

**Plan de mejora para la Constructora Cusezar:
Elaboración de tablero para el análisis de ventas de apartamentos en Power BI**

Laura Daniela Herrera Moreno

Trabajo de grado

Resultado de la opción de grado de prácticas profesionales

Presentado a:

Andrés Samper Fajardo

Universidad Santo Tomás

Facultad de Negocios Internacionales

2023

Agradecimientos

Principalmente le agradezco a mi madre y a mi padre por luchar y darme una vida feliz, a mi familia y a los que no nos acompañan, por ser la base de mi existencia, por su amor y esfuerzos realizados para que pudiera llegar a esta etapa de mi vida como la mujer que soy hoy en día, integra y completa en valores, a quién me tendió su mano y me apoyó en los momentos más felices o difíciles, a Dios y a la vida por sus constantes oportunidades, que concluyeron en que pudiera culminar con éxito este proceso universitario, a cada persona que me mostró la bondad, el compañerismo, la amistad y momentos únicos en el camino, como lo hizo mi querido grupo de trabajo, mujeres incomparables durante la carrera y la vida, a la Universidad Santo Tomás y a todos los maestros por su labor, resaltando a mi madre como la mejor.

Resumen

Como resultado a la elección de las prácticas profesionales para la culminación de la carrera de negocios internacionales, se da lugar al siguiente documento en donde se expone información de la constructora Cusezar, estructura y características del área de inteligencia del negocio, desde la cual se planteó el plan de mejora, exponiendo sus características, limitaciones, alcances y objetivos dentro de la empresa, a través de la herramienta Power BI, que ofrece un resumen de varios factores relacionados al proceso de venta en la constructora. Finalmente se informa acerca de las funciones asignadas por parte de la empresa Cusezar, los respectivos objetivos logrados en el área con la colaboración de la practicante y las conclusiones haciendo referencia a la mejora de la compañía.

Palabras clave: Power BI, Factores de ventas, Análisis, Ventas, Inteligencia del negocio.

Introducción

En la constructora Cusezar, el área de inteligencia del negocio es el área administrativa y operativa encargada de aprovechar la información cuantitativa y cualitativa disponible en cuanto a todo el proceso que implica la compra de un inmueble por parte del cliente, con el propósito de presentar y ofrecer recomendaciones para que la compañía tome mejores decisiones, es en esta área en donde se realiza la práctica como requisito para el grado de negociador internacional.

El área brinda apoyo a todos los niveles de Cusezar, con el fin de definir objetivos comerciales, analizar las tendencias anuales, optimizar los leads o clientes registrados, aumentar las ganancias, reconocer la competencia por ciudad y zona e identificar mejor las oportunidades de clientes potenciales. Para ello, las herramientas más frecuentes son los tableros creados en Power BI para el análisis de datos, por lo cual para el plan de mejora se determinaron que factores como las ventas brutas, las ventas netas, los desistimientos y sus motivos por proyecto, al ser de importancia para la continuidad del negocio, no tenían una herramienta visual clara para todos los miembros de la compañía desde bases de datos en Excel y otros elementos dispersos, por lo cual se implementa un tablero en el programa de inteligencia de negocios Power BI para su mejor visualización y manejo.

Índice

1. LA EMPRESA.....	4
1.1 Aspectos generales.....	4
1.1.1 Misión:.....	4
1.1.2 Ubicación Geográfica.....	5
1.1.3 Estructura Organizativa.....	5
1.1.4 Unidad o Departamento en el que se desarrolla la práctica.	5
1.1.5 Análisis DOFA.....	6
 PLANTEAMIENTO DE PLAN DE MEJORA RESPECTO A LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES.....	 7
2.1 Planteamiento central.....	7
2.1 Importancia, limitaciones y alcances.	7
2.3 Objetivo general.....	9
2.3.1 Objetivos específicos.....	9
 3. CONTENIDO PLAN DE MEJORA	 9
3.1 Propuesta de mejora.....	9
3.2 Conclusiones	11
3.3 Bibliografía.....	12
 4. SEGUIMIENTO PRACTICA PROFESIONAL	 12
4.1 Programación de actividades realizadas.....	12
4.1.1 Cumplimiento de objetivos trazados por mes	13
 5. ANEXOS	 14

1. LA EMPRESA

1.1 Aspectos generales.

1.1.1 Misión:

Somos una empresa multinacional con más de 50 años en el mercado, dedicada al desarrollo de proyectos inmobiliarios y obras de infraestructura, que crea valor a nuestros clientes, colaboradores y accionistas con pasión y excelencia. Nos distinguimos por ser visionarios, innovadores y comprometidos con la calidad del producto; cimentado en principios éticos y morales, apoyados en nuestro valioso talento humano. (Cusezar, 2023, parr. 5)

Visión:

Permaneceremos, en niveles de venta y utilidad operacional, entre las primeras cinco (5) compañías que desarrollan proyectos inmobiliarios a nivel nacional, con crecimientos anuales en ventas superiores a la inflación.

Identificaremos nuevas líneas de negocio que garanticen el desarrollo de nuevos proyectos. Seremos reconocidos como una compañía seria y cumplida que alcanza los más altos estándares de calidad y genera la más alta valorización a sus clientes.

Contaremos con una cultura organizacional sólida y unificada, centrada en el desarrollo personal y profesional de nuestros colaboradores, para soportar el crecimiento de la organización. (Cusezar, 2023, parr. 7)

Valores:

Responsabilidad, integridad, innovación, compromiso con nuestros clientes, pasión, espíritu de equipo. (Cusezar, 2023)

1.1.5 Análisis DOFA

- Reconocida como una de las marcas más valiosas de servicios del país en el 2022.
- Cambio de gerencia general a una visión más joven.
- Conocimiento de los requerimientos actuales del cliente inmobiliario.
- La empresa se encuentra comprometida con la responsabilidad social y ambiental.
- “Los principios son nuestros cimientos”
- “Edificamos relaciones sólidas con nuestros clientes”.
- “Construimos soluciones innovadoras que generan bienestar”.
- Compromiso del talento humano.
- Facilidad y capacidad adquisitiva para incursionar en nuevos mercados.
- Respaldo financiero de la compañía para la confiabilidad del producto.
- Generación de información clara, oportuna y confiable durante la planeación y ejecución de los proyectos.
- Comunicación eficiente y clara de los proyectos.
- Programas de capacitación para el personal.

Fortalezas

Debilidades

- Falta de automatización de informes.
- Bases de datos sin actualizar, depurar o normalizar.
- Visualización y recopilación de información limitada en Excel.
- Retrasos en las entregas de obra.
- Efectividad en la respuesta a las solicitudes de los clientes.
- Entregas fuera del tiempo prometido.
- Falta de control al cumplimiento de proveedores.
- Sin control de información, sin jerarquía de datos,
- Falta de definición y cumplimiento de los procedimientos, controles, y políticas establecidas por la organización.
- Comunicación interna débil.

- Automatización de archivos y tableros de Excel, para su mejor entendimiento.
- Fortalecimiento de los estudios de mercado.
- Mejora de las estructuras de las bases de datos.
- Escalar en el ranking de venta constructor.
- Embellecimiento de la ciudad con los diseños de los nuevos proyectos.
- Imagen publicitaria de Cusezar más fuerte en el mercado.
- Capacidad para el reclutamiento y atracción de personal calificado.
- Diseño innovador de los productos y sus exteriores.
- Consolidación de la marca en el mercado.
- Fortalecimiento de la relación estratégica con Davivienda y otros bancos.
- Aprovechamiento para explorar nuevos canales especializados de presentación y ventas web.
- Ubicarse entre las mejores 5 constructoras de la ciudad a incursionar.

Oportunidades

Amenazas

- Aumento de las ventas y número de proyectos en constructoras pequeñas.
- Tasas de interés en aumento para la adquisición de vivienda.
- Reducción de subsidios de gobierno para la compra de vivienda.
- Agotamiento de terrenos para la construcción.
- Incertidumbre a la compra de inmuebles por cambios de gobierno y leyes.
- Falta de apoyo a la construcción a nivel nacional.
- Lenta recuperación de la economía.
- Escasez de mano de obra.
- Alza de los materiales para la construcción.
- Cambios permanentes en las normas de tipo tributario, comercial y técnico.
- Dependencia en pocos proveedores.
- Copia de diseños y acabados por parte de los competidores.
- Voz a voz de los clientes insatisfechos.

Fuente: Elaboración propia, 2023

2. PLANTEAMIENTO DE PLAN DE MEJORA RESPECTO A LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES.

2.1 Planteamiento central.

Teniendo en consideración la necesidad por parte de la compañía por mejorar la presentación de informes, la visualización del desempeño mediante gráficas y la automatización e implementación de herramientas innovadoras, se hará uso de la plataforma Power BI para unir diferentes bases de datos y presentar variedad de tableros para analizar temas directamente relacionados, facilitando la toma de decisiones teniendo de base indicadores principales para la compañía en cuanto a los factores de inventario de unidades, desistimientos de compra y sus etapas, cambios de inmuebles, ventas brutas, netas y el cumplimiento de las ventas presupuestadas.

2.1 Importancia, limitaciones y alcances.

La importancia del plan se basa en la debilidad que presenta la compañía, en donde los informes son difíciles de comprender para los colaboradores de todos los niveles de Cusezar al no estar automatizados.

- Con la herramienta, los asesores de venta, personas que tienen contacto directo con el cliente y cuentan con poco tiempo y conocimiento disponible para el entendimiento de datos, podrán observar los resultados de la gestión del proyecto en diferentes temporalidades y así formular propuestas de mejoramiento para aumentar las ventas.
- Así mismo dar una visión rápida del panorama de las ventas en la compañía, frente a la necesidad de consulta de diferentes factores por parte de todas las áreas.

Ahora frente a los alcances, se evidencia:

- Actualmente, las áreas de la gerencia comercial tienen acceso a la información y al uso del tablero piloto, una vez sea aprobado, se dará alcance a todas las áreas de la compañía.
- Los gerentes, coordinadores o jefes pueden identificar patrones en los diferentes factores involucrados en el tablero, que les permiten evidenciar el aumento o descenso de las ventas y reformular metas según estas tendencias.
- El tablero es de uso exclusivo para colaboradores de Cusezar, su alcance no incluye al cliente o externos, ya que esta información es de tipo confidencial.

En la implementación se evidencian las siguientes limitantes:

- La actualización mensual del tablero no se puede dar por finalizada en el día de cierre de las ventas, ya que requiere varias fuentes de información, las cuales son finalizadas o enviadas en diferentes etapas.
- La estructura de algunas bases de datos no facilita la conexión directa con Power BI, por lo cual la organización y obtención de la información, da cabida a errores que pueden afectar la información visual.
- El surgimiento de nuevas necesidades durante el uso del tablero por parte de las coordinaciones implica el constante cambio visual de las distintas páginas, quedando expuesto a errores manuales o eliminación de elementos visuales de importancia.
- Algunos miembros de la compañía aún desconocen o no utilizan la herramienta.
- La información presentada en el tablero debe ser manejada bajo principios de sensibilidad y confidencialidad.

2.3 Objetivo general.

Sintetizar la información de forma clara, precisa y oportuna a través de la herramienta Power BI para todos los factores que inciden en los datos finales de ventas en la constructora Cusezar.

2.3.1 Objetivos específicos.

- Recopilar información de las áreas estratégicas que permita alimentar el proceso de desarrollo del tablero de Power BI.
- Analizar la información de la gerencia comercial correspondiente a la ejecución de las ventas de la compañía.
- Brindar una mayor accesibilidad y disponibilidad a la información de ventas para todos los miembros de Cusezar.
- Facilitar la toma de decisiones oportunas de las coordinaciones involucradas en cada proceso mediante resultados gráficos interactivos.

3. CONTENIDO PLAN DE MEJORA

3.1 Propuesta de mejora.

El área de inteligencia de negocios, bajo la gerencia comercial tiene como objetivo "Recolectar y transformar los datos en conocimiento confiable y oportuno para la toma de decisiones de forma anticipada, brindando asesoría a las áreas estratégicas de la compañía." (Cusezar, 2023). Al realizar un primer acercamiento a los datos disponibles, surge la inquietud de cómo mejorar el acceso a los datos de los factores involucrados en las ventas, de tal forma que los colaboradores visualicen información confiable, a través de una herramienta de inteligencia empresarial, ya que la información se encontraba en diferentes tableros creados en Excel o

algunos factores tenían inexistencia de estos o bases estructuradas incorrectamente. Por lo cual se propone el uso de Power BI para correlacionar diferentes orígenes de datos y de esta forma generar información más coherente, atractiva e interactiva. A partir de lo anterior, se desarrolló el plan de mejora en una serie de etapas que son:

1. Etapa inicial de recopilación de información: Incluye la definición del contenido de la base de datos procedente de Salesforce (CRM), Sinco (ERP), bases SQL y otras bases de Excel, que posteriormente se clasifican y se estructuran de tal forma que sean ajustadas al lenguaje de Power BI (Anexo 1).
2. Etapa operativa: Se realiza la depuración de los datos agrupados en la base de Excel, para proseguir a generar una estructura visual para el tablero de la herramienta Power BI, iniciando por el menú principal que contiene indicadores de importancia y el acceso a las páginas del tablero (Anexo 2), seguidamente situando cada dato en la gráfica y página adecuada según el tipo de información (Anexo 3 y 4), para finalmente añadir el respectivo manejo de fórmulas o medidas del lenguaje DAX según la necesidad, ya que este “abarca funciones, operadores y valores para realizar cálculos avanzados y consultas en los datos de las tablas” (Microsoft, 2022), todo debidamente separado en unidades y miles de millones por factor (Anexo 5).
3. Etapa de análisis: Se procede con la revisión de los resultados de la elaboración de los tableros con el fin de determinar la correlación de la información mensual de las ventas netas, brutas, desistimientos, estadísticas iniciales de mes, presupuesto de ventas, inventario, reformas, entre otros, teniendo en cuenta que la información debe filtrar por ciudad, tipo de vivienda, zona, macroproyecto y temporalidad sea mes o año (Anexo 6).

3.2 Conclusiones

- El tablero de Power BI se alinea con la misión de la compañía, ya que este crea valor a los colaboradores y accionistas, así mismo se consolida como una herramienta de apoyo a la innovación que desea Cusezar.
- A través del tablero fue posible resumir y presentar toda la información de forma clara, precisa y oportuna referente a todos los factores que inciden en el proceso de ventas.
- Se recopiló información desde múltiples bases de datos y se sistematizó de forma tal, que fue posible realizar el tablero para el análisis de información.
- Se brindó el apoyo a todas las áreas de la compañía dando a conocer la información relacionada a las ventas y de los factores que inciden en estas, a partir de los insumos brindados desde la gerencia comercial y de mercadeo de Cusezar.
- Gracias a la herramienta Power Bi, la información ha podido ser transmitida en los diferentes comités comerciales, en donde se han logrado identificar tendencias sobre el comportamiento de las ventas.
- Se ha facilitado la formulación de planes de trabajo a las salas de venta a partir de los patrones encontrados y socializados por parte de sus líderes para las ciudades de Bogotá, Cali y sus respectivas zonas.
- Dentro de las materias ofrecidas por la Universidad Santo Tomás, resaltando las cátedras de opción de grado, se hizo énfasis en la importancia de implementar nuevas tecnologías, inteligencia artificial, la mejora de informes y la presentación de información para la buena administración y crecimiento de las empresas.

3.3 Bibliografía

Cusezar. (2023). *Construyendo nuestra historia: Misión, visión, política de calidad y valores corporativos*. Bogotá, Colombia. Disponible en:

<https://cusezar.com/quienes-somos/>

Cusezar. (2022). *Presentación Área Inteligencia*. Bogotá, Colombia.

Microsoft. (2022). *Información general sobre DAX*. Disponible en:

<https://learn.microsoft.com/es-es/dax/dax-overview>

4. SEGUIMIENTO PRACTICA PROFESIONAL

4.1 Programación de actividades realizadas

Durante la permanencia como practicante en Cusezar, las funciones a realizar fueron asignadas por la coordinadora de Inteligencia de Negocios, entre algunas de estas funciones se encuentran solicitudes por correo electrónico, revisiones de información recibida, apoyo en envío de bases de datos, realizar el seguimiento al proceso de satisfacción del servicio al cliente, manejo de Power BI y actualización de informes realizados en la herramienta, entre otras.

4.1.1 Cumplimiento de objetivos trazados por mes

Ciclos de Trabajo	Objetivos
<p>Ciclo 1: Jul 27 - Sep 10</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Actualización de informes mensuales Power BI de ventas por zona, análisis de inventarios, tráfico total gestión y troncal telefónica. 2. Bases de satisfacción de servicio. 3. Levantamientos indicadores de calidad área. 4. Mapeo de lanzamientos de la competencia Agosto 5. Estudio de mercado en zona norte de Bogotá 6. Estudio de mercado zona en Medellín 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Análisis al seguimiento de la información. 2. Medir el rendimiento del servicio al cliente. 3. Medir el rendimiento del área. 4. Identificar la competencia de los proyectos Cusezar para su análisis. 5./ 6. Identificar oportunidades de construcción en una zona según el mercado.
<p>Ciclo 2: Sep 10 - Oct 29</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Planeación y organización de los eventos diarios del "mes del conocimiento". 2. Estudio de mercado zona de Cali. 3. Actualización de informes mensuales Power BI. 4. Migración a Power BI de análisis de ventas. 5. Creación tablero Power BI de matriz de indicadores Cusezar. 6. Mapeo de lanzamientos de la competencia Sep. y Oct. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Brindar información a la compañía de las tendencias del mercado para el 2023. 2. Identificar oportunidades de construcción en una zona según el mercado 3. Análisis al seguimiento de la información. 4. Sintetizar visualmente los factores de ventas para facilitar su análisis. 5. Facilitar la visualización de los indicadores de la matriz corporativa. 6. Identificar la competencia de los proyectos Cusezar para su análisis.
<p>Ciclo 3: Oct 29 - Dic 10</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Levantamiento del Ranking Constructor 2022. 2. Actualización de informes mensuales Power BI. 3. Bases de satisfacción de servicio. 4. Creación tablero Power BI de análisis de pérdida de oportunidades. 5. Creación de boletín mensual resumen de ventas. 6. Mapeo de lanzamientos Nov. y Dic. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar el posicionamiento de la constructora frente a la competencia. 2. Análisis al seguimiento de la información. 3. Medir el rendimiento del servicio al cliente. 4. Sintetizar visualmente los factores de pérdida de clientes en la venta. 5. Brindar información de importancia y contextualización del mes para todos los miembros de Cusezar.
<p>Ciclo 4: Dic 10 - Ene 27</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Levantamiento de informe resumen del 2022. 2. Creación tablero Power BI de indicadores PPTO. 3. Actualización de informes mensuales de análisis de ventas, ventas por zona, análisis de inventarios, tráfico total gestión y troncal telefónica. 4. Bases de satisfacción de servicio. 5. Levantamiento información de proyectos activos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Brindar información de importancia y contextualización resumen del 2022 para todos los miembros de Cusezar. 2. Sintetizar visualmente el presupuesto a vender para el 2023. 3. Análisis al seguimiento de la información. 4. Medir el rendimiento del servicio al cliente. 5. Brindar una nueva forma de medir los proyectos que se encuentran activos según diversos factores.

Fuente: Elaboración propia, 2023

5. ANEXOS

Los siguientes anexos contienen información de tipo sensible, por lo cual no poseen los datos reales.

Anexo 1:

Archivo Inicio Ayuda Herramientas de tablas Herramientas de columnas

Nombre ESTADO PROYECTO Formato Texto Resumen No resumir

Tipo de datos Texto Categoría de datos Sin clasificar

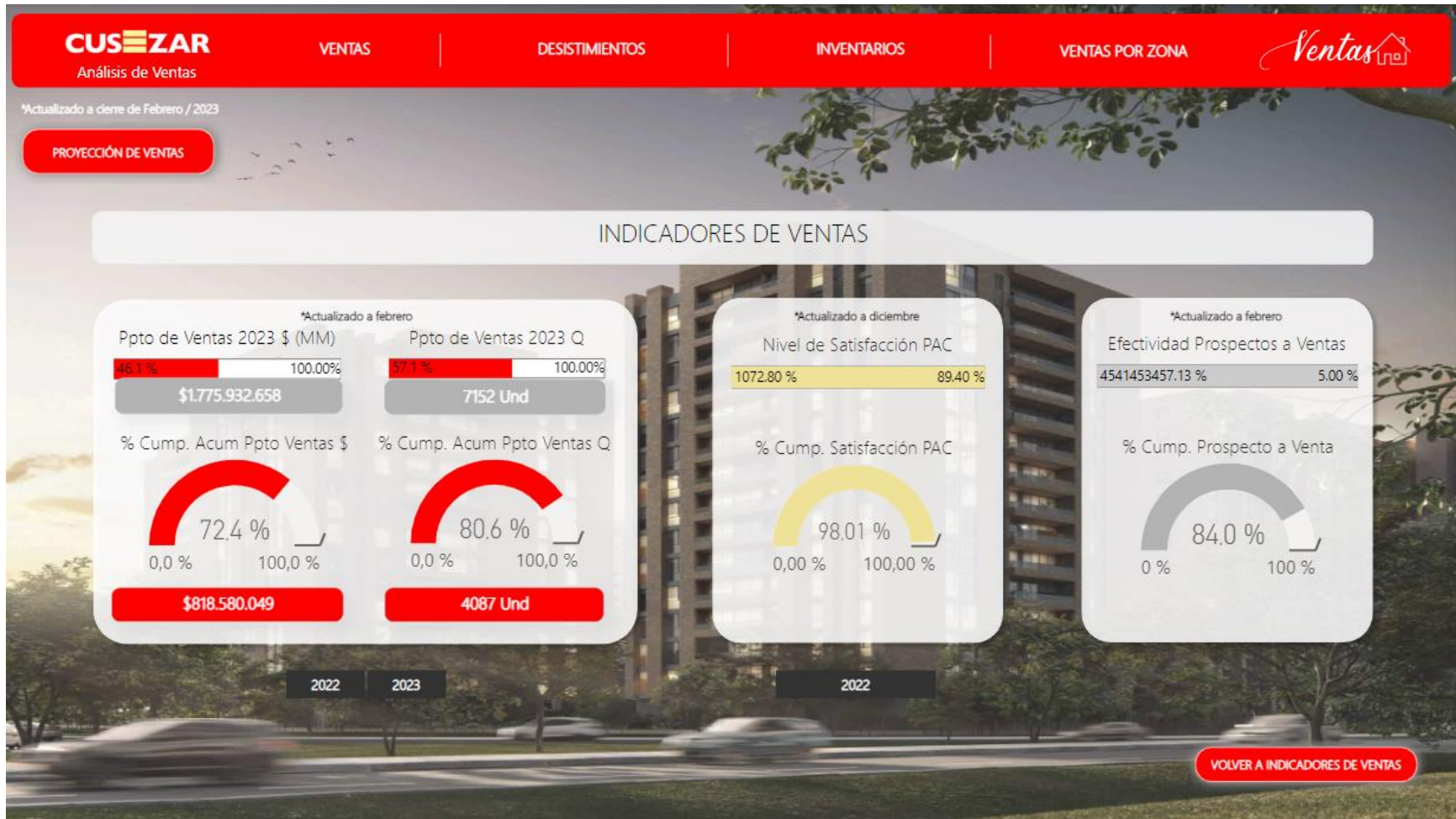
Ordenar por columna Grupos de datos Administrar relaciones Nueva columna

Macro proyecto	FACTOR	AÑO	MES	AÑO MES	VALOR	CIUDAD	ZONA	MACRO GRAL	N° MES	FACTOR FILTRO	TIPO DE VIVIENDA
MUSEO PARQUE CEN	VENTAS NETAS UNIDADES	2021	abr	2021 abr	0	BOGOTÁ	CENTRO	MUSEO PARQUE CE	4	VENTAS NETAS	No Vis
REVERDECER	VENTAS NETAS UNIDADES	2021	abr	2021 abr	0	BOGOTÁ	LA CALERA	REVERDECER	4	VENTAS NETAS	No Vis
ALTOVERDE	VENTAS NETAS UNIDADES	2021	may	2021 may	0	BOGOTÁ	LA CALERA	ALTOVERDE	5	VENTAS NETAS	No Vis
EDIFICIO FORET	VENTAS NETAS UNIDADES	2021	may	2021 may	0	BOGOTÁ	CHICO	EDIFICIO FORET	5	VENTAS NETAS	No Vis
MIRADOR DEL OESTE	VENTAS NETAS UNIDADES	2021	may	2021 may	0	CALI	SANTA TERESITA	MIRADOR DEL OES	5	VENTAS NETAS	No Vis
MUSEO PARQUE CEN	VENTAS NETAS UNIDADES	2021	may	2021 may	0	BOGOTÁ	CENTRO	MUSEO PARQUE CE	5	VENTAS NETAS	No Vis
REVERDECER	VENTAS NETAS UNIDADES	2021	may	2021 may	0	BOGOTÁ	LA CALERA	REVERDECER	5	VENTAS NETAS	No Vis
ALTOVERDE	VENTAS NETAS UNIDADES	2021	jun	2021 jun	0	BOGOTÁ	LA CALERA	ALTOVERDE	6	VENTAS NETAS	No Vis
EDIFICIO FORET	VENTAS NETAS UNIDADES	2021	jun	2021 jun	0	BOGOTÁ	CHICO	EDIFICIO FORET	6	VENTAS NETAS	No Vis
GRAN RESERVA DE VA	VENTAS NETAS UNIDADES	2021	jun	2021 jun	0	BOGOTÁ	SALITRE	GRAN RESERVA DE	6	VENTAS NETAS	No Vis
REVERDECER	VENTAS NETAS UNIDADES	2021	jun	2021 jun	0	BOGOTÁ	LA CALERA	REVERDECER	6	VENTAS NETAS	No Vis
GRAN RESERVA DE OI	VENTAS NETAS UNIDADES	2021	jul	2021 jul	0	BOGOTÁ	SALITRE	GRAN RESERVA DE	7	VENTAS NETAS	No Vis
MIRADOR DEL OESTE	VENTAS NETAS UNIDADES	2021	jul	2021 jul	0	CALI	SANTA TERESITA	MIRADOR DEL OES	7	VENTAS NETAS	No Vis
MUSEO PARQUE CEN	VENTAS NETAS UNIDADES	2021	jul	2021 jul	0	BOGOTÁ	CENTRO	MUSEO PARQUE CE	7	VENTAS NETAS	No Vis
GRAN RESERVA DE SY	VENTAS NETAS UNIDADES	2021	jul	2021 jul	0	BOGOTÁ	SALITRE	GRAN RESERVA DE	7	VENTAS NETAS	No Vis
ALTOVERDE	VENTAS NETAS UNIDADES	2021	ago	2021 ago	0	BOGOTÁ	LA CALERA	ALTOVERDE	8	VENTAS NETAS	No Vis
EDIFICIO FORET	VENTAS NETAS UNIDADES	2021	ago	2021 ago	0	BOGOTÁ	CHICO	EDIFICIO FORET	8	VENTAS NETAS	No Vis
EDIFICIO SEGAL	VENTAS NETAS UNIDADES	2021	ago	2021 ago	0	BOGOTÁ	CHAPINERO	EDIFICIO SEGAL	8	VENTAS NETAS	No Vis
GRAN RESERVA DE VA	VENTAS NETAS UNIDADES	2021	ago	2021 ago	0	BOGOTÁ	SALITRE	GRAN RESERVA DE	8	VENTAS NETAS	No Vis
MIRADOR DEL OESTE	VENTAS NETAS UNIDADES	2021	ago	2021 ago	0	CALI	SANTA TERESITA	MIRADOR DEL OES	8	VENTAS NETAS	No Vis
MUSEO PARQUE CEN	VENTAS NETAS UNIDADES	2021	ago	2021 ago	0	BOGOTÁ	CENTRO	MUSEO PARQUE CE	8	VENTAS NETAS	No Vis
REVERDECER	VENTAS NETAS UNIDADES	2021	ago	2021 ago	0	BOGOTÁ	LA CALERA	REVERDECER	8	VENTAS NETAS	No Vis

Tabla: CONSOLIDADO (5.389 filas) Columna: ESTADO PROYECTO (2 valores distintos)

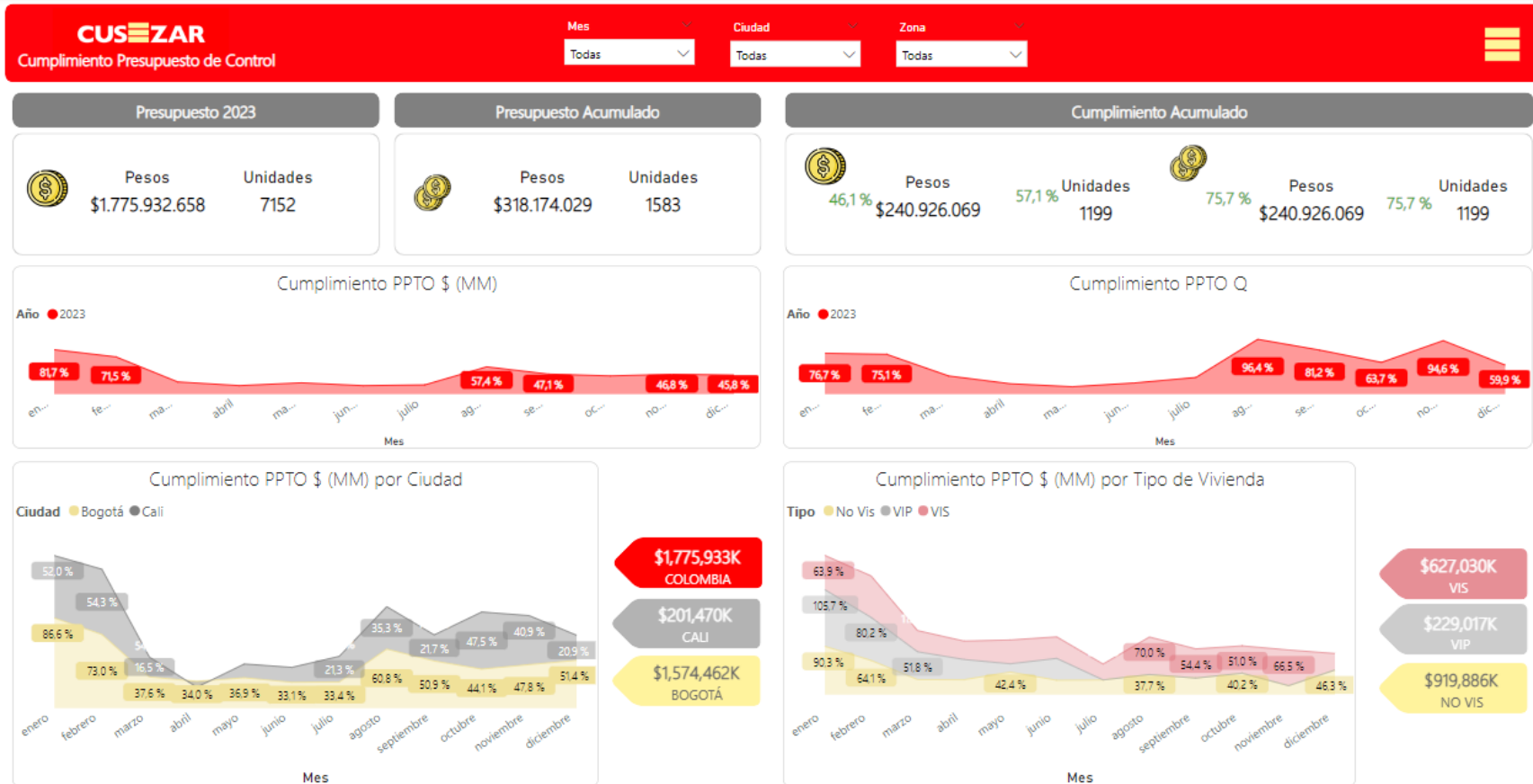
Fuente: Elaboración propia, 2023

Anexo 2:



Fuente: Elaboración propia, 2023

Anexo 3:



Fuente: Elaboración propia, 2023

Anexo 4:

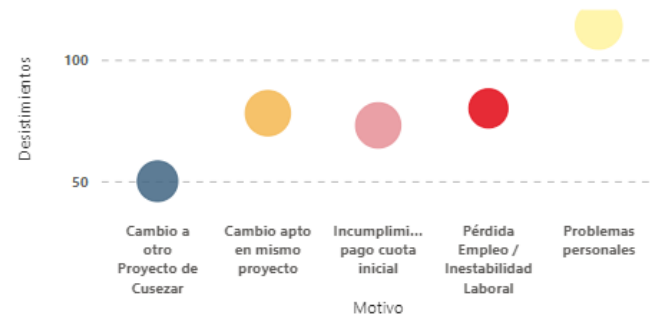
CUSEZAR Desistimientos por Motivo y A. Económica

Ciudad: Todas | Tipo de Vivienda: Todas | Macro proyecto: Todas | Tipo Desistimiento: Todas | Año: Todas | Mes: Todas

*Matriz de Detalle: Información de desistimiento por Macro Proyecto y motivo en unidades y pesos.

Motivo detallado	N° DESISTIMIENTOS	% PART. UNIDADES	\$ DESISTIMIENTOS	% PART. PESOS
Disminución de Ingresos	86	13,72%	\$ 44.493.107.862	22,45%
Problemas Personales	137	21,85%	\$ 38.110.172.631	19,23%
Mejora de inmueble	51	8,13%	\$ 22.188.714.322	11,20%
Pérdida de empleo	65	10,37%	\$ 16.814.779.682	8,48%
Apto no cumple expectativas	50	7,97%	\$ 15.147.673.979	7,64%
Crédito negado por Entidad Financiera	58	9,25%	\$ 15.021.979.761	7,58%
No quiere seguir con el negocio	72	11,48%	\$ 12.578.381.700	6,35%
Venta de otro inmueble	9	1,44%	\$ 5.781.127.000	2,92%
Problemas de Salud	12	1,91%	\$ 5.024.934.600	2,54%
Alto Endeudamiento	16	2,55%	\$ 4.051.202.270	2,04%
Total	627	100,00%	\$ 198.174.502.123	100,00%

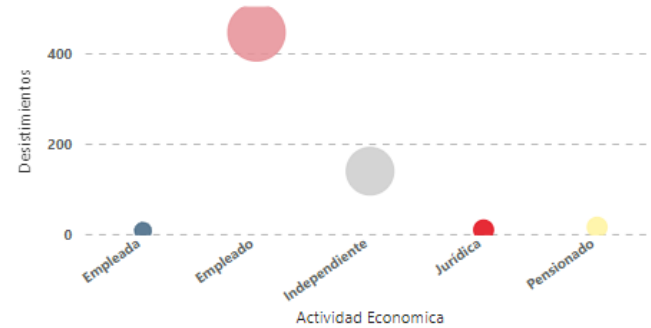
TOP 5 DESISTIMIENTOS POR MOTIVO



*Matriz de Detalle: Información de desistimiento por Macro Proyecto y Actividad Económica en unidades y pesos.

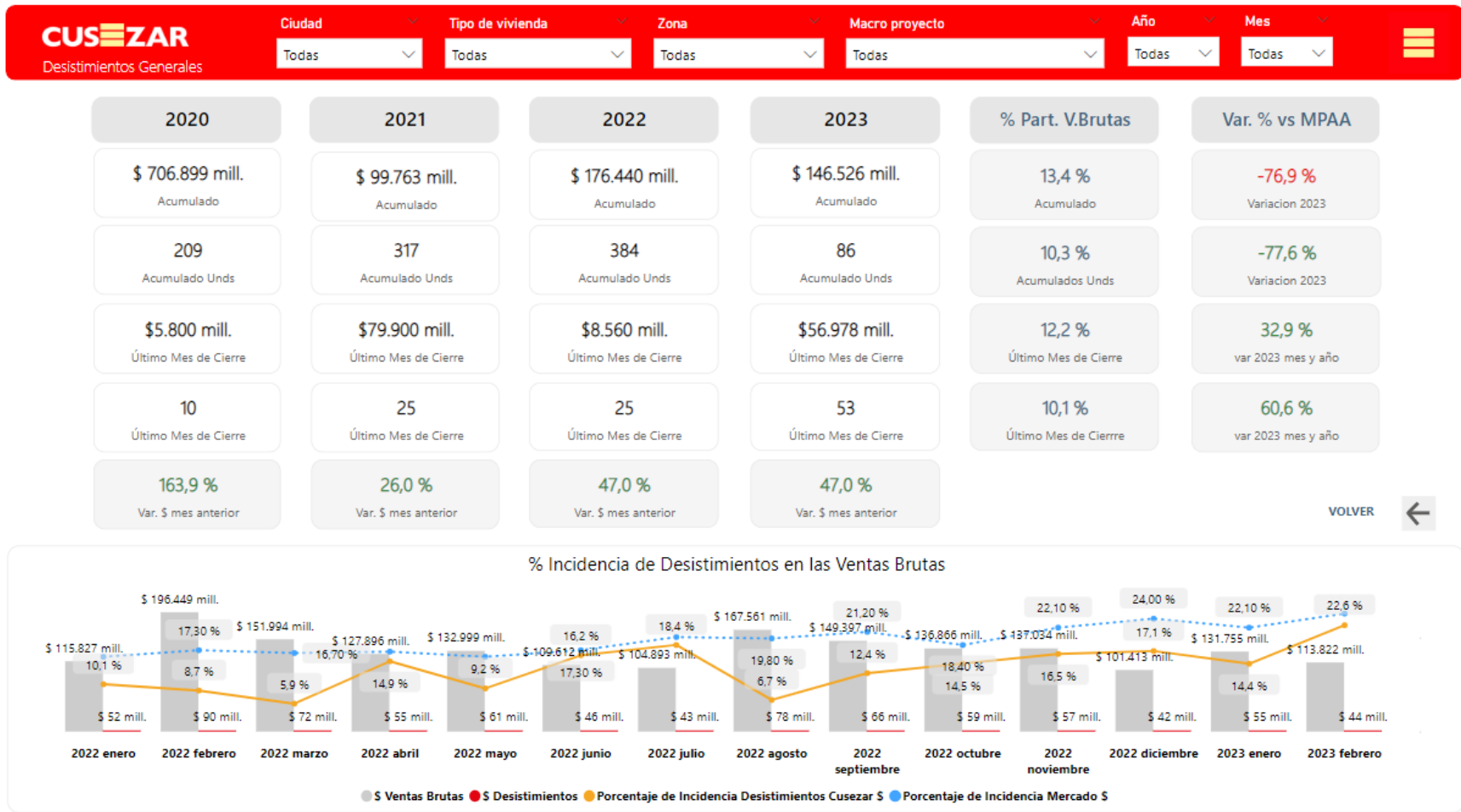
MACRO PROYECTO	N° DESISTIMIENTOS	% PART. UNIDADES	\$ DESISTIMIENTOS	% PART. PESOS
GRAN RESERVA DE VALDIVIA	24	3,83%	\$ 29.776.815.591	15,03%
Independiente	17	2,71%	\$ 21.300.766.430	10,75%
Jurídica	3	0,48%	\$ 3.857.896.500	1,95%
Empleado	3	0,48%	\$ 3.620.152.661	1,83%
Pensionado	1	0,16%	\$ 998.000.000	0,50%
GRAN RESERVA DE MALLORCA	45	7,18%	\$ 25.266.450.000	12,75%
Independiente	20	3,19%	\$ 12.643.716.000	6,38%
Empleado	19	3,03%	\$ 10.065.854.000	5,08%
Pensionado	3	0,48%	\$ 1.452.654.000	0,73%
Sin Información	2	0,32%	\$ 575.100.000	0,29%
Total	627	100,00%	\$ 198.174.502.123	100,00%

TOP 5 DESISTIMIENTOS POR ACTIVIDAD ECONÓMICA



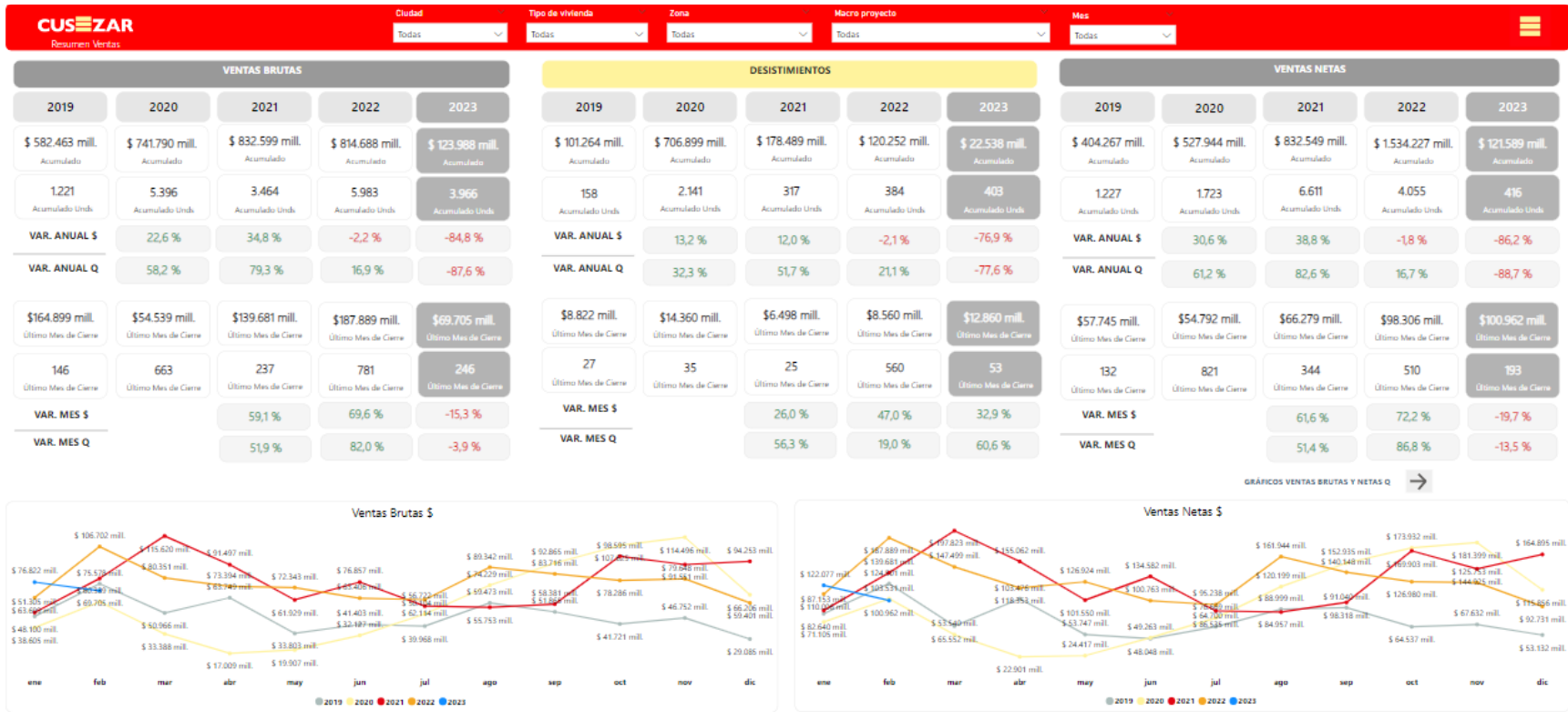
Fuente: Elaboración propia, 2023

Anexo 5:



Fuente: Elaboración propia, 2023

Anexo 6:



Fuente: Elaboración propia, 2023