

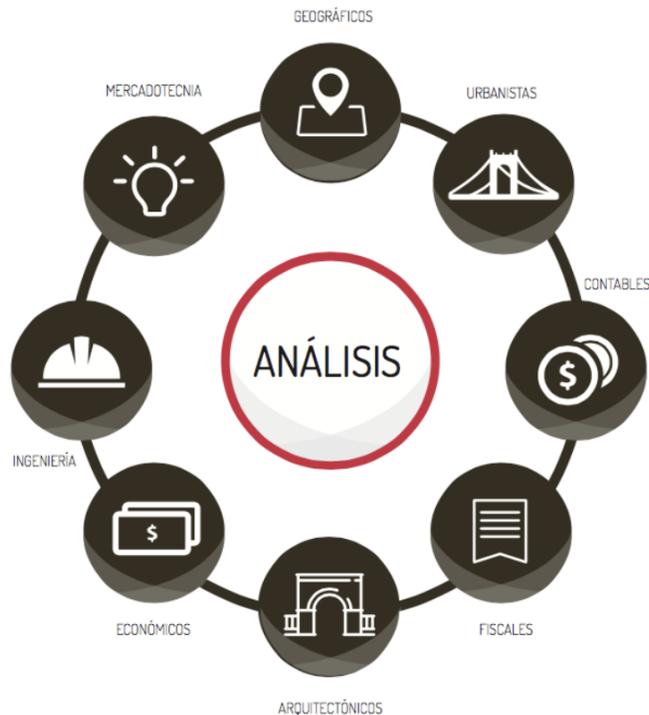


# Etapas del desarrollo inmobiliario Softec

Generamos conocimiento para que tomes  
mejores decisiones inmobiliarias

# ¿Quiénes somos?

Un grupo de **65 CONSULTORES MULTIDISCIPLINARIOS** enfocados durante **38 AÑOS** en crear nuevas lecturas del mercado inmobiliario para respaldar la toma de decisión de inversionistas y desarrolladores mediante nuestras herramientas de investigación de mercado.



**ASÍ POTENCIALIZAMOS EL  
ÉXITO DE TU PROYECTO.**



# ¿Cómo generamos información funcional?

Sabemos que la información es poder, por ello generamos nuestras **PROPIAS FUENTES** de **ANÁLISIS DE MERCADO** y además respaldamos nuestros análisis con **FUENTES RECONOCIDAS A NIVEL NACIONAL** en el sector financiero, demográfico e inmobiliario.



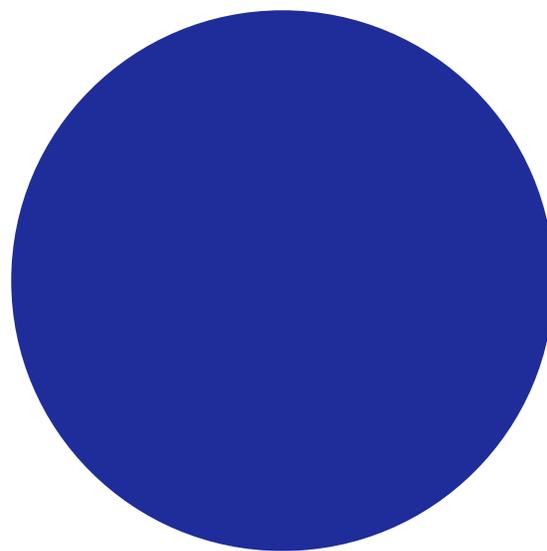
SECRETARÍA DE  
DESARROLLO  
URBANO Y VIVIENDA

**SHCP**  
SECRETARÍA DE HACIENDA  
Y CREDITO PÚBLICO



# Etapas del desarrollo inmobiliario





# DETERMINACIÓN DE POTENCIAL DE MERCADOS: DIAGNÓSTICO Y POTENCIAL DE MERCADO

# Diagnóstico y Potencial de plaza

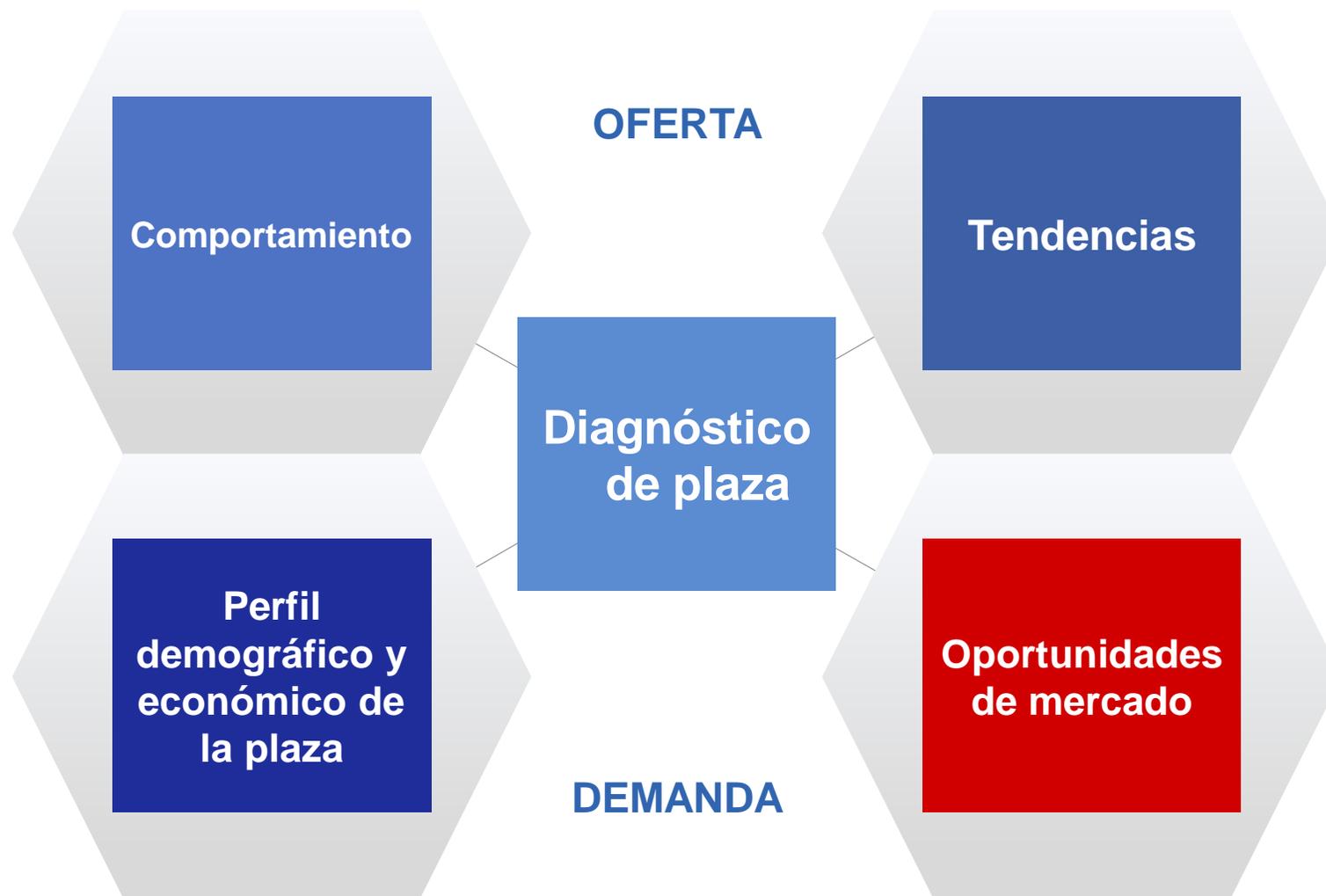
## ¿Para qué sirve este producto a la medida?

Evalúa la situación de un mercado para determinar sus condiciones de competencia, precios, inventarios, ventas y atributos a fin de identificar riesgos y oportunidades para nuevos proyectos inmobiliarios.



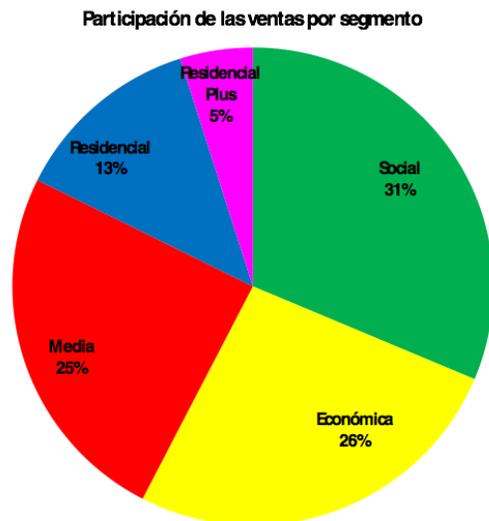
# Los principales objetivos del Diagnóstico de Plaza son:

- Analizar la evolución de las principales variables que impactan en los productos inmobiliarios a desarrollarse en la plaza analizada.
- Establecer el perfil del mercado y clientes potenciales, niveles de ingresos de la población.
- Crecimiento demográfico, económico y urbano.



- Hacia donde se dirige el mercado, productos con mayor aceptación y participación.
- Establecer ejes de crecimiento y desarrollo inmobiliario.
- Cuantificar las oportunidades incursionar en el mercado.
- Identificar las zonas, ejes, segmentos y productos con los cuales se puede entrar en ese mercado.

El Diagnóstico de Plaza nos ayuda a contestar tres preguntas primordiales para entender el dinamismo inmobiliario de una ciudad o plaza en específico.



## • ¿De que tamaño es el mercado?

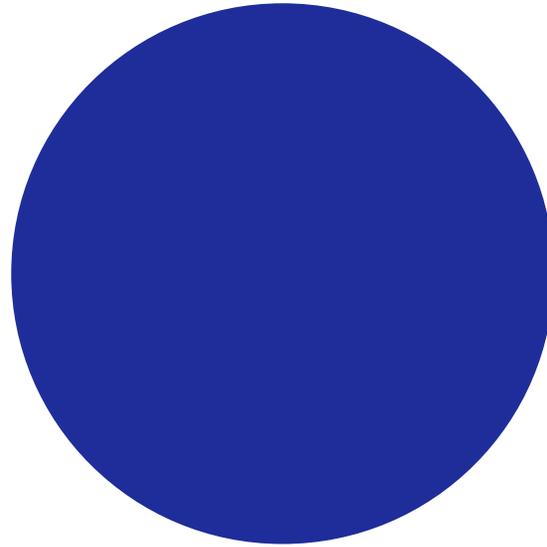
- Principales actores, volumen de ventas y/o m2 colocados de forma mensual y anual.
- Participación de la actividad inmobiliaria en el crecimiento de cada ciudad.

## • ¿Qué se vende?

- Cuales son los segmentos y tipologías con mayor nivel de ventas.
- Productos con mayor aceptación en el mercado.

## • ¿Qué perspectivas tiene el mercado?

- Que segmentos y/o productos son los que se estima continúen incrementando ventas y participación.
- Zonas o ejes de crecimiento por tipo de producto o segmento.



# COMPRA DE TIERRA: COMPRO O NO COMPRO

# Compro o no compro

## ¿Para qué sirve este producto a la medida?

Evalúa la viabilidad de compra de reservas territoriales para diferentes usos inmobiliarios.



Vivienda  
horizontal



Vivienda  
vertical



lotes en  
fraccionamiento



Oficinas sin  
certificación



Comercio



industria

El Reporte de Potencial de Compra nos ayuda a contestar dos preguntas primordiales para identificar el potencial de desarrollo de un predio en específico.



- **Ayuda a determinar el potencial de desarrollo**

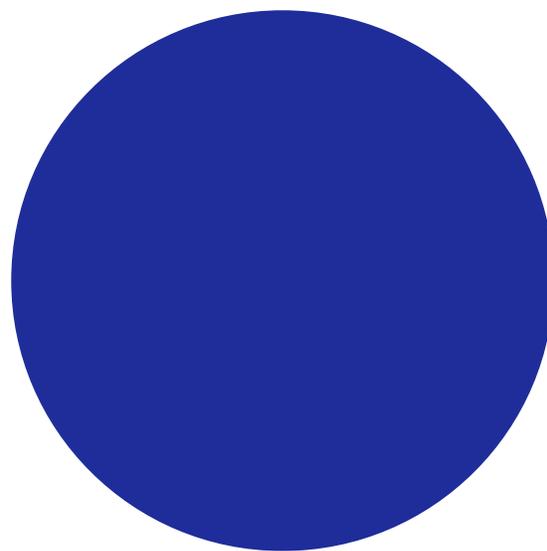
- Este reporte permite calcular el potencial de mercado con base en el crecimiento histórico del mercado inmobiliario.
- Determina el potencial de desarrollo inmobiliario de los predios bajo estudio, aportando elementos para evaluar su factibilidad de compra.

- **¿Qué se puede desarrollar en el predio?**

- El análisis de este estudio parte de un diagnóstico del mercado inmobiliario de la zona de influencia del predio además de un análisis de sitio que permite verificar su vocación.
- Evalúa el potencial de desarrollo del predio y establece su factibilidad de compra.

# Los principales objetivos del Reporte de Potencial de Compra son:





# HABILITACIÓN DE TIERRA Y URBANIZACIÓN: USO MEJOR Y MAS RENTABLE

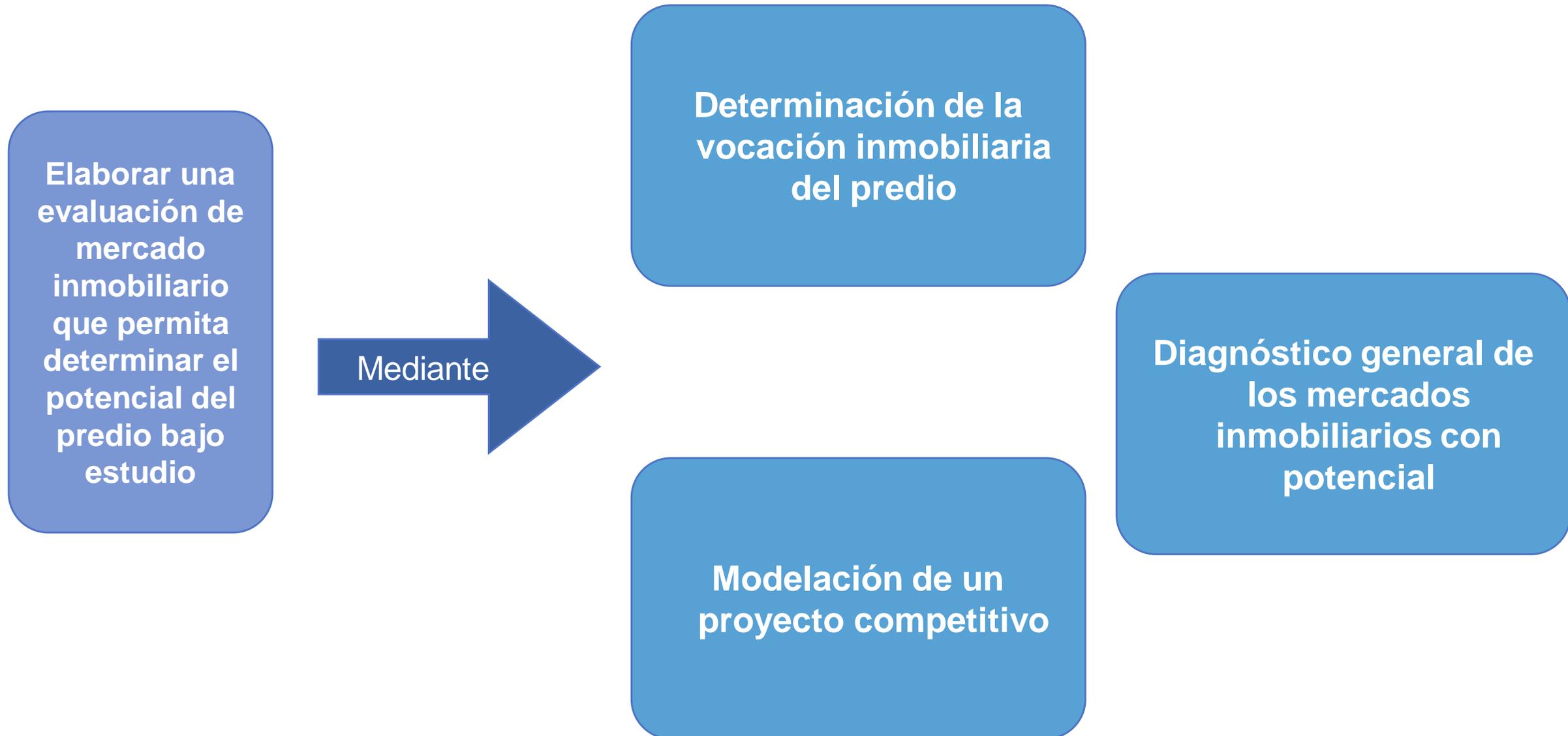
## Habilitación de tierra y urbanización: Uso Mejor y Mas Rentable

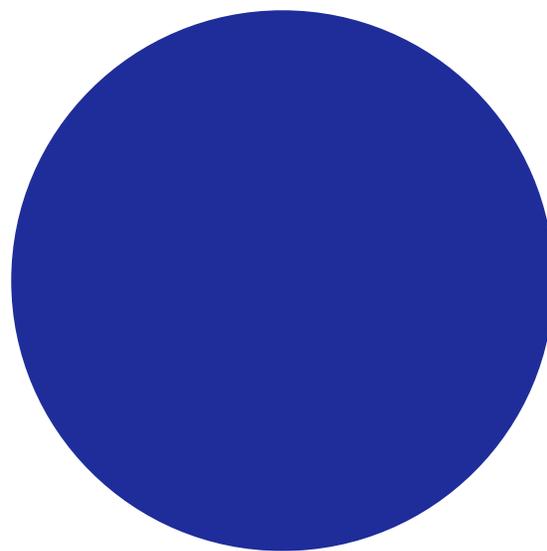
### ¿Para qué sirve este producto a la medida?

Identifica la mejor estrategia de desarrollo de un predio con base en sus restricciones y potencial de desarrollo a fin de determinar el proyecto, los productos y las estrategias de comercialización que brindarán mejores expectativas de desempeño al proyecto.



# El principal objetivo del Uso Mejor y Mas Rentable son:





# EDIFICACIÓN: VALIDACIÓN DE PROYECTO

# Validación de proyecto

¿Para qué sirve este producto a la medida?

Una vez desarrollado el anteproyecto arquitectónico, nos ayuda a identificar la posición del proyecto mediante el estudio de la ubicación, competitividad y sus características.

## Principales variables y características

	Mercado (promedio)	PROYECTO	Situación
Tamaño de proyecto	149 unidades	130 unidades	✓
Áreas habitables	68 m2	70 m2	✓
Precios	\$2,773,470 pesos	\$2,410,000 pesos	✓
Precios por m2	\$41,000 pesos	\$41,467 pesos	✓
Recamaras	2 recamaras	2 recamaras	✓
Baños	2 baños	2 baños	✓
Cajones	1 cajon	2 cajones	✓

Nos ayuda a identificar la posición del proyecto frente al mercado

# Sus objetivos son:

La Validación de proyecto compara la situación del proyecto inmobiliario a desarrollar frente al mercado y su principal competencia.



- **Analizar tendencias y condiciones de mercado:**
  - Precios, absorciones, superficies, ocupaciones.
  - Identificando oportunidades y participaciones de mercado.
- **Identificar tamaños de mercado**
  - Segmentos, niveles de ventas e inventarios.
  - Determinar tiempos de venta/ocupación de los proyectos.
- **Validar el proyecto inmobiliario bajo estudio**
  - Posición frente a sus principales competidores.
  - Ventajas y desventajas frente a la competencia.
- **Determinar las perspectivas de desempeño**
  - Estimación del tiempo de venta/ocupación.
  - Determinación de precios durante la vida del proyecto

# Para finalmente concluir en tres puntos primordiales



## Posición competitiva del proyecto:

Dentro de los parámetros del mercado, variables y partida arquitectónica en igual o mejor posición que la competencia.

## Ventajas y desventajas competitivas:

Ubicación, entorno, amenidades, servicios, características.

Nichos y oportunidades de mercado

Áreas de oportunidad

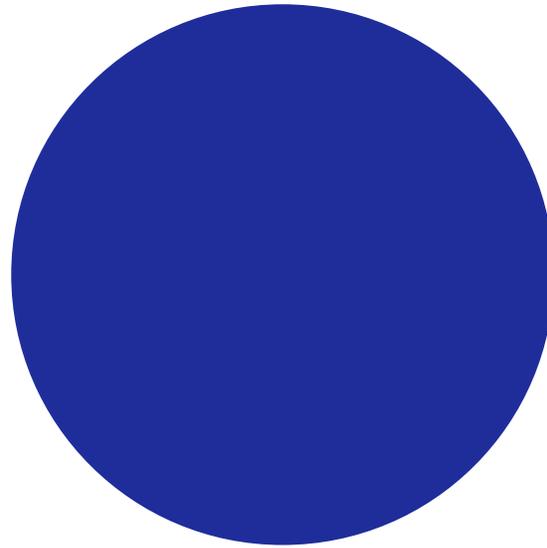
## Desempeño estimado:

Éxito, viabilidad y factibilidad de desarrollo del proyecto.

Tiempo estimado de venta o colocación

Ocupaciones e ingresos esperados





# COMERCIALIZACIÓN: 4P´S Y 4C´S / BENCHMARKING

## Comercialización: 4P's y 4C's / Benchmarking

### ¿Para qué sirve este producto a la medida?

Permite tener un entendimiento claro de los KPI's (Los indicadores clave) que afectan el Éxito Comercial de un producto o desarrollo inmobiliario a través de la medición y administración de las variables en el mercado que influyen en la etapa de comercialización del mismo. El conocimiento y entendimiento de estos factores, permitirán mejorar el Éxito Comercial de las unidades en venta de un desarrollo inmobiliario



# Sus objetivos son:

**Conocer si el producto es adecuado y si hay atributos memorables y/o comunicables que nos den una ventaja competitiva**

**Saber si el precio del producto es el correcto de acuerdo a las características del mercado en donde se esta compitiendo**

**Explorar los mejores mecanismos de promoción. Identificar si el equipo comercial es el adecuado y está capacitado. Generación de tráfico y leads mejor calificados**

**Saber si el punto de venta es adecuado para el producto que se está comercializando**

# Las variables bajo análisis son:

El concepto “las 4 P’s del marketing” consiste en analizar los 4 elementos fundamentales: el producto, el precio, el punto de venta y la promoción.

Aunque unas puedan parecer más importantes que las otras, todas son totalmente necesarias. Si una despunta y no muestra coherencia respecto a las demás, la estrategia no funciona.

Las 4 C’s del marketing son un sistema que se enfoca en la satisfacción del consumidor, el cual consiste en crear un producto personalizado que cubra sus necesidades

Las 4 C’s del marketing, a diferencia del marketing tradicional, permiten que las empresas se enfoquen en los clientes. El enfoque de este modelo permite que las organizaciones comprendan las necesidades reales de los clientes y creen una conexión cercana.



**PRODUCTO**

- ¿Es adecuado el producto? ¿Hay atributos mejorables?
- ¿El precio es correcto?
- ¿Hay atributos de valor escondidos?
- ¿Cuáles son los mecanismos de promoción?
- ¿El equipo comercial es adecuado, conoce el producto?
- ¿Están generando el tráfico necesario?



**PRECIO**



**PUNTO DE VENTA**

- ¿Son adecuados?
- ¿Como se pueden mejorar?
- ¿El punto de venta es el adecuado para el producto?
- ¿Está abierto en los momentos en los que el cliente puede o quiere ir?
- ¿Los mecanismos de compra (contratos, entrega, etc.) son adecuados?



**PROMOCIÓN**

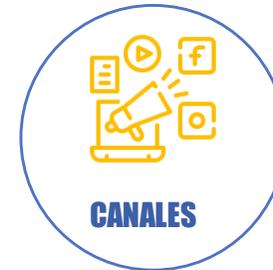


**COSTOS**

- ¿Los canales de venta son los correctos?
- ¿Los costos están en línea con el mercado?
- ¿Quienes son los competidores?
- ¿Qué ventaja tienen sobre mi?
- ¿Qué hacen mejor?



**COMPETENCIA**

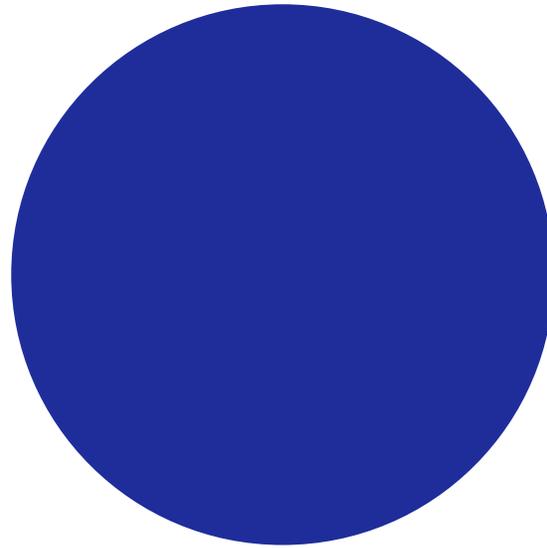


**CANALES**

- ¿Quien es el cliente objetivo?
- ¿Cual es el Buyer Persona?
- ¿Cuales son los feeder markets?
- ¿En que momento del ciclo de compra esta?



**CLIENTE**



# POSTVENTA: ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

## Postventa: Encuesta de Satisfacción del Cliente

### ¿Para qué sirve este producto a la medida?

Las encuestas son una herramienta para validar información mediante la opinión de clientes potenciales o usuarios de un producto.

Se desarrollan cuando se requiere conocer a mayor detalle la evaluación de un proyecto o producto en especial



X



## Antes de un proyecto

Conocer a mayor detalle los gustos, necesidades y servicios elementales que busca un usuario para un producto.

Saber si el producto es el correcto de acuerdo a las características del mercado y validarlo con la opinión de usuarios potenciales

## Después de un proyecto o etapa

Evaluar si los componente elegidos del proyecto fueron satisfactorios por los usuarios finales

Profundizar en la sinergia a futuro de un producto frente a nuevas etapas, giros o mezcla de giros



Lateral Carretera Picacho Ajusco Núm. 4249 Piso 1 Col.  
Jardines en la Montaña Tlalpan. 14210 Ciudad de México

---



@softecmex



/softec.consultoria



Softec Consultoría



Softec SC