAS de acuerdo a su percepción

	Importante <input type="checkbox"/> 1	Indiferente <input type="checkbox"/> 2	No importante <input type="checkbox"/> 3	NS/NR <input type="checkbox"/> 9
Localización	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 9
Calidad arquitectónica	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 9
Precio	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 9

### III. MODULO AREAS COMERCIALES

29. Tiene la empresa algún proyecto para comprar, construir o alquilar AREAS COMERCIALES (Indicar en cada una la opción)

Comprar			Alquilar			Construir			Cuántos m <sup>2</sup>			(Continue)			DAP por m <sup>2</sup> \$ _____			(Continue)			2 NO (Si respuesta es NO en las 3 opciones pase a 36)		
1 SI	2 NO	3 NO	1 SI	2 NO	3 NO	1 SI	2 NO	3 NO	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
1 SI	2 NO	3 NO	1 SI	2 NO	3 NO	1 SI	2 NO	3 NO	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
1 SI	2 NO	3 NO	1 SI	2 NO	3 NO	1 SI	2 NO	3 NO	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3

30. Prefiere el alquiler o compra de AREAS COMERCIALES.... Nuevas  1 Usadas  2

31. En que zona o sector prefiere comprar, construir o alquilar su proyecto de AREAS COMERCIALES (Si el proyecto es de CONSTRUCCION o ALQUILER Pase a 32)

\_\_\_\_\_  Por qué? \_\_\_\_\_

31A. Cuánto es su **DISPONIBILIDAD A PAGAR**, por el AREA COMERCIAL que desea comprar? (Diligenciar valor total y area o precio por metro cuadrado de acuerdo al entrevistado y luego pase a 32)

Precio Total (Pesos)	Area m <sup>2</sup>	Valor M <sup>2</sup> (Pesos)	No sabe
\$ _____	_____	\$ _____	<input type="checkbox"/> 9

32. En cuánto horizonte de tiempo estima que materializará su proyecto de compra o construcción?

En los próximos 3 meses <input type="checkbox"/> 1	Entre 6 meses y un año <input type="checkbox"/> 3	Mas de 2 años <input type="checkbox"/> 5
Entre 3 y 6 meses <input type="checkbox"/> 2	Entre 1 y 2 años <input type="checkbox"/> 4	

33. Por favor calificar los siguientes atributos del **SECTOR** en términos de importancia a la hora de llevar a cabo el proyecto de construcción o alquiler de **AREAS COMERCIALES**

	Importante	Indiferente	No importante	NS/NR
Posibilidades de alta demanda	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 9
Fácil acceso a empleados y clientes	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 9
Disponibilidad de parqueaderos	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 9
Cercanía con el sistema de transporte público	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 9
Cercanía con el centro	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 9
Cercanía con restaurantes o centros comerciales	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 9
Condiciones ambientales para el trabajo	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 9
Otra _____	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 9

34. Por favor calificar los siguientes atributos **DE LAS AREAS COMERCIALES** en términos de importancia a la hora de llevar a cabo el proyecto

	Importante	Indiferente	No importante	NS/NR
Condiciones de iluminación adecuadas	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 9
Condiciones de seguridad	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 9
Posibilidad de acceso sin restricciones de horario	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 9
Acceso a servicios de telecomunicaciones	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 9
Otra _____	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 9

35. Por favor calificar los siguientes aspectos de los proyectos de AREAS COMERCIALES de acuerdo a su percepción

	Importante	Indiferente	No importante	NS/NR
Localización	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 9
Calidad arquitectónica	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 9
Precio	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 9

36. Desde su perspectiva cómo vislumbra en el corto plazo el comportamiento del sector de la construcción para usos no residenciales?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_