

INMOBILIARE[®]

LATAM

KMD

**50 AÑOS EN EL MUNDO...
20 EN MÉXICO**

KMD 50 years in the world... 20 in Mexico

Roberto Velasco, Director General



AÑO 14 - NÚMERO 81
\$90 PESOS

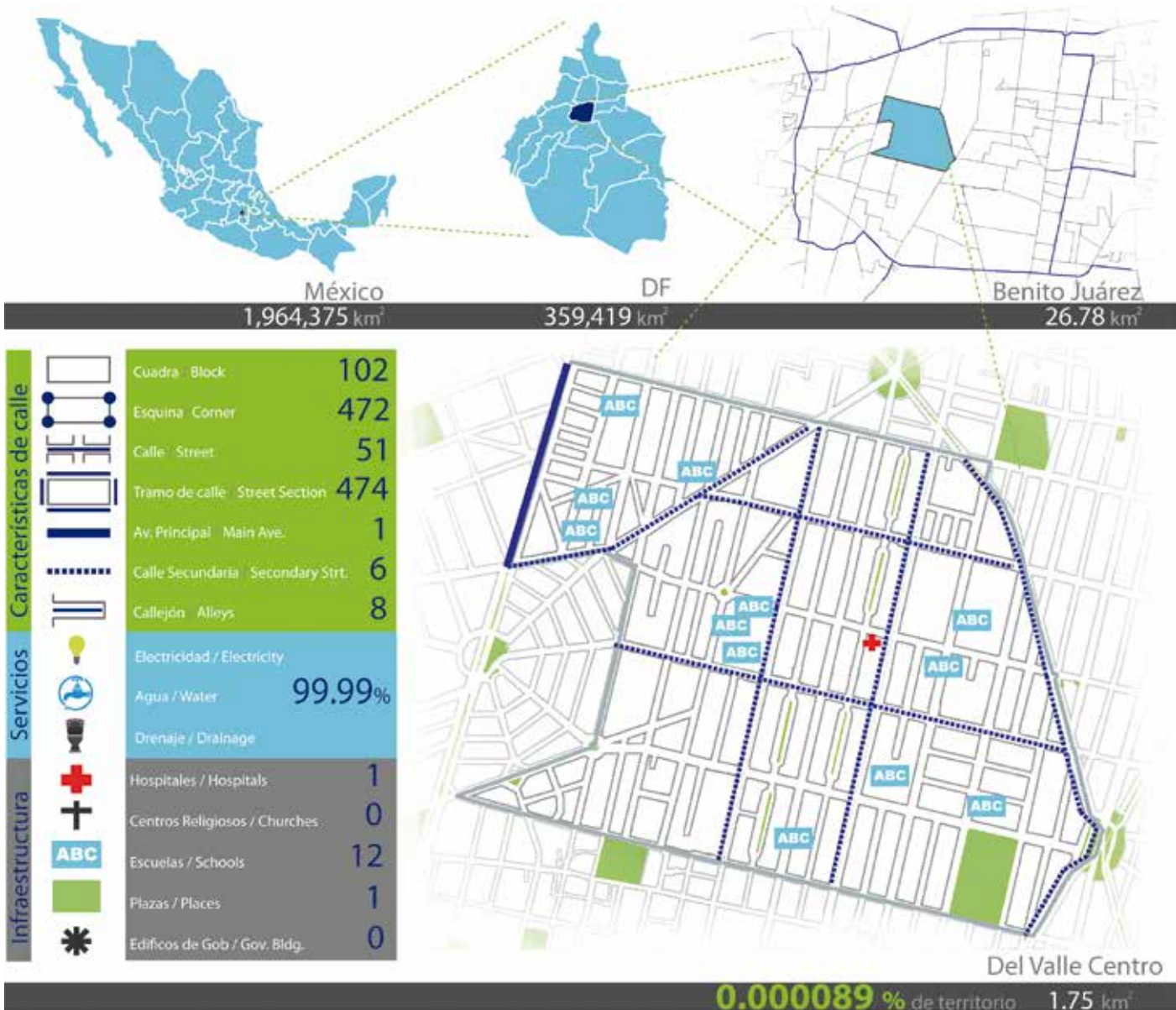
**PERSPECTIVAS Y
TENDENCIAS 2014**
**Arquitectura, Sustentabilidad,
Desarrollo y Financiamiento**

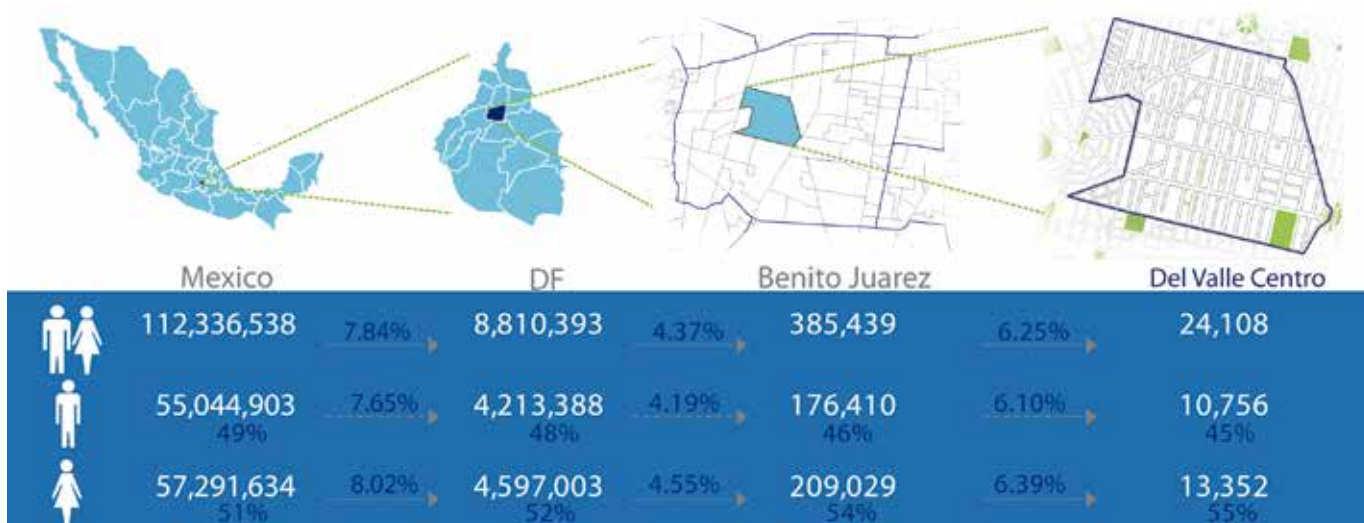
2014 Perspectives & Trends,
Architecture, Sustainability, Development and Finance

Análisis de micromercado: Una nueva estrategia de inversión en Latinoamérica

(Parte 1 de 6)

MicroMarket Breakout: A New Investment Strategy in Latin America (Part 1 of 6)





Para poder clasificar a una comunidad con fines de inversión, se debe analizar por separado sus datos sociodemográficos, su oferta de opciones de entretenimiento y sus unidades económicas. Entre los datos que normalmente deben ser analizados, están la población, vivienda, oficinas, empleo, tipos de empleos, salarios, género, rango de edad, niveles de educación, escuelas y universidades, restaurantes, bares, bibliotecas, museos, centros médicos, parques, espacios públicos, transporte, servicios y niveles de seguridad pública.

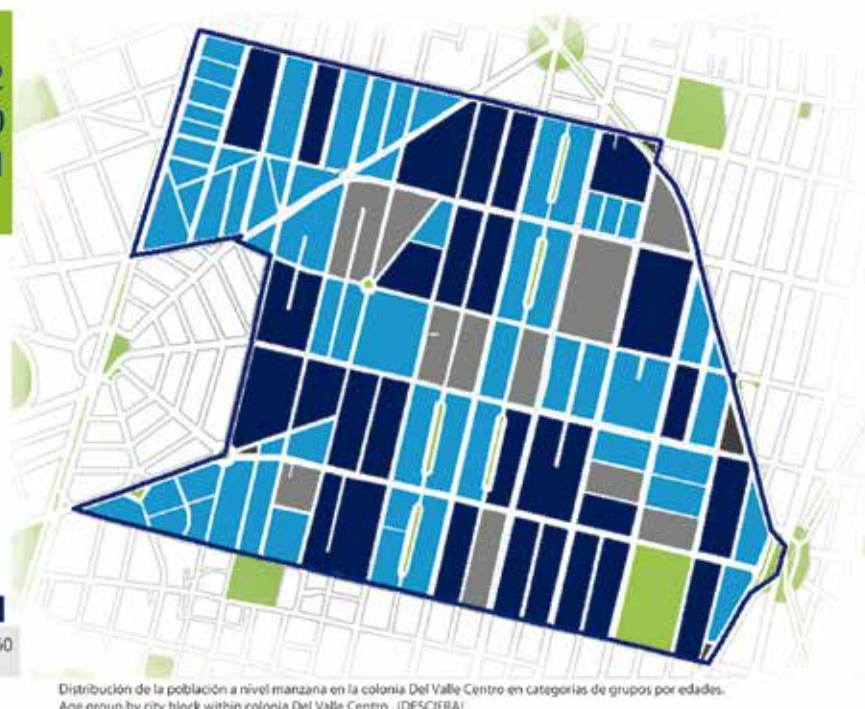
Las características que se enlistaron anteriormente representan la diferencia entre las comunidades consideradas con alto potencial de inversión y aquellas con un bajo potencial; y lo que define a una comunidad sobre cualquier otra depende del tipo de producto y mercado que ésta atrae. Un lugar

para invertir no puede ser cualquiera, sino el lugar más apropiado para las necesidades específicas de un cliente.

Segmentar mercados es el proceso de definir y subdividir un mercado grande y homogéneo en segmentos claramente identificables que tengan necesidades, deseos o características de demanda similares. A los segmentos que resultan de esta subdivisión se les conoce también como Micromercados. El objetivo de identificar los Micromercados es diseñar una propuesta de mercadotecnia que cubra de forma precisa las expectativas de demanda dentro del segmento objetivo.

Para tomar una decisión de inversión bien informada dentro del actual entorno inmobiliario y de inversión, nuestra recomendación es utilizar las cuatro estrategias básicas de segmentación de mercados para entender un Micromercado o grupo de Mi-

EL OBJETIVO DE IDENTIFICAR LOS MICROMERCADOS ES DISEÑAR UNA PROPUESTA DE MERCADOTECNIA QUE CUBRA DE FORMA PRECISA LAS EXPECTATIVAS DE DEMANDA DENTRO DEL SEGMENTO OBJETIVO.



cromercados, los cuales son: los indicadores demográficos, psicográficos, geográficos y de comportamiento. Durante el próximo año, presentaremos una serie de artículos en los que analizaremos a detalle un Micromercado específico, ubicado en la Colonia del Valle, en la Delegación Benito Juárez de la Ciudad de México. Estos artículos demostrarán la importancia de la segmentación de mercados y la diferenciación entre macro y micro mercados con el fin de tomar decisiones de negocios informadas.

combinación de habilidades técnicas, conocimiento de la industria y acreditaciones nacionales y globales, que combinadas con nuestra capacidad de aprovechar la red de profesionales de Deloitte Touche Tohmatsu Limited y empresas afiliadas a nivel mundial, nos convierte en una organización líder en servicios relacionados al sector inmobiliario y financiero. Dentro de nuestros servicios, realizamos valuaciones y consultorías en todo tipo de propiedades.

ACERCA DE LA PRÁCTICA DE SERVICIOS DE BIENES RAÍCES EN DELOITTE MEXICO

La práctica de Servicios de Bienes Raíces de Deloitte en México ofrece una avanzada

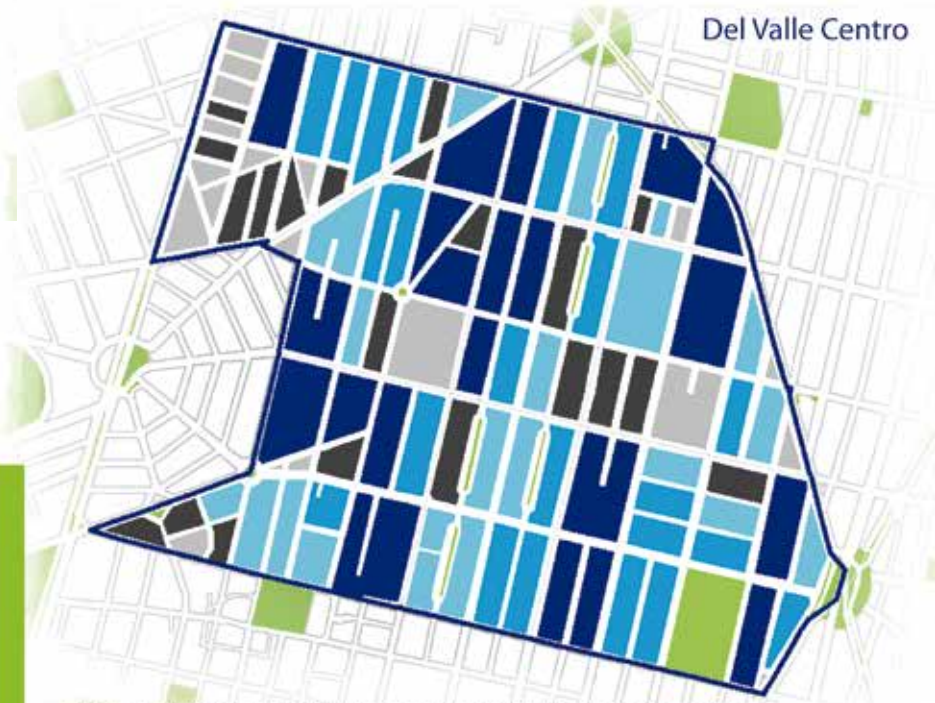
* Benjamin D. Greenberg es Director de Deloitte, Servicios de Asesoría Inmobiliaria, y se le puede localizar en el teléfono (55) 5080-7116 de la Cd. de México.



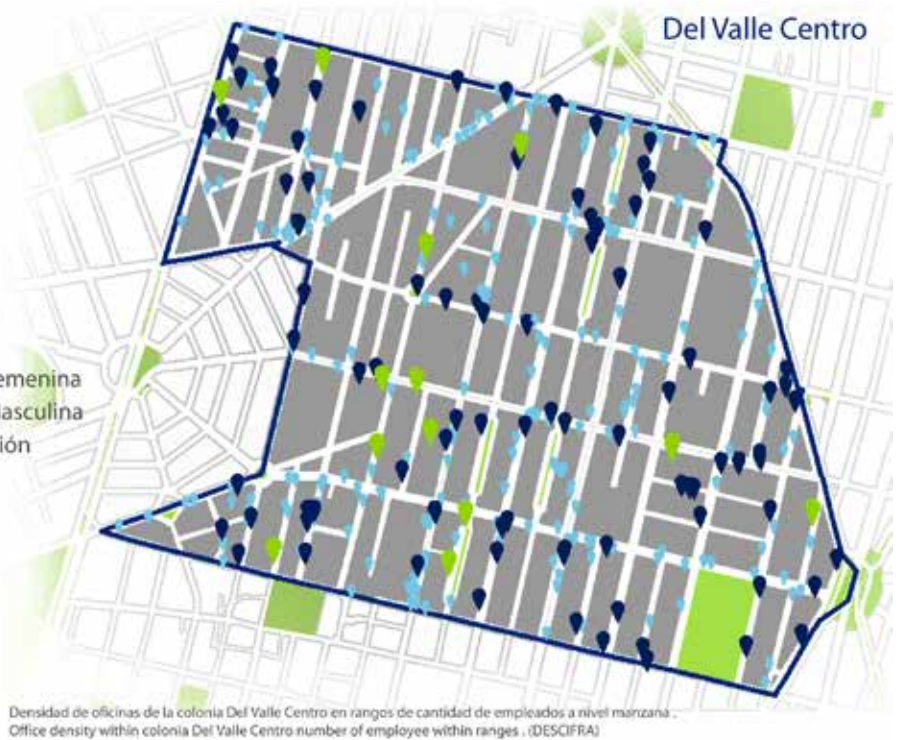
PARA TOMAR UNA DECISIÓN DE INVERSIÓN BIEN INFORMADA, ES NECESARIO UTILIZAR LAS CUATRO ESTRATEGIAS BÁSICAS DE SEGMENTACIÓN DE MERCADOS: INDICADORES DEMOGRÁFICOS, PSICOGRÁFICOS, GEOGRÁFICOS Y DE COMPORTAMIENTO.

Ocupantes en Viviendas Habitadas **22,731**

Densidad de Vivienda	Color	Rango	Manzanas
Alta	Dark Blue	119 - 288	21
Media-Alta	Blue	80 - 119	21
Media	Light Blue	49 - 80	19
Media-Baja	Grey	17 - 49	21
Baja	Light Grey	0 - 17	18



Densidad de la vivienda de la colonia Del Valle Centro en rangos de cantidad de viviendas a nivel manzana. Housing density in colonia Del Valle Centro by number of houses within block level. (DESCIFRA)



In order to rank a community for investment purposes, one must break down such community by its socio-demographics, leisure attributes and economic units. Such type of details include, for example, population, housing, office, employment, employment types, salaries, gender, age range, education levels, schools and universities, restaurants, bars, libraries, museums, medical facilities, parks, public spaces, transportation, services and security.

These types of community attributes, as listed above, make the differentiation between those considered strong investment communities from poor investment communities; and what defines one over the other is dependent on the product type and the market it attracts. Finding a location for investment is not about finding any location, but it is about finding the most appropriate location for fulfill the clients' needs.

Market segmentation is the process of defining and subdividing a large homogenous market into clearly identifiable segments, which have similar needs, wants or demand characteristics. Such types of subdivisions are also known as MicroMarkets. The objective of identifying MicroMarkets is to design a marketing mix that precisely matches the expectations of demand within the targeted segment.

To make a well informed investment decision in today's matured real estate and investment environment, our best recommendation is to utilize the four basic market segmentation strategies to understanding a MicroMarket, or group of MicroMarkets, which include behavioral, demographic, psychographic and geographic indicators.

Over this next year, we will be presenting a series of articles in which we will break down a specific MicroMarket, located in the Colonia of Del Valle, in the Delegation of Benito Juarez,

THE OBJECTIVE OF IDENTIFYING MICROMARKETS IS TO DESIGN A MARKETING MIX THAT PRECISELY MATCHES THE EXPECTATIONS OF DEMAND WITHIN THE TARGETED SEGMENT.



within Mexico City, DF. This series of articles will demonstrate the importance of market segmentation and differentiating macro and micro markets to make informed business decisions.

About the Real Estate Services practice in Deloitte Mexico

The Real Estate Services practice of Deloitte in Mexico offers an advanced combination of technical skills, national and global accreditations and industry knowledge, coupled with our

ability to leverage the Deloitte Touche Tohmatsu Limited network of professionals and affiliates globally making us an industry leader in financial and real estate related services. We perform valuations and consulting assignments on properties of all types. ■

* Benjamin D. Greenberg is Director of Deloitte, Real Estate Advisory Services, and can be contact in the phone number (55) 5080-7116 in México City.