

## Aproximación a las herramientas de análisis para la adquisición de vivienda de las nuevas generaciones

### Approach to analysis tools for the acquisition of housing for new generations

Jorge Arturo Rincón Casián<sup>a</sup>, María Guadalupe Arredondo Hidalgo<sup>b</sup>, Eva Conraud Koellner<sup>c</sup>

---

#### Abstract:

This paper explores the document “Current State of Housing in Mexico” (EAVM) issued by the Sociedad Hipotecaria Federal (SHF), and by the Institute of Geography Statistics (INEGI) the “Housing Population Census 2020” as well as the “National Housing Survey” (ENVI) 2020, all of them as tools to understand behavior in the acquisition of housing. This study allows us to know the composition of the data, categories, classifications, the methodology used, as well as the presentation of results to know if these tools are appropriate to address the housing acquisition process of the new generations, especially of the millennials.

#### Keywords:

Vivienda, Millenials, Mortgages, Welfare, Banks.

---

#### Resumen:

En este trabajo explora el documento “Estado Actual de la Vivienda en México” (EAVM) emitido por la Sociedad Hipotecaria Federal (SHF), y por parte del Instituto de Estadística Geografía (INEGI) el “Censo de Población de Vivienda 2020” así como la “Encuesta Nacional de Vivienda” (ENVI) 2020, todas ellas como herramientas para entender el comportamiento en la adquisición de vivienda. Este estudio permite conocer la composición de los datos, categorías, clasificaciones, la metodología empleada, así como la presentación de resultados con la finalidad de conocer si estas herramientas son las adecuadas para atender el proceso de adquisición de vivienda de las nuevas generaciones, en especial de los milenial.

#### Palabras Clave:

Vivienda, Millenials, Hipotécas, Bienestar, Bancos.

---

### Introducción

El derecho a la vivienda se encuentra garantizada en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos la cual en su artículo IV menciona: “Toda familia tiene derecho a disfrutar de vivienda digna y decorosa” [1].

Así mismo, El término vivienda está definida dentro de la Ley de Vivienda de los Estados Unidos Mexicanos de la siguiente manera:

Se considerará vivienda digna y decorosa la que cumpla con las disposiciones jurídicas aplicables en materia de

asentamientos humanos y construcción, salubridad, cuente con espacios habitables y auxiliares, así como con los servicios básicos y brinde a sus ocupantes seguridad jurídica en cuanto a su propiedad o legítima posesión, y contemple criterios para la prevención de desastres y la protección física de sus ocupantes ante los elementos naturales potencialmente agresivos [2].

Recientemente alrededor del mundo se ha escuchado la gran problemática que se tiene para la adquisición de la vivienda, y México no es la excepción. La representación más clara se aprecia en la figura 1 que ha sido generada

---

a Autor de Correspondencia, Universidad de Guanajuato, <https://orcid.org/0009-0003-2160-9624>, Email: jr.casian@ugto.mx

b Universidad de Guanajuato, <https://orcid.org/0000-0002-4971-4069>, Email: mg.arredondohidalgo@ugto.mx

c Universidad de Guanajuato, <https://orcid.org/0000-0002-9121-1641>, Email: evac@ugto.mx

por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) en la que se aprecia la gran divergencia entre ingresos y el costo de vivienda.

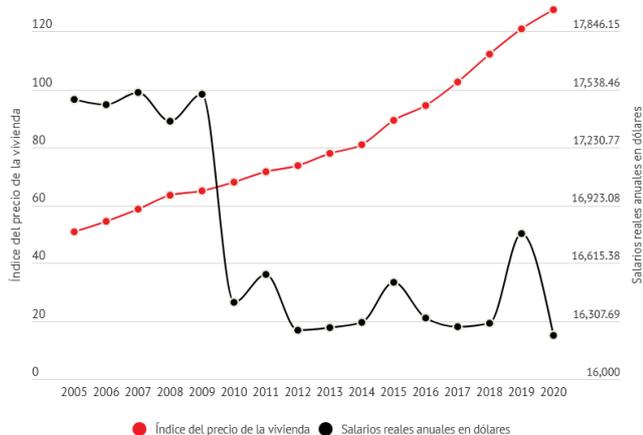


Figura 1. Comparativo salario contra índice precio de vivienda.

Fuente: Sociedad Hipotecaria Federal y Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.

El desarrollo de modelos económicos del mercado inmobiliario tradicionalmente se explica bajo estudios cuantitativos [3], el entendimiento de la estadística en este mercado parecía ajustarse a la economía y la forma en que se atendían las necesidades de las personas. Hoy día son más variables las que se suman en el análisis de adquisición de vivienda, como pueden ser la satisfacción del cliente sea cumplida, que cumpla con las normas regionales y culturales, que sea asequible, respetuoso del medio ambiente, que el diseño constructivo de alinee a las necesidades del usuario, la conservación de energía y que se encuentren dentro del desarrollo sostenible [4], empíricamente parece señalar que estos nuevos cambios apuntan a estudios de atención a motivaciones y necesidades humanas.

Por lo que de suma importancia conocer los diversos instrumentos que se generan por diversas instancias gubernamentales o privadas que ayuden a explicar el comportamiento de la compraventa de vivienda en México. Es decir, el tipo de estudios existentes, cuantitativo o cualitativo, las variables que han de utilizar para este análisis, así como la metodología empleada para el tratamiento y finalmente los resultados obtenidos. Empíricamente se sabe que los estudios en este sector son de orden cuantitativo, por lo que se busca conocer estas herramientas a profundidad y apreciar la existencia de una aproximación cualitativa en su análisis.

Este estudio exploratorio busca identificar aquellas herramientas electrónicas existentes a nivel

gubernamental que brindan información referente a las variables inmiscuidas en el proceso de adquisición de vivienda y así perfilarlas al grupo etario de interés, la generación milenial. Aun cuando los resultados expuestos son de carácter descriptivo, se espera sean la base para potencializar estudios posteriores.

## Revisión de Literatura

### LA VIVIENDA

En el contexto internacional la Organización de las Naciones Unidas convocó a sus miembros para la firma de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, como un plan de acción a favor de las personas, el planeta y la prosperidad, en conjunto con el fortalecimiento la paz universal y el acceso a la justicia. Mediante la aprobación de 17 objetivos los cuales se pretenden alcanzar en un periodo de 15 años [5].

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) son una llamada a la acción global para erradicar la pobreza y proteger el planeta, así como garantizar la paz y la prosperidad. El ODS número 11 titulado como: “Las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles”, el cual, a su vez, está conformado por 11 metas particularmente enfocadas a las ciudades y su entorno.

Como elemento esencial para alcanzar este reto, la ONU a través de su filial ONU-Habitat centra a la vivienda como eje articulador de estos objetivos, ya que tendrá una incidencia mayor de acuerdo con cómo se encuentren implicadas para favorecer sus acciones. Por lo que la vivienda incide de manera directa en 67 de las metas de los objetivos y en 38 de manera indirecta. Es decir, incide en más del 62% de las metas planteadas en diversos rubros [6].

Por otro lado, el programa de Naciones Unidas para los Asentamientos Humanos ONU-Habitat plantea seis acciones estratégicas que centran a la vivienda como eje fundamental en el desarrollo de los ODS estas estrategias son: 1. Impulsar la vivienda social intraurbana. 2. Favorecer el acceso de los grupos vulnerables a la vivienda adecuada. 3. Fomentar la vivienda social en renta. 4. Intervenir el tejido urbano deficitario. 5. Reducir el impacto ambiental de la vivienda e incrementar su resiliencia y 6. Optimizar el ciclo de vivienda.

El apego de las políticas públicas gubernamentales a estas estrategias, llevan a acciones transversales en los tres niveles de gobierno y en sus diversas instituciones

concebidas para atender la tarea de la obtención de la vivienda. Así también las Instituciones Educativas y de Investigación como el Consejo Nacional de Humanidades, Ciencias y Tecnologías (CONAHCYT) a través de los Programas Nacionales Estratégicos (PRONACES) ha incluido a la vivienda como una línea de investigación estratégica [7].

Garantizar el acceso a la vivienda para los grupos minoritarios, marginados, pueblos originarios, vulnerables y de escasos recursos está bajo la óptica de los ODS. El Desarrollo Social que el gobierno realiza ha de encaminar sus esfuerzos para atender a estos grupos. No obstante, existen grupos humanos muy específicos que tienen la posibilidad financiera de atender esta necesidad, han buscado priorizar otras necesidades antes que la vivienda. Los grupos etarios milenials no muestran interés en adquirir una casa como propiedad y tienen mayor interés por el arrendamiento [8].

## MOTIVACION Y LAS NECESIDADES HUMANAS

Cada generación humana ha afrontado sus problemáticas situacionales de manera particular ha aprendido, evolucionado y creado el conocimiento empírico para las generaciones que vienen. Las generaciones han atendido sus necesidades de diferentes maneras, esto ha constituido la base de diversas teorías que tratan de explicar el comportamiento motivacional del ser humano visto desde diferentes perspectivas, ya sea administrativo, humano, psicológico, motivacional, de igualdad, etc. Estas áreas de estudio no identifican que una teoría sea mejor que otra, cada cual ha de ajustarse más al entorno que desee explicar, y con ello una gran ventaja al crear estudios complementarios.

En el área de psicología, encontramos la teoría de las necesidades humanas de Abraham Maslow. En la que se establece que las necesidades superiores se crean cuando las inferiores han sido satisfechas [9]. Esto lo representa en su Pirámide de Jerarquías de las Necesidades Humanas, que las organiza en cinco niveles de las cuales en su parte inferior encontramos las necesidades fisiológicas o humanas, haciendo referencia a aquellas necesidades inherentes al cuerpo humano: respirar, dormir, comer, etc. y que son necesarias para mantener la homeostasis del ser; la siguiente jerarquía hace referencia a las necesidades de seguridad y protección, para satisfacerla es necesario que el ser humano se sienta seguro y protegido cumpliendo con: la seguridad física, atendiendo al aseguramiento de la integridad del cuerpo humano, la salud manteniendo el buen funcionamiento del organismo, en la seguridad financiera a través de sus ingresos, empleo y recursos, y finalmente dentro de esta categoría se identifica la

vivienda; la siguiente jerarquía que define Maslow es la filiación o necesidades sociales que incluye a lo relacionado con la naturaleza social de las personas, y nos habla de aquellas necesidades de amistad, de pareja, de grupos sociales y sobre todo de familia; a continuación esta la jerarquía de estima o necesidades de reconocimiento, que identifica el respeto, la confianza el sentimiento de pertenencia que se recibe en los círculos sociales así como la autoestima; finalmente en el cénit de la pirámide encontramos la jerarquía de autorrealización la que geoméricamente en su triangulo esta hasta arriba e indica que se han cumplido con las jerarquías anteriores traduciéndose en un máximo potencial y satisfacción plena de vida.

En resumen, las necesidades fisiológicas nacen con la persona en una primera etapa son atendidas en una medida por los padres cuidadores de las personas, tiempo después la persona en sí aprende y es capaz de satisfacerlas. El resto de las necesidades surgen a través del tiempo y su constructo dependerá de un sin número de variables. La mayoría de los seres humanos siempre tratará de llegar a la cumbre de autorrealización, y como establece Maslow en su teoría no es necesario que se cumplan en su totalidad de las necesidades humanas para llegar a ese punto, sin embargo, existen algunas que son prescindibles para continuar con la escalada, una de ellas que identifica Maslow es la vivienda como el eje en torno al cual giran la satisfacción de las necesidades básicas y punto de partida hacia el desarrollo personal.

Por otro lado, nuevamente en torno al espacio de la psicología humanista encontramos la teoría de las tres necesidades [10]. En la cual se sostiene que los seres humanos poseen tres motivaciones: las necesidades de logro, las necesidades de filiación y las necesidades de poder. En la filiación la vivienda es elemento coadyuvante para dar pertenencia a un grupo social, en donde los seres humanos se sienten aceptados y apreciados, así es que se crean desarrollos inmobiliarios que homologuen las necesidades de productos y servicios que tienen las personas. La filiación de logro en generaciones anteriores era copado en la compra de vivienda para su familia, y parece ser que cada día resulta complicado alcanzar esta filiación por lo que es suplida por otras de menor complejidad, o costo.

Por lo que, de las necesidades establecidas por Maslow en su Modelo, este trabajo se enfoca en la vivienda. La definición de vivienda tiene diversas concepciones, la propuesta de tratarse como un elemento que no es sólo un ambiente físico, sino que también es un concepto cognitivo, afectivo y social, de ahí el soporte que dan a las como básicas para el ser humano [11].

Otras teorías explican desde perspectivas diferentes como son seres humanos priorizan, atienden sus necesidades, entre los que encontramos: Teoría X y Teoría Y [12], Teoría Bifactorial [13], Teoría E.R.C. [14], Teoría de la Equidad de Stacy Adams [15], Teoría del Establecimiento de Metas [16] Incluso algunas de ellas hacen tienen como base la teoría expuesta por Maslow.

## LOS MILLENNIALS

La evolución generacional humana, permite apreciar a partir de 1900 la existencia de ocho grupos generacionales, los tres más recientes identificados como Generación Y o Milenial (1981-1996), Generación Z (1997-2012), y Generación Alpha (2013 al año presente) [17]. Cada uno de estos grupos han sido impactados por diversos hitos históricos, desde guerras, revoluciones industriales, bonanzas económicas, reconstrucción post guerras, revoluciones bélicas, así como los disruptivos avances tecnológicos. Estos últimos cambios son los que más han influenciado el comportamiento social, y que han permitido, inclusive hasta emular el control y potencia de aquella que impulsó la revolución industrial, la máquina de vapor.

Definir a este grupo etario, puede llevarnos a varias dimensiones [18][19], sin embargo, nos enfocaremos con base en sus características financieras.

Una de las particularidades que presentan este grupo etario es la denominada Dismorfia del dinero, que se define como la alteración que se tiene del dinero, con el bombardeo mediático en los sistemas de comunicación masiva, y el concepto desarrollado de forma viral a través de las redes sociales. Basta que un artista o un *influencer* conocido haga uso de algún producto o servicio, lo publique y a vuelta miles de usuarios lo verán y se creará una necesidad inmediata de tenerlo, invitando a tomar malas decisiones y a gastar dinero que no tiene, incluso haciendo uso de créditos para saciar esa ansiedad [20].

Otra característica importante a este grupo etario, y lo identifica como el espejismo de riqueza instantánea. Lo anterior es también una gran afrenta, ya que los milenials son grupos altamente manipulables a través de personajes en redes sociales obteniendo cantidades inimaginables de dinero, llevándolos a buscar dinero en juegos en línea, participar en retos, estafas piramidales, y criptoconomía no regulada [21].

Los milenials presentan un gran problema a futuro, ya que, con las adecuaciones a las leyes de pensiones, la posibilidad de tener un ingreso seguro por jubilación disminuye en virtud de que todo dependerá del ahorro que

como trabajador se realice en las cuentas para el retiro [22].

Lo anterior permite descubrir los comportamientos peculiares de los milenials, como lo es la dificultad para ahorrar y adquirir altas deudas. Según la Revista Forbes el 63% de este grupo no cuenta con un fondo de ahorro y el 68% se encuentra endeudado [23].

Se encuentra que los miembros de esta generación se han convertido en nómadas digitales, potencializado por la emergencia sanitaria del 2019 en donde encontraron un mecanismo de libertad, atender sus necesidades personales, laborar, obtener un ingreso en ocasiones no fijo ni constante [24].

Otro perfil que con el cual se identifica la Generación Y se encuentra en el grupo de economía compartida [25], en la cual se comparten los gastos de viaje, servicios y de hospedaje. El pago de la renta de manera individual desaparece y se comparten espacios dentro del inmueble, que permita sufragar los gastos de este servicio.

Los milenials están absorbidos por el uso de las innovaciones tecnológicas financieras al hacer uso de empresas *fintech*, que les permite ahorrar tiempo al evitarse las filas y realizar sus transacciones desde el lugar donde se encuentren, un beneficio adicional al reducir las comisiones bancarias que suelen cobrar las instituciones bancarias, [26].

En el contexto laboral el estudio de Tendencias Globales de Talento [27], en uno de sus apartados analiza a las generaciones *Baby Boomer*, Generación X así como la generación Y, de nuestro interés, con la pregunta ¿por qué los empleados se incorporan a su compañía? Era posible realizar la selección de 11 opciones. Teniendo en común con la mayoría de los votos fue estabilidad en el trabajo, para las 10 opciones restantes, cada generación puntuó de manera muy diversa estas motivaciones.

Los requerimientos de los espacios habitacionales son muy particulares en la generación milenial [28] afines a la tecnología, adoptan a la domótica en el hogar, seleccionan la flexibilidad de mobiliario, viviendas saludables con el uso de materiales constructivos sustentables y no tóxicos, que sean confortables con el uso de sistemas pasivos y lo principal que les permita reducir el gasto de alquiler y mantenimiento de la vivienda a fin de poder ahorrar dinero que ayude en la estabilidad financiera. Se aprecia también una gran diferencia entre los requerimientos de estas generaciones a como se han venido tradicionalmente las casas.

Se puede concluir que las generacionales milenials, presentarán perfiles particulares de acuerdo con la zona geográfica, cultura, educación y en conjunto de manera muy significativa la forma en que atienden sus necesidades. Incluso las cohortes de inicio de esta generación (gran influencia de la generación X) serán muy diferentes a los intermedios y a los del término de esta (influencia de la generación Z o centennials). Por lo que es de suma relevancia encontrar su perfil de comportamiento, y para el caso en particular del estudio que se pretende desarrollar, en la adquisición de vivienda.

## Metodología

El objetivo de este trabajo es una aproximación a las herramientas gubernamentales que se desarrollan para el análisis en el otorgamiento y adquisición de la vivienda dentro de la república mexicana, que nos permitan entender el comportamiento en la adquisición de vivienda por parte grupo generacional milennial. Por lo que se analizará el contexto nacional desde un nivel exploratorio documental con haciendo un análisis de contenido en las páginas web oficiales de diversas instituciones gubernamentales del sector vivienda.

Se identifica que el Instituto Nacional de Estadística y Geografía, aporta una gran variedad de Censos y encuestas, sin embargo, aquellas que presentan relevancia para este estudio son Encuesta Nacional de Vivienda (ENVI) y el Censo de Población y Vivienda 2020.

Por su parte, la Fundación Centro de Investigación y Documentación de la Casa A.C. (CIDOC) con el apoyo de La Sociedad Hipotecaria Federal (SHF) y la participación de Secretaría de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano (SEDATU), Comisión Nacional de Vivienda (CONAVI), Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores (INFONAVIT), Fondo de la Vivienda del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (FOVISSSTE), Registro Único de la Vivienda (RUV), el Área de Estudios Económicos de BBVA México, Habitat International Coalition - America Latina (HIC – AI) así como Urbana Digital. En este documento se analiza la situación de la vivienda, así como sus perspectivas.

Lo que se busca es encontrar que tipos de resultados arrojan estos estudios, es decir si son de corte cualitativo o cuantitativo así mismo identificar las variables que tienen presencia en el proceso de adquisición de vivienda por parte de los mexicanos. Observar su comportamiento, así como los conceptos y categorías que se crean tratando de explicar un proceso normal.

Esta comprensión básica coadyuvará a entender el entorno sobre el cuál se han creado o actualizado las políticas públicas, sus mecanismos y si estas se enfocan en atención a grupos generacionales en particular marcando distinciones propias de cada segmento.

Este análisis de justifica dado que la vivienda es considerada, después de las necesidades primarias, como el espacio seguro en donde el desarrollo humano tiene cabida. Por lo que es de importante relevancia brindar cumplimiento y seguimiento puntual al ejercicio de ese derecho. Se ha mencionado que las políticas públicas dan atención a este derecho.

## Hallazgos

### INEGI

De acuerdo con su página oficial el INEGI, establece su sede en la ciudad de Aguascalientes, con la responsabilidad de generar información estadística e informática de los Estados Unidos Mexicanos. De manera autónoma capta y difunde información de la nación, en la que se incluyen la territorialidad, los recursos, la población y economía, modelando así las características propias de México logrando con ello a la toma de decisiones [29].

La información se encuentra categorizada en cuatro programas de Información: 1.- Información Demográfica y Social, 2.- Información Económica, 3.- Información Geográfica, Medio Ambiente, Ordenamiento Territorial y Urbano y 4.- Información de Gobierno, Seguridad Pública e Impartición de Justicia. Estos a su vez arrojan la información proveniente de Censos, Encuestas y Estadísticas, creando así la fotografía nacional en diversos rubros: población, transporte, seguridad, turismo, tecnología, delitos economía digital y un sinfín de estudios que permitan entender la sinergia nacional que como ya se expuso anteriormente permita la adecuada toma de decisiones.

Para este tema de estudio, se considera el Censo de Población y Vivienda, así como la Encuesta Nacional de Vivienda (ENVI). Es relevante mencionar que existen otros estudios que pueden sumar en el estudio de la vivienda, como lo son: La Cuenta Satélite de Vivienda en México, La Encuesta de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH), Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), Encuesta Nacional sobre las Finanzas en los Hogares (ENFIH), solo por mencionar algunas que en conjunto con otras variables de otros ámbitos pudieran inferir en la creación de nuevos supuestos. Mientras tanto

nos enfocaremos en la consideración planteada con anterioridad.

#### Censo Poblacional

Con una periodicidad de 10 años, el censo más reciente fue llevado a cabo del 2 al 27 de marzo del año 2020 siendo este el XIV que se lleva a cabo Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática, [30].

Mediante el censo que incluye 38 preguntas muestran las características de la vivienda, así como las características de las personas. Este tipo de censos permite a diversos sectores como los tres niveles de gobierno, a la población general, académicos, organizaciones de la sociedad civil y del sector privado, identificar a grupos específicos de la población para con ello dar atención a sus necesidades muy particulares de vivienda, educación, salud, agua, drenaje, electricidad entre otras y una mejor distribución en la aplicación de los recursos económicos en las entidades federativas y municipios. Adicional a esto, permite identificar problemáticas en particular y crear encuestas propias de cada entorno.

En el perfil de vivienda esta encuesta arrojó como resultados que en México existen casi 44 millones de viviendas de las cuales 35 millones se encuentran habitadas y cerca de 9 millones deshabitadas. También se rescata que del total 95,5% eran privadas y 4.5% se identifican por colectivas. En ellas habitan tres cuartas partes de la población en un rango de edad de 0 a 44 años.

En cuanto al perfil de las personas, se contabilizan 126 millones de personas, de las cuales 51.2% son mujeres y 48.8% son hombres. La media de la edad es 29 años. En analfabetismo ronda sobre el 4.4 millones de personas. La actividad económica nos dice resulta que en grupo de personas mayores de 12 años el 75.8% son hombres y 49% mujeres realizan alguna actividad económica, por su parte las que no son económicamente activas el 43.9% se dedican al hogar, 34.7% estudiantes, 9% jubiladas o pensionadas y el 3.6% presentan alguna limitación física o mental. La composición familiar resulta que de cada 100 personas que superan la edad de 12 años, 35.4 se encuentran casadas, 34.2 son solteras, 18.3 en unión libre y el 12.1% restante son separadas, divorciadas o viudas.

Se puede apreciar que este instrumento brinda suficientes categorías para inferir el comportamiento en la asignación de vivienda, haciendo uso de las características demográficas de los mexicanos, con una conservadora cantidad de características en el perfil de la vivienda, ya que solo se hace preguntas referentes a tipo y clase de vivienda, piso, cantidad de cuartos, cantidad de

dormitorios, acceso a servicios públicos como agua, saneamiento y electricidad; bienes, tecnologías de la información y comunicación con los que cuenta y finalmente la condición de la vivienda.

El 67% de la población se cataloga como las nuevas generaciones, siendo la generación milenial la que ocupa el 23% del total, la Z el 27% y la Alpha el 18%.

Para ese año la generación Y tenía un rango de edades de 24 a 39 años, todos siendo parte de la Población Económicamente Activa y sin lugar a duda una gran proporción inmersos en el ámbito laboral. Actualmente esa generación ronda entre los 28 a 43 años.

La generación Z se agrupaba entre los 8 y 23 años, para la fecha de realización del censo, muy pocos de ellos se encontrarían en la formalidad laboral, en su lugar se encuentran realizando actividades académicas en preparación a su futuro. Hoy día sus edades rondan entre los 12 y 27 años, la base de la fuerza laboral joven.

Finalmente, la generación Alpha, que abarca el 18% en el 2020, aunque inició en el 2013 todavía no ha concluido, siguiendo las tendencias de las últimas generaciones estaría finalizando en el 2028 con 15 años de duración, es decir dentro de 4 años. Actualmente siguen siendo niños con una amplia influencia tecnológica. De los datos obtenidos en el censo, se realiza este ejercicio y se logra clasificar la composición de los grupos generacionales, resultado que es de gran utilidad en los estudios que se desarrollarán.

El Censo Nacional de Vivienda 2020, es una poderosa herramienta para la toma de decisiones gubernamentales y privados además de que da seguimiento a los compromisos internacionales como los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

#### Encuesta Nacional de Vivienda.

Por otro lado, el INEGI provee de otras herramientas importantes como la Encuesta Nacional de Vivienda (ENVI) realizado en el 2020. La cual se plantea como objetivo primordial producir información estadística sobre las características de la vivienda en México que permita generar un panorama amplio sobre la situación de la vivienda en el país, necesidades y demanda de la población, [31]. Oficialmente no existe una periodicidad, sin embargo, previo al 2020 se realizó la primera encuesta en el 2014, por lo que se aprecia un periodo de 6 años y se esperaría que la próxima surtiera efecto a finales del 2026.

Esta encuesta suple el hueco de información que el Censo Poblacional y de Vivienda 2020 tiene respecto al apartado de vivienda, ya que da atención a requerimientos de información no considerados en ese Censo como lo son la Agenda 2030 y en particular en OSD 11, además de que suma información al Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024.

Esta encuesta comprende una temática de 9 secciones a saber:

I. Residentes e identificación de hogares, II. Características sociodemográficas, III. Características ocupacionales, IIIa. Demanda y necesidades de vivienda, IV. Características de la vivienda principal, V. Gastos en la vivienda durante 2019 y 2020, VI. Satisfacción de la vivienda y el entorno, VII. Segunda vivienda y VIII. Gastos en la segunda vivienda durante 2020.

La información se obtiene mediante un cuestionario electrónico a 55,147 viviendas particulares con una cobertura nacional y que para este ejercicio arroja los siguientes resultados:

Del 35.3 millones de casas, 92.4% de ellas son de algún material de construcción, 97.7% tiene algún recubrimiento en su piso, 97.6% cuenta con sanitario, 89.2% con cuarto para cocinar, 78.4% Tiene techo de losa, 76.9% cuenta con agua entubada dentro de la vivienda; el 41.3% de las casas tienen de 56 a 100m<sup>2</sup> de construcción y el 30.2% en una superficie de 91 a 160m<sup>2</sup>; la mayoría de las viviendas tienen una edad entre 11 a 20 años es decir el 28.7%; la mayor problemática recae en humedad y filtraciones de agua con un 44.2% con una mayor incidencia en el sureste mexicano.

Un apartado importante y da gran aporte al estudio que se realiza indica que el 57% de las casas son propias/pagadas. Sin embargo, no quiere decir que el encuestado sea el propietario, por ejemplo, el 16% es rentada, 14% prestada, 11% pagándose y el 2% en otra situación. El universo de este estudio abarca la encuesta etiquetada como rentada, presta que suman el 25% de la población. Por otro lado, el motivo principal de porque rentan quedó en que no tiene crédito a crédito/recurso, con un 51% a nivel nacional, le siguen el 22% por dificultad a mudarse, casi el 10% considera que el costo de la renta es menor que el pago mensual de la hipoteca; 5.4% no le interesa comprar, 3.3 atiende a otras necesidades personales y un 8% por otros motivos. Entonces 5.8 millones de viviendas son rentadas y solo el 54% de ellas cuentan con un contrato de renta vigente.

Hablando de las viviendas propias habitadas suman 23.9 millones 17.4 millones cuentan con escrituras; 56.9% de

ellos son hombres y 41.5% mujeres; 59.4% se encuentran en localidades rurales y el 77.4% en localidades urbanas; de ese gran total, 57.3% la construyó, 20.8% compró nueva, 14.6% compró usada; en cuanto a la fuente de financiamiento 65.4% con recursos propios, 18% Infonavit, 9.1% instituciones de financiera privada, 4.6% prestamos familiares, 2.8% subsidios federales, estatales o municipales, 2.7% FOVISSSTE y finalmente un 1.8% a otra institución pública.

Los gastos de vivienda, que en este estudio no hacen referencia al menaje, se tradujo en casi 94 mil millones de pesos, para atender 5.2 millones de viviendas principalmente para realizar una reparación menor o mantenimiento con el 12.3%, construcción con un 4.1%, remodelación con un 3%, ampliación 2.1% y finalmente el 1.9% para renovación, rehabilitación, reforzamiento estructural.

En cuanto a la calidad de la vivienda, más de la mitad de los encuestados se encuentran muy satisfechos con la ventilación natural, la iluminación natural y la protección contra lluvia, frío, calor o viento; menos de la mitad están muy satisfechos con la calidad del piso, calidad de muros y techos, así como pintura, recubrimientos y otros acabados.

Se identifica que el 58.8% de este tipo de vivienda requiere arreglos y remodelación, y el 58.1% construcción o ampliación de espacios, la suma mayor al 100% se debe a que se reporta la atención a más de una necesidad y que recae en ambos rubros. Por lo que el 100% de ellas requieren algún tipo de intervención.

Retomando el universo de las viviendas, es decir los 35.5 millones de casas requieren de adaptaciones para atender las necesidades de personas con capacidades diferentes, encontramos que poner pasamanos, poner rampas, adecuar baños y ampliar puertas, entre todas suman el 45%.

En cuanto a las distancias, y para el mismo universo, se diferencian el tipo de localidad como rural y urbano y se mide la satisfacción que existe entre la ubicación de los inmuebles y ciertos tipos de servicios. Por lo que, en el entorno urbano se encuentran muy satisfechos hacia centros escolares, mercados o centros comerciales, sus centros de trabajo, centros de salud, parques o espacios deportivos y centros de recreación o instalaciones culturales. Por su parte en el entorno rural se pinta muy diferente, muy satisfechos hacia centros escolares, nada satisfechos hacia mercados o centros comerciales, muy satisfechos hacia los centros de trabajo, muy satisfechos a los centros de salud, nada satisfechos hacia parques o

espacios deportivos, así como a centros de recreación o instalaciones culturales.

Finalmente se puede rescatar las necesidades poblacionales, en donde existen 7.6 millones de hogares con necesidad de vivienda, y que en total se requieren 8.1 millones de viviendas. La inconsistencia radica en que 1 hogar puede requerir más viviendas, se puede pensar en temas de hacinamiento. De este universo en particular 59.4% se piensa solventar con la construcción, el 37.9% comprando nueva o usada y solo el 7.7% para rentar. Consideran como principales fuentes de financiamiento, el préstamo informal o recursos propios con el 56.8% Infonavit con el 37.8% e instituciones privadas con el 12.2%. Las entidades que tienen un alto grado de requerimiento son Guerrero, Tlaxcala, Tabasco, Chiapas, Baja California Sur y Ciudad de México.

Como se aprecia esta herramienta complementa la información que provee el censo, incluso el diseño cualitativo en algunos de los reactivos ayuda a profundizar en los resultados obtenidos, que se traducen en mejor toma de decisiones por parte de los grupos de interés.

#### ESTADO ACTUAL DE LA VIVIENDA EN MEXICO (EAVM)

La Sociedad Hipotecaria Federal, desarrolló desde el 2004 un documento denominado Estado Actual de la Vivienda en México, preparado por la Fundación CIDOC (Centro de Investigación y Desarrollo de la Casa). A definición del propio organismo esta herramienta es una publicación anual que ofrece un panorama amplio y claro de las políticas públicas, nuevos programas y tendencias en el sector vivienda en México además que identifica los retos que definen el ámbito público y privado, [32].

En este documento, se detalla el análisis de indicadores macroeconómicos que inciden en el mercado de la vivienda. Análisis de la demanda y oferta de las casas a nivel nacional del periodo que se reporte y sus proyecciones al siguiente periodo. Muestra los resultados de los instrumentos de medición, nacional y por zonas. También explica las políticas de vivienda y su aplicación, el inventario de inmuebles por entidades, los tipos de crédito, etc. Es importante recalcar que no se encontró evidencia de que en su análisis consideraran a los organismos estatales, como en nuestro caso podría estar el Instituto de Seguridad Social del Estado de Guanajuato (ISSEG). Básicamente evalúan el comportamiento de FOVISSSTE, INFONAVIT y la BANCA. Este documento enmarca en general tres tipos de crédito: Adquisición, reparación y autoconstrucción.

La composición de este documento es muy basta ya que considera indicadores macroeconómicos del año de elaboración y el cierre de cifras del año anterior para el INFONAVIT, FOVISSSTE, SHF y el CONAVI. La siguiente sección continua con datos Demanda y Oferta de vivienda, con un análisis muy profundo sobre el rezago habitacional, la demanda de financiamiento para el siguiente periodo de emisión del documento, la oferta de vivienda en el RUV y se cierra la sección con la situación actual de los desarrolladores en México. El tercer apartado nos habla de los instrumentos de medición con un índice de precios de vivienda en México, con la de cobertura es de 113 índices: nacional, vivienda nueva y usada, casa sola, casa en condominio y departamento publicado de forma conjunta, económica – social, media – residencial, 5 zonas metropolitanas, 32 entidades federativas y 69 municipios. Se incluye el análisis de las tres zonas metropolitanas más importantes del país, Toluca, Guadalajara y Monterrey. También nos habla del microfinanciamiento por género en la SHF.

El siguiente apartado nos habla de las políticas públicas que enmarcan a la vivienda. Aquí inciden el Plan Nacional de Desarrollo, los aspectos encaminados a la vivienda adecuada planteados por la ONU, también aborda temas recientes en torno de las políticas públicas como es la postdigitalización de trámites e información post pandemia y citando textualmente “Observaciones y propuestas sobre temas estratégicos para el fortalecimiento y operación de la Producción Social de la Vivienda y el Hábitat” En esta sección también aparece una variable que nutre de manera importante a este trabajo en desarrollo, se hace referencia a la asequibilidad de la vivienda y las barreras a las cuales se enfrenta. Nuevamente una virtud que según la ONU deben de poseer las viviendas.

Se continúa con La Perspectiva de Financiamiento con una agenda estratégica para el siguiente periodo, así como las acciones en torno al financiamiento que implementarán el INFONAVIT y el FOVISSSTE.

Concluyen los apartados con los mapas de referencia a al inventario de viviendas en ciertas regiones de la república mexicana.

Para realizar el análisis de esta herramienta se seleccionó la edición del 2021, Sociedad Hipotecaria Federal (2022) en virtud de que, posiblemente por la pandemia COVID 19, el documento del 2020 no aparece completo, es decir, muchas de sus secciones no están disponibles.

Se observa que los dos brazos que analiza este estudio FOVISSSTE, el cual, para el estado de Guanajuato

declara 12,275, de los cuales se tienen 5,712 crédito activos y se abrieron 1,460 más. Por su parte en el INFONAVIT se otorgaron para la entidad 26,400 créditos. En ese mismo documento se estima que para el 2022, la banca otorgara 4,677 créditos, FOVISSSTE 836, Infonavit 10,618, otros 2 créditos. En este apartado y de acuerdo con el informe 2023 del INFONAVIT, se encontró que realmente se otorgaron 19,000 créditos, es decir casi un 100% más de lo estimado.

Un aspecto importante para considerar es la asequibilidad de la vivienda y para ello utilizaremos al EAVM del 2021 para Guanajuato [33], del cual se desprende que para ese periodo el costo promedio de vivienda básica en el estado de Guanajuato era de 456,000. vivienda media 622,000 y el alta sin ser de lujo 1,093,381.

Utilizando la fórmula de asequibilidad de la figura 2, se indica que la relación entre el precio de la vivienda y el ingreso mensual debe ser menor o igual al límite de asequibilidad. Este límite es el resultado del producto entre la división del ingreso dedicado al pago de la hipoteca  $\alpha$ , el enganche como proporción del precio de la vivienda  $\beta$ , la tasa de interés del mercado  $i_\alpha$  y el plazo del crédito  $N$ .

$$\frac{\text{Precio de vivienda}}{\text{Ingreso anual}} \leq LA = \left( \frac{\alpha}{1-\beta} \right) * \left( \frac{1 - (1 + i_\alpha)^{-N}}{i_\alpha} \right)$$

Figura No. 2 Límite de asequibilidad

Se aprecia en la Tabla 1, para el primer caso, el salario anual debe ser de \$136,350; por lo que debe percibir \$11,362.50 y después del pago de la hipoteca quedan \$7,953.50 pesos para otros gastos.

En el segundo el ingreso se sitúa sobre los \$186,000 anuales, su pago mensual de \$15,500. y queda libre \$10,850 para otros gastos, finalmente para la casa nivel alto, se deberá tener un ingreso anual de \$327,100 su nómina mensual de \$27,258 quedando cerca de 19 mil para otros gastos.

Además, esta tasa muestra la dificultad que se tiene para adquirir vivienda. Pero sobre todo lo que resta para la subsistencia mensual de la familia, en ese tenor en el estado de Guanajuato solo el 15.2% de la población se encuentra en condiciones de adquirir sin que afecte la vida familiar.

Tabla 1 Asequibilidad de vivienda en Guanajuato para el 2021.

Tipo de Vivienda	Costo vivienda	Salario Anual	Percepción Mensual	Pago Hipoteca	Saldo Final
Interés Social	\$456,000.00	\$136,350.00	\$11,362.50	\$ 3,429.00	\$7,933.50
Media	\$622,00.00	\$186,000.00	\$15,500.00	\$ 4,650.00	\$10,850.00
Lujo	\$1,931,381.00	\$327,000.00	\$27,258.33	\$ 8,177,80	\$19,080.53

Nota: Elaboración propia con información de EAVM 2022

Otro dato relevante que se observa en la tabla 2 es el comparativo que hace SHF con datos de INEGI, donde se observa claramente que el porcentaje de viviendas asequibles en el periodo de tiempo de 2012 a 2020 disminuye. Entre menor sea el valor, menos será la posibilidad de adquirir el bien.

Tabla 2 Porcentaje de viviendas asequibles.

Año	Porcentaje
2012	47.1%
2014	50.8%
2015	50.2%
2016	50.1%
2018	42.5%
2019	36.8%
2020	33.9%

Nota: Elaboración propia con información del EAVM 2021

La Tabla 3 muestra el comportamiento del valor de vivienda promedio desde el 2021, al 2020 arroja que, en un periodo de 9 años, el valor del inmueble se ha incrementado en un 135%.

Tabla 3. Precio promedio de vivienda 2012 a 2021

Año	Costo
2012	\$582,741.00
2014	\$681,741.00
2015	\$747,373.00
2016	\$809,594.00
2018	\$987,217.00
2019	\$1,093,644.00
2020	\$1,200,909.00
2021	\$1,372,101.00

Nota: Fuente elaboración propia con información del EAVM2021

Por otro lado, se tienen las tasas impositoras como se aprecia en la Tabla 4, que tampoco abonan mucho a la decisión de adquirir un crédito. Si bien es cierto que se tiene un beneficio fiscal en las declaraciones anuales, tanto el comprador como el vendedor suelen estar sujetos a estas tasas. En la siguiente tabla se aprecian los montos de acuerdo con la transacción realizada. Se considera que es poco motivante tener esas tasas, por lo menos en el primer crédito.

Tabla 4 Costos impositivos y notariales en la adquisición de vivienda

Rango	Limite Inferior	Limite Superior	Cuota Fija	Factor de Aplicación sobre excedente de limite inferior
A	\$ 0.12	\$ 116,882.36	\$ 283.37	0.01499
B	\$ 116,882.37	\$ 187,011.72	\$ 1,700.00	0.03084
C	\$ 187,011.73	\$ 280,517.31	\$ 9,510.05	0.04031
D	\$ 280,517.32	\$ 563,034.76	\$ 6,663.08	0.04702
E	\$ 561,034.77	\$ 1,402,588.87	\$ 97,698.63	0.05225
F	\$ 1,402,588.88	\$ 2,805,173.77	\$ 554,474.48	0.05707
G	\$ 2,805,173.78	\$ 5,403,917.00	\$ 921,433.99	0.06191
H	\$ 5,403,917.91	\$ 14,072,703.54	\$ 256,022.96	0.06438
I	\$ 14,072,703.55	\$ 25,952,053.76	\$ 722,923.77	0.06493
J	\$ 25,952,053.77	\$ 51,904,107.48	\$ 1,368,328.86	0.06552
K	\$ 553,904,107.49	En adelante	\$ 2,790,760.94	0.07118

Nota: Elaboración propia con información de Gaceta oficial CDMX 2024

Esta herramienta se muestra como una gran opción para obtener un análisis cualitativo de las características de los compradores, y definitivamente marca en rumbo para el desarrollo de las políticas públicas y en su caso de las estrategias comerciales.

Dado que aquí inciden los grandes organismos gubernamentales para el otorgamiento de créditos, considero que es el punto idóneo para la obtención de información cualitativa, que se traduzca en estudios mixtos para la obtención de más y mejores resultados para atender las necesidades de la ciudadanía.

### Conclusiones

Existen en México herramientas suficientes para un análisis completo estadístico en el otorgamiento de vivienda. Por un lado, el INEGI con el Censo de Población y Vivienda otorga información muy clara sobre el perfil demográfico de las personas, sin embargo, en el perfil de la vivienda a pesar de proveer buena información sería interesante que aportara más en ese rubro. La complicación radica al momento de realizar una encuesta exageradamente larga, es entendible. Esto no implica que los reactivos que la comprenden ayuden a profundizar el estudio, y así entender estadísticamente lo que sucede en particular con los milenials.

La Encuesta Nacional de Vivienda, se aprecia como el anexo para explicar el comportamiento del perfil de vivienda que se saborea anémico en el Censo de Población y vivienda, la cantidad de información que provee abona de manera significativa a entender la adquisición de la vivienda con muchas más variables, Abarca aspectos cualitativos, de sostenibilidad y responsabilidad social, así como proyecciones a los requerimientos y necesidades. Sin lugar a duda esta encuesta se encuentra alineada a los ODS en particular para dar seguimiento al Objetivo 11.

Un hallazgo importante y sencillo hace mención en el Censo de Población y vivienda, se identifican 9 millones de casas abandonadas, y los requerimientos de vivienda según la Encuesta Nacional de Vivienda es de 8,1 millones. Con esto podemos formular las siguientes hipótesis, ¿Es necesaria la construcción de nuevas casas? ¿Es posible habilitar las casas que están en abandono? ¿Qué políticas públicas se tienen que crear o modernizar en cumplimiento al otorgamiento de vivienda?

De la información recabada de la ENVI, se pueden crear una gran cantidad de preguntas. ¿Es necesaria la construcción de vivienda de interés social? ¿La construcción de casa de interés social, son dignas? ¿Por qué no hay interés en comprar casas? ¿Es solo un sector de la sociedad por ejemplo los milenials? ¿Lo deseos de realizar una inversión en la persona, es representativa para la generación milenial? ¿Cómo los aspectos de vivienda abonan al cumplimiento de las necesidades de los seres humanos? ¿Con los datos recabados de satisfacción de distancia-tiempo entre vivienda y servicios se da cumplimiento al ODS 11?

Finalmente, con la EAVM, la información es muy basta, que abarca una gran cantidad de aristas en diferentes dimensiones, sin embargo, se resalta el límite de asequibilidad que algebraicamente analiza las variables esenciales para el otorgamiento de vivienda, los ingresos, el costo, el interés, el periodo, el enganche. Este cálculo es el mejor indicador de lo que sucede en la adquisición de vivienda. La última edición es EAVM del 2022 emitida el 14 de noviembre del 2023, por lo que la expectativa para recabar nueva información es muy alta.

Realizando la exploración se encontraron herramientas adicionales que proveen información de la vivienda en México, una de ellas es el Sistema de Información del Infonavit (SII) [34], por su parte la SEDATU, ofrece el Sistema Nacional de Información e Indicadores de Vivienda (SNIV) [35], por su parte el Banco de México pone a disposición el Reporte de Indicadores Básicos de Créditos a la Vivienda (RIB), [36]. Incluso el propio INFONAVIT prepara un Reporte Anual de Vivienda, la cual ha venido realizando desde el 2019.

El inventario de herramientas es basto, sin embargo, parecen ajustarse a las generaciones anteriores a los milenial, en las que la administración científica centrada en números no concuerda con las nuevas generaciones en las que también hay implicaciones que van más allá de los dígitos y ahora dan importancia a las letras.

Este tipo de análisis cualitativos intentan explicar el comportamiento en la adquisición de vivienda por parte de

los milenials. En Estados Unidos de Norteamérica, existe un estudio mercadológico que se titula “Millennials and Housing Homeownership Demographic Research” el cual bajo una serie de una variedad de fuentes cualitativas y cuantitativas ofrecen un estudio profundo en la adquisición de vivienda por parte de los Millennials, [37].

El “2024 Gen Z and Millennial Survey Living and working with purpose in a transforming world” ayuda a entender el comportamiento de estas generaciones, analizando aspectos como el análisis de las perspectivas sociales y económicas, sus propósitos, sustentabilidad ambiental, IA en el trabajo, patrones de trabajo y salud mental. Se aprecia un profundo análisis cualitativo, que se remontan a la satisfacer las necesidades y motivaciones de los seres vivos [38].

Crear nuevos instrumentos que permitan entender las necesidades de los jóvenes mexicanos en el complejo proceso de adquirir su vivienda, y tener una medición exacta y actualizada en el contexto inmobiliario permitirá la creación, adecuación o actualización de las políticas públicas ese es el paso por seguir.

## Referencias

- [1] Constitución Política de los Estados Unidos. 5 de febrero 1917.
- [2] Ley de Vivienda de México (2006) Publicado Diario Oficial de la Federación 27 de junio 2006.
- [3] Smith L., Rosen K. and Fallis G. “Recent Developments in Economic Models of Housing Markets” Source:Journal of Economic Literature , Mar., 1988, Vol. 26, No. 1 (Mar., 1988), pp. 29-64 Published by: American Economic Association. Stable URL: <https://www.jstor.org/stable/2726608>
- [4] Faraji A, Meydani Haji Agha T, Homayoon Arya S, Ghasemi E, Rahnamayiezekavat P. Hybrid Study of Quantitative–Qualitative Analysis to Recognize the Most Cost-Effectiveness Criteria to Develop Affordable Mass Housing. *Buildings*. 2024; 14(4):1057. <https://doi.org/10.3390/buildings14041057>
- [5] Naciones Unidas (2018), La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: una oportunidad para América Latina y el Caribe (LC/G. 2681-P/Rev.
- [6] ONU-Habitat. (2018). Vivienda y ODS en México. ONU.
- [7] PRONACES (2024) Objetivos PRONACES Vivienda, recuperado en el día 1 de junio 2024 de <https://conahcyt.mx/pronaces/pronaces-vivienda/objetivos/>
- [8] Escobar S, (2023). Panorama de vivienda de la generación millennial: Siete de cada 10 personas buscan un hogar...rentado, Recuperado 4 abril 2024 de, <https://www.economista.com.mx/econohabitat/Panorama-de-vivienda-de-la-generacion-millennial-Siete-de-cada-10-personas-buscan-un-hogar...rentado-20230619-0022.html>
- [9] Maslow A. (1991). Motivación y Personalidad Ediciones Díaz de Santos 1991.
- [10] McClelland, D. C. (1961). *The Achieving Society*. Princeton, Nueva Jersey: Van Nostrand.
- [11] Pérez-López, R. (2011). La vivienda como símbolo de identidad personal y social. Un estudio sobre la personalización de los dormitorios como facilitadora de inferencias. (Tesis Doctoral). Universidad de Castilla-La Mancha.
- [12] McGregor, Douglas. (2007). *El lado humano de las empresas: aplique la teoría “y” para lograr un manejo eficiente de su equipo*. México: McGraw Hill
- [13] Herzberg, F., Mausner, B., & Snyderman, B. (1959). *The motivation to work* (2nd ed.). John Wiley.
- [14] Alderfer, C. (1969). An Empirical Test of a New Theory of Human Needs; *Organizational Behaviour and Human Performance*.
- [15] Adams, J. S. (1963). Towards an understanding of inequity. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 67(5), 422–436. <https://doi.org/10.1037/h0040968>
- [16] Locke, E. A. (1968). Toward a theory of task motivation and incentives. *Organizational Behavior & Human Performance*, 3(2), 157–189. [https://doi.org/10.1016/0030-5073\(68\)90004-4](https://doi.org/10.1016/0030-5073(68)90004-4)
- [17] Colombo, D (2023) Explorando las generaciones humanas: ¿A cuál perteneces? Un viaje a través del Siglo XX hasta el presente. Recuperado 8 abril 2024, de <https://es.linkedin.com/pulse/explorando-las-generaciones-humanas-cu%C3%A1l-perteneces-un-daniel-colombo-moroc>
- [18] TEDx Talks, (2020). El futuro es millennial | Ana Sarmiento | TEDxAvAcueducto Recuperado el 6 abril de 2024 de, <https://www.youtube.com/watch?v=hJo6eTIDAG4>
- [19] TEDx Talks. (2022) Otra forma de acceso a la vivienda | Carlos Alcoba | TEDxBarcelona. Recuperado 6 abril 2024 de <https://www.youtube.com/watch?v=ehCTuONtU8>
- [20] El Financiero (2024) ¿Qué es la ‘dismorfia del dinero’, el trastorno que se ‘ensaña’ con los millennials y gen z? (2024). Recuperado 4 abril 2024 de, <https://www.elfinanciero.com.mx/mis-finanzas/2024/03/10/que-es-la-dismorfia-del-dinero-el-trastorno-que-se-ensana-con-los-millennials-y-gen-z/>
- [21] Almada, S (2024) La Generación Z y el espejismo de la riqueza instantánea: cuáles son los peligros de los atajos financieros en las redes, Recuperado 5 abril 2024 de, <https://www.infobae.com/salud/2024/04/12/la-generacion-z-y-el-espejismo-de-la-riqueza-instantanea-cuales-son-los-peligros-de-los-atajos-financieros-en-las-redes/>
- [22] Juárez, C. (2024) El difícil panorama para los Millennials: sin pensión y sin posibilidad de comprar una casa, recuperado 4 abril 2024, de <https://lasillarota.com/dinero/2024/1/2/el-dificil-panorama-para-los-millennials-sin-pension-sin-posibilidad-de-comprar-una-casa-461751.html>
- [23] Forbes Staff (2020). Millennials, la generación endeudada y sin vivienda en México Recuperado 3 junio 2024 de <https://www.forbes.com.mx/noticias-millennials-generacion-endeudada-y-sin-vivienda-en-mexico/>
- [24] Ylari, T. (2024). Cada vez más millennials adoptan el “nomadismo digital” como estilo de trabajo Recuperado el 2 de junio 2024 de: <https://www.innovaciondigital360.com/iot/cada-vez-mas-millennials-adoptan-el-nomadismo-digital-como-estilo-de-trabajo/>

- [25] Idoeta, P. (2021). Millennials: qué salió mal con la generación que pasó de ser ambiciosa a ser infeliz Recuperado 3 junio 2024 de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-57999304>
- [26] Martínez Mendoza, E., Briano Turrent, G. del C., Castañón Nieto, E., & Sánchez Macías, A.. (2021). El uso de las Fintech por la Generación Millenial en México. *PODIUM*, (39), 155–172. <https://doi.org/10.31095/podium.2021.39.10>
- [27] Merce (2019), “Tendencias Globales de Talento 2019, La conectividad de la era Humana” Recopilado de <https://info.mercer.com/rs/521-DEV-513/images/tendencias-globales-de-talento-2019.pdf>
- [28] Aguilera Moyano, D., Mite Pezo, J., & Calero Proaño, L. (2018). Análisis sobre las necesidades de los “millennials” en espacios habitacionales. Retos de la arquitectura contemporánea. *Espirales Revista Multidisciplinaria De investigación*, 2(22). <https://doi.org/10.31876/re.v2i22.383>
- [29] INEGI (2024). “¿Quiénes somos?” Recuperado de: [https://www.inegi.org.mx/inegi/quienes\\_somos.html](https://www.inegi.org.mx/inegi/quienes_somos.html).
- [30] INEGI (2020). “Censo de Población y vivienda México 2020” Recuperado de: <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/>
- [31] INEGI (2020a). “Encuesta Nacional de Vivienda 2020” Recuperado de: <https://www.inegi.org.mx/programas/envi/2020/>
- [32] Sociedad Hipotecaria Federal (2023). Estado Actual de la Vivienda en México EAVM 2022
- [33] Sociedad Hipotecaria Federal (2022). Estado Actual de la Vivienda en México EAVM 2021. Recuperado de: [https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/758080/EAVM\\_2021.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/758080/EAVM_2021.pdf)
- [34] Infonavit (2024). Reportes Estadísticos y documentos de investigación. Recuperado de: [https://portalmx.infonavit.org.mx/wps/portal/infonavit\\_agenda\\_investigacion/investigacion\\_analisis/reportes\\_estadisticos/](https://portalmx.infonavit.org.mx/wps/portal/infonavit_agenda_investigacion/investigacion_analisis/reportes_estadisticos/)
- [35] Sedatu (2024). Sistema Nacional de Información e Indicadores de Vivienda. Recuperado de: <https://sniiv.sedatu.gob.mx/>
- [36] BANXICO (2024). RIB Créditos a la vivienda. Recuperado de <https://www.banxico.org.mx/publicaciones-y-prensa/rib-creditos-a-la-vivienda/rib-creditos-vivienda--tasas-.html>
- [37] Freddie Mac Single Family (2021) “Millennials and Housing Homeownership Demographic Research” Recuperado de: [https://sf.freddie.mac.com/docs/pdf/fact-sheet/millennial-playbook\\_millennials-and-housing.pdf](https://sf.freddie.mac.com/docs/pdf/fact-sheet/millennial-playbook_millennials-and-housing.pdf)
- [38] Deloitte (2024). “2024 Gen Z and Millennial Survey Living and working with purpose in a transforming world” Recuperado de: <https://www.deloitte.com/content/dam/assets-shared/docs/campaigns/2024/deloitte-2024-genz-millennial-survey.pdf>