



Factores que intervienen en la decisión de compra de una vivienda en el Área Metropolitana de Monterrey

Alejandra Ledezma Nájera¹

¹Facultad de Arquitectura, alejandra.ledezmanjr@uanl.edu.mx, Av. Pedro de Alba s/n, Ciudad Universitaria, 66455, San Nicolás de los Garza, Nuevo León, 81 8329 4160

Información del artículo revisado por pares

Fecha de aceptación: junio-2021

Fecha de publicación en línea: diciembre-2021

DOI: <https://doi.org/10.29105/vtga7.1-101>

Resumen

El objetivo de este artículo es determinar si las personas del área metropolitana de Monterrey (AMM) han considerado adquirir una vivienda (casa o departamento) y conocer cuáles son los factores que consideran importantes para tomar la decisión de comprar. Para este estudio se tomaron en cuenta los factores urbanos, sociales, laborales, físicos y económicos, estos fueron incluidos en la encuesta que se utilizó para obtener los datos, ésta se aplicó en el mes de marzo del año 2021, para esto se utilizó el muestreo tipo bola de nieve. La hipótesis dice que las personas consideran más importantes los factores urbanos y laborales. El resultado principal que se obtuvo fue que el 82.5% de las personas encuestadas si ha considerado comprar una vivienda. Y los factores que más se toman en cuenta son los urbanos, sociales y laborales, teniendo cada uno 24%. La investigación se divide en seis secciones, introducción, marco teórico, método, resultados, conclusión y referencias, en ese orden respectivamente.

Palabras clave: factores, vivienda, comprar, análisis de frecuencia, Monterrey.

Abstract

The objective of this article is to determine if the people of the Monterrey metropolitan area (AMM) have considered acquiring a home (house or apartment) and to know what factors they consider important in making the decision to buy. For this study, urban, social, labor, physical and economic factors were considered, these were included in the survey that was used to obtain the data, it was applied in the month of March of the year 2021, for this the snowball sampling. The hypothesis says that people consider urban and work factors more important. The main result that was obtained was that 82.5% of the people surveyed had considered buying a home. And the factors that are most considered are urban, social and labor, each having 24%. The research is divided into six sections, introduction, theoretical framework, method, results, conclusion and references, in that order respectively.

Keywords: factors, housing, buying, frequency analysis, Monterrey.

JEL: G1, G10, G12.

1. INTRODUCCIÓN

En México como en el mundo, la posesión de vivienda digna y decorosa es un derecho humano. El sexto párrafo del artículo 4° de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM), señala que “Toda familia tiene derecho a disfrutar de vivienda digna y decorosa. La ley establecerá los instrumentos y apoyos necesarios a fin de alcanzar tal objetivo” (CPEUM, 2014).

El gobierno de México tiene como objetivo impulsar la adquisición de inmuebles para la sociedad, para esto ha creado diversas instituciones que se encargan de apoyar con mecanismos de asistencia como créditos hipotecarios para la construcción, compra o remodelación de la vivienda. Entre las instituciones creadas están el Instituto del Fondo Nacional para la Vivienda de los Trabajadores (INFONAVIT), que brinda apoyo para que los trabajadores puedan adquirir una vivienda a través de préstamos bancarios. Asimismo, la Comisión Nacional de Vivienda (CONAVI) ofrece subsidios, el Confinamiento de Vivienda (COFINAVIT) es un tipo de crédito hipotecario compartido, es decir, otorga un crédito de manera conjunta con alguna institución bancaria, para los trabajadores del gobierno existe el Fondo de la Vivienda del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (FOVISSTE). Entonces, si no se es trabajador existen diversas entidades a las que cualquier persona puede acudir tales como la Sociedad Hipotecaria Federal (SHF), el fideicomiso Fondo Nacional de Habitaciones Populares (FONHAPO) destina fondos de apoyo para la vivienda de familias de bajos recursos, finalmente se puede acudir a las Sociedades Financieras de Objeto Múltiple (SOFOMES), sociedades anónimas cuya finalidad es el otorgamiento de créditos para adquirir una casa con arrendamiento financiero o factoraje financiero.

La vivienda en México y en el mundo es uno de los principales problemas económicos y sociales de los países, sus regiones y ciudades. Según el Centro de Estudios de Desarrollo Regional y Urbano Sustentable (CEDRUS), en México el 75% del uso del suelo corresponde al uso de vivienda, de ahí su importancia. Además, la vivienda es uno de los principales activos que forman el patrimonio de las familias, en lo general se considera como incluso un ahorro e inversión para preservar sus recursos (CEDRUS, 2012).

La Sociedad Hipotecaria Federal (SHF) señala que en México para el año 2021 se estima que se demanden 805 mil 420 financiamientos para viviendas, esto tiene un impacto en 2.8 millones de personas. De acuerdo con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), el crecimiento del PIB esperado para 2021 es de 4.6%, con lo que no se recuperarán los niveles previos observados antes de la crisis sanitaria (SHF, 2021). El Fondo Monetario Internacional ubicó el crecimiento económico para 2021 en 4.3%, indicando que, si no se toman medidas para reactivar el mercado interno, la recuperación económica será más tardada (FMI, 2021).

Según el Índice SHF de precios de la vivienda, el crecimiento de precios en 2020 fue de 5.8% continuando con la tendencia de venta de viviendas de mayor valor, de hecho, el precio mediano fue de 700 mil pesos, que corresponde a una vivienda de tipo medio (SHF, 2021).

Para atender el objetivo de esta investigación, es decir, determinar si las personas del área metropolitana de Monterrey han considerado adquirir una vivienda, ya sea casa o departamento y conocer cuáles son los factores que influyen en la decisión de compra. Entre los principales factores destacan los urbanos, como la seguridad, acceso a vías

principales, suficientes áreas verdes; los sociales, como la cercanía con familiares y/o amigos; laborales, por ejemplo, el tiempo de traslado de la casa al trabajo; físicos de la vivienda. Estos últimos se dividen en externos; como la fachada, número de cajones de estacionamiento, ubicación, etcétera y los internos; tales como los acabados, distribución de espacios, instalaciones, etc.; y finalmente los económicos, como forma de pago de elección, tramitar o no un crédito hipotecario, entre otros (Moreno y Alvarado, 2011).

Al momento de que surge la idea de comprar una vivienda siempre se toman en cuenta factores de diversos ámbitos, además de la experiencia personal, opiniones de familiares, etc., la pregunta es ¿cuáles son los factores más importantes para tomar en cuenta antes de comprar una vivienda? Para poder dar respuesta al cuestionamiento, además de considerar la experiencia personal, opiniones de familiares, se realizó y aplicó una encuesta en el mes de marzo del año 2021. Se aplicó en el área metropolitana de Monterrey.

2. MARCO TEÓRICO

La vivienda es un hecho humano concebido y realizado como el producto de un sistema cultural; por ello, no puede ser considerada como un simple lugar, un espacio, ya que es un importante escenario de la vida cotidiana del ser humano (Guzmán y Garfias, 2014).

Grandes filósofos como Aristóteles, Platón, Sócrates hablaron de la importancia de la vivienda para el desarrollo espiritual y privado de la persona y la importancia de la ciudad para la convivencia y la vida comunitaria. La filosofía de la vivienda viene a resumir el anhelo más grande de tener un lugar dónde vivir de manera digna, con una realización plena. La filosofía de la ciudad se convierte en la extensión de la vivienda. En épocas antiguas la vivienda era el orgullo más grande de una familia y la ciudad era el orgullo más grande de un ciudadano. Los filósofos entendían profundamente la importancia de tener un espacio vital para poder desarrollarse como seres humanos (Cortés, 2001).

Según el reporte de Mercado Inmobiliario de (LAMUDI, 2020), se estimó que se demandarán alrededor de 851 mil 100 financiamientos para soluciones de vivienda, lo que tendrá impacto en 3.3 millones de personas. LAMUDI es una plataforma inmobiliaria en la que se puede anunciar o encontrar inmuebles por internet. En la Tabla 1 se muestran los créditos por organismo y tipo de solución, 2020.

Donde se puede observar que el INFONAVIT concentra el 59% de composición, teniendo 315 mil 823 de adquisición, 171 mil 142 de mejoramiento de vivienda, 15 mil de autoproducción, obteniendo un total de 501 mil 956.

Tabla 1. Créditos por organismo y tipo de solución, México 2020.

Organismo	Adquisición	Mejoramiento	Autoproducción	Total	Composición
INFONAVIT	315,823	171,142	15 000	501,956	59%
FOVISSTE	54,187	12, 571	0	66,758	7.8%
BANCA	93,761	129,330	12,694	235,785	27.7%
Otros	5,901	1,377	39,314	46,592	5.5%
Total	469,672	314,420	67,800	851,100	100%

Fuente: (LAMUDI, 2020).

Para el estado de Nuevo León se tienen de adquisición 52 mil 383, 22 mil 335 para el mejoramiento de la vivienda, 4 mil 190 de autoproducción, teniendo un total de 78 mil 908 y una composición del 9.3% del país.

Nuevo León se encuentra en la región norte del país contando con una población total de 5 millones 189 mil 970 habitantes y una densidad poblacional de 64.7 Hab/km² (LAMUDI NL., 2020).

En el análisis de comportamiento de la oferta de inmuebles a nivel nacional, Nuevo León se encuentra en la cuarta posición con 6%, y en el comportamiento de la región norte se encuentra en la primera posición con 44.82%. La región norte está compuesta por Nuevo León, Chihuahua, Tamaulipas, Baja California, Sinaloa, Coahuila, Sonora, Durango y Baja California Sur. En este análisis se observa donde existe la mayor oferta residencial.

A nivel nacional se observa que en la oferta existe una tendencia por la vivienda horizontal con el 60%. En Nuevo León

predomina igualmente la vivienda horizontal con un 69% de participación sobre el 31% que representa la vivienda vertical. La demanda inmobiliaria está concentrada en mayor porcentaje en Monterrey con un 43.11%, en Guadalupe con un 10.96% y en tercer lugar está el municipio de San Nicolás con 10.07% (LAMUDI NL., 2020).

El precio medio de la ciudad es 47.193 MXN/m² (INMUEBLES24, 2021). En la Tabla 2 se muestran los precios de venta según algunos municipios del Área Metropolitana de Monterrey.

Tabla 2. Precio del m² de la vivienda según alcaldías de la ciudad, enero-febrero.

Alcaldía	ENERO MXN/m ²	FEBRERO MXN/m ²	Variación Mes	Variación Anual
San Pedro Garza García	59.957	59.876	-0.1%	3.4%
Monterrey INDEX	47.145	47.193	0.1%	5.2%
Santa Catarina	43.396	43.695	0.7%	7.4%
Monterrey	39.930	39.980	0.1%	6.6%
Guadalupe	29.636	30.019	1.3%	2.3%
San Nicolás de los Garza	29.327	29.700	1.3%	11.2%

Fuente: (INMUEBLES24, 2021).

3. MÉTODO

Se diseñó y aplicó una encuesta del 12 al 18 de marzo del año 2021. Para obtener los resultados se llevaron a cabo tres etapas.

La primera etapa consistió en el análisis de la incógnita y en la elaboración de la encuesta para poder obtener los datos que se necesitaban, para la aplicación de esta se llevó a cabo un muestreo tipo bola de nieve con personas del área metropolitana de Monterrey, se buscó orientar la encuesta a personas mayores de edad, preferentemente mayores de veinte años, de cualquier sexo. Por motivo de la pandemia se aplicó la encuesta en línea, se describió el motivo por el cual se estaba

4. RESULTADOS

De los 479 sujetos de estudio se obtuvo que 302 fueron femeninos (63%) y 177 masculinos (37%). Se aprecia que las edades que tuvieron

realizando y se compartió el *link* en diferentes círculos sociales, ya que no estaba enfocada en un nivel socioeconómico en particular.

Al finalizar la aplicación se obtuvieron 479 sujetos de estudio, una vez que se tuvieron los datos finales, se llevó a cabo la segunda etapa; en la segunda etapa se realizó una base de datos, para posteriormente realizar un análisis de frecuencia apoyados en el SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*).

En la tercera y última etapa se realizó el análisis e interpretación de los resultados obtenidos del análisis de frecuencias. En el apartado de resultados se muestran los datos finales obtenidos.

más frecuencia fueron de menos de 25 años obteniendo 37% y de 25 a 30 años con un 29.6%. Además, 67.2% son solteros, 28.2% casados y el resto divorciados o viudos. La mayoría de las personas cuentan con un

nivel de escolaridad de licenciatura teniendo 77.7%. Con respecto al ingreso mensual se muestra que el mayor porcentaje de personas gana entre \$5,001 y \$10,000 con un 22.8%

seguido de \$10,001 y \$15,000 con un 22.5%. En la Tabla 3 se presenta la frecuencia y porcentaje de los datos generales obtenidos.

Tabla 3. Datos generales.

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Género		
Masculino	177	37%
Femenino	302	63%
Total	479	100%
Edad		
Menos de 25 años	177	37%
De 25 a 30 años	142	29.6%
De 31 a 35 año	65	13.6%
De 36 a 45 años	34	7%
De 46 a 55 años	49	10.3%
Más de 55 años	12	2.5%
Total	479	100%
Estado civil		
Soltero	322	67.2%
Casado	135	28.2%
Divorciado	18	3.8%
Viudo	4	.8%
Total	479	100%
Escolaridad		
Secundaria	3	.6%
Preparatoria	31	6.5%
Licenciatura	372	77.7%
Maestría	55	11.5%
Doctorado	18	3.8%
Total	479	100%
Ingreso mensual		
Menos de \$5,000	69	14.4%
\$5,001 - \$10,000	115	22.8%
\$10,001 - \$15,000	108	22.5%
\$15,001 - \$20,000	86	18%
\$20,001 - \$30,000	54	11.3%
Más de \$30,001	53	11.1%
Total	479	100%

Fuente: Elaboración propia.

con una casa propia, el tipo de vivienda con mayor frecuencia fue de familiares (43.4%) y el 27.2% restante se dividen entre vivienda rentada (21.5%), hipotecada (4.2%) u otro (1.5%)

Respecto al análisis de frecuencia de la Tabla 4 se presenta que el 29.4% cuentan

Tabla 4. Estado de la vivienda actual en el AMM, 2021.

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Vivienda propia	141	29.4%
Familiares	208	43.4%
Rentada	103	21.5%
Hipotecada	20	4.2%
Otro	7	1.5%
Total	479	100%

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 5 se muestra que 82.5% de las personas encuestadas si han considerado comprar una vivienda. También se aprecia que el tipo de vivienda que más les interesa a las personas es la casa habitación en colonia

privada, tuvo una frecuencia de 272, lo que correspondió a un porcentaje de 56.8%. La casa habitación en colonia tradicional obtuvo 29% y un departamento 14.2%.

Tabla 5. Intereses actuales de vivienda en el AMM.

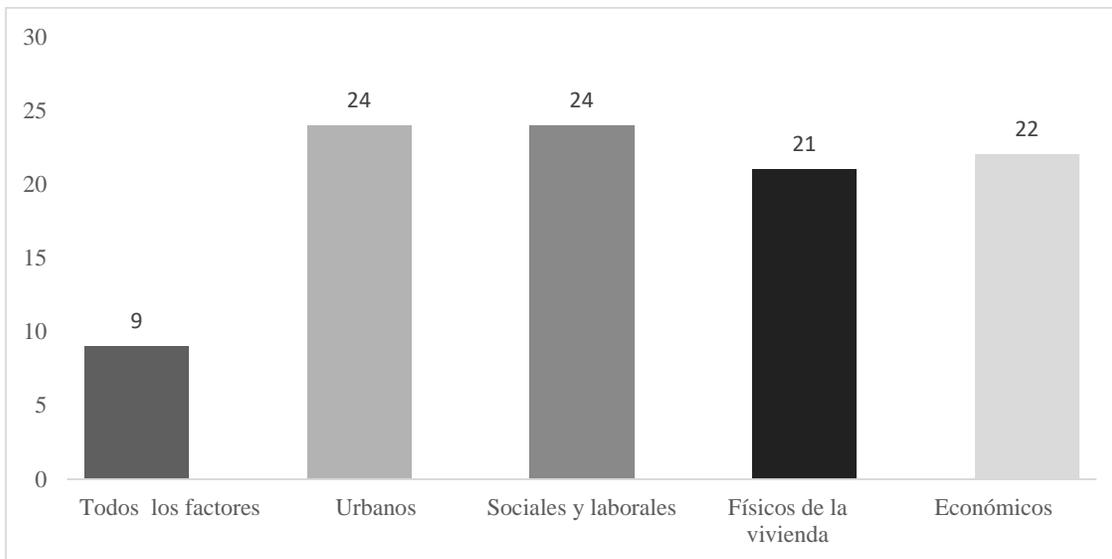
Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Personas que han considerado comprar una vivienda		
Sí	395	82.5%
No	84	17.5%
Total	479	100%
Tipo de vivienda que les interesa		
Casa habitación en colonia tradicional	139	29%
Casa habitación en colonia privada	272	56.8%
Departamento	68	14.2%
Total	479	100%

Fuente: Elaboración propia.

Los factores que se tomaron en cuenta y fueron incluidos en la encuesta se muestran en la Gráfica 1, donde se observa que los factores urbanos tuvieron 24%, entre estos se encuentran el tipo de vivienda que les interesa, la condición de las vialidades, acceso a las vías principales, tráfico, etcétera, igualmente los sociales y laborales tuvieron 24% de preferencia, entre estos están, la cercanía con

los familiares, lugar de trabajo, escuela, hospital o amigos, municipio en el que vive y trabaja, el tiempo de traslado de la casa al trabajo. Los factores físicos de la vivienda 21%, estos se dividen en externos e internos y los económicos el 22%. Solamente 84 personas que representan el 9% tomarían en cuenta los 4 grupos de factores.

Gráfica 1. Factores que actualmente las personas del AMM toman en cuenta al comprar una vivienda (%).

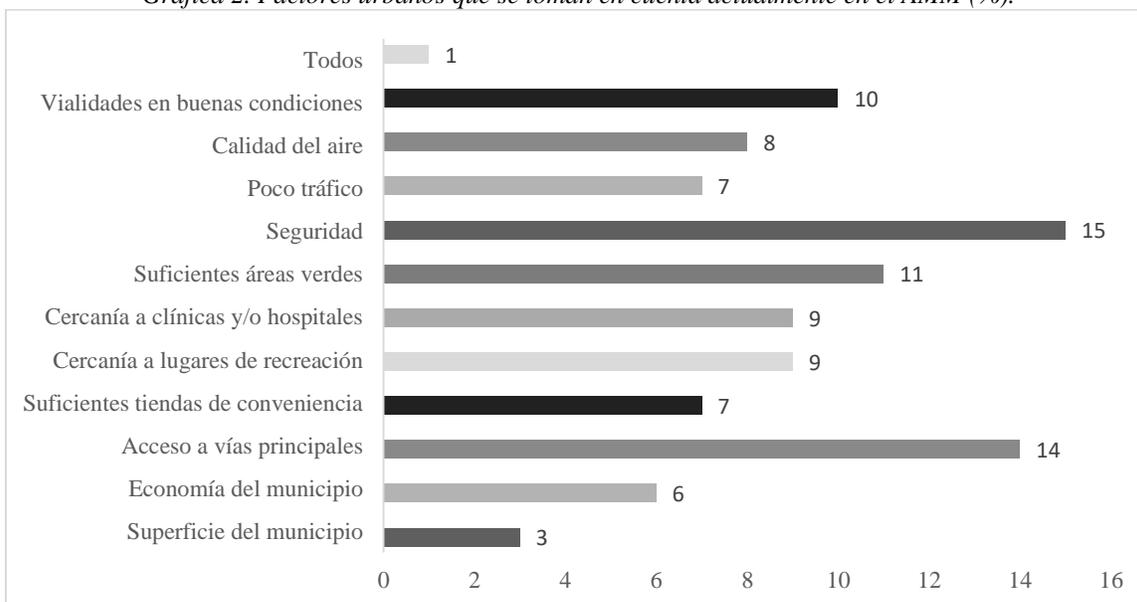


Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con los resultados obtenidos se pudo observar que la seguridad, con un 15% de preferencia, es el factor predominante en la toma de decisión para la adquisición de una vivienda, seguido de acceso a vías principales con un 14%, áreas verdes

con 11% y vialidades en buenas condiciones 10%. Solamente el 1% de las personas toma en cuenta todos los aspectos. Los resultados antes mencionados se pueden apreciar en la Gráfica 2.

Gráfica 2. Factores urbanos que se toman en cuenta actualmente en el AMM (%).



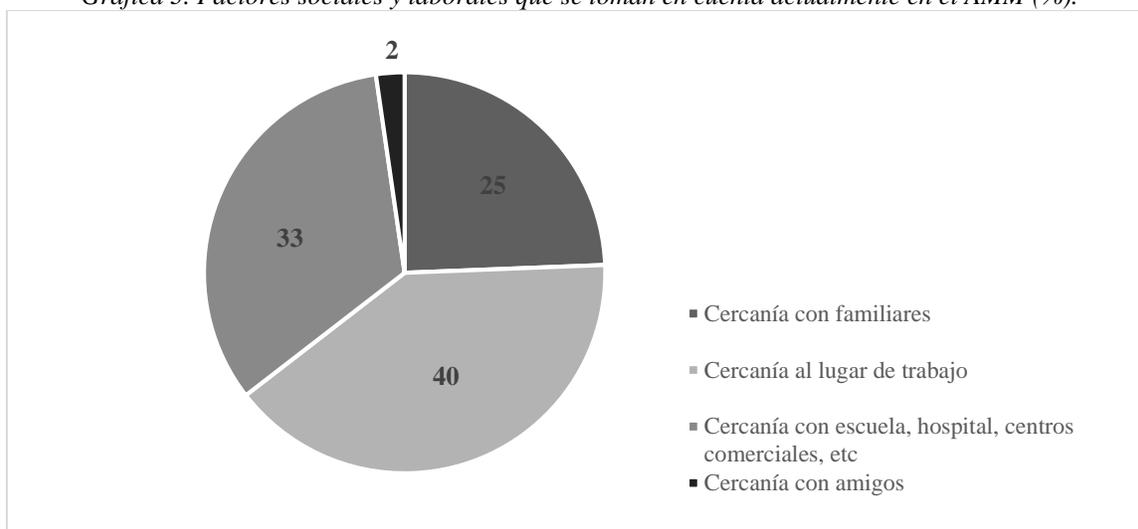
Fuente: Elaboración propia

El factor más importante para la mayoría del grupo de factores sociales y

laborales es la cercanía con el lugar de trabajo obteniendo 40%, esto se puede deber a que es el lugar al que acuden diariamente. Otro de los factores importantes es la cercanía con familia con 25%, pero hay que tomar en cuenta que este es un factor relativo ya que no todas las personas cuentan con la misma situación

familiar. La cercanía con centros de salud, centros comerciales y otros lugares de recreación tuvo 33% y la cercanía con amigos es el factor menos importante, obteniendo solo el 2%. Los resultados se muestran en la Gráfica 3.

Gráfica 3. Factores sociales y laborales que se toman en cuenta actualmente en el AMM (%).



Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 6 vemos que el municipio en el que vive la mayoría de los sujetos es en Monterrey teniendo el 22.6%, así

mismo es el municipio donde trabaja el mayor porcentaje de encuestados con 33.1%.

Tabla 6. Comparación de municipios del AMM.

Municipio	Vive		Trabaja	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Apodaca	77	16.1%	30	6.2%
García	10	2.1%	4	0.8%
Guadalupe	85	17.8%	37	7.8%
General Escobedo	29	6.1%	46	9.6%
Juárez	11	2.3%	10	2.1%
Monterrey	108	22.6%	160	33.1%
San Nicolás de los Garza	103	21.5%	72	15.0%
San Pedro Garza García	9	1.9%	60	12.9%
Santa Catarina	15	3.1%	10	2.1%
Otro	32	6.5%	37	7.8%
No trabaja	-	-	13	2.8%
Total	479	100%	479	100%

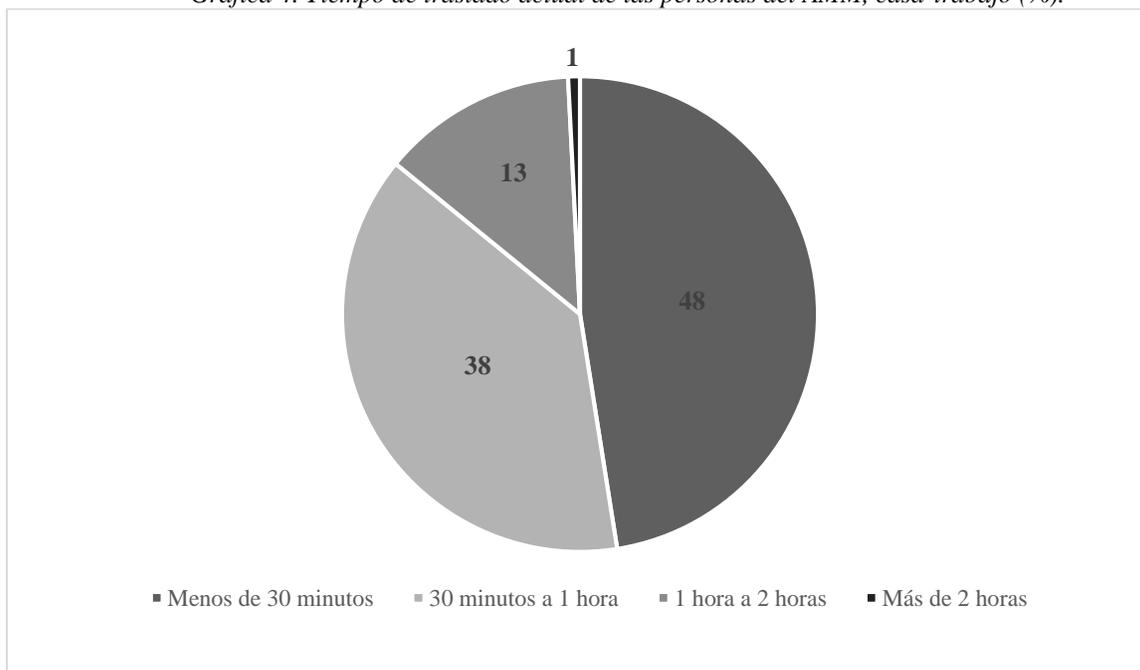
Fuente: Elaboración propia.

En la Gráfica 4 se muestra el tiempo que tardan las personas en trasladarse de la

casa al trabajo. El intervalo de tiempo que más porcentaje tuvo fue menos de 30 minutos con el 48%, seguido de este está el de 30 minutos a 1 hora con 38%. El 82.6% de las personas respondieron que si han pensado en comprar

una vivienda cerca del trabajo. Estos datos se relacionan con los de la Gráfica 3, en los que se muestra que el factor que más se toma en cuenta al comprar una vivienda es la cercanía con el trabajo con un 40%.

Gráfica 4. Tiempo de traslado actual de las personas del AMM, casa-trabajo (%).

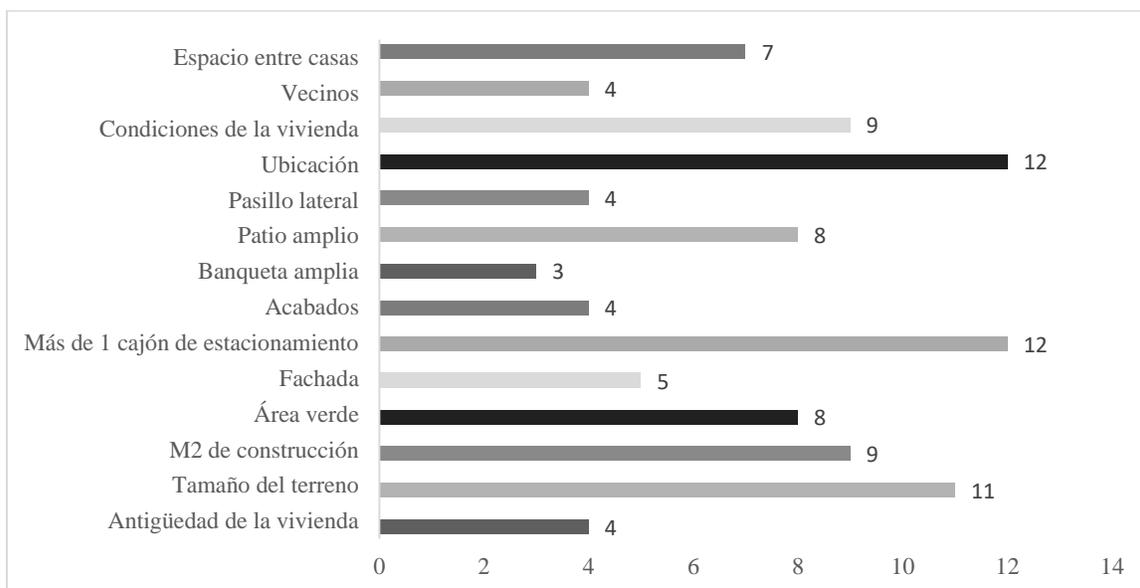


Fuente: Elaboración propia.

Los factores físicos externos se refieren a todo lo rodea la vivienda. Los factores que más se toman en cuenta son la ubicación y que haya más de un lugar de estacionamiento, ambos con 12%, seguido de

estos está el tamaño del terreno con 11%. El factor que menos importancia tuvo fue banqueta amplia con solo el 3%. En la Gráfica 5 se muestran los resultados completos.

Gráfica 5. Factores físicos externos de la vivienda que actualmente se toman en cuenta en el AMM (%).

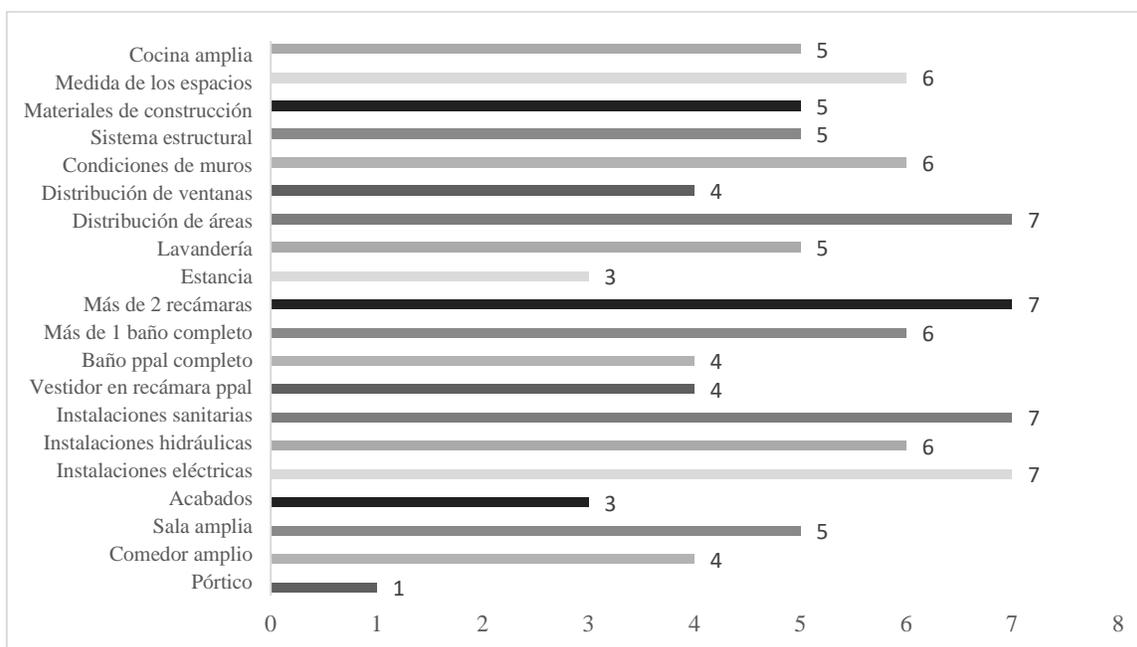


Fuente: Elaboración propia.

La Gráfica 6 muestra los factores físicos internos que se toman en cuenta para elegir comprar o no una vivienda, cada uno de estos factores es importante dependiendo de los intereses de la persona que va a tomar la decisión. Según los resultados obtenidos los factores cuentan con mínima diferencia entre ellos, la distribución de áreas, que la vivienda tenga más de 2 recámaras, las instalaciones

sanitarias e instalaciones hidráulicas obtuvieron un 7%, seguido de estos están medida de los espacios, condiciones de muros, más de 1 baño completo (sanitario, lavabo y regadera) e instalaciones eléctricas obtuvieron una preferencia de 6%, los demás factores están entre 5% y 3%, el factor menos importante para las personas encuestas es el pórtico con solamente el 1%.

Gráfica 6. Factores físicos internos de la vivienda que actualmente se toman en cuenta en el AMM (%).



Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, entre las opciones para el financiamiento de la vivienda o pago de contado, se observó que el INFONAVIT es el método preferido 29.5% que corresponden a 144 personas. Solamente el 3.3% de las

personas elegirían pagar con un crédito hipotecario, el resto (68.8%) no elegirían ese método de pago por los intereses que se manejan.

Tabla 7. Factores económicos

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Opción de pago		
Pago al contado	125	26%
Préstamo familiar	22	4.6%
FOVISSTE	18	3.8%
INFONAVIT	141	29.5%
Crédito hipotecario bancario	150	31.3%
Crédito hipotecario	16	3.3%
Otro	7	1.5%
Total	479	100%
Pediría un crédito hipotecario		
Sí	330	68.8%
No	149	31.2%
Total	479	100%

Fuente: Elaboración propia

5. CONCLUSIONES

En este trabajo se realizó un análisis utilizando una encuesta aplicada a 479 usuarios del área metropolitana de Monterrey, mediante un análisis de frecuencia se pudo determinar que el porcentaje de personas que han considerado adquirir una vivienda es considerablemente mayor (82.5%).

Además de conocer cuáles son los factores que influyen en la toma de decisión, se comprobó la hipótesis que se planteó al principio de la investigación ya que los resultados con mayor porcentaje de elección, teniendo 24% cada uno fueron los factores urbanos, sociales y laborales, uno de los resultados más importantes en cuanto a la elección de la ubicación de la vivienda (factor urbano) es la distancia al centro de trabajo (factor laboral), esto debido a que como sabemos es el lugar al que todas las personas se trasladan diariamente y se busca invertir el menor tiempo posible en esto, el 48% de personas encuestadas tarda menos de 30 minutos en trasladarse

Se debe considerar que durante la pandemia hubo cambios en cuanto a los traslados y otros factores dentro de la vivienda se tornaron más importantes como las comodidades del hogar. Se espera que después de la pandemia haya cambios en la mentalidad de las personas y empresas ya que algunos notaron mayor eficiencia en el trabajo haciéndolo desde casa y además algunas de las

empresas tuvieron una disminución considerable en gastos fijos al no tener personal en oficinas.

En lo que respecta a los factores físicos de la vivienda se pudo observar que la mayoría de las personas tienen preferencia hacia la distribución de las áreas y el espacio que tienen, la mayoría de las personas se enfocó únicamente a las habitaciones más comunes (cocina, las recámaras y los baños) y no toman en cuenta habitaciones como la estancia o el pórtico ya que son habitaciones con las que no cualquier casa cuenta.

El estudio realizado es de gran importancia para las personas que se dedican al mercado inmobiliario en general (compra, venta, construcción), debido a que se pueden estudiar de manera más certera cuáles son los aspectos relevantes para los clientes y con estos datos poder hacer una mejor venta o construcción, tomando en cuenta todas las consideraciones presentadas en este artículo, además de los puntos básicos de la construcción.

En cuanto a las áreas que casi no son conocidas se presenta una oportunidad para las constructoras e inmobiliarias de dar a conocer los beneficios de áreas como la estancia, que aparte de ser un distribuidor que nos permite salir del típico pasillo, nos ayuda a tener mejor ventilación al darnos espacio de colocar ventanas.

REFERENCIAS

- CEDRUS. (2012). *Universidad Nacional Autónoma de México*. Obtenido de Centro de estudios de desarrollo regional y urbano sustentable:
<http://www.economia.unam.mx/cedrus/investigacion/propuestas-politica/vivienda.html>
- Cortés, J. (2001). Reflexiones sobre el problema de la vivienda en México. *Casa del tiempo*, 1-11. Obtenido de <http://www.uam.mx/difusion/revista/oct2001/archi1.pdf>
- CPEUM. (2014). Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. *Artículo 4o., 6to párrafo*. México.
- FMI. (Enero de 2021). *Fondo Monetario Internacional*. Obtenido de Informes de perspectivas de la economía mundial:
<https://www.imf.org/es/Publications/WEO/Issues/2021/01/26/2021-world-economic-outlook-update>
- Guzmán y Garfías. (2014). Enfoques de análisis sobre el estudio de la vivienda popular en México. *Legado de arquitectura y diseño*, 15, 93-108.
- INMUEBLES24. (Febrero de 2021). *INMUEBLES 24 INDEX*. Obtenido de Reporte de mercado de Monterrey: https://www.inmuebles24.com/noticias/wp-content/uploads/2021/03/INDEX_MTREY_REPORTE_2021-02.pdf
- LAMUDI. (2020). *Reporte del Mercado Inmobiliario 2020*. Obtenido de <https://www.lamudi.com.mx/reportes-del-mercado-inmobiliario-2020/>
- LAMUDI NL. (2020). *LAMUDI*. Obtenido de Reporte del Mercado Inmobiliario 2020 Nuevo León: <https://www.lamudi.com.mx/reportes-del-mercado-inmobiliario-2020-nuevo-leon/>
- Moreno, R. y Alvarado, E. (2011). El entorno social y su impacto en el precio de la vivienda: un análisis de precios hedónicos en el área metropolitana de Monterrey. *Trayectorias*, 14(33), 131-147.
- SHF. (2021). *Sociedad Hipotecaria Federal*. Obtenido de Demanda de vivienda 2021: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/616479/Demanda_de_vivienda_2021.pdf