

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

Estudios con Reconocimiento de Validez Oficial por Decreto Presidencial Del 3 de abril de 1981



LA VERDAD
NOS HARÁ LIBRES

**UNIVERSIDAD
IBEROAMERICANA**

CIUDAD DE MÉXICO ®

“INVESTIGACIÓN DE MERCADO EN EL SECTOR DE BIENES RAICES PARA EL LANZAMIENTO EN MÉXICO DE PERSONAL APPORTION DWELLINGS® DE DESIGN THINK THANK”

ESTUDIO DE CASO

Que para obtener el grado de

MAESTRO EN MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD

P r e s e n t a

Olivia Arellano Medina

Directora: Dra. Celia Fabiola Vásquez García

Lectores: Dra. Aline Moreno Rios

Dr. Ozziel Nájera Espinosa

Ciudad de México, 2020

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer a mis padres por ser promotores de cada uno de mis sueños y ejemplo de perseverancia y disciplina. A mis hermanos y amigos por ser un pilar de apoyo y acompañamiento; su confianza me inspira a continuar creciendo académica, personal y profesionalmente.

Asimismo quiero extender mi agradecimiento a mi asesora la Doctora Fabiola Vásquez por su disposición y guía durante la realización de este proyecto. De igual forma, agradezco el apoyo de la Doctora Alin Moreno, Coordinadora de la Maestría, quien a través de la coordinación se estableció el contacto con Luis Uribe, líder del proyecto Personal Apportion Dwellings®; gracias a todos pude concluir uno de los retos más importantes de la maestría.

ÍNDICE

MÓDULO I SITUACIÓN

INTRODUCCIÓN	6
ANTECEDENTES	8
¿Quiénes son los Millennials?	8
Economía de los Millennials en México.....	9
El mercado inmobiliario desde la perspectiva millennial	10
Tipo de viviendas y compra de los millennials mexicanos	11
Resolución de compra del bien inmueble en los millennials	12
Características que buscan los millennials en la compra de su vivienda.....	12
PANORAMA DEL SECTOR	14
Economía colaborativa	14
Bases y surgimiento de la economía colaborativa	15
Co-housing o vivienda colaborativa	15
Criptomoneda	16
Criptomonedas en México.....	18
PANORAMA DE LA EMPRESA	20
Design Think Tank - Personal Apportions Dwellings	20
HECHOS	21
Competencia	22
IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	24
Objetivo general	24

MÓDULO II PROBLEMATIZACIÓN

CASO DE ESTUDIO	24
Objetivos específicos	24
ANÁLISIS ESTRATÉGICO	25
Planteamiento general de la investigación.....	25
Componentes específicos de la investigación	25
Pregunta general de la investigación.....	25
Hipótesis de la investigación	25
Modelo gráfico, variables y tipo de impacto	26
METODOLOGÍA	27
Causal	27
Transversal.....	27
No experimental	27
JUSTIFICACIÓN	28

MÓDULO III ANÁLISIS

HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS	31
Atributos y/o características de la población objetivo	31
Estrategia para recopilar la información	31
Tipo de muestreo que se aplica al estudio	31
Prueba piloto	31
Aplicación	32
EVALUACIÓN ESTRATÉGICA	33
Análisis de los resultados	33
Ajustes en las Hipótesis de la investigación derivado de los resultados de la prueba piloto	40
Ajuste al modelo gráfico con variables y tipo de impacto	40
Prueba final	41
Aplicación	42
Análisis de los resultados	43
Pruebas de modelo integral.....	45
Modelo gráfico final	46
HALLAZGOS	46
Disposición de uso de criptomoneda	46
Opciones de pago de servicios de <i>co-living</i>	47
Conocimiento de uso de criptomoneda	47
Variedad en el financiamiento	47
Disposición hacia el modelo de vivienda compartida	48
Características físicas de la vivienda	48
Oferta de servicios	48
INSTRUMENTO CUALITATIVO	50
Perfil de los expertos entrevistados	51
Resultados del análisis de las entrevistas a profundidad	51
Análisis de las entrevistas a profundidad a expertos	58
Variedad en el financiamiento	58
Disposición al modelo de vivienda compartida.....	58
Oferta de servicios.....	58
Opciones de pago en servicios <i>co-living</i>	59
Características físicas de la vivienda	59
Ubicación del bien inmueble.....	60
Intención de compra de la vivienda	60
Conocimiento y disposición de uso de criptomoneda	61
COVID-19 en el sector inmobiliario	62
RESOLUCIÓN DEL CASO	64
Recomendaciones	64
FUTUROS PASOS	66
CONCLUSIONES	67

BIBLIOGRAFÍA

FUENTES DE CONSULTA.....	69
---------------------------------	-----------

ANEXOS

Anexo 1: Antecedentes	75
Anexo 2: Resultados prueba piloto - correlaciones	76
Anexo 3: Resultados prueba final	87
Anexo 4: Instrumento de medición cuantitativo	97
Anexo 5: Instrumento de medición cualitativo	101

INTRODUCCIÓN

La estructura que presenta este trabajo es la siguiente: en primer lugar, se realiza una revisión de la literatura de cómo son las formas de vivienda, delimitando Housing y Co-living, analizando cada una de las dimensiones más frecuentemente utilizadas en esta línea de investigación. Adicionalmente, cómo se desempeña y las actitudes que diferencian a nuestro mercado meta: los Millennials en la Ciudad de México.

En segundo lugar, se describe la metodología utilizada para la medición cualitativa, a través de un instrumento (encuesta) perfeccionado por una prueba piloto, la cual fue aplicada en primer lugar a una muestra de 55 personas de los cuales 30 fueron efectivas, se contestó del 21 al 24 de marzo de 2020, de manera digital a través de la plataforma Survey Monkey. La muestra, además estuvo basada en el target del proyecto para el que se desarrolló; hombres y mujeres que pertenecen a la generación millennial, que poseían estudios universitarios y que estuvieran interesados en la adquisición de un bien inmueble para habitar.

En tercer lugar y como resultado de las modificaciones realizadas al instrumento a raíz del análisis de la prueba piloto, del 26 de marzo al 25 de abril, se implementó el instrumento final cuyo tamaño de la muestra fue de 382 personas de las cuales 220 fueron válidas.

Posteriormente, se presentan los resultados de la prueba final que se analizan bajo pruebas de correlación, pruebas de confiabilidad, pruebas de modelo integral; ellas en su conjunto sustentan el modelo propuesto y validan la presente investigación, comprobando todas las hipótesis planteadas.

Adicionalmente como parte de un trabajo integral y pretendiendo tener vigencia con la coyuntura, se buscó complementar con información relevante de las posibles afectaciones por la situación global de COVID-19, surgida en el primer semestre de 2020. Por tal motivo, se presenta el desarrollo e implementación un instrumento cualitativo de recopilación de información, bajo la técnica de entrevista a profundidad, la cual abordó a 3 expertos en el tema inmobiliario en México.

Se muestra el proceso del análisis a partir del diseño de una tabla comparativa que integra las opiniones y valorizaciones de los expertos, a partir de la cual se enlistan los temas que componen la batería de preguntas, con una descripción de las ideas convergentes y los contrastes de estas opiniones.

Consecuente a esto y con base en los resultados e insights de la investigación se brindan las recomendaciones pertinentes y consecuentes de los hallazgos obtenidos para una buena implementación del modelo *Personal Apportion Dwellings*®. Como los hallazgos más relevantes se destacan la implementación de la criptomoneda en la Ciudad de México y que la generación millennial en este país está mucho más enfocada en la renta de inmuebles mientras que aquellos que prefieren su compra son los inversionistas.

Finalmente, se comentan las conclusiones más importantes del trabajo y se plantean futuras líneas de investigación para complementar su aplicación en diversos mercados donde pretenda incursionar el proyecto.

ANTECEDENTES

En México, poseer una vivienda es considerado uno de los activos más importantes dentro del patrimonio familiar y para muchos representa una inversión que ayuda a hacer buen uso de los recursos generados durante los años en los que las personas son económicamente activas.

Sin embargo, la generación económicamente activa con mayor población en el mundo, los millennials, han tenido comportamientos específicos con respecto de la vivienda, producto de diferentes factores como: la economía, las tendencias, situaciones económicas, gustos personales, etc.

¿Quiénes son los Millennials?

De acuerdo con los especialistas en estudios generacionales, William Strauss y Neil Howe, cada generación puede ser ubicada en un tiempo específico de acuerdo con su rango de edad. Las personas que comparten dentro de ese rango de tiempo, viven ciertos sucesos en común que afectan su vida y dan forma al grupo; construyendo perspectivas más o menos homogéneas en cuanto a: educación, matrimonio, maternidad, carrera, vivienda, entre otros (Strauss, 1991).

El día de hoy, los millennials, o *generación Y*, constituyen al grupo generacional más influyente y grande, con más de 2,000 millones de personas que pertenecen a ella en el mundo (Gapper, 2018), lo que impacta directamente en la situación macroeconómica (Kurz, 2018). Los estudios ubican en este grupo a los individuos nacidos entre 1980 y 1995 (Van Dellen, 2019), es decir que al día de hoy están entre los 25 y 40 años de edad.

Entre las principales características de esta generación están que, como individuos, son confiados, expresivos, liberales, optimistas y abiertos al cambio (Timmerman, 2015). La compañía de investigación Resource Interactive (2006), añade que los millennials están conectados perpetuamente, son multitarea y productivos, buscan la inmediatez y control, son autoexpresivos pero asimilativo, y optimistas y con derecho propio (Puwaliski, 2011).

Si hay acontecimientos que han marcado a esta generación, sin duda son: el desarrollo tecnológico acelerado y la presencia constante de las crisis a nivel global; “la tecnología y los problemas sociales están formando a la generación millennial” (Arnett, 2004).

Por un lado, el desarrollo de internet y los avances tecnológicos que esto ha traído, los ha mantenido conectados entre sí, creando redes sociales digitales que les permite encontrar afinidades con personas que no conocen en la vida real; manteniéndose al tanto de las tendencias e incorporándolas a su estilo de vida en la inmensa cantidad de información que pueden consumir a través de la internet y los dispositivos de los que dispone, que prácticamente se han vuelto en extensiones de su cuerpo (Timmerman, 2015).

Economía de los Millennials en México

Las crisis financieras mundiales que se han presentado en las últimas décadas, han jugado un papel importante en la toma de decisiones importantes en la vida de esta generación; quienes actualmente están luchando por encontrar trabajo y buscando una estabilidad económica que les permita alcanzar sus objetivos futuros (Timmerman, 2015), mismos que también han sido moldeados a las necesidades del panorama mundial actual.

Cabe señalar que en México, más del 32% de la población son consideradas como millennials. En 2019, la población total de México fue estimada en más de 125,9 millones de habitantes (Pasquali, 2019). Lo cual representa, en la población millennial 40.29 millones de habitantes.

Al respecto, una investigación realizada por la consultora Deloitte en México (2019), reveló que el 78% de las personas pertenecientes a esta generación trabaja menos de 30 horas a la semana, el 7% tiene un trabajo temporal, el 4% dedica la totalidad de su tiempo a estudios y el 10% no tienen ingresos por trabajo ni estudian.

Esta información puede resultar alarmante, si se contrasta con los datos obtenidos en el mismo estudio, donde se declara que el 59% cuentan con un título universitario seguido del 20% de ellos los cuales se encuentran todavía estudiando para obtener un título universitario o tienen un nivel técnico (Deloitte, 2019).

Con respecto a sus ingresos, información del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), arroja que el 51% de estos jóvenes que trabajan ganan hasta tres salarios mínimos al mes, lo que equivale a 7 mil 952 pesos mexicanos, y solamente el 4% de ellos percibe más de cinco salarios mínimos mensuales. Sin embargo, también declaran preferir un trabajo que les proporcione “salario emocional”, aunque no tenga grandes retribuciones (Milenio, 2019).

Los puestos desempeñados por estos millennials pueden ser de varios tipos de cargos. El 17% de ellos se encuentra en un nivel junior o básico. El 32% en un nivel medio ejecutivo, el 18% como ejecutivos seniors, el 25% es jefe de departamento o división y el restante 7%, la minoría, cuenta con un nivel de gerencia senior (Deloitte, 2019).

Dentro de los ideales de esta generación para medir el éxito se encuentran 5 ambiciones (Deloitte, 2019):

- Emprender
- Conocer el mundo
- Hacer un impacto positivo en la sociedad
- Comprar una casa (aunque como una meta probable, más no alcanzable)
- Obtener un buen salario.

El mercado inmobiliario desde la perspectiva millennial

Como se ha planteado anteriormente, la situación laboral y salarial de la generación en cuestión, ha hecho que adquirir una vivienda sea un objetivo que se vislumbra difícil de conseguir, en tanto no se obtenga mayor remuneración, lo que se relaciona directamente con sus preferencias por empleos que les garanticen felicidad antes que dinero; lo cual complica la ecuación.

Por otro lado, el tema de la posesión es otro factor que se interpone entre la adquisición de un inmueble para los millennials; de acuerdo con el diario mexicano Milenio (2019), el 54% de esta población prefiere gastar su dinero en experiencias antes que en bienes materiales.

De acuerdo con un consejero del Instituto de Administradores de Inmuebles, si se trata de un bien inmueble, los millennials mexicanos sí quieren comprar, pero se enfrentan a dos cuestiones difíciles de resolver para ellos: primero, el costo de la tierra y de los inmuebles es alto y, por otro lado, no hay hipotecas lo suficientemente adecuados a la realidad económica de este grupo (Economista, 2019).

Actualmente, el plazo de los préstamos hipotecarios es más largo, los espacios exigen un contrato mínimo de tiempo con un enganche que no va de acuerdo con sus presupuestos, son poco flexibles para los jóvenes que trabajan por su cuenta sin contrato laboral, con necesidades a desplazarse de lugar de residencia eventualmente (Ross, 2015).

Ante esta situación, la alternativa ha sido la renta de inmuebles. De esta generación, el 48% alquila actualmente en el mercado inmobiliario (Timmerman, 2015), pero el precio de arrendamiento, al ser muy alto, ha normalizado la figura del *roomie* (compañero de casa sin algún lazo familiar), ya que ofrece el beneficio de un menor costo por la renta de un espacio para vivir. (iCasas, 2020).

Uno de los factores primordiales que los millennials han considerado para poder elegir un lugar para vivir y que ha aumentado el costo en las rentas de vivienda es: que ésta se encuentre en una zona urbana, ya que a menudo brinda a los adultos jóvenes más oportunidades para cambiar de trabajo, conocer amigos y posibles cónyuges, disfrutar del entretenimiento fuera de sus hogares, vivir sin un automóvil y viajar a otras partes del país (Pendall, 2012). En México, las zonas geográficas con mayor preferencia para vivir, entre los pertenecientes a esta generación son: Ciudad de México, Estado de México, Jalisco, Veracruz y Puebla (Ruv, 2018).

Sin importar la condición de posesión o renta de un inmueble, los millennials, buscan un hogar donde satisfarán sus necesidades y se establecerá una conexión emocional significativa (Timmerman, 2015).

Tipo de viviendas y compra de los millennials mexicanos

La tendencia en la compra de casas por parte de la generación millennial va en aumento, ya que, de acuerdo con un sondeo realizado por el portal inmobiliario Propiedades.com a las personas pertenecientes a dicha generación y que entran al portal, se muestra que 55.37% busca comprar una vivienda. Para el análisis, el portal indicó que se revisaron las búsquedas de jóvenes de entre 18 y 34 años, realizadas en el sitio en lo que va del año y cuáles son las ciudades con más demanda (Economista, 2019). Las tendencias respecto a las características varían. El estudio que el portal realizó destaca que las ciudades de Monterrey, Querétaro y Zapopan son las más buscadas por los millennials. A éstas le siguen Mérida, Tijuana y la alcaldía Benito Juárez en la Ciudad de México (Economista, 2019).

La distribución por municipios en México con más altos volúmenes de compra es de acuerdo con RUV (2018) es la siguiente:

1. Quintana Roo - Benito Juárez
2. Nuevo León - García
3. Nuevo León - Juárez
4. Guanajuato - León

5. Jalisco - El Salto
6. Aguascalientes - Aguascalientes
7. CDMX - Zumpango
8. Baja California - Tijuana
9. Sinaloa - Culiacán
10. Jalisco - Tlajomulco de zuñiga

(Ver Anexo 1, tabla 1)

Resolución de compra del bien inmueble en los millennials

En México para este segmento de la población se ha hecho más sencillo pedir un crédito hipotecario con el Infonavit, Fovissste o a través de alguna institución financiera (Excélsior, 2018). La oferta de vivienda de interés social, creció en el país y estos jóvenes no tienen problema en adaptarse a vivir en espacios pequeños, buscando más bien que sean sustentables. Infonavit es el principal proveedor de estos préstamos, pues de los 61 mil 752 créditos que otorgó en el primer bimestre de este año, casi 32 se enfocaron a esta generación (Excélsior, 2018). En 2017, el 28 por ciento de las 533 mil 865 hipotecas que concedió fueron también para ellos (Excelsior, 2018). Asimismo, del total de préstamos el 51.5 por ciento se destinó a vivienda popular con valor entre 269 mil y 421 mil pesos (Excélsior, 2018).

Características que buscan los millennials en la compra de su vivienda

Entre las prioridades que más valoran los millennials al comprar un bien inmueble es que sea un espacio tipo departamento el cual debe tener una excelente ubicación con respecto a su trabajo y a los lugares donde se estará desplazando constantemente para hacer su vida (City Max Real State, 2017). En una urbe como Ciudad de México el tema del transporte es un factor importante; aún cuando tengan vehículos, tener cerca una estación del metro es muy valorado (City Max Real State, 2017). A esta generación no le importa sacrificar algunos metros cuadrado si tienen al alcance de sus manos muchas ideas para ahorrar espacio (City Max Real State, 2017).

Dentro de esta generación hay muchos que viven solos y encuentran compañía en los animales (City Max Real State, 2017). Por lo tanto los desarrollos inmobiliarios que cuentan con jardines y espacios abiertos llaman la atención de personas con mascotas o que les gustan las actividades al aire libre (City Max Real State, 2017). Tener servicio de lavandería también es muy valorado. A veces, por el espacio o mientras pagan el crédito hipotecario, es complicado tener lavadora y secadora en el departamento (City

Max Real State, 2017). Por lo tanto, tener dónde lavar y secar la ropa sin salir del edificio les hará la vida más sencilla. (City Max Real State, 2017).

Las decoraciones atractivas y sofisticadas llaman la atención a esta generación. También lo hacen las áreas comunes que den la oportunidad de socializar con los vecinos. Se pueden incluir espacios colectivos como oficinas comunes donde se puedan instalar los millennials que trabajan desde casa (City Max Real State, 2017). Algunos aspectos en las que se fijan los millennials al escoger un departamento es si se encuentran en una comunidad cerrada (City Max Real State, 2017). Un desarrollo vertical y horizontal en el que solo tengan acceso propietario o inquilinos les hará sentir más seguros. El impacto que ha tenido esto en el mercado de bienes raíces es que ha aumentado la demanda de viviendas unipersonales (City Max Real State, 2017). Es decir, departamentos que habitará una sola persona. Estos pueden ser departamentos con una o dos habitaciones o aparta-estudios (City Max Real State, 2017).

Los millennials prefieren viviendas tipo MMH (*Missing Middle Housing*), es decir aquellos tipos de viviendas de baja y media altura que están cerca de las comodidades y servicios (Ojah Maharaj, 2018). Esta generación da por hecho que quiere un tipo de vivienda en vecindarios urbanos transitables, pero con falta de oferta (Ojah Maharaj, 2018). Resultará más atractivo tener los objetivos del tipo de vivienda *Missing Middle* (MMH) hacia esta generación al tener asegurado la asequibilidad, la capacidad de caminar y las conexiones sociales mejoradas dependientes de la ubicación para aprovechamiento de la infraestructura (Mich, 2017). Están favoreciendo ciertos lugares y servicios que apoyan sus estilos de vida (Hunt, 2019).

La generación millennial busca aumentar la densidad en vecindarios transitables que se encuentren en lugares céntricos cerca del tránsito (Shaver, 2017). Está demostrado que los millennials buscan y pretenden tener diversidad, proximidad a la casa de amigos, servicios y amenidades con la finalidad de tener soluciones en lo inmediato (Fry, *et al.*, 2018). Pretenden vivir en lugares urbanos cercanos a sus empleos, centros comerciales y sociales; prefieren la flexibilidad de alquilar (Molnar, 2017).

Esta generación (millennials) está buscando valor (Sisson, 2016). Espacios pequeños, eficientes y funcionales con comodidades que se adaptan a sus estilos de vida y cuesten menos de \$1,000 dólares (Sisson, 2016). Buscan más tiempo libre para hacer lo que quieren tomando en cuenta que vivirán en una zona que se lo permita, desde la facilidad de transporte hasta la comunicación con otros (Sisson, 2016).

PANORAMA DEL SECTOR

Para entender el sector inmobiliario, es necesario comprender las principales tendencias que lo afectan directamente y que le han dado las características actuales, que básicamente se ofrecen a los millennials, quiénes son sus potenciales consumidores.

Economía colaborativa

Según Cañigueral (2017), la economía colaborativa, economía compartida o consumo colaborativo, son términos a menudo utilizados para referirse a una actividad económica y social, mediada por alguna plataforma tecnológica (digital).

Dentro de la sociedad mexicana, el término se ha adoptado y usado de manera frecuente para definir algunos de los principales modelos de negocio más famosos como Airbnb, Uber, Rappi, etc. Si se va a las raíces de este término se puede comprender por qué estos emprendimientos tienen su base en la colaboración; se trata de individuos que poseen un bien que utilizan de manera parcial (en tiempo o espacio) y lo ofrecen a personas que lo necesiten, a cambio de algo.

Esta economía está sustentada en crear espacios de encuentro, siendo la mayoría de estos digitales, donde se aglutina a individuos que colaboran para alcanzar un mismo objetivo con intereses y/o necesidades comunes para realizar intercambios de valor, a través de plataformas que permiten comprar, vender, alquilar, prestar, intercambiar, hacer trueque o regalar (Cañigueral, 2017).

Al ser un término de reciente uso, la definición precisa sobre lo que define la economía colaborativa, varía de un autor a otro, pero en general, la mayoría coincide en los valores de colaboración y confianza como fundamentales para definirla (Cañigueral, 2017).

Jeremiah Owyang (2016) define: “la economía colaborativa es un modelo económico donde la gente crea y comparte bienes, servicios, espacio y dinero con otras personas”.

Una de las principales características de este modelo tiene que ver con la mediación de las plataformas digitales; hoy en día, las interacciones a través de internet han hecho que podamos generar relaciones de confianza con extraños, a partir de su reputación online y de esta manera estar dispuestos a crear algún tipo de intercambio de bienes o servicios en el mundo real (Owyang, 2016).

Bases y surgimiento de la economía colaborativa

La economía colaborativa como concepto, nace de las crisis mundiales, sobre todo la del 2008; cuando las personas cada vez buscan mayores beneficios por su dinero (Gansky 2010). A partir de esto, y apalancada de las tecnologías digitales, se ha logrado una reducción de costos transaccionales, que han dado lugar a nuevas formas de comercialización que acerca a productores con consumidores.

El modelo trata de sacar el mayor rendimiento posible a los recursos, replanteando el consumo desde una perspectiva en el que el uso de un bien se sobrepone a la propiedad (Gansky 2010). Es decir, en este modelo se paga por usar productos y servicios, y no por poseerlos. Existen cinco circunstancias que en gran medida han propiciado estos cambios socioeconómicos a nivel mundial: la economía, la antropología, el medio ambiente, la demografía y la tecnología (Gansky 2010).

En conclusión, la economía colaborativa es un modelo que tiene como esencia el compartir; de ahí han surgido diferentes entornos con la misma esencia como: *coworking*, *co-living*, *co-housing*, etc. Todos estos entornos buscan en común generar un impacto positivo para la sociedad, como negocio o proyecto. Al día de hoy, es una tendencia que va en aumento y que está transformando la forma de ver el consumo y las transacciones mercantiles.

La investigación del comportamiento del consumidor colaborativo ayuda a entender la relación existente entre las creencias, actitudes, intenciones y comportamientos que accionan la conducta del individuo hacia la adquisición de un bien o servicio comercializado bajo un sistema de economía compartida y consumo colaborativo, ambos fenómenos nacidos de la era de internet (Belk, 2014).

Co-housing o vivienda colaborativa

Es importante definir el término "*co-housing*" o vivienda colaborativa, el cual consiste en un modelo de vivienda comunitaria basado en el concepto de consumo colaborativo (Domingo, 2017). Es decir, para llevar a cabo esto, un grupo de personas que tienen unos valores afines y una forma de vivir similar, deciden diseñar una casa comunitaria a su medida (Domingo, 2017).

Dicho lo anterior, el *co-housing* es un proyecto de vivienda comunitaria en la cual todos sus participantes colaboran de forma activa en el espacio que cohabitan. Es importante que los participantes desde el inicio del proyecto definan muy bien sus necesidades, ya que el diseño de la casa o de la vivienda comunitaria se basará en variables como el

ahorro energético y cuidado del entorno. La vivienda comunitaria puede ser un edificio adaptado o algún modelo de viviendas unipersonales los cuales serán adaptados por las familias o personas que los vayan a habitar.

El objetivo del *co-housing* es crear un modelo de vivienda que sea sostenible para todos los miembros. Por este motivo el bien inmueble (edificio o viviendas unipersonales) es diseñado para un uso real, dejando de lado servicios ostentosos que no serán aprovechados por sus habitantes. En este concepto de vivienda es importante crear un modelo que se rija bajo el principio de cooperación de personas entre sí y que se aproveche al máximo los servicios y recursos asignados hacia esta comunidad (Olguín, 2018). Algunas personas escogen este modelo de vivienda porque les permite obtener independencia y evitar a cierta edad ser una carga para familiares, o bien, al escoger este modelo evitan tener un estilo de vida solitario y encuentran en este modelo una vida “familiar” y de mayor calidad (Olguín, 2018).

Este modelo, ha tomado importancia en un entorno en el que los jóvenes millennials buscan una emancipación del núcleo familiar, buscando satisfacer esa necesidad de independencia, no obstante, la emancipación de los jóvenes se resuelve con el arrendamiento de un departamento o casa, la cual en su mayoría, es compartiendo departamentos.

Por otro lado, el modelo de *co-housing* responde también a la búsqueda de experiencias de los pertenecientes a esta generación, tal lo revela un estudio llamado “Can coworking work at the mall?”, que demuestra el incremento en un 25% de las áreas destinadas a este segmento de la población y cómo nuevos centros comerciales y algunos tradicionales están modificando áreas de convivencia, enfocándose en un modelo colaborativo, dando paso a una evolución de los modelos de arrendamiento y a la forma en que los propietarios estructuran sus inmuebles (Olguín, 2018).

Criptomoneda

Una cadena de bloques o *blockchain*, es un libro de registros completamente abierto y distribuido que puede registrar transacciones entre dos partes de manera eficiente, verificable y permanente en el tiempo (Zbinden, 2019). Esta cadena está diseñada de manera en que su información no pueda ser modificada ya que cada registro se encuentra almacenado en bloques que se conectan por medio de la criptografía. Cada bloque contiene información del bloque anterior, una marca de tiempo y datos de la transacción, que se conoce como “fragmento criptográfico” o *cryptographic hash* (Zbinden, 2019).

Para ser usado como libro mayor, el *blockchain* se maneja en una red P2P (*peer-to-peer*) que funcionan bajo un protocolo de comunicación entre nodos y valida los nuevos bloques que se integren a esta cadena (Zbinden, 2019). Ya que se registra la información del nuevo bloque dentro de la cadena, no se puede modificar sin alterar los bloques siguientes por lo que para hacerlo, se necesita un consenso de la mayoría de la red (Zbinden, 2019). Por diseño, los registros son considerados seguros y es un sistema distribuido de computadora lo cual lo hace un consenso descentralizado (Zbinden, 2019).

Esta tecnología cuenta con múltiples aplicaciones, sin embargo, su uso principal en la actualidad es el de funcionar como un libro de contabilidad distribuido para las criptomonedas (Berentsen, 2018).

La criptomoneda es un tipo de moneda virtual que utiliza la tecnología *blockchain* para registrar y llevar a cabo sus transacciones (Seetharaman *et al.*, 2017). Esta idea surge a partir de la necesidad de desarrollar un sistema de pago, muy similar al del pago en efectivo, que permita realizar transacciones electrónicas, pero con más ventajas de las que tiene el dinero fiduciario, es decir, el papel moneda emitido por los organismos de gobierno (Berentsen, 2018).

Se puede considerar a la criptomoneda como un medio digital de intercambio que se basa en los principios de la criptografía para permitir que se lleven a cabo transacciones económicas seguras, inmutables y descentralizadas, es decir, que no dependan o sean controladas por ninguna organización (Vejačka, 2014). El ritmo de producción y la oferta total es determinado desde un inicio por los algoritmos establecidos en los protocolos que son de conocimiento general (Vejačka, 2014).

Bitcoin es una moneda digital introducida en el 2008, diseñada bajo el pseudónimo de Satoshi Nakamoto que usa la tecnología *blockchain* a manera de libro contable para realizar transferencias de manera prácticamente anónima y segura (Reiff, 2020). En los últimos años ha tenido un gran crecimiento gracias a las transacciones que se realizan alrededor del mundo lo que hace que incremente su valor (Reiff, 2020). Una unidad puede oscilar entre los 400 o 500 dólares, aunque ha llegado hasta los 1,000. Mientras que bitcoin es la pionera en el mundo de las criptomonedas, al día de hoy existen más de dos mil tipos en circulación (Reiff, 2020). Suelen basarse en el protocolo de bitcoin con ligeras modificaciones y muchas de ellas son muy populares en nichos de inversionistas o comunidades de usuarios específicos. Algunos ejemplos (CriptoMonedasTop, 2020) de las más reconocidas y usadas son:

- Litecoin.
- Primecoin.
- Namecoin.
- Ripple.
- Dogecoin.
- Ether.
- Dash.

Actualmente, aunque el sector fintech es el líder en el uso de *blockchain*, organizaciones de otros sectores como el de telecomunicaciones, cuidado de la salud y gobiernos están expandiendo y diversificando las iniciativas de uso para esta tecnología y se puede observar un cambio de actitud frente a sus usos ya que se puede ver su maduración y potencial de uso (Deloitte, 2019).

Criptomonedas en México

México es uno de los mercados con mayor potencial para el uso y adopción de criptomonedas. De acuerdo con un estudio realizado por Statista (Ríos, 2018) dirigido a usuarios de internet en México, el 12% usa o posee criptomonedas (Pérez, 2019) (Ver Anexo 1, Tabla 2).

En los últimos 5 años, se han creado cerca del 70% de las startups fintech mexicanas. La Ciudad de México es el mayor centro para la innovación financiera, siendo la ciudad de origen de poco más de la mitad de las startups del país (53%). En seguida se encuentran Monterrey y Guadalajara, cada una como ciudad de origen del 15% y 11% de las startups, respectivamente (FinTech México, 2020).

En marzo del 2018 fue aprobada la ley para regular las instituciones de Tecnología Financiera (Pérez, 2019). Esto permite que haya mayor control y certeza dentro del sector fintech en el país, uno que está creciendo y se están dando pautas para el uso de los activos digitales, el *crowdfunding* y pagos electrónicos (Pérez, 2019). Al ser el primer país en Latinoamérica en regular la industria, se busca impulsar aún más el crecimiento de las fintech en el país (Pérez, 2019).

Esta legislación es muy importante ya que da un marco legal para el uso de los activos digitales lo cual es muy valioso para todas estas empresas que interactúan de manera constante con criptomonedas. La criptomoneda es reconocida por ley como un activo o bien digital y por lo tanto es un medio legítimo de pago y transacciones digitales, un mecanismo para el pago electrónico (Gobierno de México, 2017). Los bancos que

actualmente cuentan con una plataforma de *blockchain* interbancaria son: BanBajo, Banca Mifel, Banco Actinver, Banorte, Grupo Bursátil Mexicano y Banco Inbursa, quienes se suman a una red de 330 instituciones globales (Gobierno de México, 2017).

La Ley Fintech es regida por tres organismos: el Banco de México, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) y la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) (Gobierno de México, 2017). La desventaja de este tipo de regulación es que aunque no se prohíbe la compra y venta de activos digitales, sí restringe la captación de fondos lo que prohíbe a los *exchanges* a recibir pesos mexicanos por la compra de criptomonedas, bajo la misma línea que la normativa internacional (Condusef, 2017). Legalmente, las plataformas de comercio cripto deben de declarar ganancias en criptomoneda a la SHCP así como declarar ganancias que superen los 50 mil pesos mexicanos (Condusef, 2017). Esta medida se implementó en septiembre del 2018.

PANORAMA DE LA EMPRESA

Design Think Tank - Personal Apportions Dwellings

Design Think Tank (DTT) se fundó en 2013, Detroit Michigan, con un lema simple: “Apoyar los productos y emprendimientos del futuro” (Design Think Tank, 2020).

Su nombre se compone de 3 palabras cuyos significados dan soporte al objetivo por el cual fue creada la compañía.

- *Diseño*: Debido a la creación e implementación de enfoques innovadores para resolver problemas.
- *Piensa*: Siempre con el objetivo de presionar a pensar diferente y dejar el status quo. Tener mentes que exploran, sobresalen e intentan romper las restricciones del 10% de la biología humana.
- *Tank*: Como un laboratorio de ideas busca inventar, crear conocimiento y explorar los límites trabajando de manera interdisciplinaria para encontrar soluciones innovadoras.

Desde sus inicios, DTT ha buscado estar a la vanguardia en temas de diseño, tecnología e innovación; buscado resolver soluciones a los problemas de la sociedad y su entorno principalmente en el área de la arquitectura (Design Think Tank, 2020). Se cuestionan las formas de habitar, los procesos y la efectividad en que se construyen las casas, e incluso los métodos disponibles para la adquisición de las mismas, no sólo en México sino en el mundo (Design Think Tank, 2020).

DTT proporciona consultorias a empresas y personas físicas a través de equipos llamados Unidades TANK haciendo uso de recursos internos y externos (Design Think Tank, 2020). Cada proyecto tiene características únicas y un campo de especialización. Entre los proyectos y empresas que forman parte de Design Think Tank están:

Empresa / Proyecto	Área de especialización	Más info
Asumtek 	Tecnología Innovación Configuraciones de servidor Mantenimiento de computadora	http://www.asumtek.com/
511 Design	Construir entorno Espacios Urbanos	http://www.511design.com/

	Ambientes creativos Morada experiencial Arquitectura	
Metro Corporate & Hospitality Services 	Servicios corporativos y de hospitalidad. Mantenimiento de edificios, Orientación cultural. Soporte logístico Empresas México-USA	http://www.mch.services/
Otros proyectos en proceso de desarrollo:		
		

HECHOS

DTT busca aportar nuevas posibilidades y soluciones que ayuden a definir un futuro diferente. En ese sentido, Personal Apportion Dwellings® (PAD) surge con una nueva propuesta de *co-existir*, cuya proposición única de valor transformará el mercado y la industria de la vivienda, las hipotecas y la construcción (Ross, 2015).

No obstante, es importante recordar que el concepto de vivienda colaborativa no es nuevo. En Estados Unidos hay una infinidad de proveedores de dichos servicios. De *co-living* podemos encontrar: *coliving.com*, *The Spaces*, *Roam*, *WeLive*, *Quarters*, *Ollie*, *Common*, *Tribe*, *Outpost*, *Dwell*, *Haas*, *Outsite*; Mientras que de *co-housing* están: *Co-housing.org*, *Watership Down*, *Acequia Jardin*, *Adawehi*, *Altair EcoVillage*, *Arboretum Cohousing*, entre otros.

En México, si bien estos términos no son al cien por ciento desconocidos, la realidad es que actualmente existe una reducida oferta-demanda de estos productos y servicios.

Competencia

Se considera como competencia directa a los espacios designados para vivienda colaborativa en la Ciudad de México.

Empresa	Oferta	Ubicación	Habitaciones	Precio (MXN)	Modalidad
Tothem	Renta de habitaciones privadas	San Ángel	A (15 m ²)	\$9,375	Plan mensual
			B (17 m ²)	\$10,625	
			C (20 m ²)	\$12,500	
			D (21 m ²)	\$13,125	
			E (23 m ²)	\$14,375	
	Compra de departamentos para renta	San Ángel	Departamento	Inversión de 4 a 7 MDP	Renta mensual bajo esquema <i>co-living</i>
Livit <i>Co-living</i>	Renta de habitaciones	Cuauhtémoc Polanco Nápoles	Junior	\$7,000 - \$12,000	Membresía de 1, 6 y 12 meses
			Senior	\$9,000 - \$15,000	
			Double Senior	\$11,000	
			Máster	\$12,000 - \$14,000	
Colivers	<i>Co-living</i> : renta de habitaciones	Polanco Roma Norte Lomas de Tecamachalco Lomas de Chapultepec	Soft	\$7,000 - \$9,000	Membresía mensual
			Plus	\$7,000 - \$15,000	
			Máster	\$11,500 - \$15,000	
	Travel	N/A	N/A	N/A	Tarifa nocturna
	Business: renta de alojamiento para empresas	N/A	N/A	N/A	Membresía mensual
Covive	Renta de habitaciones privadas	Roma Norte	Cómodo (12-14 m ²)	\$10,950	Membresía mensual de 1 a 12 meses. 1-2 meses +15% del precio base 3-5 meses + 10% del precio base 6-11 +5% del
			Plus (20 m ²)	\$11,950	
			Premium	\$13,950 +\$1,000 por	

			(24 m ²)	persona en el caso de parejas	precio base
U-co Roma	Renta de cápsulas	Roma Norte	12 cápsulas individuales	\$400 - \$430	Tarifa diaria
L&L Student <i>co-living</i>	Renta de habitaciones con baño privado	Lomas Anáhuac	A & B (13-17 m ²)	\$12,500 + IVA	Plan mensual
			C & D (9-12 m ²)	\$9,500 + IVA	
<i>Co-living</i> Company	Copropiedad de vivienda en renta	Anzures	33 unidades \$11,000 renta	\$497,200 - \$2,750,000	Renta mensual bajo esquema <i>co-living</i>
		del Valle	42 unidades \$9,000 renta	\$466,916 - \$3,250,000	
		Condesa	52 unidades \$14,000 renta	\$1,064,213 - \$7,500,000	

Todos las ofertas incluyen las siguientes amenidades:

- Servicios básicos (agua, gas y luz)
- Internet
- Espacios compartidos amueblados
- Áreas comunes
- Área de lavado
- Servicio de limpieza
- Mantenimiento
- Vigilancia

Algunas diferencias significativas están en que se incluye el baño privado junto con la renta del cuarto (Tothem, Covive en la habitación Máster y L&L), servicios de limpieza dos veces por semana (Covive) y desayuno incluido (Colivers en la modalidad Travel y L&L).

Se contempla como competencia indirecta a los promotores inmobiliarios que se dedican a la compra-venta y renta de inmuebles que cuentan con un equipo de asesores para asistir en la búsqueda y proceso administrativo así como agentes inmobiliarios independientes. Coldwell Banker, Century 21, Tecnocasa y Keller-Williams.

También las plataformas de búsqueda de inmuebles como Inmuebles24, Dada Room, Compartodepa y Homie, que permiten la búsqueda de inmuebles para la compra-venta o renta e incluso permiten al usuario anunciar el espacio que tenga disponible sin necesidad de intermediarios; además de Airbnb, Selina Downtown y hoteles que ofrecen servicios similares de estadías por tiempos cortos.

IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Objetivo general

Determinar los factores que inciden en la compra-venta de inmuebles en un modelo de vivienda compartida o inmuebles en *co-living* con modelos de pago innovadores o nuevos modelos de pago como criptomoneda o criptotoken.

CASO DE ESTUDIO

Objetivos específicos

1. Describir la situación actual de la generación millennial en los aspectos social, económico y cultural, con respecto a sus hábitos de vivienda.
2. Investigar en qué consiste el modelo de vivienda compartida o *co-living* e identificar la competencia actual en el mercado mexicano.
3. Investigar cómo funciona la economía de blockchain criptomonedas en México y su aceptación o conocimiento sobre el tema del segmento meta.
4. Elaborar y aplicar un instrumento de investigación cuantitativo (encuesta) para conocer los aspectos más relevantes de los entrevistados relacionados a la compra - renta de un bien inmueble bajo el esquema de vivienda compartida/ *col-living* mediante el uso de métodos de contratación y pago digitales como blockchain criptomoneda.
5. Con base a los resultados, identificar los insights más relevantes relacionados al interés y disposición de compra o renta de vivienda bajo el esquema de vivienda compartida / *col-living* mediante el uso de métodos de contratación y pago digitales como blockchain criptomoneda.

ANÁLISIS ESTRATÉGICO

Planteamiento general de la investigación

Factores que incrementan la intención de compra de una vivienda *co-housing* / *co-living*

Componentes específicos de la investigación

- Interesados en la compra de un inmueble.
- Que cuenten con por lo menos formación universitaria
- Dirigido a la generación millennial, también conocida como gen Y (25 - 40 años)

Pregunta general de la investigación

¿Cuáles son los factores que incrementan la intención de compra de una vivienda *co-housing/co-living* por parte de millennials?

Hipótesis de la investigación

H1: La **flexibilidad en el financiamiento** influye positivamente en la **intención de compra de la vivienda**.

H2: La **variedad en el financiamiento** influyen positivamente en la **intención de compra de la vivienda**.

H3: Las **características físicas de la vivienda** influyen positivamente en la **intención de compra de la misma**.

H4: La **oferta de servicios** de influye positivamente en la **intención de compra de la vivienda**.

H5: La **conveniencia en la ubicación de la vivienda** influye positivamente en la **intención de compra de la misma**.

H6: La **disposición hacia el modelo de vivienda compartida** influyen positivamente en la **intención de compra de la vivienda**.

H7: La **disposición hacia nuevos métodos de pago dentro la comunidad** influye positivamente en la **intención de compra de la vivienda**.

H8: El **conocimiento y disposición de uso de criptomoneda** influye positivamente en la **intención de compra de la vivienda**.

Constructos totales: 9

Modelo gráfico, variables y tipo de impacto

No hay variables dependientes intermedias.

Se plantean ocho variables independientes y una dependiente final.

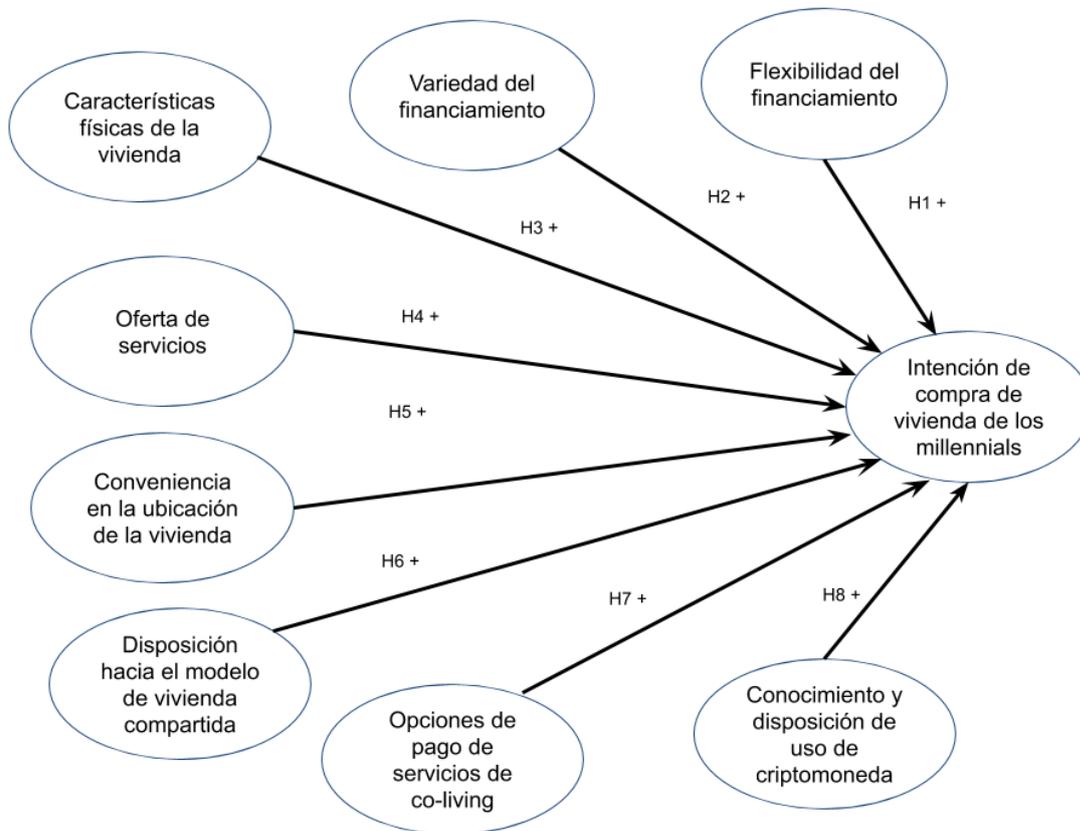


Figura 1: Modelo propuesto de investigación

METODOLOGÍA

Tipo de diseño de la investigación propuesta para el estudio

Concluyente

Se pretende evaluar y determinar los factores que influyen en la decisión de compra de inmuebles por parte de la generación millennial. Así como determinar las relaciones principales de estos factores con el análisis de datos cuantitativos, formal y estructurado.

Causal

Es de tipo causal ya que se pretende obtener relaciones de medición entre las causas (variables independientes) y el efecto (variable dependiente final), en este caso los distintos factores de decisión de compra, tipo de convivencia y disposición hacia nuevos modelos de pago y tipo de vivienda.

Transversal

Se realizará un diseño de investigación transversal simple ya que se tomará una muestra de encuestados y se recopila información de ellos una sola vez. Se hará con base en un corte en el tiempo.

No experimental

Se evaluará de esta manera puesto que es a posteriori de los métodos evaluados y consideraciones en la búsqueda de inmuebles, oferta de amenidades, modelos de pago y financiamientos. Es decir, no se manipuló ninguna variable, sino que se medirá el fenómeno una vez que los encuestados ya lo han vivido.

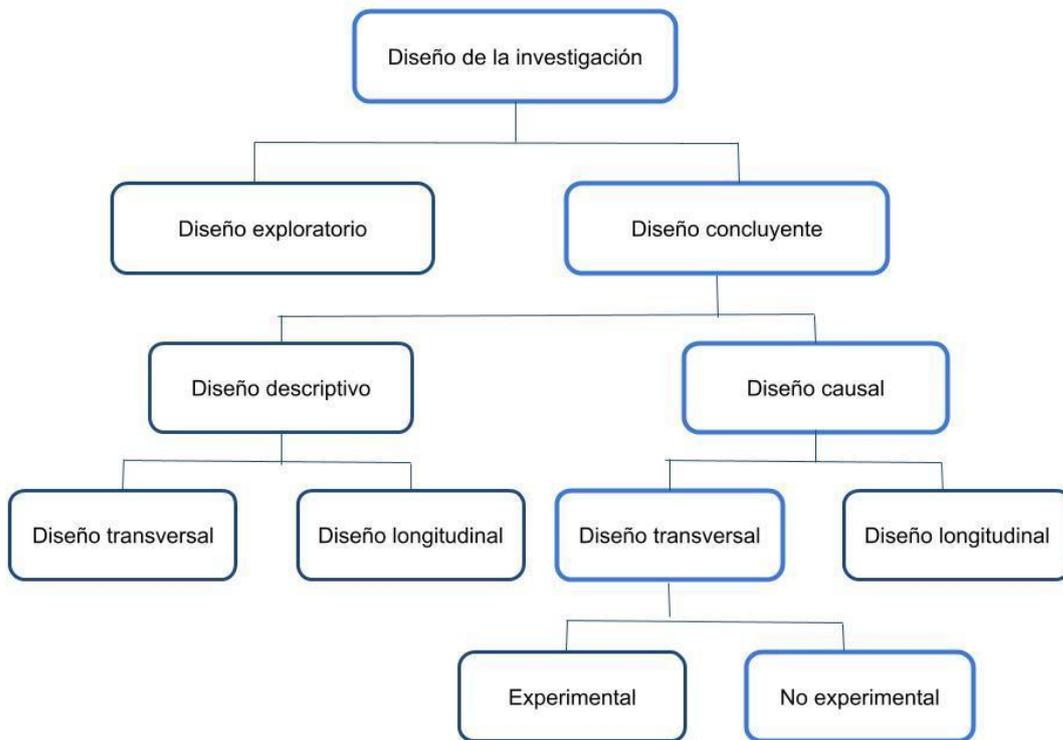


Figura 2: Esquema con la formulación del diseño de investigación seleccionado para el estudio.

JUSTIFICACIÓN

La investigación causal lidia con información cuantitativa, para generar esta data se debe de recolectar de una suma grande de miembros de la población objetivo para que se puedan realizar inferencias precisas sobre un fenómeno determinado (Hair *et al.*, 2009 p.232). Las encuestas son fundamentales para la investigación de mercado, ellas utilizan formatos de preguntas y respuestas para generar grandes cantidades de información como puede ser: nivel de conocimiento, actitudes, intereses, opiniones, comportamientos y variables de clasificación (Aaker & Day, 2989 p. 151), además permite estructurar y administrar las respuestas de los participantes a través de respuestas específicas que delimitan la variabilidad en los resultados.

El análisis cuantitativo se realiza por medio de la correlación para determinar la fuerza de asociación entre dos variables medibles. El signo (+ o -) indica la dirección de la relación y puede variar desde -1 a +1, siendo +1 un relación positiva perfecta, 0 que no existe relación y -1 indicando que existe relación inversa entre ambas variables (siendo que entre una variable se hace más grande otras se hacen más pequeñas) (Hair, *et al.*,

1998) usualmente en estadística se miden 3 tipos de correlaciones: Correlación de Pearson, Correlación de rango de Kendall y la correlación de Spearman, además la escala de Likert permite realizar estadísticos en relación a la consistencia de confiabilidad entre los variables de los constructos. Para este caso, se utilizaron diversas herramientas de análisis: la prueba de correlación de Spearman y el Alfa de Cronbach como prueba de fiabilidad de consistencia interna (Kerlinger, 1973).

La correlación de Spearman es una medida estadística para medir la asociación linear entre dos variables, donde han sido medidas con escalas ordinales. Si alguna de las variables es representada con datos ordenados en rangos las suposiciones de la escala de correlación de Spearman deben ser ordinales para que puedan ser relacionadas con otras variables (Hair *et al.*, 2009).

La fiabilidad de consistencia interna es usada para evaluar la confiabilidad de una escala en la que algunos *ítems* son sumados para obtener una clasificación general. En este tipo de escala, cada *ítem* mide algún aspecto del constructo medido a escala completa y deben ser consistentes sobre lo que indican con respecto al atributo. Esta medida de fiabilidad se enfoca en la consistencia interna de un grupo de ítems que comprenden la escala. La más prueba más usada es el coeficiente de Alfa de Cronbach (Kerlinger, 1973).

El Alfa de Cronbach mide la confiabilidad entre 0 a 1, con valores de .60 a .70 considerados lo mínimo para ser aceptados (Hair *et al.*, 2009). Un factor relevante de este coeficiente es que sus valores incrementan según el número de elementos en la escala a analizar. Este estadístico es relevante para el estudio, porque permite medir el nivel de confianza en la validez de cada uno de los constructos propuestos por el modelo y realizar así las modificaciones pertinentes, como eliminar o agregar variables observadas por constructo, con el fin de mejorar modelo (Fraser & Walberg, 1979).

El diseño factorial mide los efectos de dos o más variables independientes en diversos niveles, a través de la interacción entre las variables. Este análisis es utilizado para reducir y resumir los datos por medio de la identificación de las dimensiones que explicarán las correlaciones entre las variables. Algunos de los estadísticos utilizados son:

- Prueba de Bartlett en r . Estadístico utilizado para examinar la hipótesis de que las variables correlacionan perfectamente dentro de sí mismo ($r=1$) y no se correlacionan con las otras variables ($r=0$) (Kerlinger, 1973).

- Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Es un indicador que se utiliza para examinar si el análisis del factor es apropiado. Un valor alto (entre 0.5 y 1.0) indica que el factor a analizar es apropiado, en cambio valores menores a 0. indican que el análisis del factor no es apropiado (Kerlinger, 1973).

Tras haber determinado que el análisis factorial es una técnica adecuada para el análisis de datos se realizan distintos análisis de componentes para determinar la varianza de los datos.

Uno de los métodos más comunes para obtener una solución no ortogonal, en la cual se permite a los factores correlacionarse es el análisis de rotación Oblimin de factores, que asegura la validez de los constructos por medio del principio de discriminación y convergencia.

Al evaluar la validez del constructo, el investigador trata de contestar preguntas teóricas acerca de por qué la escala funciona y qué deducciones se pueden hacer acerca de la teoría subyacente. Requiere de teoría sólida de la naturaleza del constructo medido y cómo se relaciona con otros constructos. La validez del constructo es la validez más compleja y difícil de establecer e incluye validez de convergencia y de discriminación (Kerlinger & Pedhazuer, 1973)

La validez de convergencia es punto en el que la escala es positivamente correlacionada con otras medidas del mismo constructo. La validez de discriminación es el punto en el que una medida no correlaciona con otro constructo que supone ser diferente. Este proceso muestra la falta de correlación entre diferentes constructos (Kerlinger & Pedhazuer, 1973).

HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS

Atributos y/o características de la población objetivo

- Hombres y mujeres que pretendan comprar / rentar un inmueble.
- Hombres y mujeres que cuentan con por lo menos estudios universitarios
- Hombres y mujeres que pertenezcan a la generación millennial (25 a 40 años)

Estrategia para recopilar la información

- Se realizan encuestas cuantitativas a millennials que tengan intención de compra de un inmueble bajo una prueba piloto.
- Se evalúa el primer cuestionario y se hará la versión final.
- Se aplican encuestas a personas que tengan intención de compra de un inmueble a través de distintas redes.

Tipo de muestreo que se aplica al estudio

El tipo de muestreo será no probabilístico ya que la selección de los encuestados no obedece a una selección aleatoria. Además, es por conveniencia dado que los encuestados tenían que satisfacer un perfil el cual cumpliera con los requisitos filtro que para conveniencia de esta investigación son relevantes como: tener intención de compra de una vivienda *co-housing/co-living*, encontrarse en un rango de edad entre 25 y 40 años y contar por lo menos con estudios universitarios.

Prueba piloto

El diseño del primer instrumento de medición, encuesta se realiza con base en la definición del target y las variables latentes del modelo. Presentando la siguiente estructura:

- *Preguntas filtro.* Consta de 3 preguntas filtro nominales dicotómicas en las cuales los entrevistados deben afirmar encontrarse entre los 25 y 40 años, contar con estudios universitarios y tener interés en comprar/rentar una vivienda. Si los encuestados responden “no” a alguna de las preguntas o a todas; es considerado como un individuo no válido para la investigación, por lo que no pasa a la siguiente sección de preguntas; ya que no cumple con el perfil necesario. De contestar de manera afirmativa a todas las preguntas, forman parte del público objetivo y con una opinión relevante para el objeto de estudio.

- *Preguntas de clasificación.* La segunda sección se conforma por 10 preguntas de clasificación, de las cuales 7 son nominales dicotómicas, 2 de opción múltiple y 1 abierta de intervalo. Esta sección ayuda a clasificar a los encuestados en aspectos que son de interés para la investigación y permite realizar los análisis sociodemográficos de los encuestados.
- *Preguntas de investigación.* Por otro lado, las preguntas de investigación cuentan con 9 subsecciones correspondientes a cada variable latente que integra el modelo gráfico; todas las preguntas de investigación son de escala de intervalo Likert, balanceada y forzada de siete niveles.

Sección I. Preguntas filtro
Sección II. Preguntas de clasificación del entrevistado
Sección III. Preguntas de investigación
Características físicas de la vivienda
Conveniencia en la ubicación de la vivienda
Oferta de servicios
Disposición hacia el modelo de vivienda compartida
Flexibilidad del financiamiento para adquirir una vivienda
Variedad del financiamiento para adquirir una vivienda
Opciones de pago de servicios de coliving
Conocimiento y disposición de uso de criptomoneda
Intención de compra de una vivienda co-housing/co-living

Tabla 1: Organización del cuestionario de prueba piloto.

Aplicación

Mediante la realización de esta primera prueba se busca verificar la importancia de cada una de las variables y sus respectivos constructos para tomar la decisión de conservarlos o descartarlos de acuerdo con su efectividad e importancia para el segmento. Para ello se establece una muestra objetivo de 30 individuos.

EVALUACIÓN ESTRATÉGICA

Análisis de los resultados

Con el objetivo de mantener el mayor grado de confiabilidad de la encuesta y correlación entre los reactivos de los diferentes constructos se realizan pruebas en SPSS con los datos recopilados a través de las 30 respuestas completas y válidas de la prueba piloto. Todos estos resultados se pueden observar en el Anexo 2.

Para las correlaciones, se utiliza el método de correlación de Spearman, dando como resultado lo siguiente:

1. Variable latente: Características físicas

El constructo se compone originalmente con 9 variables observadas, cuya confiabilidad para representar la realidad, según la prueba de Alpha de Cronbach, es de 68%. (Anexo 2, Tabla 2).

Con el objetivo de incrementar tanto el nivel de confiabilidad como las correlaciones se eliminan variables observadas con valores menores a .4 o negativos (variables observadas 3, 5, 7 y 8). Los diferentes resultados de la confiabilidad al eliminar variables observadas son los siguientes:

- Sin la variable observada 3, cuyas correlaciones oscilan entre -.001 y -.3, la confiabilidad crece a un 78% (Ver Anexo 2, Tabla 3).
- Sin las variables observadas 3 y 7, donde los valores de las correlaciones de 7 oscilan entre -.002 y .2, la confiabilidad al 84% (Ver Anexo 2, Tabla 4).
- Sin las variables observadas 3, 5, 7, donde los valores de las correlaciones de 5 se encuentran entre -.001 y .2, la confiabilidad se mantiene en 84% (Ver Anexo 2, Tabla 5).
- Sin las variables observadas 3, 5, 7 y 8, donde los valores de las correlaciones de 8 están entre -.3 y .6, la confiabilidad aumenta a 86% (Ver Anexo 2, tabla 6).

De esta manera, las preguntas que mejor correlacionan para representar la variable latente “Características físicas” son 1, 2, 4, 6 y 9, que de acuerdo con la prueba de correlación de Spearman tienen valores de correlación entre sí que oscilan entre .4 y .8. con una confianza de la correlación del 99% (Ver Anexo 2, Tabla 7). Según el análisis

de confiabilidad de Alpha de Cronbach, este constructo resulta con una confiabilidad para representar la realidad del 86%.

Aunque las variables observadas 1 y 6 tienen una correlación de .3 se opta por mantenerlas, pues al descartarlas el nivel de confiabilidad del instrumento cae a 85% y 82% respectivamente (Ver Anexo 2, Tabla 8 y Tabla 9).

2. *Variable latente: Conveniencia en la ubicación de la vivienda*

El constructo de *Conveniencia en la ubicación de la vivienda* está compuesto originalmente por 8 variables observadas y tiene una confiabilidad 18% según la prueba de Alpha de Cronbach (Ver Anexo 2, Tabla 10 y Tabla 11).

Los coeficientes de correlación en esta variable son en su mayoría bajos. De acuerdo con las pruebas de correlación de Spearman, las variables observadas tienen coeficientes de correlación entre .6 y .01, con una confianza de la correlación del 99% (Ver Anexo 2, Tabla 10).

En el análisis de confiabilidad con Alfa de Cronbach, este constructo resulta con una confiabilidad para representar la realidad del 18%, siendo este un valor bajo y no aceptable para la medición del modelo (Ver Anexo 2, Tabla 11).

Con el objetivo de incrementar tanto el nivel de confiabilidad se eliminan los ítems con valores de correlación más bajos. El resultado al eliminar estas variables observadas es el siguiente:

- Sin variable observada 5, cuyos valores de correlación oscilan entre -.084 y .364, la confiabilidad baja a 13% (Ver Anexo 2, tabla 12).
- Sin variable observada 2, cuyos valores oscilan entre -.091 y .596, la confiabilidad decrece hasta 3% (Ver Anexo 2, tabla 13).
- Sin variable observada 5 y 2, el análisis de la confiabilidad arroja un resultado negativo (Ver Anexo 2, tabla 14).

Al obtener un resultado negativo; una confiabilidad de -0.13%, se comprueba que la variable latente *Conveniencia en la ubicación de la vivienda*, no es relevante en términos de investigación, dado que la ubicación conveniente de la vivienda forma parte de las características que no están sujetas a negociación por el segmento (Ver Antecedentes, “Características que buscan los millennials en la compra de su

vivienda”). Por esta razón, el constructo desaparece de las variables latentes del modelo gráfico.

3. *Variable latente: Oferta de servicios*

El constructo se compone de 8 variables observadas cuya confiabilidad de Alpha de Cronbach representaba un 76% de la realidad (Ver Anexo 2, Tabla 15 y Tabla 16).

Con el objetivo de incrementar tanto el nivel de confiabilidad como las correlaciones se eliminan las variables observadas con valores de correlación menores a .4 o negativos (variables observadas 1, 2, 4 y 7). El resultado al eliminar variables observadas es la siguiente:

- Sin la variable observada 1, cuyos valores oscilan entre -.1 y .1, la confiabilidad sube tres puntos porcentuales para alcanzar el 79% (Ver Anexo 2, Tabla 17).
- Sin las variables observadas 1 y 2, donde los valores de correlación de 2 oscilan entre -.04 y .2, la confiabilidad aumenta al 85% (Ver Anexo 2, Tabla 18).
- Sin las variables observadas 1, 2 y 7, donde los valores de 7 se encuentran en el rango de .2, la confiabilidad aumenta a 87% (Ver Anexo 2, Tabla 19).
- Sin las variables observadas 1, 2, 4 y 7, donde los valores de correlación de 4 están entre .3 y .4, la confiabilidad alcanza el 88% (Ver Anexo 2, Tabla 20).

Las preguntas que mejor correlacionan para representar la variable latente “Oferta de servicios” fueron la 3, 5, 6 y 8, que de acuerdo con la prueba de correlación de Spearman correlacionan entre sí con valores de entre .4 y .8. con una confianza de la correlación de entre 95% y 99% (Ver Anexo 2, Tabla 21). Según el análisis de confiabilidad de Alpha de Cronbach, este constructo tiene una confiabilidad para representar la realidad del 88%.

4. *Variable latente: Disposición hacia el modelo de vivienda compartida*

El constructo se compone originalmente con 4 ítems cuya confiabilidad de acuerdo con la prueba de Alpha de Cronbach representa un 50% de la realidad. Los coeficientes de correlación son en su mayoría altos y con una confianza de la correlación del 99% (Ver Anexo 2, Tabla 22 y Tabla 23).

Con el objetivo de incrementar el nivel de confiabilidad del constructo a un mínimo de 80%, válido para un estudio de mercado formal, se decide eliminar la variable con los coeficientes de correlación más bajos y con valores negativos.

- Sin la variable observada 2, cuyos valores oscilan entre $-.698$ y $-.469$, la confiabilidad alcanza el 88% (Ver Anexo 2, Tabla 24).

Las preguntas que mejor correlacionan para representar la variable latente “Disposición hacia el modelo de vivienda compartido” son la 1, 3 y 4, que de acuerdo con la correlación de Spearman tienen valores de correlación entre $.69$ y $.84$, con una confianza de la correlación del 99% (Ver Anexo 2, Tabla 25). Según el análisis de confiabilidad de Alpha de Cronbach, este constructo resultó con una confiabilidad para representar la realidad del 88%.

5. Variables latentes: Flexibilidad y Variedad de financiamiento

Los constructos relacionados al financiamiento son combinados en el análisis debido a la relación conceptual de cada uno. El número de variables observadas es de 5 y 4 respectivamente. Al realizarse la prueba de Alpha de Cronbach la confiabilidad obtenida representa la realidad en un 86% (Ver Anexo 2, Tabla 26 y Tabla 27).

Aunque el nivel de confiabilidad ya es alto, existen variables observadas cuyas correlaciones son negativas o inferiores a $.4$ (variables observadas 1, 2, 3 y 4). Es por ello que se decide descartarlos. El resultado al eliminar dichas variables observadas es el siguiente:

- Sin la variable observada 2 del constructo “Flexibilidad de financiamiento”, cuyos valores de correlación oscilan entre $-.04$ y $.3$, la confiabilidad crece a 87% (Ver Anexo 2, Tabla 28).
- Sin las variables observadas 2 y 4 del constructo “Flexibilidad de financiamiento”, donde los valores de 4 oscilan entre $-.008$ y $.2$, la confiabilidad alcanza el 89% (Ver Anexo 2, Tabla 29).
- Sin las variables observadas 1, 2 y 4 del constructo “Flexibilidad del financiamiento”, donde los valores de 1 están entre $.1$ y $.4$, la confiabilidad crece hasta el 91% (Ver Anexo 2, Tabla 30).
- Sin variables observadas 1, 2, 3 y 4 del constructo “Flexibilidad del financiamiento”, donde los valores de 3 están entre $.1$ y $.4$, la confiabilidad llega a 94% (Ver Anexo 2, Tabla 31).

Las preguntas que mejor correlacionan para representar las variables latentes “Flexibilidad y Variedad de financiamiento” son: la 5 del constructo “Flexibilidad del financiamiento” y la 1, 2, 3 y 4 del constructo “Variedad del financiamiento”, que de

acuerdo con la correlación de Spearman correlacionan entre sí con valores de entre .4 y .8. con una confianza de correlación del 99%. Según el análisis de confiabilidad de Alpha de Cronbach, este constructo resultó con una confiabilidad del 94% (Ver Anexo 2, Tabla 31).

Con base en estos resultados, se decide que para la elaboración del instrumento de medición final se elimina la variable de latente “Flexibilidad de financiamiento”, unificando solamente la variable observada 5 de este al constructo “Variedad de financiamiento” (Ver Anexo 2, Tabla 32).

6. *Variable latente: Opciones de pago de servicios de co-living*

El constructo se compone de 7 ítems cuya confiabilidad de acuerdo con la prueba Alpha de Cronbach, arroja un resultado del 55% (Ver Anexo 2, Tabla 33 y Tabla 34)

Con el objetivo de incrementar tanto el nivel de confiabilidad como las correlaciones se eliminan variables observadas con valores de correlación menores a .4 o negativos (variables observadas 1,2,5 y 7). El resultado al eliminar variables observadas es el siguiente:

- Sin la variable observada 7, cuyos valores oscilan entre .135 y -.363, la confiabilidad baja a 52% (Ver Anexo 2, Tabla 35).
- Sin las variables observadas 5 y 7, donde los valores de 5 oscilan entre -.024 y .478, la confiabilidad baja a 42% (Ver Anexo 2, Tabla 36).
- Sin las variables observadas 2, 5 y 7, donde los valores de 2 están entre -.024 y .529, la confiabilidad baja a 16% (Ver Anexo 2, Tabla 37).
- Sin las variables observadas 1, 2, 5 y 7, donde los valores de correlación de 1 se encuentran en negativos con coeficientes entre -.584 y .183, la confiabilidad sube hasta alcanzar el 87% (Ver Anexo 2, Tabla 38).

Las preguntas que mejor correlacionan para representar la variable latente “*Opciones de pago de servicios de co-living*” son la 3, 4 y 6, que de acuerdo con la correlación de Spearman, se correlacionan entre sí con valores de entre .54 y .69. con una confianza de correlación del 99% todas ellas. Según el análisis de confiabilidad de Alpha de Cronbach, este constructo resultó con una confiabilidad para representar la realidad del 87% (Ver Anexo 2, Tabla 38).

7. *Variable latente: Conocimiento y disposición de uso de criptomoneda*

El constructo se compone originalmente con 9 variables observadas cuya confiabilidad según la prueba Alpha de Cronbach, representa un 83% de la realidad (Ver Anexo 2, Tabla 40 y Tabla 41).

Aunque el nivel de confiabilidad ya es alto, existen variables observadas cuyas correlaciones son negativas o inferiores a .4 (variables observadas 2, 6 y 7). Es por ello que se decide descartarlos. El resultado al eliminar dichas variables observadas es el siguiente:

- Sin variables observadas 2, 6 y 7, cuyos valores oscilan entre -.009 y .9, la confiabilidad alcanza el 89% (Ver Anexo 2, Tabla 42).

A pesar de que la confiabilidad crece de 83% a 89%, los coeficientes de correlación en el análisis integral de las variables observadas indican una polarización de valores entre ellas. Las variables observadas del 1 al 5 correlacionan alto entre ellas y bajo con las demás, de igual manera las variables observadas de la 6 a la 9 correlacionan alto entre ellas y bajo con las primeras.

Resultado de lo anterior se procede a hacer un análisis de estas variables por separado, definiendo que serán tratadas como 2 constructos diferentes: “Disposición al uso de criptomonedas” y “Conocimiento de la criptomoneda”.

Disposición al uso de criptomonedas

Con la finalidad de obtener el mayor grado de confiabilidad y eliminar los coeficientes de correlación más bajos, se elimina la variable 2 de este nuevo constructo (Ver Anexo 2, Tabla 45).

- Sin la variable observada 2, cuyos valores de correlación oscilan entre -.009 y .10, la confiabilidad según el análisis de Alpha de Cronbach alcanza el 91% (Ver Anexo 2, Tabla 44).

De esta manera el constructo “Disposición al uso de criptomoneda” queda construido por las variables observadas 1, 3, 4 y 5 todas con una confianza de correlación del 99%, y una confiabilidad de constructo del 91% según la prueba Alpha de Cronbach. (Ver Anexo 2, Tabla 44 y Tabla 45).

Conocimiento de la criptomoneda

Con la finalidad de obtener el mayor grado de confiabilidad y eliminar los coeficientes de correlación más bajos, se elimina la variable observada 8 de este nuevo constructo (Ver Anexo 2, Tabla 48).

- Sin la variable observada 8, cuyos valores de oscilan entre .1 y .4, la confiabilidad alcanza el 92% (Ver Anexo 2, Tabla 47).

De esta manera el constructo “Conocimiento de la criptomoneda” queda construido por las variables observadas 6, 7 y 9 todas con una confianza de correlación del 99%, y una confiabilidad de constructo del 92%, según la prueba Alpha de Cronbach (Ver Anexo 2, Tabla 47 y Tabla 48).

8. Variable latente: Intención de compra

El constructo se compone de 8 variables observadas cuya confiabilidad de acuerdo con Alpha de Cronbach, representaba un 67% de la realidad (Ver Anexo 2, Tabla 49 y Tabla 50).

Para incrementar el nivel de confiabilidad, al menos al 80%, mínimo indispensable en la investigación de mercados, se eliminan las variables observadas con valores menores a .4 o negativos (variables observadas 1, 2, 3 y 6). El resultado al eliminar variables observadas es el siguiente:

- Sin la variable observada 1, cuyos valores oscilan entre -.09 y .22, la confiabilidad baja a 66% (Ver Anexo 2, Tabla 51).
- Sin las variables observadas 1 y 2, donde los valores de 2 se encuentran entre -.623 y .039, la confiabilidad sube a 75% (Ver Anexo 2, Tabla 52).
- Sin las variables observadas 1, 2 y 3, donde los valores de 3 están entre -.021 y -.623, la confiabilidad aumenta a 81% (Ver Anexo 2, Tabla 53).
- Sin las variables observadas 1, 2, 3 y 6, donde los valores de correlación de 6 están entre -.044 y .4, la confiabilidad alcanza el 87% (Ver Anexo 2, Tabla 54).

Las preguntas que mejor correlacionan para representar la variable latente “Intención de compra” fueron la 4, 5, 7 y 8, que de acuerdo con la correlación de Spearman correlacionan entre sí con valores de entre .4 y .9., con una confianza de correlaciones entre 95% y el 99% (Ver Anexo 2, Tabla 55). Según el análisis de confiabilidad de Alpha de Cronbach, este constructo resulta con una confiabilidad para representar la realidad del 87%.

Ajustes en las Hipótesis de la investigación derivado de los resultados de la prueba piloto

Con base en las modificaciones resultado del análisis de la prueba piloto, las hipótesis se reajustan de la siguiente manera:

H1: La **variedad en el financiamiento** influye positivamente en la **intención de compra de la vivienda**.

H2: Las **características físicas de la vivienda** influyen positivamente en la **intención de compra de esta**.

H3: La **oferta de servicios** influye positivamente en la **intención de compra de la vivienda**.

H4: La **disposición hacia el modelo de vivienda compartida** influye positivamente en la **intención de compra de esta**.

H5: Las **opciones de pago de servicios de *co-living*** influyen positivamente en la **intención de compra de la vivienda**.

H6: La **disposición de uso de criptomoneda** influye positivamente en la **intención de compra de la vivienda**.

H7: El **conocimiento de uso de criptomoneda** influye positivamente en la **intención de compra de la vivienda**.

Constructos totales: 8

Ajuste al modelo gráfico con variables y tipo de impacto

Se sigue manteniendo el modelo sin variables intermedias. De esta manera, el modelo cuenta con siete variables independientes y una dependiente final, en total son 8 variables latentes por las cuales está compuesto el modelo para la implementación de la prueba final.

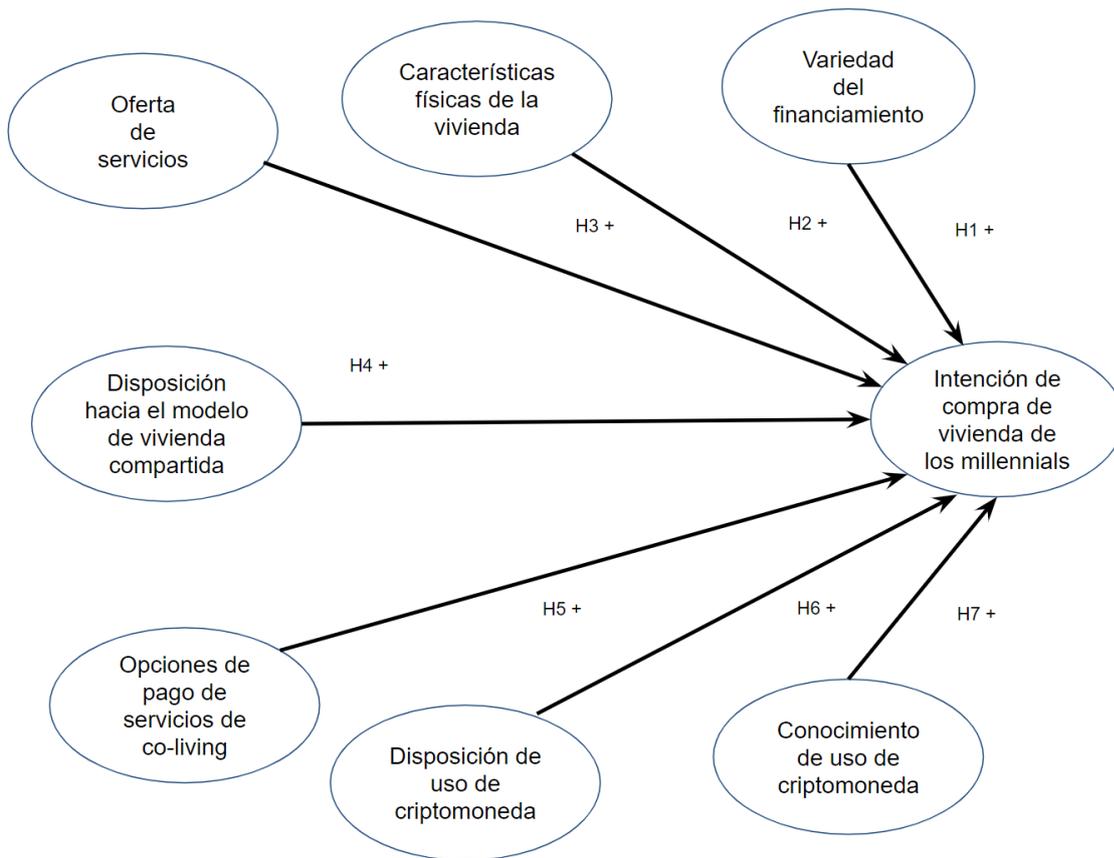


Figura 3: Modelo de investigación mejorado con base en los resultados de prueba piloto 1

Prueba final

El diseño del instrumento de medición final, encuesta, se realiza con base en la definición del target y las modificaciones hechas a las variables latentes del modelo, resultado del análisis de las pruebas del instrumento piloto. Presentando la siguiente estructura:

- *I. Preguntas filtro.* Consta de 3 preguntas filtro nominales dicotómicas en las cuales los entrevistados deben afirmar encontrarse entre los 25 y 40 años de edad, contar con estudios universitarios y tener interés en comprar/rentar una vivienda. Si los encuestados responden “no” a alguna de las preguntas o a todas; es considerado como un individuo no válido para la investigación, por lo que no pasa a la siguiente sección de preguntas; ya que no cumple con el perfil necesario. De contestar de manera afirmativa a todas las preguntas, forman parte del público objetivo y con una opinión relevante para el objeto de estudio.
- *II. Preguntas de clasificación.* La segunda sección se conforma por 12 preguntas de clasificación, de las cuales 7 son nominales dicotómicas, 4 de opción múltiple

y 1 abierta de intervalo. Esta sección ayuda a clasificar a los encuestados en aspectos que son de interés para la investigación y permite realizar los análisis sociodemográficos de los encuestados.

- *III. Preguntas de investigación.* Por otro lado, las preguntas de investigación cuentan con 8 subsecciones correspondientes a cada variable latente que integra la versión reajustada del modelo gráfico; todas las preguntas de investigación son de escala de intervalo Likert, balanceada y forzada de siete niveles.

Sección I. Preguntas filtro
Sección II. Preguntas de clasificación del entrevistado
Sección III. Preguntas de investigación
Características físicas de la vivienda
Oferta de servicios
Disposición hacia el modelo de vivienda compartida
Variedad del financiamiento para adquirir una vivienda
Opciones de pago de servicios de coliving
Disposición de uso de criptomoneda
Conocimiento de uso de criptomoneda
Intención de compra de una vivienda co-housing/co-living

Tabla 2: Organización del cuestionario prueba final.

Aplicación

En este instrumento de medición final, se obtuvieron 220 encuestas completas válidas, de un total de 381 encuestados a través de la plataforma digital SurveyMonkey. Esta encuesta se se hizo llegar a respondientes que posiblemente cumplan con el perfil requerido para lograr un mejor resultado. Las 8 variables latentes arrojan distintos resultados, los cuales miden la preferencia por parte del público objetivo señalado a lo largo de esta investigación para saber sus intereses en la adquisición de bienes inmuebles.

Análisis de los resultados

Los respondientes de la encuesta resultaron 44.76% hombres y 55.21% mujeres. (Ver Anexo 3, Tabla 1). La edad promedio de los encuestados oscila entre los 28 y 30 años. (Ver Anexo 3, Tabla 2). El 88.42% viven en la Ciudad de México o área metropolitana y el resto se dividió entre Puebla, Guadalajara y Monterrey (Ver Anexo 3, Tabla 9). Dado que para la investigación es importante sondear la disposición de los millennials ante la posible adquisición de un crédito hipotecario se les cuestionó si contaban con algún crédito (bancario, auto, departamental, etc), a lo que el 79.54% respondió de manera afirmativa, esto es muy valioso pues a través de esto se deduce que tienen historial crediticio, conocen las implicaciones de una deuda, entre otros aspectos (Ver Anexo 3, Tabla 3). Las preguntas 5, 6, 7 y 8 de esta sección son de suma importancia, ya que uno de los objetivos de la investigación es concluir la viabilidad del uso de métodos de transacciones digitales como blockchain criptomonedas. Un 74.52% de los encuestados afirma no haber escuchado sobre blockchain (Ver Anexo 3, Tabla 4) pero un 75.29% reconoce haber oído sobre criptomonedas en general (Ver Anexo 3, Tabla 5). Además, un 56.76% señala conocer las monedas digitales como medio alternativo de pago (Ver Anexo 3, Tabla 6). Y lo más importante es que un 62.16% estaría dispuesto a utilizar monedas digitales (Ver Anexo 3, Tabla 7).

Por otra parte, en cuanto a la disposición de pago por una renta o hipoteca al mes, el 55.98% de los millennials asegura que pagaría entre \$5,000 y \$10,000 pesos, mientras que un 27.03% aseguró que podría devengar entre \$11,000 y \$ 17,000 pesos (Ver Anexo 3, Tabla 8).

Finalmente, al respecto de la oferta de servicios, los encuestados opinaron que: el servicio de limpieza es el más importante con un 26.85%, seguido por el cuidado de mascotas con 21.30%, comida obtuvo 17.05%, compras del supermercado con el 12.84%, lavandería el 9.22%, entregas a domicilio un 6.91% y finalmente tintorería con 5.56%. De igual forma, para se evaluó la preferencia para hacer uso de los servicios arriba mencionados ya sea mensual, quincenal o semanal, y los resultados fueron prácticamente equitativos: 36.53%, 32.88% y 30.59% respectivamente.

En cuanto a las preguntas de la investigación, es decir aquellas que integraron cada constructo, los resultados fueron los siguientes:

El constructo **características físicas de la vivienda** constaba de 5 preguntas. Las variables oscilaron entre un rango de .355 a .645 en las pruebas correlación de Spearman. Esta sección tuvo un Alfa de Cronbach final de .878 y los resultados de las

pruebas de correlación de Spearman se pueden observar en el Anexo 3, tabla 12 y tabla 13.

El constructo **oferta de servicios** constaba de 4 preguntas. Las variables oscilaron entre un rango de .235 y .684 en las pruebas de correlación de Spearman. Esta sección tuvo un Alfa de Cronbach final de .784 y los resultados de las pruebas de correlación Spearman (Ver Anexo 3, Tabla 14 y Tabla 15).

El constructo **disposición hacia el modelo de vivienda compartida** constaba de 3 preguntas. Las variables oscilaron entre un rango de .357 y .628 en las pruebas de correlación de Spearman. Esta sección tuvo un Alfa de Cronbach final de .742 y los resultados de las pruebas de correlación de Spearman (Ver Anexo 3, Tabla 16 y Tabla 17).

El cuarto constructo, **variedad del financiamiento para adquirir una vivienda**, constaba de 5 preguntas. Las variables oscilaron entre un rango de .256 y .759 en las pruebas de correlación de Spearman. Esta sección tuvo un Alfa de Cronbach final de .901 y los resultados de las pruebas de correlación de Spearman (Ver Anexo 3, Tabla 18 y Tabla 19).

El constructo **opciones de pago de servicios *co-living*** constaba de 3 preguntas. Las variables oscilaron entre un rango de .649 y .765 en las pruebas de correlación de Spearman. Esta sección tuvo un Alfa de Cronbach final de .892 y los resultados de las pruebas de correlación de Spearman (Ver Anexo 3, Tabla 20 y Tabla 21).

El constructo **disposición del uso de criptomoneda** estaba integrado por 4 preguntas. En esta sección, las variables oscilaron entre un rango de .711 a .839 en las pruebas de correlación de Spearman y se obtuvo un Alfa de Cronbach final de .908 (Ver Anexo 3, Tabla 22 y Tabla 23).

El constructo acerca del **conocimiento sobre criptomoneda** se definió con 3 preguntas. Se obtuvo un Alfa de Cronbach final de .87 (Ver Anexo 3, Tabla 24 y tabla 25). con las variables fluctuando en un rango de .660 a .791 en las pruebas de correlación de Spearman.

El octavo constructo, **intención de compra de una vivienda de *co-living/co-housing***, correspondiente a la variable dependiente final, constaba de 4 preguntas. Las variables observadas oscilaron entre un rango de .426 y .870 en las pruebas de correlación de Spearman. Esta sección tuvo un Alfa de Cronbach final de .857 y los resultados de las pruebas de correlación de Spearman (Ver Anexo 3, Tabla 26 y Tabla 27).

Pruebas de modelo integral

Desde el punto de vista la prueba de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO), el modelo explica el 83.9% de la realidad del fenómeno que se está estudiando, es decir, es adecuado con base en sus parámetros de aceptación. Por otro lado, se realizó la prueba de esfericidad de Bartlett; la aproximación de chi-cuadrada, la cual supera el valor de 300, por lo que resulta también confiable, recordemos que entre más alto sea es mejor. Y el componente denominado Significancia, otro complemento de confiabilidad, cuyo valor está cerca de 0 lo cual quiere decir que nuestro modelo es aceptable y confiable en un 99% (Ver Anexo 3, Tabla 28).

La tercera prueba del modelo integral es la Varianza Total Explicada la cual se puede encontrar en la octava línea, donde el Eigenvalue tiene su último valor => 1.

En este caso, la varianza indica que de acuerdo con el modelo planteado se explica el 74.662 % de la realidad por lo que cumple con base en sus parámetros de aceptación (Ver Anexo 3, Tabla 29).

Una vez realizadas las pruebas del modelo integral, se hacen las pruebas de convergencia y discriminación, a través del tipo de rotación oblimin directo, que considerando el análisis de la matriz de patrón, muestra escalones bien definidos formados por los valores de las variables observadas de cada constructo. Por esta razón, se procede a obtener los promedios de los coeficientes de cada constructo, tomando en cuenta el valor absoluto. (Ver Anexo 3, Tabla 30).

Derivado del análisis a través de las pruebas de modelo integral, entre las que se considera la rotación de Oblimin Directo, se demostró la validación de las variables, mismas que tienen coeficientes promedio mayores a .7, mínimo requerido para considerarlas como válidas en la investigación (Ver Anexo 3, Tabla 30).

- Disposición de uso de criptomoneda: .878
- Opciones de pago de servicios de *co-living*: .875
- Conocimiento de uso de criptomoneda: .870
- Variedad del financiamiento para adquirir una vivienda: .820
- Disposición hacia el modelo de vivienda compartida: .792
- Características físicas de la vivienda: .788
- Oferta de servicios: .720

Modelo gráfico final

Derivado de lo anteriormente mencionado, el modelo gráfico se presenta con la integración de los coeficientes promedios de la prueba de modelo integral de la siguiente manera:

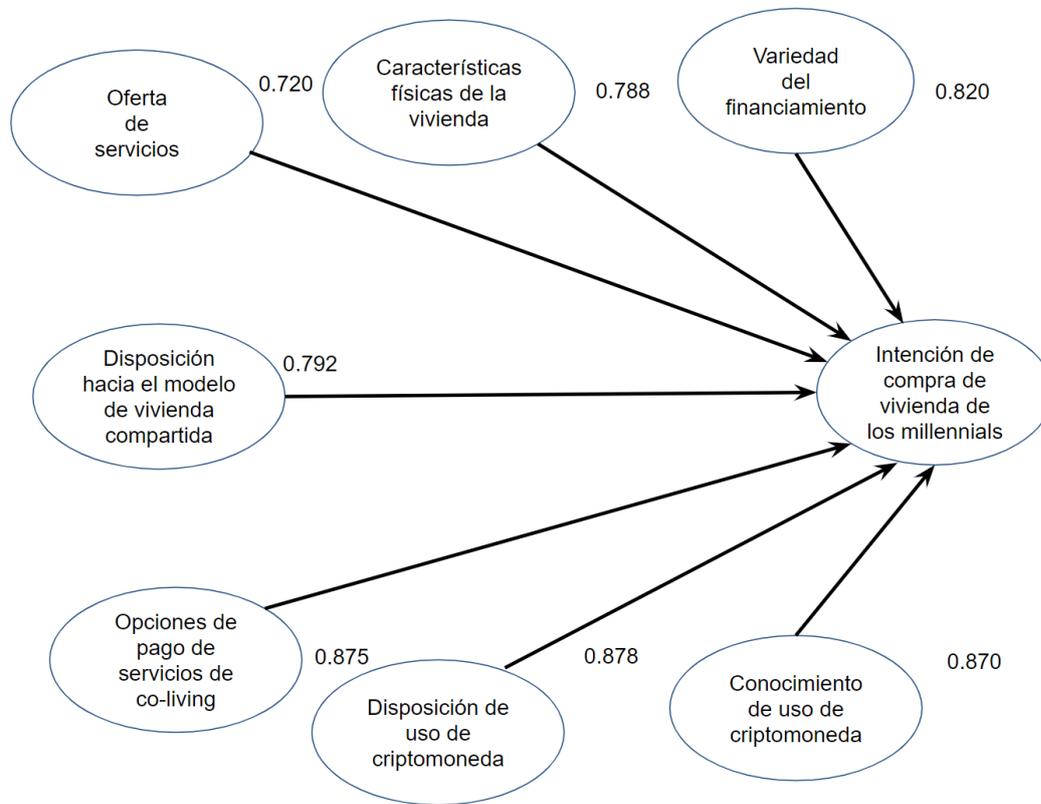


Figura 4: Modelo de investigación mejorado con base en el análisis de los resultados de prueba final.

HALLAZGOS

A partir del planteamiento general de investigación de este trabajo y el modelo propuesto, se presentan en orden de importancia, de acuerdo con los resultados obtenidos en el análisis cuantitativo, las variables:

Disposición de uso de criptomoneda

Hipótesis: La disposición de uso de criptomoneda influye positivamente en la intención de compra de la vivienda.

De acuerdo con los resultados arrojados, la hipótesis fue comprobada como válida y la variable considerada como la más relevante; los millennials se encuentran interesados en usar la moneda digital como método de pago, así como recibir un pago de servicio

de la misma manera. Principalmente están dispuestos a usar la criptomoneda como forma de pago y consideran que sería fácil realizar los mismos con este tipo de moneda digital.

Opciones de pago de servicios de *co-living*

Hipótesis: Las opciones de pago de servicios de *co-living* influyen positivamente en la intención de compra de la vivienda.

Con base en los resultados arrojados la hipótesis fue comprobada como válida, y esta variable está posicionada como la segunda de mayor importancia; los millennials consideran que la forma en la que puedan pagar los servicios que ofrece una vivienda, forman parte de lo que toman en cuenta al momento de considerar la compra de un bien inmueble.

La característica que influye en mayor medida de esta variable es: que puedan hacer el pago a través de una plataforma digital, seguida de que puedan hacerlo de manera online.

Conocimiento de uso de criptomoneda

Hipótesis: El conocimiento de uso de criptomoneda influye positivamente en la intención de compra de la vivienda.

De acuerdo con los resultados arrojados la hipótesis fue comprobada como válida; los millennials consideran que tienen conocimientos pertinentes en cuanto al funcionamiento de contratos digitales y sobre la regulación de criptomoneda en el país.

El funcionamiento de los contratos digitales es el principal factor en la toma de decisión de compra de inmuebles.

Variedad en el financiamiento

Hipótesis: La variedad en el financiamiento influye positivamente en la intención de compra de la vivienda.

De acuerdo con los resultados arrojados la hipótesis fue comprobada como válida; los millennials consideran que las características en la variedad en el financiamiento como: elegir el plazo necesario para el pago del crédito hipotecario o elegir el monto adecuado para tener mayor liquidez, forman parte de lo que toman en cuenta al momento de considerar la compra de un bien inmueble.

Las características que podrían influir en mayor medida de esta variable son: adquisición de un crédito con instituciones que ofrecen una mayor variedad de opciones para la compra de una vivienda.

Disposición hacia el modelo de vivienda compartida

Hipótesis: La disposición hacia el modelo de vivienda compartida influye positivamente en la intención de compra de la misma.

Con base en los resultados obtenidos la hipótesis se comprueba como válida; esto es, la intención de compra de los millennials es superior cuando el bien inmueble está bajo un esquema o modalidad de vivienda compartida.

Al analizar el orden de importancia de las características que se evaluaron, la más importante es la sustentabilidad; en segundo lugar, la preferencia por compartir la vivienda con uno o varios *roomies*, y finalmente, la razón de reducción de costo.

Características físicas de la vivienda

Hipótesis: Las características físicas de la vivienda influyen positivamente en la intención de compra de esta.

De acuerdo con los resultados arrojados la hipótesis fue comprobada como válida; los millennials consideran que las características físicas como: tamaño, adaptabilidad de los espacios a lo que necesitan, espacios abiertos propios y compartidos, entre otros, forman parte de lo que toman en cuenta al momento de considerar la compra de un bien inmueble.

De esta variable, las características que influyen en mayor medida son: que la vivienda posea espacios abiertos y que el espacio sea amplio.

Oferta de servicios

Hipótesis: La oferta de servicios influye positivamente en la intención de compra de la vivienda.

De acuerdo con los resultados arrojados la hipótesis fue comprobada como válida; los millennials consideran que la oferta de servicios como: lavandería, comida, limpieza, entre otros, así como la oferta de actividades socio - culturales con otros residentes de la vivienda forman parte de lo que toman en cuenta en la toma de decisión al considerar la compra de un bien inmueble.

Lo que se destaca de esta oferta de servicios es que se ofrezcan de manera personalizada ya que están dispuestos a pagar una cuota mayor por contar con ellos de esta forma.

INSTRUMENTO CUALITATIVO

La entrevista a profundidad es una técnica especializada para la recopilación de información de carácter cualitativo. La información recopilada es obtenida a través de las opiniones, ideas, formulaciones y valoraciones de los respondientes, los cuales, son considerados expertos en la materia para que dicha información pueda ser relevante. De acuerdo con Robert. K. Merton, padre de la entrevista en profundidad, la define como: “la estructuración en el proceso de consecución de la información, de modo que el entrevistador se apoya en un guión estructurado en el cual se encuentran sistematizadas todas las necesidades de información relevante para el investigador” (Merton, 1968).

Derivado de la situación actual a nivel mundial por el coronavirus, COVID-19, se propone la implementación de la técnica de investigación de entrevista a profundidad. Ésta se llevó a cabo a través de un instrumento cualitativo aplicado a 3 expertos en el sector inmobiliario en México, con el objetivo de tener una mayor visión del sector inmobiliario para millennials en la Ciudad de México y las posibles consecuencias en un futuro a raíz de este tema coyuntural.

La entrevista a profundidad que se implementó contaba con el siguiente diseño:

- Párrafo introductorio. En esta sección de la encuesta se explicaba de manera general al entrevistado el propósito de la entrevista y el objetivo del proyecto, esto con la finalidad de dar un contexto al entrevistado.
- Preguntas abiertas. Se desarrollaron 21 preguntas abiertas que tenían por objetivo recabar información relevante derivada de la opinión de los expertos en el sector inmobiliario en México. Los temas que abordan estas preguntas estaban divididos en los siguientes:
 - Variedad en el financiamiento
 - Disposición en el pago de servicios
 - Oferta de servicios
 - Opciones de pago en servicios co-living
 - Características físicas de la vivienda
 - Ubicación del bien inmueble
 - Intención de compra de la vivienda
 - Conocimiento y disposición de uso de criptomoneda

- COVID-19 en el sector inmobiliario

Perfil de los expertos entrevistados

Por un lado, Juan Pablo Bedolla Cornejo, experto en el sector inmobiliario desde el 2005, fue asesor inmobiliario para Abilia que fue una de las inmobiliarias más importantes en el país y encargada del desarrollo de distintos proyectos en Polanco, Ciudad de México. Actualmente se encuentra trabajando para distintos proyectos como asesor y cuenta con su propia desarrolladora.

Oscar Díaz, experto en el sector inmobiliario se encuentra actualmente trabajando para Century 21 México como Director de Capacitación y cuenta con 5 años de experiencia en el medio inmobiliario.

Finalmente, Philip Hendrix, experto en el sector inmobiliario. En 1999 funda Coldwell Banker Affiliates de México, desempeñando el puesto de Director General. Durante este tiempo, ha logrado consolidar la empresa como la firma inmobiliaria más importante de México, con 74 franquicias en 21 estados de la República y más de 1,000 asesores.

Resultados del análisis de las entrevistas a profundidad

El análisis, derivado de la opinión de los expertos, que se presenta a continuación está clasificado de acuerdo con el instrumento de medición cualitativo, desarrollado con base en las variables estudiadas en esta investigación.

Pregunta del instrumento de medición.	1. Juan Pablo	2. Oscar Díaz	3. Philip Hendrix
1. De acuerdo con su experiencia, ¿cuáles son las características que los millennials preferirían en un crédito hipotecario? ¿Por qué?	N/A	Sí están comprando por medio de un crédito tradicional, un Infonavit, un Cofinavit, créditos bancarios. Muchos de ellos están rentando	Mucho se habla de que los millennials no se quieren atara a las propiedades y llegan a una edad donde sus hábitos de consumo son los mismos. Los millennials que es lo que están buscando, en créditos hipotecarios, pues lo que hay ahorita. Que son tasas históricamente bajas para nosotros, yo nunca había visto estas tasas, plazos largos y tasas fijas.

<p>2. ¿Qué opina sobre el modelo de vivienda compartida? Es decir, ¿considera que sea algo que vaya a incrementar conforme el paso del tiempo? ¿Por qué?</p>	<p>Yo creo que sí, es necesario y no hay de otra. No hay espacio en la ciudad; además porque es más barata.</p> <p>Estas viviendas son muy muy usadas sobre todo por gente que viene temporalmente a la ciudad por ejemplo estudiantes o trabajadores que vengan de intercambio, llegan y prefieren eso porque queda cerca de su trabajo y les resuelve todas las cuestiones de servicios.</p>	<p>La tendencia es que se vaya incrementado este tipo de modelo, lo estamos viendo en diferentes medios por ejemplo hoy en día estamos viendo mucha copropiedad.</p> <p>Hay diferentes modelos, uno de ellos se está usando mucho en la parte vacacional.</p> <p>Todavía en nuestro país, en manera de forma legislativa no estamos todavía muy preparados para estos modelos, pero vamos a ir creciendo.</p>	<p>Es una tendencia que se está viendo en todo el mundo, que está creciendo y aquí en México no creo que sea muy diferente.</p> <p>Vamos a verlo en los millennials más bajos (de edad).</p>
<p>3. ¿Cuáles considera que son las principales razones por las cuales las personas preferirían vivir bajo el modelo de co-living? ¿Por qué?</p>	<p>Porque es mucho más barato llevar servicios a zonas ya desarrolladas que llevarlos fuera de la ciudad; y un poco es por el nivel económico porque cada vez es más difícil y sobre todo México, no es una ciudad barata para vivir.</p>	<p>Este tipo de preferencias tiene que ver con la capacidad económica. Definitivamente esto te obliga a entrar a algún otro tipo de modelos.</p> <p>La gente que tiene las posibilidades de hacerlo directamente, difícilmente pensaría en entrar en estos modelos, si no lo necesito adquirir la vivienda por mí mismo.</p>	<p>Una muy importante es el costo, no es lo mismo aventarte solo que aventarte compartido y como se llama, creo que la otra es pues optimizar los espacios, si vives solo no necesitas un espacio tan grande y, pero, las amenities que puede tener un espacio compartido pues son una parte importante.</p>
<p>4. En una proyección, con base en tu experiencia, ¿Cuáles son las tendencias que seguirá el co-living y la sustentabilidad en la vivienda? ¿Por qué?</p>	<p>Yo creo que va a funcionar, pero no en vivienda tan pequeña porque lo que he visto es que los departamentos que son muy pequeños y el mexicano no está acostumbrado a eso.</p> <p>Los millennial así definitivamente no te pagan el costo de una vivienda sustentable. Por eso es que muchos se anuncian como "somos sustentables" pero te das cuenta su sustentable no tiene</p>	<p>Que siga creciendo, que se vaya formalizando.</p> <p>Situaciones como las que estamos pasando hoy en día empujan más al co-living, lejos de alejarnos de él creo que nos va a llevar hacia compartir vivienda y prácticamente sin respetar generaciones.</p> <p>Sustentabilidad en la vivienda en la ciudad de México creo que en la ciudad de México es un tema muy</p>	<p>Para los millennials el tema de sustentabilidad en la vivienda es un tema importante y que es algo que sí ofrece un valor importante yendo hacia adelante y que es algo que tiene que estar incorporado.</p> <p>Otra de las tendencias importantes es todas las amenities que se puedan tener dentro del conjunto habitacional.</p> <p>También es importante la ubicación de donde</p>

	nada. Lo que hacen es ponerle focos LED y en el mejor de los casos captan el agua de la lluvia.	complicado.	está el proyecto, que esté céntrico, que esté a distancia caminando de diferentes cosas que sean importantes.
5. ¿Cuáles son las mejores ofertas de servicio (lavandería, limpieza, preparación de alimentos, entre otros) que consideras debería tener un modelo de vivienda compartida enfocada a millennial en la actualidad? ¿Por qué?	Las que más venden son las áreas sociales: gimnasio, alberca, salón de juegos, un roof garden, terraza para fiestas; aunque en realidad nunca las ocupen.	Básicamente mencionaste los principales. Afortunadamente hoy en día tenemos todos estos servicios, pues desde una app. Creo que es algo en lo que rápidamente puedes tener acceso a todos estos servicios que serían como los básicos, limpieza, alimentación, lavado de ropa, traslado.	Todo el tema de la limpieza del departamento sería un tema importante, sería el principal; luego la lavandería, que te la laven, recoja, te la lleven a la tintorería. Los alimentos podrían ser, pero en un ámbito más, después de este periodo, creo que este periodo va a definir muchas cosas nuevas.
6. Como experto en materia inmobiliaria, ¿cuál consideras sería la mejor opción de pago dentro de un proyecto de vivienda <i>co-living</i> ? Háblanos de la implementación de nuevas tecnologías de pago. ¿Por qué?	N/A	Viéndolo como negocio, definitivamente lo haría por medio de una renta mensual, un tipo plan. Un plan mensual en donde tú vas a tener por un costo fijo, el que sea mensual, vas a tener acceso a todo. Yo pensaría algo que esté ligado a una tarjeta de crédito y que finalmente sea un cargo recurrente.	Una gran flexibilidad en cómo se hagan los pagos, sería interesante. Esquemas tal vez, de pagos quincenales, esquemas de pagos en lugares no tradicionales, esquemas de pagos a través de tarjeta de crédito, creo que eso podría funcionar.
7. ¿El futuro es seguir con modelos de vivienda que sean estándar o bien aquellas viviendas que se adapten a los espacios que requieren los nuevos consumidores? ¿Porqué?	El mexicano trae en la cabeza la idea de que quiere espacios grandes; no le es tan fácil adecuarse a vivir en un departamento chico, aunque poco a poco se ha ido contrayendo.	Me toco ver un desarrollo que se intentó hacer bajo esas características y fue un fracaso. Poco a poco los desarrollos se van a tener que ir ubicando hacia las necesidades del propio usuario. Estamos afortunada o desafortunadamente en oferta y demanda.	Totalmente que se adapten a los nuevos consumidores, creo que... por ejemplo, si tienes una casa sola en ciertas colonias hoy es cero atractiva porque tienes que estar lidiando con los temas de seguridad, tienes que estar lidiando con los temas de limpieza de la calle, con cosas de ese tipo.

<p>8. Las nuevas formas de vivienda de acuerdo con los estilos de vida nos indican que los consumidores solo buscan espacios funcionales ¿realmente prefieren los espacios esenciales o siempre serán mejor las viviendas que cuenten con espacios grandes? ¿Por qué?</p>	<p>La gente quiere seguir teniendo sala y comedor, aunque jamás las uses.</p> <p>Los jóvenes quieren funcionalidad en los espacios convencionales.</p>	<p>En el ámbito inmobiliario hay diferentes tipos de clientes. Existe el cliente que es su primera vivienda, existe el cliente que está incrementando una familia, existe el cliente que quizá es su segunda, tercera vivienda y ya busca algo más grande.</p> <p>Entonces habría que separarlo, habría que distinguirlos unos de otros, no podríamos generalizar.</p>	<p>Functionales al 100% porque espacios grandes, costos grandes, mantenimiento grande, amueblar grande, cuidar grande. El funcional puede cumplir las mismas expectativas que el espacio grande, pero desde un enfoque de eficiencia.</p>
<p>9. ¿Consideras que las personas están dispuestas a sacrificar algunos beneficios (espacios grandes o comodidades) con tal de vivir en una zona céntrica? ¿Por qué?</p>	<p>Sí, eso es verdad. Pueden llegar a sacrificar (beneficios) sobre todo por la comodidad de estar cerca de tu trabajo.</p>	<p>En bienes raíces todo es ubicación, definitivamente todos queremos estar muy bien ubicados, sin embargo, estar bien ubicados es diferente para cada persona.</p>	<p>Sí, absolutamente. Porque puedes encontrar un departamento eficiente, céntrico, los tiempos de traslado se reducen.</p> <p>En uno ya estás ahí y en uno puedes ir caminando, en uno te ofrece muchas cosas que la gente está buscando.</p>
<p>10. ¿Qué importancia crees que tenga en la toma de decisión de adquisición de una vivienda el tiempo que la persona va a destinar a movilidad para hacer sus actividades diarias? ¿Por qué?</p>	<p>Sí hay gente y cada vez más, no importa sacrificar algunos metros cuadrados, sacrificar una habitación con tal de vivir cerca de tu centro de trabajo.</p>	<p>El tiempo finalmente es uno de los factores más importantes en la vida de cualquier persona, sin embargo, para los que vivimos aquí en la ciudad de México ya vemos muy normal un traslado promedio de entre una hora, una hora y media. Sin embargo, si tu le dices eso a una persona de provincia, te dice oye con ese tiempo prácticamente cambio de estado, voy de un estado a otro entonces son temas muy relativos.</p>	<p>La gente está buscando más céntrico.</p>
<p>11. Con base en tu experiencia, ¿Cuáles son los factores que incrementan la</p>	<p>Cada vez es más difícil convencer a un millennial de que compre su</p>	<p>Definitivamente la ubicación, definitivamente el acceso a servicios.</p>	<p>Creo que el cambio en el estilo de vida es el más importante.</p>

<p>intención de compra de vivienda por parte de los millennials? ¿Por qué?</p>	<p>departamento en lugar de que gaste su dinero en otras cosas y rente.</p> <p>El mercado está en los grandes inversionistas que compran para rentar a los jóvenes.</p>	<p>Muchos de los factores que influyen en la decisión de compra de un millennial son justamente el tema de las experiencias.</p>	<p>Saliendo de esto vamos a tener que sentarnos y re analizar todo el concepto de trabajo tradicional.</p>
<p>12. ¿Cómo se ha comportado el sector inmobiliario en venta con respecto a los hábitos de consumo de los millennials en la última década? ¿Por qué?</p>	<p>El millennial está más enfocado en el estilo de vida que en hacer un patrimonio.</p> <p>Pero el millennial, no veo yo que haya muchos que compren departamentos.</p>	<p>Ha bajado la adquisición de propiedades en las últimas generaciones.</p> <p>Creo que ese tipo de situaciones (COVID) va a influir en que todavía caiga un poco más.</p> <p>Lo que hoy en día va a mantener al mercado inmobiliario va a ser el arrendamiento más que la compra – venta.</p>	<p>Los millennials en México empiezan a ser parte de los clientes potenciales, porque si me dijeras hace 10 años los millennials todavía no aparecían dentro de esa estructura compradores. Pero en los últimos diez años se ha visto que empiezan a participar dentro del pool potencial de compradores.</p>
<p>13. ¿Cómo se ha comportado el sector inmobiliario en renta con respecto a los hábitos de consumo de los millennials en la última década? ¿Por qué?</p>	<p>Sí, las rentas esas sí están muy bien en la Ciudad de México y en general cada vez hay más gente que renta.</p> <p>Hay 2 nichos: los que pagan caro por estar en zonas exclusivas y los que prefieren pagar menos y gastar en otras cosas.</p>	<p>Si la gente no está comprando tiene que rentar.</p> <p>Estamos en oferta y demanda, entonces la demanda de renta se va a ir incrementando y rentas van a ir subiendo cada vez más entonces va a llegar un tope donde la gente ya no estará dispuesta a pagar y se va a reinvertir la moneda y van comprar.</p> <p>Esto es algo que ya ha pasado, no es nuevo. Lo que no sabemos es cuánto va a durar</p>	<p>En renta han sido mucho más activos de un tiempo para atrás.</p>
<p>14. ¿Consideras que estamos listos para usar criptomonedas como forma de pago no solo de productos sino también de servicios? ¿Por qué?</p>	<p>Si le voy a tener un poquito de miedo al proceso de tener que estar, metiendo mi dinero para poder comprar criptomonedas.</p>	<p>Tengo conocimiento inclusive que ya se han comprado propiedades con criptomonedas; sin embargo, sigue siendo un tema nuevo en el que he escuchado inclusive que notarios tienen miedo.</p>	<p>Antes te hubiera dicho sí, hoy no se. Antes te hubiera dicho las criptomonedas son parte integral de los millennials.</p> <p>No sé si la situación financiera nos revierte a ser más tradicionales</p>

		No tenemos una legislación clara al respecto y sucede lo mismo, creo que cada vez más nos vamos a ir moviendo hacia las transacciones electrónicas de todo tipo incluyendo de criptomonedas y así tiene que ser.	en la forma de pago, como vienen las cosas. Todas las grandes crisis tienen una forma nueva de redefinir cómo van siendo las cosas.
15. ¿Qué tanto se está usando la tecnología blockchain dentro del sector inmobiliario? ¿Por qué?	No, en México no lo he escuchado. No me parecería extraño que los inversionistas aceptaran entrar a un esquema así.	Se está utilizando en un muy bajo nivel; sin embargo, creo que poco a poco el mundo, los usuarios, esta crisis y mucha otras cosas nos van a ir orillando a este tipo de formas de pago.	Esta situación vino a abrir esa puerta, si estamos viendo que hay contratos digitales que antes no había nunca. Más seguro, más eficientes, de la comodidad de tu casa, muchas cosas.
16. ¿Se considera una posibilidad el uso de contratos digitales para la prestación de servicios inmobiliarios? ¿Por qué?	Al principio te van a decir que sí, pero siempre van a querer una copia (física).	La tecnología ya nos lo permite; ya lo puedes hacer. Sin embargo, el tema legislación, hasta donde yo sé, ahí es donde tenemos hoy en día la limitante en nuestro país	Sí, gracias a esto se abrió esa puerta.
17. ¿Qué usos se le pueden dar en un futuro a las monedas digitales dentro de la industria inmobiliaria? ¿Por qué?	A mí me parecería quizá más congruente hablar de las criptomonedas con la renta más que con la compra. Yo creo que sería muchísimo más fácil entender que tu renta la pagues a través de estos sistemas que a realizar la compra.	Sólo es cuestión de tiempo para que esto vaya incrementando.	Claro.
18. La magnitud e impacto de esta contingencia es nueva para todos, pero en su opinión ¿Cuáles son las implicaciones a futuro en los hábitos de consumo y vivienda de los mexicanos?	La gente va a tener que adaptar quizá algún lugar o espacio de trabajo en su casa. Ya vas a vivir más tiempo en tu departamento entonces va a ser más importante que los	Quien no tiene dinero, aunque le vendas barato no te va a comprar. Nos vamos a mover a un mercado de rentas que van a ir subiendo. La compra-venta se va	La vivienda es un producto de primerísima necesidad. El sector va a resurgir, va a continuar siendo un motor importante de la economía nacional y en especial en que México que existe una

<p>¿Por qué?</p>	<p>departamentos tengan una buena ventilación, una buena iluminación.</p>	<p>a detener en gran medida; lo va a poder hacer únicamente inversionistas, gente que a lo mejor lo hayan tenido previsto como un tema de inversión.</p>	<p>demanda de vivienda enorme.</p> <p>Hay muchísimos millones de personas que están en la fila esperando vivienda, se necesita vivienda en México.</p>
<p>19. Se prevé una recesión económica después de la pandemia, en México se habla de un crecimiento de -3.9 y 0.1%, con base en tu experiencia ¿cuál será el impacto en el sector inmobiliario? ¿Por qué?</p>	<p>Seguro que ahorita hay mucha gente rica que está esperando la devaluación para ir a comprar propiedades porque obviamente saben que van a bajar de precio.</p>	<p>No se sabe, afortunada o desafortunadamente, el sector inmobiliario es cíclico.</p> <p>Nos vamos a mover a un mercado de rentas que van a ir subiendo hasta que el cliente diga: “no, ya es demasiado, me voy a comprar”, entonces nuevamente se invertirá la moneda; y pasemos a un mercado de compradores.</p>	<p>Lo más importante que ha cambiado ahorita en el sector inmobiliario, es que se ha vuelto un mercado de compradores. Hoy el que tiene dinero en la mano para comprar es el que manda y el vendedor es el que tiene que definir si está vendiendo por interés o por necesidad. Eso va a ser factor muy importante en cómo se den las cosas.</p>
<p>20. Después de superar esta situación de contingencia, ¿cuánto tiempo cree usted que le tomará a las personas retomar sus intereses de compra de vivienda? ¿Por qué?</p>	<p>Quizá 6 meses o quizá 1 año o quizá 2.</p>	<p>Desafortunadamente creo que van a ser varios años hasta que se pueda recuperar el poder adquisitivo o que se pueda recuperar la confianza.</p>	<p>La gente va a ir regresando gradualmente al mercado porque va a depender de la necesidad que tengas.</p> <p>Depende de la necesidad de la población.</p>
<p>21. ¿En México como ha sido el comportamiento antes y durante esta contingencia? ¿Por qué?</p>	<p>Creo que todo está frenado. En México ya estamos viviendo una crisis económica.</p> <p>El que te compra para vivir ese apenas vea que todo está estable y que el ambiente sea de seguridad va a volver a comprar.</p>	<p>El mercado inmobiliario había venido en descenso previo a las elecciones por la incertidumbre, durante el año y medio del gobierno federal se ha estancado y disminuyendo poco a poco.</p> <p>El tema del COVID fue la gota que derramó el vaso; va a costar mucho recuperar la certidumbre.</p>	<p>La situación política del país no ha ayudado mucho al sector inmobiliario. Hay dos grandes factores que lo han afectado, uno fue la cancelación y que clausuraron cientos de proyectos en la ciudad de México por el tema de los permisos y el segundo es que la administración actual no ha motivado la confianza del consumidor, es un factor importantísimo</p>

			en la compra de la vivienda.
--	--	--	------------------------------

Tabla 3: Análisis comparativo de las opiniones de los tres expertos

Análisis de las entrevistas a profundidad a expertos

Variedad en el financiamiento

Los expertos en el sector inmobiliario opinaron sobre la variable variedad del financiamiento, que los millennials sí están comprando viviendas a través de créditos hipotecarios, los cuales, en la actualidad tienen históricamente tasas fijas, bajas y plazos largos. En este sentido, indican que los comportamientos y hábitos de consumo son los mismos, ya que terminan formalizando la adquisición de un bien inmueble a través de créditos tradicionales como son: Infonavit, Cofinavit o un crédito bancario.

En contraste Oscar Díaz argumenta que muchos de los millennials optan por un esquema de renta en vez de compra, debido al poder adquisitivo de este target.

Disposición al modelo de vivienda compartida

La tendencia de acuerdo con expertos es que este tipo de modelo de vivienda va a ir incrementando puesto que los espacios cada vez son más reducidos para la implementación de desarrollos de vivienda. Por otro lado, se destaca que aquellos millennials que serán parte fundamental para el desarrollo de este tipo de modelos son aquellos que son más jóvenes puesto que va de la mano de la capacidad económica con la que cuentan. Lo ideal es la optimización de espacios bajo modelos económicos que se ajusten al presupuesto de los consumidores.

Para los millennials, el tema de la sustentabilidad en la vivienda es un tema importante junto con las amenidades que se les puedan ofrecer.

Tomando en cuenta todo lo anterior, los millennials están dispuestos a adentrarse e implementar este tipo de modelo de vivienda por razones económicas, pero a su vez, dan por hecho que al tratarse de nuevas generaciones, ya se les brinda amenidades que vayan de acuerdo con su nuevo estilo de vida y que se complementen con sus actividades diarias.

Oferta de servicios

Con respecto a la oferta de servicios que podría tener un inmueble en el esquema de vivienda compartida, la opinión de los expertos se dirige hacia los servicios básicos:

limpieza del departamento y de las áreas comunes, servicio de lavandería y preparación de alimentos. Sin embargo, pueden considerarse como prescindibles dentro de este modelo de vivienda, debido a que en la actualidad, los millennials están muy acostumbrados a contratar estos servicios a través de aplicaciones y de manera *on demand*, pagando únicamente por el servicio cuando ellos lo requieren.

Complementando, desde el área de diseño de espacios, el experto Juan Pablo Bedolla considera que espacios como: *roof garden*, albercas, gimnasios y demás amenidades, suponen un atractivo para los compradores millennials, aun cuando son áreas que no utilizarán por largos periodos de tiempo.

Opciones de pago en servicios co-living

Con respecto a las opciones de pago dentro de un sistema de vivienda *co-living* y la implementación de nuevas tecnologías es importante destacar que los expertos han hecho énfasis en el cobro a los inquilinos por medio de planes y la flexibilidad de estos, entre ellos, que puedan ser de forma mensual o hasta quincenal para poder adaptarse a los nuevos consumidores y sus formas idóneas de pago. Una forma de implementar la tecnología es a través del uso de tarjeta de crédito el cual genere un cargo recurrente y junto con ellos, brindarle una nueva forma al inquilino de poder ajustarse a su estilo de vida aunado a la tecnología.

Características físicas de la vivienda

Por otro lado, hablando de los modelos de vivienda de los nuevos consumidores, de los millennial y de las nuevas generaciones que están en busca de la compra - renta de bienes inmuebles, los tres expertos están de acuerdo con que poco a poco estos desarrollos tienen que hacer la implementación de esquemas que vayan de acuerdo con las necesidades de estos consumidores.

A pesar de que hoy en día los nuevos consumidores se están adaptando a los espacios que oferta el sector con base en la demanda, siguen teniendo el poder de decisión y entre más se pueda adaptar a su estilo de vida, más favorable será la decisión. Aunque existen distintos tipos de clientes con necesidades y estilos de vida diferentes, lo cierto es que buscan funcionalidad en los espacios convencionales; necesitan que su inversión en estos inmuebles sea aquello que puedan costear y a su vez cumpla con sus expectativas.

Ubicación del bien inmueble

Otro de los factores importantes en la toma de decisión, según los expertos, es la importancia que los consumidores le brindan a la ubicación del inmueble. En bienes raíces todo es ubicación, pero estar bien ubicados es diferente para cada persona. El tiempo finalmente es uno de los factores más importantes en la vida de cualquier persona y estar cerca de los centros o lugares de vital importancia para los nuevos consumidores como lo puede ser el trabajo, la escuela de los hijos, entre otros a pesar de que, por lo menos en la Ciudad de México, se tiene como costumbre el invertir algunas horas en el traslado de un lugar a otro.

Intención de compra de la vivienda

De acuerdo con la opinión de Philip Hendrix, la generación de los millennials ya es parte de los clientes potenciales en México, es decir, en los últimos diez años se ha visto que empiezan a participar dentro del pool o estructura potencial de compradores. Sin embargo, el nuevo estilo de vida, los hábitos de consumo e intereses hacia la formación de un patrimonio han ido cambiando. Juan Pablo Bedolla y Óscar Díaz coinciden en que las últimas generaciones han mostrado un bajo interés en la compra de bienes inmuebles inclinándose más hacia el arrendamiento.

Los tres expertos concuerdan con que la predilección hacia las rentas es muy evidente; Juan Pablo hace hincapié sobre todo en las ciudades importantes o conglomeradas como la Ciudad de México. Si se hace un análisis con base en la oferta y la demanda, se observa que la demanda de la renta continuará creciendo con el paso del tiempo; lo que ocasionará que los precios lleguen a un límite insostenible que las personas ya no estarán dispuestas a pagar y preferirán destinar sus recursos en comprar, según comenta Díaz Hernández; cabe señalar, que esta tendencia es un comportamiento cíclico que aunque no se tiene el dato exacto, se sabe que llegará a su fin.

Bedolla Cornejo divide en 2 nichos el mercado del arrendamiento, los que pagan caro por estar en zonas exclusivas y los que prefieren pagar menos y gastar en otras cosas. En cuanto al mercado que prefiere la compra de bienes inmuebles el escenario no es tan diferente, la ubicación y el acceso a servicios también se encuentran dentro de los factores que incrementan la intención de compra conforme la opinión de Óscar Díaz.

Como los millennials, añade Juan Pablo, son cada vez más difíciles de convencer para que inviertan su dinero en un bien inmueble como lo es un departamento, debido a que la gran mayoría prefiere destinar su dinero en otras cosas como experiencias; las

inmobiliarias están apostando sus esfuerzos en los grandes inversionistas quienes compran para rentar a los primeros.

Conocimiento y disposición de uso de criptomoneda

Uno de los diferenciadores del proyecto Personal Apportion Dwellings®, es la implementación de contratos digitales y el posible uso de criptomoneda, es por ello que se decidió interrogar a los expertos acerca del tema con el objetivo de sondear, con base en su experiencia, el conocimiento, disposición y futura viabilidad de la aplicación de estos “nuevos” métodos de transacción en el sector inmobiliario.

Aunque no hay una legislación clara al respecto como lo comenta Óscar Díaz durante la entrevista, ocasionando miedo e incertidumbre en el proceso de intercambiar o transaccionar con estos nuevos métodos confirma Juan Pablo, la realidad es que cada vez más usuarios se van moviendo hacia las transacciones electrónicas de todo tipo, incluyendo las criptomonedas.

Tal es el caso del actual Director de Capacitación de Century 21 México, quien asegura no sólo tener conocimiento sobre el tema, sino que además ha comprado propiedades con criptomonedas. A pesar de esto, al igual que sus colegas, afirma que este tipo de transacciones sigue siendo un tema nuevo en el que inclusive los notarios tienen miedo. De hecho, algunos acontecimientos y situaciones financieras han cambiado la percepción de quienes en el pasado apostaron por estos métodos hacía una sensación de inseguridad como lo expresó Hendrix: “No sé si la situación financiera nos revierte a ser más tradicionales en la forma de pago”.

Hablando específicamente de blockchain, Philip Hendrix enlista una serie de beneficios como la seguridad, la eficiencia y la comodidad de uso, que pudieran ser relevantes en el sector inmobiliario, no sólo para los usuarios, asevera Juan Pablo Bedolla, sino también para los inversionistas quienes muy pronto aceptarán entrar a un esquema de esta naturaleza. De igual forma, Bedolla Cornejo, considera que el uso de criptomonedas puede ser aceptado con mayor facilidad en el sector de arrendamientos que en el de compras.

Si bien es cierto aún existen diversas incertidumbres sobre el tema vale la pena señalar que desde un punto de vista tecnológico ya no existen barreras que limiten la implementación de este sistema. Óscar Díaz afirma que es cuestión de tiempo para que se vaya adoptando no sólo los contratos digitales sino las criptomonedas por este y otros sectores.

COVID-19 en el sector inmobiliario

Frente a una situación inédita, consecuencia de la rápida expansión a nivel mundial del Covid-19, tomar decisiones informadas es la mejor opción. Es por ello que se decidió evaluar el impacto del coronavirus en el sector inmobiliario y en el comportamiento de los consumidores a través de la opinión de los expertos.

Para poder estimar el impacto a futuro, es necesario entender primero cómo estaba la situación, previo a la contingencia. El actual Director General de Coldwell Banker México, Philip Hendrix y el Director de Capacitación de Century 21 México, Óscar Díaz coinciden que desafortunadamente el mercado inmobiliario había venido en descenso. La situación política del país es la principal razón; previo a las elecciones debido a la incertidumbre que se generó, y posteriormente durante el mandato del actual Gobierno Federal se generó un estancamiento debido a dos grandes factores, uno fue la cancelación y clausura de cientos de proyectos en la ciudad de México por tema de permisos, y el segundo es que a causa de la actual administración la confianza del consumidor, factor importantísimo en la compra de la vivienda, es muy baja.

Con las medidas preventivas del distanciamiento social y cuarentenas adoptadas en México, se prevén dos cambios importantes: el primero se relaciona con el comportamiento y hábitos de consumo de los mexicanos, y el segundo, con el impacto económico y comercial.

La vivienda es un producto de primera necesidad, explica Hendrix. Ahora más que nunca, la gente va a tener que adaptar algún lugar o espacio de trabajo en su casa, confirma Bedolla Cornejo. Una buena ventilación e iluminación se vuelven elementos importantes debido a las largas jornadas de tiempo en las viviendas.

Después de la pandemia, las entidades financieras pronostican una recesión económica a nivel mundial, Óscar Díaz y Juan Pablo Bedolla prevén una paralización en las actividades de compra-venta en el sector inmobiliario, donde únicamente personas con un alto poder adquisitivo como los inversionistas podrán continuar comprando, esperando aprovechar la devaluación; Juan Pablo Bedolla coincide al respecto.

Ahora bien, Díaz Hernández describe al sector inmobiliario como algo cíclico, esto es, se mueve del mercado de rentas al de compras y viceversa continuamente dependiendo de la oferta y la demanda. Además, asegura que el mercado de las rentas pueda incrementar. Caso contrario, Philip Hendrix manifiesta que el sector inmobiliario se ha vuelto un mercado de compradores en los últimos años.

Las expectativas sobre el futuro y las estimaciones para volver a la normalidad en cuanto a intereses de compra de viviendas son muy similares entre los expertos, a pesar de la inusual situación. Se estima un periodo que va desde los 6 meses hasta los 2 años, para que los usuarios puedan recuperar no sólo el poder adquisitivo sino la confianza.

Hendrix confía en que el sector inmobiliario pueda resurgir gradualmente dependiendo de las necesidades de la población y continuar siendo un motor importante de la economía nacional. Y más aún en México donde existe una demanda de vivienda enorme.

RESOLUCIÓN DEL CASO

Recomendaciones

Tomando como punto de partida los hallazgos obtenidos en esta investigación de mercados, y con el propósito del cumplimiento del objetivo general se plantean las siguientes recomendaciones para la toma de decisiones estratégicas del proyecto Personal Apportion Dwellings® (PAD), con relación a la intención de compra de los millennials en México.

- En cuanto al tema de blockchain y criptomoneda debido a que hay una alta disposición para su uso se recomienda tomar este aspecto como una ventaja competitiva, ya que apenas se está comenzando con el uso de contratos digitales en México. Haciendo un análisis de la competencia, no se encuentra otra iniciativa que cuente con el uso de esta tecnología para la prestación y adquisición de servicios. Aunque México es el primer país en Latinoamérica en contar con una regulación sobre los bienes digitales, todavía falta su aplicación dentro del sector inmobiliario.

En cuanto al uso de un token digital, dentro del proyecto, sugerimos llevar a cabo una campaña informativa sobre su uso, beneficios y aplicaciones ya que sí hay interés, pero no se termina de adoptar esta alternativa debido a que no se tienen conocimientos tan claros sobre su funcionamiento.

- Partiendo de la idea de un salario promedio bajo entre los millennials, así como la preferencia de financiamiento con esquemas de pagos bajos, se recomienda pensar el desarrollo del modelo de PAD dirigido a la venta para inversionistas, pero pensando en diseño y construcción de los espacios para los millennials que rentan.
- Derivado de los hallazgos antes mencionados sobre la variedad en el financiamiento, se recomienda que se opte por incluir opciones de créditos hipotecarios tradicionales, ya que los millennials encuestados mostraron un gran nivel de aceptación hacia instituciones financieras que cuentan con un “renombre” en México.

Adicionalmente los expertos en el sector inmobiliario indicaron que los millennials tiene mucha familiarización con este tipo de créditos y con las instituciones financieras como: bancos o Infonavit, quienes son los ofertantes de

estos productos hipotecarios. No se recomienda optar por un esquema de financiamiento autónomo del proyecto porque se estaría contraponiendo con la buena aceptación y el posicionamiento de las instituciones financieras.

- En relación con la forma de vivienda compartida o *co-living*, la tendencia en ciudades grandes es que se empiece a implementar en mayor medida dado que los espacios para desarrollo de proyectos cada vez son más reducidos. Esto ocasiona que se vaya incrementando este tipo de modelo, sin embargo, es idóneo que se espere a que se haya regulado de manera legislativa, por lo menos de manera básica, para que exista una mayor confiabilidad por parte de los consumidores que pretenden comprar un bien inmueble.
- Se recomienda ampliamente desarrollar un proyecto de vivienda compartida en ciudades densificadas como lo es Ciudad de México, los expertos en la materia aseguran que es una tendencia a nivel global en el sector inmobiliario. Por otra parte, lo referente al panorama en México, es un modelo que es bien aceptado por los millennials mexicanos que buscan adquirir una propiedad, como sustento lo indica las pruebas de modelo integral que se han realizado en esta investigación.
- El hecho de implementar desarrollos bajo esquemas que se adapten a las necesidades económicas de aquellas personas que pretenden comprar una vivienda son de vital importancia para ellos, pero sería recomendable que este tipo de flexibilidad estuviera mucho más presente en la renta de bienes inmuebles, puesto que en su mayoría, los millennials que buscan el tipo de vivienda compartida son estudiantes y no cuentan con el capital suficiente para una compra, sin embargo están dispuestos a invertir de esta forma cuando se trata de la renta.
- Una de las características diferenciadoras del proyecto PAD es la integración de una oferta de servicios dentro de la vivienda, es decir, que así como actualmente se cuenta con servicios básicos como agua, gas, luz e internet, se puedan sumar otros servicios de forma personalizada, cuyo costo de preferencia sea devengado de forma mensual y a través de medios digitales, como lavandería, comida, limpieza, paseo de mascotas, y una oferta de actividades socio - culturales con otros residentes que forman parte del bien inmueble.

FUTUROS PASOS

Consecuente de los resultados anteriores y con la finalidad de seguir tomando decisiones acertadas para el desarrollo del proyecto Personal Apportion Dwellings® (PAD), se proponen las siguientes líneas de investigación, cuyos hallazgos complementarán los anteriormente descritos.

- Estudiar dentro de los siguientes 6 meses las condiciones de intención de compra para los millennials y realizar la implementación de un instrumento de medición cuantitativa en la ciudad de Detroit, una de las ciudades de interés para el lanzamiento del proyecto.
- Investigar dentro de los seis meses previos al lanzamiento del proyecto, el perfil e intereses de los inversionistas de bienes inmuebles en la Ciudad de México para generar una base de datos de calidad a la cual compartir un white paper y lograr atraer nuevos participantes.
- Profundizar en las consecuencias inmediatas de las posibles crisis económicas y cambios en los hábitos de consumo enfocado en el posible aumento de la tasa de renta de bienes inmuebles para determinar los cambios de comportamiento de compra/renta del sector que se presenten después de la contingencia sanitaria por COVID-19 para finales de año y el primer trimestre de 2021.

CONCLUSIONES

Tras los hallazgos obtenidos en este trabajo de investigación, se concluyen los siguientes puntos específicos.

Primero, que en la Ciudad de México sí existe una tendencia en la adquisición de bienes inmuebles para cubrir la necesidad de vivienda de los millennials. Sin embargo, esta adquisición la realizan inversionistas que tienen el poder adquisitivo para utilizar al inmueble como un negocio; arriendan estos bienes a quienes no pueden pagar una hipoteca, pero que están dispuestos a destinar una cuota mensual para vivienda, en su gran mayoría millennials.

Además, la vivienda compartida en México es una opción viable y de gran interés para diversos nichos: por un lado, para los inversionistas antes mencionados, pero también para el mercado de clientes inmobiliarios que buscan viviendas que cumplan con sus demandas de estilo de vida. Por otra parte, desde una perspectiva más urbanística, existe una gran necesidad de aprovechar inteligente y eficientemente los espacios en ciudades densificadas como la Ciudad de México, lo cual lleva generar políticas que favorecen a los desarrollos inmobiliarios de *co-living*.

Por otro lado, se puede afirmar que México es un país con un gran potencial para el desarrollo e implementación de blockchain y criptomonedas, por dos razones: la primera es que es el primer país en Latinoamérica en contar con una ley que regula las instituciones de Tecnología Financiera y da un marco legal para los activos digitales que puede ser muy valioso para las empresas que interactúan con criptomonedas, ya que reconoce a la misma como un activo digital, legitimando su uso como pago y para su uso en transacciones digitales. La segunda, es que los millennials poseen una muy buena disposición para el uso de criptomonedas y el tema tiene un alto nivel de posicionamiento en ellos.

En el tema de oferta de servicios, para los millennials es esencial que su vivienda tenga un desarrollo de beneficios que generen valores agregados, que además incentivan la intención de compra, en el caso específico de esta investigación el uso de criptomonedas es un beneficio innovador que diferencia al proyecto y lo ubica en una posición de ventaja. Por otra parte y en contraste, dar beneficios que puedan observarse tan intrínsecos al servicio pueden ser desfavorecedores cuando se toman como diferenciadores, pues el millennial categoriza a estos beneficios como un *given*.

Aunado a lo anterior, la funcionalidad debe ser el eje rector en la propuesta de los desarrollos que contemplen la oferta de *co-living*; ahora los consumidores de la oferta inmobiliaria que está dentro de la generación millennial, buscan funcionalidad que les pueda facilitar su día a día en el hogar, que les permita ahorrar gastos y que mejore su calidad de vida en lo individual.

Por todo lo anterior, los desarrolladores de inmuebles de vivienda compartida tienen el reto de motivar y fomentar la adquisición de bienes inmuebles en este esquema por parte de los millennials, ya que se estima que el 70% de los millennials que han sido emancipados del núcleo familiar y que han optado por vivir fuera de la casa de sus padres, lo hacen a través de contratos de renta de viviendas. Se explica que esta tendencia de consumo en el sector de renta de inmuebles atiende a las características psicográficas de dicha generación, específicamente a las de necesidad por perpetuar experiencias nuevas. Entonces, bajo esta premisa los millennials enfocarán la importancia del gasto de sus ingresos en otros conceptos diferentes a los de inversión de un patrimonio hipotecario.

FUENTES DE CONSULTA

- 1.- Arnett, J. J. (2004). *Emerging adulthood: the winding road from the late teens through the twenties*. New York: Oxford University Press.
- 2.- Banxico. (2020). *Sistema de información económica*. Retrieved from <https://www.banxico.org.mx/SieInternet/consultarDirectorioInternetAction.do?sector=1&accion=consultarCuadroAnalitico&idCuadro=CA11&locale=e>
- 3.- Belk, R. (2014b). *You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online*. *Journal of Business Research*, 67(8), 1595-1600. doi:10.1016/j.jbusres.2013.10.001
- 4.- Berentsen, A. & Schär, F. (2018). A Short Introduction to the World of Cryptocurrencies. Retrieved from <https://doi.org/10.20955/r.2018.1-16>
- 5.- Blockchain Hack MX. (2016). *Digital Ecosystem in Mexico*. Retrieved from https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/269552/Folleto_blockchain_HACKMX_oct2017_v6.pdf
- 6.- Buenadicha, C., Cañigüeral, A. & De León, I. (2017). *Retos y posibilidades de la economía colaborativa en América Latina y el Caribe*. Banco Interamericano de Desarrollo.
- 7.- Cámara Argentina de Comercio y Servicios. (2017). *Economía colaborativa*. Retrieved from https://www.cac.com.ar/data/documentos/6_Econom%C3%ADa%20Colaborativa.pdf
- 8.- Cañigüeral, A. (2014) *5 Claves para entender la economía colaborativa*. En: <https://www.consumocolaborativo.com/2014/10/22/las-5-claves-para-entender-la-economia-colaborativa/>
- 9.- Cañigüeral, A. (2016). *Hacia una economía colaborativa responsable*. *Revista de Economía, empresa y sociedad, Oikonomics*, 6, 30-46.
- 10.- City Max Real State. (2017). *¿Qué buscan los millennials en un departamento?* City Max Real State. Retrieved from <https://www.citymax-mx.com/que-buscan-millennials-departamento/>

- 11.- Condusef. (2017). *Conoce tus derechos como usuario de productos y servicios financieros*. Retrieved from <https://www.condusef.gob.mx/Revista/index.php/usuario-inteligente/educacion-financiera/763-que-son-las-fintech>
- 12.- CriptoMonedasTop. (2020). Tipos de Criptomonedas. Retrieved from <https://criptomonedastop.com/tipos/>
- 13.- Deloitte. (2019). *Deloitte: 2019 Deloitte Global Millennial Survey. A generation disrupted. Mexico results*. May 2019. Retrieved from: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mx/Documents/about-deloitte/2019/Deloitte-Millennials-Mexico-2019-Report.pdf>
- 14.- Deloitte. (2019). *Deloitte's 2019 Global Blockchain Survey: Blockchain gets down to business*. Retrieved from: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/se/Documents/risk/DI_2019-global-blockchain-survey.pdf
- 15.- Design Think Tank. (2020). Design Think Tank. Retrieved from <http://www.designthinktank.net>
- 16.- Economista. (2019). *El Economista: Finanzas personales. Aumenta el interés de millennials por compra de casa*. El Economista México. Retrieved from <https://www.economista.com.mx/finanzaspersonales/Aumenta-interes-de-millennials-por-compra-de-casas-sondeo-20190819-0085.html>
- 17.- Excelsior. (2018). *Las razones de los 'millennials' para comprar casa*. Excelsior México. Retrieved from <https://www.excelsior.com.mx/blog/tus-finanzas-en-facil/las-razones-de-los-millennials-para-comprar-casa/1279203>
- 18.- FinTech México. (2020). *¿Qué es Fintech?* Retrieved from <https://www.fintechmexico.org/qu-es-fintech>
- 19.- Fraser, B., and Walberg, H. (1979). *Educational Researcher*, 8(10), 22-24. Retrieved from <http://0-www.jstor.org.millennium.itesm.mx/stable/1175484>
- 20.- Fry, R., Igielnik, R., & Patten, E. (2018). *How Millennials today compare with their grandparents 50 years ago: Pew Research Center*, March 16, 2018. Retrieved from

<http://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/03/16/how-millennials-compare-with-their-grandparents/>.

21.- Gansky, L. (2010). *La Malla: El futuro de los negocios es compartir*. Ediciones Gestión 2000.

22.- Gapper, J. (2018). Expansión. *'Millennials', los consumidores más poderosos del mundo*. Retrieved from <https://www.expansion.com/directivos/estilo-vida/tendencias/2018/06/30/5b368cb3e2704e3c118b45cd.html>

23.- Gobierno de México. (2017). *La CEDN y la Unidad de Gobierno Digital de la Secretaría de la Función Pública encabezan la creación de un Blockchain Público*. Retrieved from <https://www.gob.mx/cidge/acciones-y-programas/blockchain-hackmx>

24.- Hair, Joseph et al., (2009). *Marketing research: In a Digital Information Environment* (Fourth edition).

25.- Hunt, J. (2019). *Who Prioritizes Avocado Toast, Craft Beer, and Travelling Above Home Ownership? Millennials. It's all about Lifestyle for this Generation: If One were to Browse Twitter, it Quickly Becomes Apparent that Millennials Appear to Blame the Baby Boomers for their Housing Market Woes. Let's Dispel these Myths with Hard Facts and really Dig into how this Influential Generation is Coping with the Realities of the Rental and Housing Markets*. NASDAQ OMX's News Release Distribution Channel, Jun 26, 2019. ProQuest, <https://0-search-proquest-com.biblioteca-ils.tec.mx/docview/2246754757?accountid=11643>.

26. iCasas México. (2020). *7 claves para entender a los Millennials en los bienes raíces*. Retrieved from <https://www.icasas.mx/noticias/millennials-en-bienes-raices/>

27.- Jones, G. (1995). *Leaving home*. Buckingham [England: Open University Press.

28.- Kerlinger, F. N., & Pedhazur, E. J. (1973). *Multiple Regression in Behavioral Research*. New York: Holt, Rinehart, & Winston, 1973.

29.- Kurz, C., Geng L., & Vine, D. (2018). *Are Millennials Different?*, Finance and Economics Discussion Series 2018-080. Washington: Board of Governors of the Federal Reserve System. Retrieved from <https://doi.org/10.17016/FEDS.2018.080>.

- 30.- Levine, A., & Dean, D. R. (2012). *Generation on a tightrope: A portrait of today's college student*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- 31.- Mich, L. A. (2017). *The missing middle: Understanding low-rise, moderate-density housing in Greater Boston: Dissertation*, Massachusetts Institute of Technology. Retrieved from <http://hdl.handle.net/1721.1/111424>.
- 32.- Milenio. (2019). *Milenio Digital: Así son los millennials en México*. Retrieved from: <https://www.milenio.com/estilo/millennials-asi-viven-y-piensen-los-jovenes-de-mexico>
- 33.- Molnar, P., The San Diego Union-Tribune,(TNS). (2017). *Study: Millennials like suburban life* Recent reports show change in lifestyle dream. Pantagraph Retrieved from <https://0-search-proquest-com.biblioteca-ils.tec.mx/docview/1881514230?accountid=11643>
- 34.- Ojah Maharaj, S. H. (2018). *Increasing the supply of the missing middle housing types in walkable urban core neighborhoods: Risk, risk reduction and capital (Order No. 13428539)*. Available from ProQuest Central. (2240027007). Retrieved from <https://0-search-proquest-com.biblioteca-ils.tec.mx/docview/2240027007?accountid=11643>
- 35.- Olgún, C. (2018). El financiero. *Hipotecas & Millennials*. El Financiero: Bloomberg. Retrieved from <https://www.elfinanciero.com.mx/opinion/claudia-olgun/hipotecas-millennials>
- 36.- Owyang, J. 2016. Honeycomb 3.0: *The Collaborative Economy Market Expansion*. Retrieved from <http://www.web-strategist.com/blog/2016/03/10/honeycomb-3-0-the-collaborativeeconomy-market-expansion-sxsw/>.
- 37.- Pasquali, M. (2019). Statista: México: población total desde 2014 hasta 2024. Retrieved from <https://es.statista.com/estadisticas/635250/poblacion-total-de-mexico-en-2020/>
- 38.- Pendall, R. (2012, September 27). *The Next Big Question Facing Cities: Will Millennials Stay?*. Urban Institute. Retrieved from <http://www.urban.org/publications/901530.html>
- 39.- Pérez, H. (2019). *Todo sobre Bitcoin y las criptomonedas en México*. Retrived from <https://www.diariobitcoin.com/index.php/2019/09/29/todo-lo-que-debe-saber-sobre-bitcoin-y-las-criptomonedas-en-mexico/>

- 40.- Puwalski, S. M. (2011). *Millennials and e-commerce: The online shopping and purchasing behavior of millennials attending college* (Order No. 3444287). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (858163651). Retrieved from <http://0-search.proquest.com.millennium.itesm.mx/docview/858163651?accountid=11643>
- 41.- Reiff, N. (2020, January 8). *The 10 Most Important Cryptocurrencies Other Than Bitcoin*. Investopedia. Retrieved from <https://www.investopedia.com/tech/most-important-cryptocurrencies-other-than-bitcoin/>
- 42.- Remo, D. (2017). *¿Qué es el cohousing?*. Retrieved from <https://www.zaplo.es/blog/cohousing/>
- 43.- Ríos, A. (2018). Statista: *Investment decisions that offered the best opportunities over the next 12 months in Mexico in 2018*. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/740238/positive-investment-decision-mexico/>
- 44.- Romero, M. (2018). ANSA/ *México: Empresas, con problemas para retener millennials*. Available from ProQuest Central. (2025353739) Retrieved from <http://0-search.proquest.com.millennium.itesm.mx/docview/2025353739?accountid=11643>
- 45.- Ross, A., Vega, K. (2015). AMAI. *Generación y, millennials y globalists en la base de la pirámide*. Retrieved from <https://www.amai.org/blog/uncategorized/generacion-y-millennials-y-globalists-en-la-base-de-la-piramide/>
- 46.- RUV. (2018). *Análisis sobre los "Millennials" y la vivienda en México*. RUV, 1, 16.
- 47.- Seetharaman, A., Saravanan, A.S., Patwa, N. & Mehta, j. (2017). *Impact of Bitcoin as a World Currency*. Retrieved from <https://doi.org/10.5430/afr.v6n2p230>
- 48.- Shaver, K. (2017). *Cities turn to 'missing middle' housing to keep older millennials from leaving* *The Washington Post*, December 9, 2017. Retrieved from https://www.washingtonpost.com/local/trafficandcommuting/cities-turn-to-missing-middle-housing-to-keep-older-millennials-from-leaving/2017/12/09/3a129bc8-d54a-11e7-95bf-df7c19270879_story.html?utm_term=.28ba04b26b9c.
- 49.- Sisson, P. (2016). *Millennials look to the suburbs, not cities, for first homes: Curbed.com*, June 21, 2016. Retrieved from <https://www.curbed.com/2016/6/21/11956516/millennial-first-time-home-trends-suburbs>.

50.- Strauss, W., & Howe, N. (1991). *Generations: the history of America's future, 1584 to 2069*. New York: Morrow

51.- Timmerman, K. (2015). *Millennials and home: Understanding the needs of the millennial generation in their living environment* (Order No. 1600087). Available From ProQuest Dissertations & Theses Global. (1722263870). Retrieved from <http://0-search.proquest.com/millennium.itesm.mx/docview/1722263870?accountid=11643>

52.- Van Dellen, S. A. (2019). *Truth or myth? millennial stereotypes, self-image, and engagement in the workplace* (Order No. 13877526). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (2273836111). Retrieved from <http://0-search.proquest.com/millennium.itesm.mx/docview/2273836111?accountid=11643>

53.- Vejačka, M. (2014). *Basic Aspects of Cryptocurrencies*. Technical University of Košice. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/292586903_Basic_Aspects_of_Cryptocurrencies

54.- Zbinden, F. & Kondova, G. (2019) *Economic Development in Mexico and the Role of Blockchain*. School of Business, University of Applied Sciences and Arts (FHNW), Switzerland. Retrieved from <http://www.hrpub.org/download/20190130/AEB6-11812580.pdf>

55.- Robert. K. Merton. (1968). *Teoría y estructura sociales*. 2020, de Fondo de Cultura Económica Sitio web: http://www.alice-comunicacionpolitica.com/wikialice/index.php/Entrevistas_en_profundidad

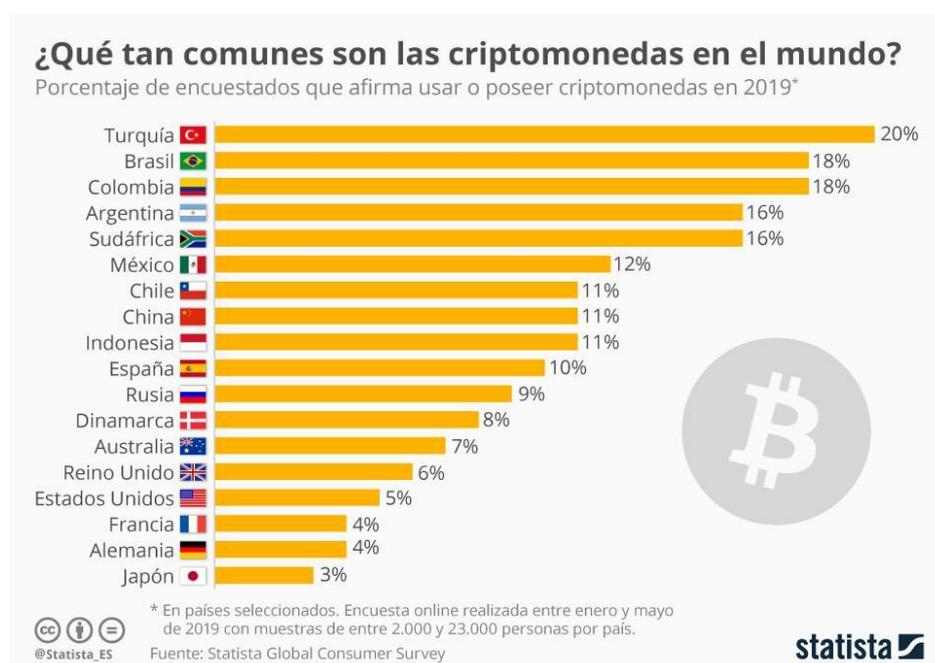
ANEXOS

Anexo 1: Antecedentes

Tabla 1: Municipios en México. RUV (2018).

Top 30 de municipios por registro de vivienda y año de registro					
Rank	Municipio / Año de registro	2015	2016	2017	2018
1	QROO-BENITO JUAREZ	8,192	11,794	5,632	8,460
2	NL-GARCIA	5,529	5,585	3,478	6,477
3	NL-JUAREZ	6,699	6,002	4,162	4,234
4	GTO-LEON	7,914	5,670	2,348	4,016
5	JAL-EL SALTO	3,544	3,935	1,104	3,712
6	AGS-AGUASCALIENTES	4,338	3,635	2,749	3,675
7	MEX-ZUMPANGO	2,114	3,665	1,743	3,500
8	BC-TIJUANA	2,402	4,372	3,390	3,408
9	SIN-CULIACAN	1,960	2,568	3,166	3,373
10	JAL-TLAJOMULCO DE ZUÑIGA	10,399	5,859	3,073	3,349
11	QROO-SOLIDARIDAD	6,197	5,914	8,016	3,247
12	TAMPS-REYNOSA	3,785	2,532	2,518	2,931
13	QRO-EL MARQUES	3,118	1,284	2,266	2,628
14	CHIH-CHIHUAHUA	4,029	2,564	2,843	2,574
15	NL-APODACA	2,862	3,502	1,521	2,465
16	MICH-MORELIA	3,227	2,418	1,907	2,444
17	YUC-MERIDA	6,195	5,261	4,931	2,428
18	VER-VERACRUZ	2,697	2,055	2,474	2,400
19	CDMX-IZTACALCO	1,095	746	444	2,335
20	QRO-QUERETARO	5,533	4,375	3,151	2,274
21	HGO-TIZAYUCA	1,655	2,722	1,858	2,156
22	JAL-ZAPOPAN	2,086	2,746	2,838	2,090
23	SON-HERMOSILLO	2,805	3,346	1,345	1,951
24	NL-PESQUERIA	4,560	3,140	862	1,856
25	SIN-MAZATLAN	2,031	1,525	1,025	1,676
26	JAL-TONALA	789	1,160	790	1,650
27	PUE-HUEJOTZINGO	1,405	1,728	840	1,636
28	CDMX-BENITO JUAREZ	705	485	974	1,527
29	GTO-CELAYA	1,221	988	1,072	1,525
30	CHIH-JUAREZ	2,995	2,002	1,208	1,451

Tabla 2: Statista Global Consumer Service.



Anexo 2: Resultados prueba piloto - correlaciones

Codificación de variables observadas	Caract Fis1	Caract Fis2	Caract Fis3	Caract Fis4	Caract Fis5	Caract Fis6	Caract Fis7	Caract Fis8	Caract Fis9
CaractFis1	1	.542**	-0.266	.563**	.411*	0.322	0.078	.502**	.491**
CaractFis2	.542**	1	-0.152	.855**	.535**	.751**	-0.094	.522**	.623**
CaractFis3	-0.266	-0.152	1	-0.062	-0.001	-0.283	-0.002	-0.331	-0.314
CaractFis4	.563**	.855**	-0.062	1	.623**	.677**	0.07	.592**	.505**
CaractFis5	.411*	.535**	-0.001	.623**	1	.423*	0.049	0.234	0.284
CaractFis6	0.322	.751**	-0.283	.677**	.423*	1	-0.085	.365*	.528**
CaractFis7	0.078	-0.094	-0.002	0.07	0.049	-0.085	1	0.213	-0.097
CaractFis8	.502**	.522**	-0.331	.592**	0.234	.365*	0.213	1	.634**
CaractFis9	.491**	.623**	-0.314	.505**	0.284	.528**	-0.097	.634**	1

Tabla 1: Correlaciones de Spearman del Constructo Características Físicas de la Vivienda.

>=.7	.4-.7	<=.4
Altas	Medias	Bajas

Estadísticas de fiabilidad	
Cronbach's Alpha	No. de ítems
0.681	9

Tabla 2: Alpha de Cronbach del constructo Características Físicas de la Vivienda compuesto de 9 variables observadas.

Estadísticas de fiabilidad	
Cronbach's Alpha	No. de ítems
0.788	8

Tabla 3: Alpha de Cronbach del constructo Características Físicas de la Vivienda compuesto de 8 variables observada, sin la variable 3.

Estadísticas de fiabilidad	
Cronbach's Alpha	No. de ítems
0.841	7

Tabla 4: Alpha de Cronbach del constructo Características Físicas de la Vivienda compuesto de 7 variables observada, sin las variables 3 y 7.

Estadísticas de fiabilidad	
Cronbach's Alpha	No. de ítems
0.847	6

Tabla 5: Alpha de Cronbach del constructo Características Físicas de la Vivienda compuesto de 6 variables observada, sin las variables 3, 5 y 7.

Estadísticas de fiabilidad	
Cronbach's Alpha	No. de ítems
0.862	5

Tabla 6: Alpha de Cronbach del constructo Características Físicas de la Vivienda compuesto de 5 variables observadas, sin la variable 3, 5, 7 y 8.

Codificación de variables observadas	Caract Fis1	Caract Fis2	Caract Fis4	Caract Fis6	Caract Fis9
CaractFis1	1	.542**	.563**	0.322	.491**
CaractFis2	.542**	1	.855**	.751**	.623**
CaractFis4	.563**	.855**	1	.677**	.505**
CaractFis6	0.322	.751**	.677**	1	.528**
CaractFis9	.491**	.623**	.505**	.528**	1

Tabla 7: Correlaciones de Spearman del Constructo Características Físicas de la Vivienda descartando las variables observadas cuya correlación es baja o negativa.

Estadísticas de fiabilidad	
Cronbach's Alpha	No. de ítems
0.85	4

Tabla 8: Alpha de Cronbach del constructo Características Físicas de la Vivienda compuesto de 4 variables observada, sin las variables 1, 3, 5, 7 y 8.

Estadísticas de fiabilidad	
Cronbach's Alpha	No. de ítems
0.824	4

Tabla 9: Alpha de Cronbach del constructo Características Físicas de la Vivienda compuesto de 4 variables observada, sin las variables 3, 5, 6, 7 y 8.

Codificación de variables observadas	Ubic1	Ubic2	Ubic3	Ubic4	Ubic5	Ubic6	Ubic7	Ubic8
Ubic1	1	0.078	0.357	.698**	-0.34	-.473**	-.443*	.473**
Ubic2	0.078	1	.596**	0.198	0.203	0.077	-0.091	0.073
Ubic3	0.357	.596**	1	.472**	-0.049	-0.267	-0.343	.456*
Ubic4	.698**	0.198	.472**	1	-0.321	-0.245	-.550**	.498**
Ubic5	-0.34	0.203	-0.049	-0.321	1	.364*	0.204	-0.084
Ubic6	-.473**	0.077	-0.267	-0.245	.364*	1	.434*	-0.098

Ubic7	-.443*	-0.091	-0.343	-.550**	0.204	.434*	1	-0.157
Ubic8	.473**	0.073	.456*	.498**	-0.084	-0.098	-0.157	1

Tabla 10: Correlaciones de Spearman del Constructo Conveniencia en la ubicación de la vivienda

>=.7	.4-.7	<=.4
Altas	Medias	Bajas

Estadísticas de fiabilidad	
Cronbach's Alpha	No. de ítems
0.181	8

Tabla 11: Alpha de Cronbach del constructo Conveniencia en la ubicación de la vivienda compuesto de 8 variables observadas.

Estadísticas de fiabilidad	
Cronbach's Alpha	No. de ítems
0.138	7

Tabla 12: Alpha de Cronbach del constructo Conveniencia en la ubicación de la vivienda compuesto de 7 variables observadas, sin la variable 5.

Estadísticas de fiabilidad	
Cronbach's Alpha	No. de ítems
0.036	7

Tabla 13: Alpha de Cronbach del constructo Conveniencia en la ubicación de la vivienda compuesto de 7 variables observadas, sin la variable 2

Estadísticas de fiabilidad	
Cronbach's Alpha	No. de ítems
- 0.013	6

Tabla 14: Alpha de Cronbach del constructo Conveniencia en la ubicación de la vivienda compuesto de 6 variables observadas, sin las variables 2 y 5.

Codificación de variables observadas	Ofer Serv1	Ofer Serv2	Ofer Serv3	Ofer Serv4	Ofer Serv5	Ofer Serv6	Ofer Serv7	Ofer Serv8
OferServ1	1	0.097	-0.187	-0.141	0.126	-0.132	-0.168	0.054
OferServ2	0.097	1	0.13	0.075	0.116	-0.011	0.213	-0.048
OferServ3	-0.187	0.13	1	.425*	.461*	.496**	0.245	.522**
OferServ4	-0.141	0.075	.425*	1	.384*	.380*	0.21	0.36
OferServ5	0.126	0.116	.461*	.384*	1	.839**	0.201	.676**

OferServ7	-0.168	0.213	0.245	0.21	0.201	0.278	1	0.236
OferServ6	-0.132	-0.011	.496**	.380*	.839**	1	0.278	.624**
OferServ8	0.054	-0.048	.522**	0.36	.676**	.624**	0.236	1

Tabla 15: Correlaciones de Spearman del Constructo Oferta de servicios

>=.7	.4-.7	<=.4
Altas	Medias	Bajas

Estadísticas de fiabilidad	
Cronbach's Alpha	No. de ítems
0.768	8

Tabla 16: Alpha de Cronbach del constructo Oferta de servicios compuesto de 8 variables observadas.

Estadísticas de fiabilidad	
Cronbach's Alpha	No. de ítems
0.793	7

Tabla 17: Alpha de Cronbach del constructo Oferta de servicios compuesto de 7 variables observadas, sin la variable 1

Estadísticas de fiabilidad	
Cronbach's Alpha	No. de ítems
0.857	6

Tabla 18: Alpha de Cronbach del constructo Oferta de servicios compuesto de 6 variables observadas, sin las variables 1 y 2.

Estadísticas de fiabilidad	
Cronbach's Alpha	No. de ítems
0.874	5

Tabla 19: Alpha de Cronbach del constructo Oferta de servicios compuesto de 5 variables observadas, sin las variables 1, 2 y 7.

Estadísticas de fiabilidad	
Cronbach's Alpha	No. de ítems
0.88	4

Tabla 20: Alpha de Cronbach del constructo Oferta de servicios compuesto de 4 variables observadas, sin las variables 1, 2, 4 y 7.

Codificación de variables observadas	Ofer Serv3	Ofer Serv5	Ofer Serv6	Ofer Serv8
--------------------------------------	------------	------------	------------	------------

OferServ3	1	.461*	.496**	.522**
OferServ5	.461*	1	.839**	.676**
OferServ6	.496**	.839**	1	.624**
OferServ8	.522**	.676**	.624**	1

Tabla 21: Correlaciones de Spearman del Constructo Oferta de servicios descartando las variables observadas cuya correlación es baja o negativa.

Codificación de variables observadas	VivComp1	VivComp2	VivComp3	VivComp4
VivComp1	1	-.698**	.690**	.739**
VivComp2	-.698**	1	-.567**	-.469**
VivComp3	.690**	-.567**	1	.841**
VivComp4	.739**	-.469**	.841**	1

Tabla 22: Correlaciones de Spearman del Constructo Disposición hacia el modelo de vivienda compartida

>=.7	.4-.7	<=.4
Altas	Medias	Bajas

Estadísticas de fiabilidad	
Cronbach's Alpha	No. de ítems
0.503	4

Tabla 23: Alpha de Cronbach del constructo Disposición hacia el modelo de vivienda compartida compuesto de 4 variables observadas.

Estadísticas de fiabilidad	
Cronbach's Alpha	No. de ítems
0.888	3

Tabla 24: Alpha de Cronbach del constructo Disposición hacia el modelo de vivienda compartida compuesto de 3 variables observadas, sin la variable 2.

Codificación de variables observadas	VivComp1	VivComp3	VivComp4
VivComp1	1	.690**	.739**
VivComp3	.690**	1	.841**
VivComp4	.739**	.841**	1

Tabla 25: Correlaciones de Spearman del constructo Disposición hacia el modelo de vivienda compartida descartando la variable observada 2.

Codificación de variables observadas	Flex Finan1	Flex Finan2	Flex Finan3	Flex Finan4	Flex Finan5	Var Fin1	Var Fin2	Var Fin3	Var Fin4
--------------------------------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	----------	----------	----------	----------

FlexFinan1	1	0.28	.384*	0.231	.436*	0.126	0.246	0.14	0.262
FlexFinan2	0.28	1	0.304	-0.008	0.123	0.329	-0.047	0.22	0.167
FlexFinan3	.384*	0.304	1	0.24	.475**	0.198	0.169	.375*	.377*
FlexFinan4	0.231	-0.008	0.24	1	0.164	0.127	0.146	0.168	0.236
FlexFinan5	.436*	0.123	.475**	0.164	1	.555**	.608**	.652**	.697**
VarFin1	0.126	0.329	0.198	0.127	.555**	1	.479**	.580**	.586**
VarFin2	0.246	-0.047	0.169	0.146	.608**	.479**	1	.729**	.598**
VarFin3	0.14	0.22	.375*	0.168	.652**	.580**	.729**	1	.862**
VarFin4	0.262	0.167	.377*	0.236	.697**	.586**	.598**	.862**	1

Tabla 26: Correlaciones de Spearman del Constructo Flexibilidad y Variedad de financiamiento.

>=.7	.4-.7	<=.4
Altas	Medias	Bajas

Estadísticas de fiabilidad	
Cronbach's Alpha	No. de ítems
0.863	9

Tabla 27: Alpha de Cronbach del constructo Flexibilidad y Variedad de financiamiento compuesto de 9 variables observadas.

Estadísticas de fiabilidad	
Cronbach's Alpha	No. de ítems
0.876	8

Tabla 28: Alpha de Cronbach del constructo Flexibilidad y Variedad de financiamiento compuesto de 8 variables observadas, sin la variable FlexFinan2.

Estadísticas de fiabilidad	
Cronbach's Alpha	No. de ítems
0.89	7

Tabla 29: Alpha de Cronbach del constructo Flexibilidad y Variedad de financiamiento compuesto de 7 variables observadas, sin las variables FlexFinan2 y FlexFinan4.

Estadísticas de fiabilidad	
Cronbach's Alpha	No. de ítems
0.917	6

Tabla 30: Alpha de Cronbach del constructo Flexibilidad y Variedad de financiamiento compuesto de 6 variables observadas, sin las variables FlexFinan1, FlexFinan2 y FlexFinan4.

Estadísticas de fiabilidad	
Cronbach's Alpha	No. de ítems
0.946	5

Tabla 31: Alpha de Cronbach del constructo Flexibilidad y Variedad de financiamiento compuesto de 6 variables observadas, sin las variables FlexFinan1, FlexFinan2, FlexFinan3 y FlexFinan4.

Codificación de variables observadas	Flex Finan5	Var Fin1	Var Fin2	Var Fin3	Var Fin4
FlexFinan5	1	.555**	.608**	.652**	.697**
VarFin1	.555**	1	.479**	.580**	.586**
VarFin2	.608**	.479**	1	.729**	.598**
VarFin3	.652**	.580**	.729**	1	.862**
VarFin4	.697**	.586**	.598**	.862**	1

Tabla 32: Correlaciones de Spearman del Constructo Flexibilidad y Variedad de financiamiento descartando las variables observadas cuya correlación es baja o negativa.

Codificación de variables observadas	PagoServ1	PagoServ2	PagoServ3	PagoServ4	PagoServ5	PagoServ6	PagoServ7
PagoServ1	1	-0.183	-.482**	-.594**	-0.314	-.540**	-.363*
PagoServ2	-0.183	1	.414*	0.285	-0.024	.529**	0.289
PagoServ3	-.482**	.414*	1	.694**	0.258	.545**	.439*
PagoServ4	-.594**	0.285	.694**	1	.478**	.607**	0.345
PagoServ5	-0.314	-0.024	0.258	.478**	1	0.359	0.135
PagoServ6	-.540**	.529**	.545**	.607**	0.359	1	0.316
PagoServ7	-.363*	0.289	.439*	0.345	0.135	0.316	1

Tabla 33: Correlaciones de Spearman del Constructo Opciones de pago de servicios de co- living

>=.7	.4-.7	<=.4
Altas	Medias	Bajas

Estadísticas de fiabilidad	
Cronbach's Alpha	No. de ítems
0.553	7

Tabla 34: Alpha de Cronbach del constructo Opciones de pago de servicios de co- living compuesto de 7 variables observadas.

Estadísticas de fiabilidad	
Cronbach's Alpha	No. de ítems

0.525	6
-------	---

Tabla 35: Alpha de Cronbach del constructo Opciones de pago de servicios de *co-living* compuesto de 6 variables observadas, sin la variable 7.

Estadísticas de fiabilidad	
Cronbach's Alpha	No. de ítems
0.421	5

Tabla 36: Alpha de Cronbach del constructo Opciones de pago de servicios de *co-living* compuesto de 5 variables observadas, sin las variables 5 y 7.

Estadísticas de fiabilidad	
Cronbach's Alpha	No. de ítems
0.164	4

Tabla 37: Alpha de Cronbach del constructo Opciones de pago de servicios de *co-living* compuesto de 4 variables observadas, sin las variables 2, 5 y 7.

Estadísticas de fiabilidad	
Cronbach's Alpha	No. de ítems
0.87	3

Tabla 38: Alpha de Cronbach del constructo Opciones de pago de servicios de *co-living* compuesto de 3 variables observadas, sin las variables 1, 2, 5 y 7.

Codificación de variables observadas	Pago Serv3	Pago Serv4	Pago Serv6
PagoServ3	1	.694**	.545**
PagoServ4	.694**	1	.607**
PagoServ6	.545**	.607**	1

Tabla 39: Correlaciones de Spearman del constructo Opciones de pago de servicios de *co-living* descartando las variables observadas cuya correlación es baja o negativa.

Codificación de variables observadas	Uso Cript1	Uso Cript2	Uso Cript3	Uso Cript4	Uso Cript5	Uso Cript6	Uso Cript7	Uso Cript8	Uso Cript9
UsoCript1	1	-0.009	.805**	.620**	.648**	.447*	.368*	.566**	0.341
UsoCript2	-0.009	1	0.106	0.019	-0.003	0.138	0.216	0.003	0.09
UsoCript3	.805**	0.106	1	.700**	.709**	0.208	0.175	.462*	0.149
UsoCript4	.620**	0.019	.700**	1	.697**	0.187	0.118	.486**	0.111
UsoCript5	.648**	-0.003	.709**	.697**	1	0.24	0.175	.533**	0.149
UsoCript6	.447*	0.138	0.208	0.187	0.24	1	.968**	.458*	.731**

UsoCript7	.368*	0.216	0.175	0.118	0.175	.968**	1	.441*	.706**
UsoCript8	.566**	0.003	.462*	.486**	.533**	.458*	.441*	1	0.183
UsoCript9	0.341	0.09	0.149	0.111	0.149	.731**	.706**	0.183	1

Tabla 40: Correlaciones de Spearman del Constructo Conocimiento y disposición de uso de criptomoneda

>=.7	.4-.7	<=.4
Altas	Medias	Bajas

Estadísticas de fiabilidad	
Cronbach's Alpha	No. de ítems
0.837	9

Tabla 41: Alpha de Cronbach del constructo Conocimiento y disposición de uso de criptomoneda compuesto de 9 variables observadas.

Estadísticas de fiabilidad	
Cronbach's Alpha	No. de ítems
0.894	5

Tabla 42: Alpha de Cronbach del constructo Conocimiento y disposición de uso de criptomoneda compuesto de 5 variables observadas, sin las variables 2, 6 y 7.

Codificación de variables observadas	Uso Cript1	Uso Cript2	Uso Cript3	Uso Cript4	Uso Cript5
UsoCript1	1	-0.009	.805**	.620**	.648**
UsoCript2	-0.009	1	0.106	0.019	-0.003
UsoCript3	.805**	0.106	1	.700**	.709**
UsoCript4	.620**	0.019	.700**	1	.697**
UsoCript5	.648**	-0.003	.709**	.697**	1

Tabla 43: Correlaciones de Spearman del constructo Disposición al uso de criptomonedas.

>=.7	.4-.7	<=.4
Altas	Medias	Bajas

Estadísticas de fiabilidad	
Cronbach's Alpha	No. de ítems
0.919	4

Tabla 44: Alpha de Cronbach del constructo Disposición al uso de criptomonedas compuesto de 4 variables observadas, sin la variable 2.

Codificación de variables observadas	Uso Cript1	Uso Cript3	Uso Cript4	Uso Cript5
UsoCript1	1	.805**	.620**	.648**
UsoCript3	.805**	1	.700**	.709**
UsoCript4	.620**	.700**	1	.697**
UsoCript5	.648**	.709**	.697**	1

Tabla 45: Correlaciones de Spearman del constructo Disposición al uso de criptomonedas descartando las variables observadas cuya correlación es baja o negativa.

Codificación de variables observadas	Uso Cript6	Uso Cript7	Uso Cript8	Uso Cript9
UsoCript6	1	.968**	.458*	.731**
UsoCript7	.968**	1	.441*	.706**
UsoCript8	.458*	.441*	1	0.183
UsoCript9	.731**	.706**	0.183	1

Tabla 46: Correlaciones de Spearman del Constructo Conocimiento de la criptomoneda

>=.7	.4-.7	<=.4
Altas	Medias	Bajas

Estadísticas de fiabilidad	
Cronbach's Alpha	No. de ítems
0.92	3

Tabla 47: Alpha de Cronbach del constructo Conocimiento de la criptomoneda compuesto de 3 variables observadas, sin la variable 8.

Codificación de variables observadas	UsoCript6	UsoCript7	UsoCript9
UsoCript6	1	.968**	.731**
UsoCript7	.968**	1	.706**
UsoCript9	.731**	.706**	1

Tabla 48: Correlaciones de Spearman del constructo Conocimiento de criptomonedas descartando las variables observadas cuya correlación es baja o negativa.

Codificación de variables observadas	IntCompr1	IntCompr2	IntCompr3	IntCompr4	IntCompr5	IntCompr6	IntCompr7	IntCompr8
IntCompr1	1	0.039	0.228	0.123	-0.021	0.268	0.09	0.05

IntCompr2	0.039	1	-.623**	0.118	-0.148	0.143	0.148	0.116
IntCompr3	0.228	-.623**	1	0.032	0.186	0.043	0.029	-0.021
IntCompr4	0.123	0.118	0.032	1	.591**	-0.044	.443*	.492**
IntCompr5	-0.021	-0.148	0.186	.591**	1	0.21	.640**	.707**
IntCompr6	0.268	0.143	0.043	-0.044	0.21	1	.499**	.431*
IntCompr7	0.09	0.148	0.029	.443*	.640**	.499**	1	.909**
IntCompr8	0.05	0.116	-0.021	.492**	.707**	.431*	.909**	1

Tabla 49: Correlaciones de Spearman del Constructo Intención de compra.

>=.7	.4-.7	<=.4
Altas	Medias	Bajas

Estadísticas de fiabilidad	
Cronbach's Alpha	No. de ítems
0.678	8

Tabla 50: Alpha de Cronbach del constructo Intención de compra compuesto de 8 variables observadas.

Estadísticas de fiabilidad	
Cronbach's Alpha	No. de ítems
0.661	7

Tabla 51: Alpha de Cronbach del constructo Intención de compra compuesto de 7 variables observadas, sin la variable 1.

Estadísticas de fiabilidad	
Cronbach's Alpha	No. de ítems
0.752	6

Tabla 52: Alpha de Cronbach del constructo Intención de compra compuesto de 6 variables observadas, sin las variables 1 y 2.

Estadísticas de fiabilidad	
Cronbach's Alpha	No. de ítems
0.813	5

Tabla 53: Alpha de Cronbach del constructo Intención de compra compuesto de 5 variables observadas, sin las variables 1, 2 y 3.

Estadísticas de fiabilidad	
Cronbach's Alpha	No. de ítems
0.87	4

Tabla 54: Alpha de Cronbach del constructo Intención de compra compuesto de 4 variables observadas, sin las variables 1, 2, 3 y 6.

Codificación de variables observadas	IntCompr4	IntCompr5	IntCompr7	IntCompr8
IntCompr4	1	.591**	.443*	.492**
IntCompr5	.591**	1	.640**	.707**
IntCompr7	.443*	.640**	1	.909**
IntCompr8	.492**	.707**	.909**	1

Tabla 55: Correlaciones de Spearman del constructo Intención de compra descartando las variables observadas cuya correlación es baja o negativa.

Anexo 3: Resultados prueba final

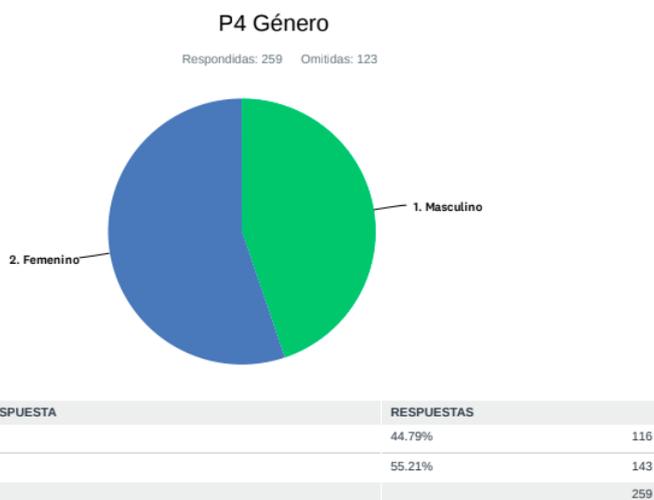


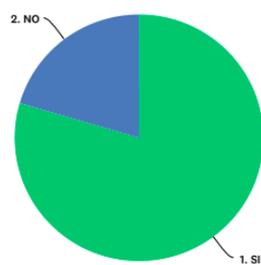
Tabla 1. Pregunta 1. Sección II “Preguntas de clasificación del entrevistado”

25		11,20%	29	Ver todo	Editar	Eliminar
26		5,79%	15	Ver todo	Editar	Eliminar
27		6,95%	18	Ver todo	Editar	Eliminar
28		12,74%	33	Ver todo	Editar	Eliminar
29		11,97%	31	Ver todo	Editar	Eliminar
30		13,13%	34	Ver todo	Editar	Eliminar
31		4,63%	12	Ver todo	Editar	Eliminar
32		2,32%	6	Ver todo	Editar	Eliminar
33		4,63%	12	Ver todo	Editar	Eliminar
34		5,02%	13	Ver todo	Editar	Eliminar
35		5,79%	15	Ver todo	Editar	Eliminar
36		3,47%	9	Ver todo	Editar	Eliminar
37		3,86%	10	Ver todo	Editar	Eliminar
38		2,32%	6	Ver todo	Editar	Eliminar
39		3,47%	9	Ver todo	Editar	Eliminar
40		2,70%	7	Ver todo	Editar	Eliminar

Tabla 2. Pregunta 2. Sección II “Preguntas de clasificación del entrevistado - Rango de edad de los encuestados”

P7 ¿Cuentas con algún crédito de antigüedad mínima de 1 año? (Tarjeta, auto, departamental, etc.)

Respondidas: 259 Omitidas: 123

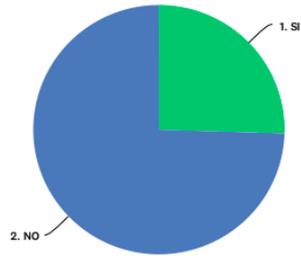


OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
1. SI	79.54%	206
2. NO	20.46%	53
TOTAL		259

Tabla 3. Pregunta 3. Sección II “Preguntas de clasificación del entrevistado”

P8 ¿Has oído sobre blockchain?

Respondidas: 259 Omitidas: 123

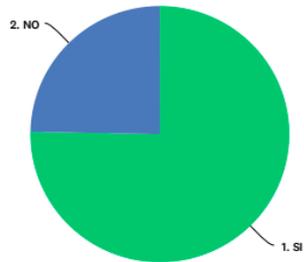


OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
1. SI	25.48%	66
2. NO	74.52%	193
TOTAL		259

Tabla 4. Pregunta 4. Sección II “Preguntas de clasificación del entrevistado”

P9 ¿Has oído sobre criptomonedas?

Respondidas: 259 Omitidas: 123

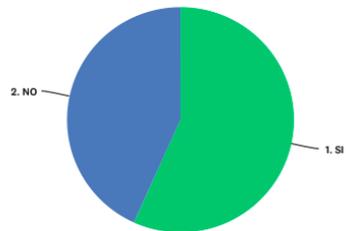


OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
1. SI	75.29%	195
2. NO	24.71%	64
TOTAL		259

Tabla 5. Pregunta 5. Sección II “Preguntas de clasificación del entrevistado”

P10 ¿Conoces medios alternativos de pago como las monedas digitales?

Respondidas: 259 Omitidas: 123

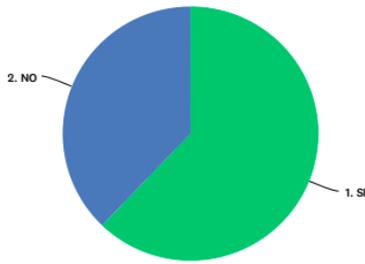


OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
1. SI	56.76%	147
2. NO	43.24%	112
TOTAL		259

Tabla 6. Pregunta 6. Sección II “Preguntas de clasificación del entrevistado”

P11 ¿Estarías dispuesto a usar monedas digitales?

Respondidas: 259 Omitidas: 123



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
1. SI	62.16%	161
2. NO	37.84%	98
TOTAL		259

Tabla 7. Pregunta 7. Sección II “Preguntas de clasificación del entrevistado”

P12 ¿Cuánto estás dispuesto a pagar por una renta o hipoteca al mes?

Respondidas: 259 Omitidas: 123

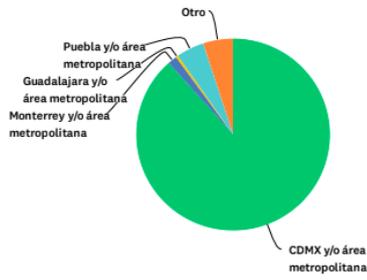


OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
\$5,000- \$10,000	55.98%	145
\$11,000 - \$17,000	27.03%	70
\$18,000 - \$24,000	10.42%	27
Más de \$25,000	6.56%	17
TOTAL		259

Tabla 8. Pregunta 9. Sección II “Preguntas de clasificación del entrevistado”

P6 ¿En cuál ciudad vives?

Respondidas: 259 Omitidas: 123

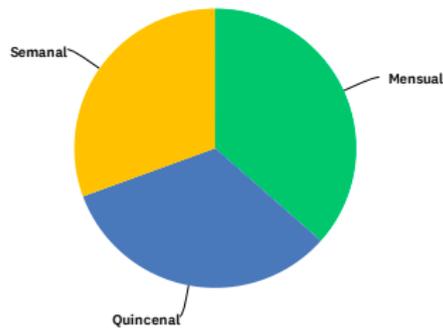


OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
CDMX y/o área metropolitana	88.42%	229
Monterrey y/o área metropolitana	1.54%	4
Guadalajara y/o área metropolitana	0.39%	1
Puebla y/o área metropolitana	4.63%	12
Otro	5.02%	13
TOTAL		259

Tabla 9. Pregunta 10. Sección II “Preguntas de clasificación del entrevistado”

P15 Prefiero contar con los servicios adicionales (lavandería, comida, limpieza, etc.) de manera mensual, quincenal o semanal.

Respondidas: 219 Omitidas: 163



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
Mensual	36.53%	80
Quincenal	32.88%	72
Semanal	30.59%	67
TOTAL		219

Tabla 10. Pregunta 11. Sección II “Preguntas de clasificación del entrevistado”

	1	2	3	4	5	6	7	TOTAL	PUNTUACIÓN
Comida	15.67% 34	14.75% 32	14.29% 31	13.36% 29	11.52% 25	13.36% 29	17.05% 37	217	4.01
Lavandería	12.44% 27	17.51% 38	14.75% 32	16.13% 35	17.05% 37	12.90% 28	9.22% 20	217	4.17
Entregas a domicilio	5.99% 13	19.82% 43	22.12% 48	14.29% 31	16.13% 35	14.75% 32	6.91% 15	217	4.13
Limpieza	15.74% 34	10.19% 22	10.19% 22	12.50% 27	12.04% 26	12.50% 27	26.85% 58	216	3.60
Tintorería	15.28% 33	15.74% 34	19.91% 43	17.13% 37	15.28% 33	11.11% 24	5.56% 12	216	4.43
Compras de supermercado	5.50% 12	11.47% 25	12.84% 28	16.51% 36	18.35% 40	22.48% 49	12.84% 28	218	3.50
Servicio a mascotas	29.63% 64	10.19% 22	6.02% 13	9.72% 21	9.72% 21	13.43% 29	21.30% 46	216	4.15

Tabla 11. Pregunta 12. Sección II “Preguntas de clasificación del entrevistado”

	CaractFis1	CaractFis2	CaractFis3	CaractFis4	CaractFis5
CaractFis1	1	.412**	.355**	.358**	.434**
CaractFis2	.412**	1	.645**	.501**	.642**
CaractFis3	.355**	.645**	1	.556**	.494**
CaractFis4	.358**	.501**	.556**	1	.520**
CaractFis5	.434**	.642**	.494**	.520**	1

Tabla 12:

Correlaciones de Spearman del Constructo Características Físicas

Altas	Medias	Bajas
-------	--------	-------

Estadísticas de fiabilidad	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,878	5

Tabla 13: Alpha de Cronbach del constructo Características Físicas

	OferServ1	OferServ2	OferServ3	OferServ4
OferServ1	1	.604**	.452**	.190**
OferServ2	.604**	1	.560**	.268**
OferServ3	.452**	.560**	1	.252**
OferServ4	.190**	.268**	.252**	1

Tabla 14: Correlaciones de Spearman del Constructo Oferta de servicios

Estadísticas de fiabilidad	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,784	4

Tabla 15: Alpha de Cronbach del constructo Oferta de servicios

	VivComp1	VivComp2	VivComp3
VivComp1	1	.302**	.541**
VivComp2	.302**	1	.354**
VivComp3	.541**	.354**	1

Tabla 16: Correlaciones de Spearman del Constructo Vivienda compartida

Estadísticas de fiabilidad	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,742	3

Tabla 17: Alpha de Cronbach del constructo Vivienda compartida

	VarFin1	VarFin2	VarFin3	VarFin4	VarFin5
VarFin1	1	.451**	.441**	.454**	.233**
VarFin2	.451**	1	.694**	.624**	.349**
VarFin3	.441**	.694**	1	.728**	.453**
VarFin4	.454**	.624**	.728**	1	.421**
VarFin5	.233**	.349**	.453**	.421**	1

Tabla 18: Correlaciones de Spearman del Constructo Variedad de financiamiento

Estadísticas de fiabilidad	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,901	5

Tabla 19: Alpha de Cronbach del constructo Variedad del financiamiento

	PagoServ1	PagoServ2	PagoServ3
PagoServ1	1	.593**	.696**
PagoServ2	.593**	1	.635**
PagoServ3	.696**	.635**	1

Tabla 20: Correlaciones de Spearman del Constructo Opciones de pago de servicios *co-living*.

Estadísticas de fiabilidad	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,892	3

Tabla 21: Alpha de Cronbach del constructo Opciones de pago de servicios *co-living*.

	Usocript1	Usocript2	Usocript3	Usocript4
--	-----------	-----------	-----------	-----------

UsoCript1	1	.785**	.577**	.531**
UsoCript2	.785**	1	.653**	.598**
UsoCript3	.577**	.653**	1	.584**
UsoCript4	.531**	.598**	.584**	1

Tabla 22: Correlaciones de Spearman del Constructo Disposición del uso de criptomoneda.

Estadísticas de fiabilidad	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,908	4

Tabla 23: Alpha de Cronbach del constructo Disposición del uso de criptomoneda.

	ConoCript1	ConoCript2	ConoCript3
ConoCript1	1	.729**	.579**
ConoCript2	.729**	1	.593**
ConoCript3	.579**	.593**	1

Tabla 24: Correlaciones de Spearman del Constructo Conocimiento del uso de criptomoneda.

Estadísticas de fiabilidad	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,87	3

Tabla 25: Alpha de Cronbach del constructo Conocimiento del uso criptomoneda

	IntCompr1	IntCompr2	IntCompr3	IntCompr4
IntCompr1	1	.360**	.363**	.411**
IntCompr2	.360**	1	.598**	.582**
IntCompr3	.363**	.598**	1	.795**
IntCompr4	.411**	.582**	.795**	1

Tabla 26: Correlaciones de Spearman del Constructo Intención de compra

Estadísticas de fiabilidad	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,857	4

Tabla 27: Alpha de Cronbach del constructo Intención de compra

Tabla 28: Resultados la prueba de Kayser-Meyer-Olkin y la prueba esfericidad de Barlett

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.839
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	4551.229
	df	465
	Sig.	.000

Tabla 29: Resultados Varianza Total Explicada

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	7.180	23.161	23.161	7.180	23.161	23.161
2	5.310	17.129	40.290	5.310	17.129	40.290
3	2.551	8.230	48.520	2.551	8.230	48.520
4	2.327	7.505	56.026	2.327	7.505	56.026
5	1.984	6.400	62.426	1.984	6.400	62.426
6	1.452	4.683	67.109	1.452	4.683	67.109
7	1.315	4.242	71.351	1.315	4.242	71.351
8	1.026	3.311	74.662	1.026	3.311	74.662
9	.775	2.499	77.160			
10	.720	2.321	79.481			
11	.584	1.883	81.364			
12	.552	1.779	83.144			

Tabla 30: Resultados Oblimin Directo

Pattern Matrix^a

	Component							
	1	2	3	4	5	6	7	8
CaractFis1							.742	
CaractFis2							.879	
CaractFis3							.761	
CaractFis4							.731	
CaractFis5							.831	
OferServ1						-.767		
OferServ2						-.841		
OferServ3						-.855		
OferServ4						-.419		
VivComp1			.810					
VivComp2			.669					
VivComp3			.898					
VarFin1	.657							
VarFin2	.891							
VarFin3	.877							
VarFin4	.905							
VarFin5	.774							
PagoServ1				-.863				
PagoServ2				-.865				
PagoServ3				-.899				
UsoCript1		.886						
UsoCript2		.961						
UsoCript3		.882						
UsoCript4		.784						
ConoCript1					.892			
ConoCript2					.894			
ConoCript3					.826			
IntCompr1		.598						-.405
IntCompr2								-.739
IntCompr3								-.920
IntCompr4								-.919

Extraction Method: Principal Component Analysis.
 Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 10 iterations.

Anexo 4: Instrumento de medición cuantitativo

Tabla 1: Prueba piloto

Estás siendo parte de una investigación de Maestría en marketing de la Universidad Iberoamericana. El estudio está enfocado en la tendencia de compra de inmuebles por millennials. Por favor contesta cada pregunta cuidadosamente. Agradecemos tu tiempo y la honestidad de tus respuestas. La información que proporciones será tratada con absoluta confidencialidad.

Sección I: Preguntas Filtro

¿Tienes interés en comprar/rentar una vivienda? Sí No

¿Cuentas con estudios universitarios? Sí No

¿Tienes entre 25 y 40 años? Sí No

Sección II: Preguntas de clasificación del entrevistado

Género: Hombre Mujer

Edad (años):

¿Cuentas con algún crédito de antigüedad mínima de 1 año? (Tarjeta, auto, departamental...) Sí No

¿Has oído sobre blockchain? Sí No

¿Has oído sobre criptomonedas? Sí No

¿Conoces medios alternativos de pago como las monedas digitales? Sí No

¿Estarías dispuesto a usar monedas digitales? Sí No

¿Cuánto estás dispuesto a pagar por una renta o hipoteca al mes? \$5,000-\$10,000 \$11,000-\$17,000 \$18,000-\$24,000 Más de \$25,000

¿De dónde eres? MX Monterrey Guadalajara Puebla

Prefiero contar con los servicios de manera mensual, quincenal o semanal.

Mensual Quincenal Semanal

Califica los servicios adicionales por importancia siendo 7 el más importante y 1 el menos relevante.

Comida Lavandería Entrega a domicilio Limpieza Tintorería Compras de supermercado Servicio a mascotas

Sección III Preguntas de investigación

Instrucciones: Con base en tus intereses de compra de una vivienda bajo un esquema de co-housing/co-living selección para cada afirmación la opción que mejor describa su opinión. Las opciones van desde "1-Totalmente en desacuerdo" hasta "7-Totalmente de acuerdo".

Características físicas de la vivienda

	Totalmente en desacuerdo	Muy en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Neutral	Algo de acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo
Prefiero una vivienda que sean adaptables a mis necesidades.	1	2	3	4	5	6	7
Me importa que mi vivienda sea amplia.	1	2	3	4	5	6	7
Prefiero viviendas con espacios abiertos	1	2	3	4	5	6	7
Prefiero viviendas con espacios abiertos como terraza o roof garden	1	2	3	4	5	6	7
Si pudiera, elegiría una vivienda espaciosa	1	2	3	4	5	6	7

Conveniencia en la ubicación de la vivienda

	Totalmente en desacuerdo	Muy en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Neutral	Algo de acuerdo
Me importa mucho que mi vivienda tenga cerca transporte público	1	2	3	4	5
Me gustaría que mi vivienda tuviera cerca áreas verdes (por ejemplo: parques)	1	2	3	4	5
Para mi vivienda, prefiero ubicaciones céntricas	1	2	3	4	5
En mis selección de vivienda me resulta importante que sea fácil desplazarse a cualquier punto	1	2	3	4	5
Prefiero una vivienda dentro de un fraccionamiento/residencial	1	2	3	4	5
Prefiero una vivienda en zonas con crecimiento horizontal	1	2	3	4	5
Prefiero una vivienda amplia aún cuando me implique vivir alejado de mi zona de trabajo	1	2	3	4	5
Me importa mucho que mi vivienda tenga cerca centros comerciales/comercios	1	2	3	4	5

Oferta de servicios

	Totalmente en desacuerdo	Muy en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Neutral	Algo de acuerdo
Me parece importante que la vivienda cuente con servicios básicos (agua, luz, gas, internet).	1	2	3	4	5
Prefiero que el costo de los servicios básicos (agua, luz, gas, internet) se incluya en mi pago mensual.	1	2	3	4	5
Me gustaría contar con servicios adicionales (lavandería, comida, limpieza, etc.) dentro de mi vivienda.	1	2	3	4	5
Estoy dispuesto a pagar una cuota mensual mayor por contar con servicios adicionales (lavandería, comida, limpieza, etc.).	1	2	3	4	5
Es importante para mi contar con servicios personalizados.	1	2	3	4	5
Estoy dispuesto a pagar una cuota mayor por contar con servicios personalizados.	1	2	3	4	5
Prefiero que los servicios adicionales sean de una marca que ya conozco. (Por ejemplo: Rappi)	1	2	3	4	5
Estaría dispuesto a colaborar en actividades socio-culturales con otros residentes de la vivienda.	1	2	3	4	5

Prefiero contar con los servicios de manera mensual, quincenal o semanal.

Mensual	Quincenal	Semanal
---------	-----------	---------

Califica los servicios adicionales por importancia siendo 7 el más importante y 1 el menos relevante.

Comida	Lavandería	Entregas a domicilio	Limpieza	Tintorería
--------	------------	----------------------	----------	------------

Disposición hacia el modelo de vivienda compartida

Totalmente en desacuerdo	Muy en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Neutral	Algo de acuerdo
--------------------------	-------------------	--------------------	---------	-----------------

Prefiero compartir mi vivienda con uno o varios roomies.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Prefiero vivir en una vivienda sin necesidad de compartir.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Estaría dispuesto a compartir áreas comunes con otros residentes con tal de reducir costos.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Prefiriría compartir mi vivienda porque me parece más sustentable.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Flexibilidad del financiamiento para adquirir una vivienda

Totalmente en desacuerdo	Muy en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Neutral	Algo de acuerdo
--------------------------	-------------------	--------------------	---------	-----------------

Prefiero utilizar un crédito hipotecario con un banco para adquirir una vivienda.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Prefiero utilizar un crédito hipotecario con algún programa de gobierno o institución pública (Infonavit, FOVISSSTE, INVI...)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Prefiero comprar una vivienda a través de un crédito hipotecario que ofrezca una inmobiliaria.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Considero mejor utilizar un crédito hipotecario con alguna fintech para comprar una vivienda.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Un factor decisivo en la selección del crédito hipotecario es que me ofrezcan la tasa de interés más baja

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Variedad del financiamiento para adquirir una vivienda

Totalmente en desacuerdo	Muy en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Neutral	Algo de acuerdo
--------------------------	-------------------	--------------------	---------	-----------------

Me importa mucho el prestigio de la institución con la que quiero adquirir un crédito hipotecario

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Prefiero instituciones que me permitan elegir el plazo necesario para el pago del crédito hipotecario.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Prefiero instituciones que me permitan elegir el monto adecuado para mi que me permita tener mayor liquidez.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Prefiero instituciones que me ofrecen una mayor variedad de opciones para la adquisición de una vivienda.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Opciones de pago de servicios de co-living

Totalmente en desacuerdo	Muy en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Neutral	Algo de acuerdo
--------------------------	-------------------	--------------------	---------	-----------------

Prefiero usar efectivo como forma de pago a cambio de un servicio.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Me interesaría usar una moneda digital para el pago de mis servicios.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Prefiero hacer el pago de servicios a través de una aplicación.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Prefiero hacer el pago de servicios en línea.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Prefiero que se haga un cargo automático a mi cuenta cada mes para el pago de mis servicios.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Me interesa realizar mis pagos a través de una plataforma completamente digital.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Me gustaría usar una aplicación que me permita ver mis movimientos financieros.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Intención de compra de una vivienda co-housing/co-living

Totalmente en desacuerdo	Muy en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Neutral	Algo de acuerdo
--------------------------	-------------------	--------------------	---------	-----------------

Aspiro a comprar mi vivienda aún cuando sé que me implicará una deuda.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Prefiero adquirir un departamento a una casa.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Deseo comprar una casa, aunque implique un mayor costo en comparación a la compra de un departamento.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Estoy dispuesto a comprar una vivienda bajo nuevos esquemas de pago (token / criptomonedas).

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Acepto lo que implica vivir bajo un esquema de co-housing / co-living.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Prefiero comprar una vivienda en colaboración con otras personas de confianza (familiares, amigos)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Si tuviera la opción, compraría una vivienda en esquema de co-housing/co-living

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Aún teniendo otras opciones, estaría dispuesto a comprar una vivienda en esquema de co-housing/co-living

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Tabla 2: Prueba final

Estás siendo parte de una investigación de Maestría en marketing de la Universidad Iberoamericana. El estudio está enfocado en la tendencia de compra de inmuebles por millennials. Por favor contesta cada pregunta cuidadosamente. Agradecemos tu tiempo y la honestidad de tus respuestas. La información que proporciones será tratada con absoluta confidencialidad.

Sección I: Preguntas Filtro

¿Tienes interés en comprar/rentar una vivienda? Sí No

¿Cuentas con estudios universitarios? Sí No

¿Tienes entre 25 y 40 años? Sí No

Sección II: Preguntas de clasificación del entrevistado

Género: Hombre Mujer

Edad (años):

¿Cuentas con algún crédito de antigüedad mínima de 1 año? (Tarjeta, auto, departamental...) Sí No

¿Has oído sobre blockchain? Sí No

¿Has oído sobre criptomonedas? Sí No

¿Conoces medios alternativos de pago como las monedas digitales? Sí No

¿Estarías dispuesto a usar monedas digitales? Sí No

¿Has oído sobre crypto tokens? Sí No

¿Cuánto estás dispuesto a pagar por una renta o hipoteca al mes? \$5,000 - \$10,000 \$11,000 - \$17,000 \$18,000 - \$24,000 Más de \$25,000

Oferta de servicios

	Totalmente en desacuerdo	Muy en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Neutral	Algo de acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo
Me gustaría contar con servicios adicionales (lavandería, comida, limpieza, etc.) dentro de mi vivienda.	1	2	3	4	5	6	7
Es importante para mí contar con servicios personalizados.	1	2	3	4	5	6	7
Estoy dispuesto a pagar una cuota mayor por contar con servicios personalizados.	1	2	3	4	5	6	7
Estaría dispuesto a colaborar en actividades socio-culturales con otros residentes de la vivienda.	1	2	3	4	5	6	7

Disposición hacia el modelo de vivienda compartida

	Totalmente en desacuerdo	Muy en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Neutral	Algo de acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo
Prefiero compartir mi vivienda con uno o varios roomies.	1	2	3	4	5	6	7
Estaría dispuesto a compartir áreas comunes con otros residentes con tal de reducir costos.	1	2	3	4	5	6	7
Prefiriría compartir mi vivienda porque me parece más sustentable.	1	2	3	4	5	6	7

¿De dónde eres?

CDMX Monterrey Guadalajara Puebla

Prefiero contar con los servicios de manera mensual, quincenal o semanal.

Mensual Quincenal Semanal

Califica los servicios adicionales por importancia siendo 7 el más importante y 1 el menos relevante.

Comida	Lavandería	Entrega a domicilio	Limpieza	Tintorería	Compra de supermercado	Servicio a mascotas
--------	------------	---------------------	----------	------------	------------------------	---------------------

Sección III Preguntas de investigación

Instrucciones: Con base en tus intereses de compra de una vivienda bajo un esquema de co-housing/co-living selección para cada afirmación la opción que mejor describa su opinión. Las opciones van desde "1-Totalmente en desacuerdo" hasta "7-Totalmente de acuerdo".

Características físicas de la vivienda

	Totalmente en desacuerdo	Muy en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Neutral	Algo de acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo
Prefiero una vivienda que sean adaptables a mis necesidades.	1	2	3	4	5	6	7
Me importa que mi vivienda sea amplia.	1	2	3	4	5	6	7
Prefiero viviendas con espacios abiertos	1	2	3	4	5	6	7
Prefiero viviendas con espacios abiertos como terraza o roof garden	1	2	3	4	5	6	7
Si pudiera, elegiría una vivienda espaciosa	1	2	3	4	5	6	7

Variedad del financiamiento para adquirir una vivienda

	Totalmente en desacuerdo	Muy en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Neutral	Algo de acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo
Me importa mucho el prestigio de la institución con la que quiero adquirir un crédito hipotecario	1	2	3	4	5	6	7
Prefiero instituciones que me permiten elegir el plazo necesario para el de pago del crédito hipotecario.	1	2	3	4	5	6	7
Prefiero instituciones que me permiten elegir el monto adecuado para mí que me permita tener mayor liquidez.	1	2	3	4	5	6	7
Prefiero instituciones que me ofrecen una mayor variedad de opciones para la adquisición de una vivienda.	1	2	3	4	5	6	7
Un factor decisivo en la selección del crédito hipotecario es que me ofrezcan la tasa de interés más baja	1	2	3	4	5	6	7

Opciones de pago de servicios de co-living

	Totalmente en desacuerdo	Muy en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Neutral	Algo de acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo
Prefiero hacer el pago de servicios a través de una aplicación.	1	2	3	4	5	6	7
Prefiero hacer el pago de servicios en línea.	1	2	3	4	5	6	7

Me interesa realizar mis pagos a través de una plataforma completamente digital.

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Disposición de uso de criptomoneda

Me interesa usar la moneda digital (criptomoneda) como método de pago.

Totalmente en desacuerdo	Muy en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Neutral	Algo de acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5	6	7

Estaría dispuesto a usar la criptomoneda como forma de pago.

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Considero que sería fácil hacer pagos con criptomoneda.

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Estoy dispuesto a recibir el pago de un servicio con criptomoneda.

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Conocimiento de uso de criptomoneda

Tengo conocimiento sobre cómo funcionan los contratos digitales.

Totalmente en desacuerdo	Muy en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Neutral	Algo de acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5	6	7

Entiendo el funcionamiento de un contrato digital.

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Tengo conocimiento sobre la regulación de criptomoneda en el país.

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Intención de compra de una vivienda co-housing/co-living

Estoy dispuesto a comprar una vivienda bajo nuevos esquemas de pago (token / criptomoneda).

Totalmente en desacuerdo	Muy en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Neutral	Algo de acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5	6	7

Acepto lo que implica vivir bajo un esquema de co-housing / co-living.

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Si tuviera la opción, compraría una vivienda en esquema de co-housing/co-living.

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Aún teniendo otras opciones, estaría dispuesto a comprar una vivienda en esquema de co-housing/co-living.

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Anexo 5: Instrumento de medición cualitativo

Instrumento cualitativo 1: Entrevista a profundidad

Instrumento de medición para entrevista a profundidad para proyecto PAD.

Variedad de financiamiento

1. De acuerdo con su experiencia, ¿cuáles son las características que los millennials preferirían en un crédito hipotecario? *** ¿Por qué?

Disposición en el pago de servicios

2. ¿Qué opina sobre el modelo de vivienda compartida? Es decir, ¿considera que sea algo que vaya a incrementar conforme el paso del tiempo? ¿Por qué?
3. ¿Cuáles considera que son las principales razones por las cuales las personas preferirían vivir bajo el modelo de *co-living*? ¿Por qué?
4. En una proyección, con base en tu experiencia, ¿Cuáles son las tendencias que seguirá el *co-living* y la sustentabilidad en la vivienda? ¿Por qué?

Oferta de servicios

5. ¿Cuáles son las mejores ofertas de servicio (lavandería, limpieza, preparación de alimentos, entre otros) que consideras debería tener un modelo de vivienda compartida enfocada a millennials hoy en la actualidad? ¿Por qué?

Opciones de pago en servicios *co-living*

6. Como experto en la materia inmobiliaria, ¿cuál consideras sería la mejor opción de pago dentro de un proyecto de vivienda *co-living*? Háblanos de la implementación de nuevas tecnologías de pago. ¿Por qué?

Características Físicas

7. ¿El futuro es seguir con modelos de vivienda que sean estándar o bien aquellas viviendas que se adapten a los espacios que requieren los nuevos consumidores? ¿Por qué?
8. Las nuevas formas de vivienda de acuerdo con los estilos de vida nos indican que los consumidores solo buscan espacios funcionales ¿realmente prefieren los espacios esenciales o siempre serán mejor las viviendas que cuenten con espacios grandes? ¿Por qué?

Ubicación

9. ¿Consideras que las personas están dispuestas a sacrificar algunos beneficios (espacios grandes o comodidades) con tal de vivir en una zona céntrica? ¿Por qué?

10. ¿Qué importancia crees que tenga en la toma de decisión de adquisición de una vivienda el tiempo que la persona va a destinar a movilidad para hacer sus actividades diarias? ¿Por qué?

Intención de compra

11. Con base en tu experiencia, ¿Cuáles son los factores que incrementan la intención de compra de vivienda por parte de los millennials? ¿Por qué?
12. ¿Cómo se ha comportado el sector inmobiliario en venta con respecto a los hábitos de consumo de los millennials en la última década? ¿Por qué?
13. ¿Como se ha comportado el sector inmobiliario en renta con respecto a los hábitos de consumo de los millennials en la última década? ¿Por qué?

Conocimiento y disposición de uso de criptomoneda

14. ¿Consideras que estamos listos para usar criptomonedas como forma de pago no solo de productos sino también de servicios? ¿Por qué?
15. ¿Qué tanto se está usando la tecnología blockchain dentro del sector inmobiliario? ¿Por qué?
16. ¿Se considera una posibilidad el uso de contratos digitales para la prestación de servicios inmobiliarios? ¿Por qué?
17. ¿Qué usos se le pueden dar en un futuro a las monedas digitales dentro de la industria inmobiliaria? ¿Por qué?

COVID

18. La magnitud e impacto de esta contingencia es nueva para todos, pero en su opinión ¿Cuáles son las implicaciones a futuro en los hábitos de consumo y vivienda de los mexicanos? ¿Por qué?
19. Se prevé una recesión económica después de la pandemia, en México se habla de un crecimiento de -3.9 y 0.1%, con base en tu experiencia ¿cuál será el impacto en el sector inmobiliario? ¿Por qué?
20. Después de superar esta situación de contingencia, ¿cuánto tiempo cree usted que le tomará a las personas retomar sus intereses de compra de vivienda?
21. China es un país que podemos tomar como referencia de cómo ha sido el comportamiento de sus ciudadanos después de controlar el Covid-19. En un estudio de Harvard Business Review se muestra una caída en el interés por parte de los chinos hacia los bienes inmuebles y en general por las transacciones inmobiliarias versus el año anterior (2019). ¿En México como ha sido el comportamiento antes y durante esta contingencia? ¿Por qué?

Entrevista a profundidad 1: Juan Pablo Bedolla

Entrevista a profundidad 1

Juan Pablo Bedolla, Arquitecto y ex desarrollador independiente

8 de abril 2020

1. *De acuerdo con su experiencia, ¿cuáles son las características que los millennials preferirían en un crédito hipotecario? ¿Por qué?*

En México hay como dos tipos de millennial: está el que se deja llevar muchísimo por la moda o por el estilo, entonces hay gente que no importa cuánto tenga que pagar o que tenga que sacrificar con tal de invertir o de vivir en las colonias más cool o más nice de la ciudad; no me refiero a que tengan que ser carísimas, si no te estoy hablando de Roma, Condesa, Polanco y todas las aledañas. Sin embargo, en la misma Ciudad de México, hay millennials que no les interesa eso; alguien que creció en Satélite, o que creció en el sur de la ciudad, van a tender más a quedarse en esas zonas o a buscar propiedades más grandes como es la tradición: propiedades quizá que tenga terraza o que tengan jardín. En Roma o Condesa no, la gente sacrifica eso entonces existen dos tipos de mercado.

Por otro lado, somos un país en el que siento que no ha evolucionado lo que buscas en una vivienda, muchas veces buscas espacios grandes como jardín, con recamaras amplias, con muchos closets, que tengan el área de lavado; son detalles que hacen que el perfil sea un perfil completo, no solamente cuánto invierten sino qué tipo de propiedad buscan.

Están los millennials modernos que sacrifican todo y se pueden meter en espacios pequeños, pueden compartir áreas comunes, me refiero a de lavandería, de servicios; y están el otro tipo de generación, que los voy a llamar los retro, que van mucho con la influencia de la generación X, es como si los papas se hubieran metido en la cabeza de esos chavitos, y no hay forma de que los saques de esas ideas.

2. *¿Qué opina sobre el modelo de vivienda compartida? Es decir, ¿considera que sea algo que vaya a incrementar conforme el paso del tiempo? ¿Por qué?*

Yo creo que sí, es necesario y no hay de otra. No hay espacio en la ciudad, o sea, por cuestiones urbanísticas, de desarrollo y de servicios, no nos queda de otra a la sociedad más que adecuarnos a ese tipo de vivienda, porque obviamente es mucho más barato, por ejemplo: mejorar los servicios en unas zonas que ya están desarrolladas a seguir ampliando y llevando servicios a más lugares. Entonces, el desarrollo de vivienda compartida va a tener que ser sí o sí, aunque el proceso va a ser creo que un poco lento.

De hecho sí existen en México viviendas compartidas, hay una empresa que se me vino ahorita la cabeza que se llama Nox, que hacen departamentos y dentro de tu

departamento nada más tienes una mini cocineta, tu área de dormir y una pequeña área social, como si fuera un loft y después en tu edificio compartes la sala, hay una cocina más grande por si la quieres compartir, hay áreas de lavado, hay terrazas, hay jacuzzis, hay la zona de tendido para la ropa; estas viviendas son muy usadas sobre todo por gente que viene temporalmente a la ciudad, como estudiantes o trabajadores que vengan de intercambio. No sé, gente que viene de Monterrey y la mandan un año a vivir a la Ciudad de México, llegan y prefieren eso porque queda cerca de su trabajo y les resuelve todas las cuestiones de servicios porque les hacen limpieza, pueden compartir las lavadoras, o sea todo esto les facilita la vida pero es un perfil específico.

Ahorita no podría asegurar que haya gente aquí de la ciudad que busque comprar una propiedad de esas para irse a vivir. Conozco a muchísima gente que los compra por inversión, y por inversión sí funciona, muchos lo ponen en Airbnb, sobre todo laborales que buscan zonas como La San Rafael, La Roma, Coyoacán. Se rentan 3, 4, 8 meses, 10 meses o hasta 1 año. Entonces sí funciona, yo creo que sí vamos para allá pero creo que el proceso va a ser muy lento.

3. *¿Cuáles considera que son las principales razones por las cuales las personas preferirían vivir bajo el modelo de co-living? ¿Por qué?*

Hay una cosa que ha pasado, y aunque es obvio no está bien entendido todavía. Hace 100 años la gente compraba casas y entre más grande era mejor, y con el paso de los años el nivel económico de las familias les hacía casi imposible mantener esas propiedades, entonces muchas de esas propiedades se han vendido y se han convertido en viviendas más pequeñas. Eso ha pasado un poco, por ejemplo, en Bosques, en Coyoacán, en La Del Valle, tenían estas casas enormes y las convierten en 4 casitas, las convierten en edificio.

En parte es por el desarrollador inmobiliario, porque ve el potencial sobre todo por los planes de desarrollo de la ciudad, porque es mucho más barato llevar servicios a zonas ya desarrolladas, que llevarlos fuera de la ciudad; y un poco es por el nivel económico porque cada vez es más difícil comprar, y sobre todo México, no es una ciudad barata para vivir. Es barato comer o es barato a lo mejor divertirse, quizá ir a un antro es barato, pero las rentas en la Ciudad de México no son de las más baratas del mundo, al contrario, podríamos nivelarnos con muchos países. Quizá no a niveles de Manhattan o de Londres, pero sí de grandes ciudades en Europa o en Estados Unidos. Eso va a provocar que no le quede de otra a las nuevas generaciones más que buscar espacios más pequeños, pero con mejores comodidades. Es muy difícil encontrar ese balance porque el mexicano trae en la cabeza la idea de que quiere espacios grandes; no es tan fácil adecuarse a vivir en un departamento de 26 metros cuadrados, pero uno de 60 es mucho más fácil admitirlo en tu cabeza, o 70, u 80 metros cuadrados, eso es mucho más asimilable para alguien.

La verdad es que sí es muy fácil que como ahora hay cada vez menos casados, las familias son más pequeñas, es mucho más padre vivir dentro de tu centro de trabajo y que haya alguien que haga la limpieza y no tengas que pagarla tú al 100%, sino que la pagan entre todo el edificio, el edificio siempre tiene buen mantenimiento, siempre

tienes agua caliente en la alberca, siempre tienes vigilancia en la puerta, entonces estas sí son ventajas de vivir en una vivienda compartida.

4. *En una proyección, con base en tu experiencia, ¿Cuáles son las tendencias que seguirá el co-living y la sustentabilidad en la vivienda? ¿Por qué?*

En un futuro inmediato yo creo que va a funcionar (la vivienda compartida), pero no en vivienda tan pequeña, porque lo que he visto es que los departamentos que son muy pequeños pueden ir enfocados a la vivienda social o la vivienda popular; ellos sí lo admiten porque no les queda de otra o es para lo que les alcanza, pero en el nivel medio es muy difícil que alguien acepte un departamento de 40 metros cuadrados cuando son: papá, mamá e hijo. Si eres tú solo sí te lo aceptan, pero sí te reduce el mercado.

Creo que el futuro inmediato podría funcionar, pero no con vivienda tan pequeña sino quizá 60 metros cuadrados y después va a ir haciéndose un poquito más pequeño porque obviamente vamos a ir saturando y pues se van a requerir que los espacios sean cada vez más pequeños.

La parte sustentable es muy difícil y val de la mano con la economía y con la forma de pensar de los millennials, porque obviamente a todo mundo si le vendes la idea de que es sustentable tu hogar y vas a gastar menos, todo mundo te la compra y les encanta la idea, pero cuando les dices que por eso cuesta más, todos se echan para atrás. Porque al final, lo que yo he percibido y platicado con amigos que desarrollan por ejemplo en Hungría o en España, es que en realidad aquí es una moda, todavía no lo tenemos bien en la sangre.

Las próximas generaciones, a lo mejor sí lo traen un poco más arraigado a su forma de pensar, pero los millennial así definitivamente no te pagan el costo de una vivienda sustentable. Por eso es que muchos se anuncian como “somos sustentables”, pero te das cuenta que de sustentable no tiene nada. Lo que hacen es ponerle focos LED, y en el mejor de los casos, captan el agua de la lluvia y la mandan a riego pero lo que te cuesta poner dos tuberías para el agua jabonosa de la regadera de toda la vuelta, se vaya a la cisterna y regrese al escusado, todo eso es muy caro, el tener paneles solares, no es que sea muy caro es que todo eso te incrementa el costo de la vivienda, y al final cuando alguien llega y te quiere comprar el departamento tú le dices sí mi departamento mide 40 metros pero tengo todo sustentable y ahorras agua, y ahorras luz, y tienes ductos de basura y todos van separados para recolecciones independientes y todo eso y se emocionan, pero después van con el vecino que por los mismos 4 millones no les da esos 40 metros cuadrados, les da 70 metros cuadrados y no tiene nada sustentable; allí es cuando se cae toda esa máscara de eco friendly, se van por el espacio, se van por lo que les dé más habitaciones o más amenidades, antes que lo sustentable.

5. *¿Cuáles son las mejores ofertas de servicio (lavandería, limpieza, preparación de alimentos, entre otros) que consideras debería tener un modelo de vivienda compartida enfocada a millennials hoy en la actualidad? ¿Por qué?*

Las que más venden son las áreas sociales. Siempre, siempre te va a vender mucho más que tu digas que tienes un gimnasio, una alberca, que tienes un salón de juegos, un roof garden, que digas que tienes una terraza para fiestas, aunque en realidad nunca las ocupen. Las van a ocupar el primer año y después nadie va a ir, eso es muy común.

Creo que lo ideal sería encontrar un balance entre áreas comunes de servicios y estas áreas comunes sociales. La sociales te consumen mucho espacio, o sea si tu vas a poner un gimnasio y una alberca te van a quitar muchísimos metros cuadrados, pero tampoco puedes prescindir de ella porque de igual forma el vecino que tiene un mini gimnasio va a ser más atractivo para tu comprador, aunque nunca lo use, entonces es un equilibrio entre las dos cosas: un poco de servicios y un poco de amenidades sociales.

6. Como experto en la materia inmobiliaria, ¿cuál consideras sería la mejor opción de pago dentro de un proyecto de vivienda co-living? Háblanos de la implementación de nuevas tecnologías de pago. ¿Por qué?

Cuando tú vas a comprar un departamento o una casa y perteneces a la generación millennial, lo primero que haces es ir con tu papá, no vas a ir tú solo a comprar, o vas a llevar a tu tío o a tu abuelo, alguien mayor que te dé esa seguridad que estás haciendo bien las cosas, o en el mejor de los casos a tu abogado, a tu amigo arquitecto que se dedica al sector inmobiliario que también pasa mucho y en realidad eso hace que la forma en que compras una propiedad sea exactamente igual.

La gente quiere las cosas muy seguras y tradicionalmente hablando, sobre todo en temas económicos, en México está un poco atrasado y me refiero por ejemplo a que, en transferencias electrónicas, por muy moderno que seas siempre quieres que te confirmen en los pagos alguien, una persona que te conteste y diga “su pago fue recibido”. Esta tecnología, por ejemplo, un software que te mande un correo y te diga: “tu pago ha sido recibido”, y la gente todavía no lo acepta tan bien, se siente como inseguros. De todas formas te llaman y te preguntan “oye quiero confirmar si recibiste el pago”.

Ahora, recorridos virtuales, para ventas o sea todo lo que tiene que ser tecnología todo mundo le encanta y lo usa, pero al final regresan a lo tradicional. Tú no puedes hacer ventas sin tener un asesor en sitio porque después de que le mandaron correo con 10 mil tipos de información, siempre regresan a visitar el sitio y quieren verlo en persona y que alguien los atienda, que alguien les dé un contrato impreso.

Hay una tendencia que ya me tocó vivir porque hasta invertí en una propiedad en donde en lugar de comprar, tú no te conviertes en propietario o en copropietario de un condominio, sino te conviertes en un inversionista, o sea tienes acciones en una empresa que es dueña del edificio y entonces tú tienes derecho de un departamento o de una oficina. No tiene nada que ver con el esquema de pagos pero es lo más moderno que he visto y en realidad la teoría funciona muy bien pero no sabes la cantidad de problemas que hay, porque aunque la gente acepte esa modernidad o ese cambio, que además este tipo de compra de departamentos ya está funcionando mucho

en Europa, en el momento en el que yo quiero rentarlo o venderlo y la gente se entera de eso, me cuesta mucho trabajo convencer a los demás de que está bien hecho.

Al final vamos a ir avanzando, pero México es una sociedad que no acepta los cambios tan rápido entonces implementar nuevas formas de pago y de cobros o de cualquier tema que me estás mencionando está bien, pero te tienes que aventar a luchar contra ello. O sea, si tienes la opción o la fuerza como empresa para luchar con ello y aventarte problemas de ese tipo está bien, si no mi recomendación sería: vete a lo tradicional y a lo seguro, porque es mucho más amigable con toda la gente.

7. ¿El futuro es seguir con modelos de vivienda que sean estándar o bien aquellas viviendas que se adapten a los espacios que requieren los nuevos consumidores? ¿Porqué?

Cuando tu te avientas como desarrollador a proponer nuevas formas de vida o de vivir, de diseñar, de habitar el espacio, llaman mucho la atención, pero reduces muchísimo tu mercado. No quiere decir que no vayas a tener compradores porque si lo vas a tener, además esta ciudad con tantos millones y este país con tantos millones siempre hay alguien que te compra algo, pero te cuesta muchísimo más trabajo. Con cosas tan sencillas como: este departamento no tiene zona de lavado ni lugar para lavadora porque en teoría es que ya no tienes que lavar tu ropa en casa, sino que hay lavanderías que te la pueden llevar a domicilio entonces podrías vivir. Pero eso a la gente le hace ruido, aunque jamás hayan lavado ropa o aunque jamás vayan a tender su ropa, pero quieren tener un espacio para colgar la ropa.

En las cocinas es lo mismo, tú podrías reducir la cocina y poner una estufa super chiquita, y una tarja super chiquita porque al final la gente cada vez cocina menos y generalmente los millennials piden muchísimo de Rappi y de Uber Eats y todas estas cosas, pero cuando llegan a ver las cocinas si la ven pequeña se espantan, la gente está acostumbrada a ver una cocina grande, entonces tampoco le puedes cambiar así de rápido el esquema porque si va a haber quién te la compre, pero no todo mundo.

Si tu propusieras que vas a tener integrada la sala con el comedor pero ya les vas a entregar un closet donde la cama se esconde y se sube y se baja, todo mundo te va a decir “wow que padre, es increíble y yo quiero”, pero cuando vayan a ver a los vecinos y vean que el otro desarrollador sí le pone un mini cuarto, pero ese mini cuarto tiene la cama convencional les va a llamar más o se van a sentir más tranquilos haciendo la inversión en el otro lugar. Este tipo de propiedades donde cambias el diseño o la forma de habitar o que haces cosas como más modernas funcionan mucho para los inversionistas; para la gente que pone propiedades en renta y sobre todo en Airbnb.

8. Las nuevas formas de vivienda de acuerdo con los estilos de vida nos indican que los consumidores solo buscan espacios funcionales ¿realmente prefieren los espacios esenciales o siempre serán mejor las viviendas que cuenten con espacios grandes? ¿Por qué?

Es verdad que la cultura de nuestros padres y nuestros abuelos está muy permeada en los cerebros de todas las generaciones. De nuestra generación para abajo es muy

difícil cambiar la forma de vivir de la gente. Aunque no lo use, la gente quiere seguir teniendo sala y comedor. Todo mundo sigue pensando que va a tener niño y niña entonces no quieren dos habitaciones, por lo que casi todo mundo trata de que sean tres habitaciones: porque es la de los papas, la del niño y la de la niña. Estas cositas que si tu escuchas a tu abuelita hablar o a una señora de 65 años buscando un departamento, la repite la niña de 28 años cuando llega. La enamoras con una publicidad muy moderna y cuando llega quiere lo mismo: quiere funcionalidad, quiere los espacios convencionales.

Hablando también de diseño, si tu diseñas una sala o un espacio un poco curvo o con triángulos, de arranque todos van a decir “que padre, está increíble el diseño”, pero te reduce igual el mercado. Tú no estás esperando el negocio de aquí a 10 años, lo esperas hacer de aquí a 2 años en el negocio inmobiliario, entonces no puedes ser tan radical. Es mejor irte por cosas como más convencionales y eso, a mí como arquitecto, me pone contra la espada y la pared, porque yo quisiera diseñar como más moderno, pero al final como desarrollador mi cerebro me dice “no te arriesgues tanto porque se te van a quedar los departamentos”.

Un ejemplo muy claro, yo soy fan de Alberto Kalach que es un arquitecto que me encanta mucho cómo diseña los espacios. Hizo la biblioteca José Vasconcelos y hay un edificio de vivienda que hizo en Reforma, se llama Reforma 27, es un edificio anaranjado que está entre Colón y El Caballito. Ese edificio a mí me encanta, arquitectónicamente merece un 10 porque los espacios son muy bien diseñados desde un punto de vista arquitectónico, sin embargo, desde un punto de vista funcional de cómo vive la gente en la Ciudad de México, les cuesta muchísimo trabajo asimilarlo entonces el plan de venta para ese desarrollo era que se vendieran en 2 años y creo que se vendieron en 10 años. Obviamente estos departamentos no tenían cuarto de servicio, no tenían área de lavado, los espacios eran muy alargados, era lo que comúnmente la gente le llaman: “chorizos”, que arquitectónicamente a mí me gustaban muchísimo porque daba una luz increíble, los acabados estaban increíbles y aún así la gente no los compraba, todo mundo llegaba y decía “wow me encanta, esto merece un premio arquitectónico pero no te lo voy a comprar”.

9. *¿Consideras que las personas están dispuestas a sacrificar algunos beneficios (espacios grandes o comodidades) con tal de vivir en una zona céntrica? ¿Por qué?*

Sí, eso es verdad. Siempre va a haber quien cuando visiten tu propiedad y vea que los espacios son reducidos te van a hacer el comentario: “ah es que es super chiquito, es un huevito y no voy a caber”, y les causa conflicto porque están acostumbrados a vivir en la Del Valle o con sus papás, donde tenían propiedades más grandes, o en departamentos más grandes aunque vivieran en La Roma. Pero si lo pueden llegar a sacrificar, sobre todo por la comodidad de estar cerca de tu trabajo y porque al final cada vez hay menos matrimonios, cada vez hay menos niños, entonces aunque les cueste trabajo, espacios más pequeños podría ser que sí; podrían cambiar un departamento de 100 metros cuadrados por unos de 75 u 80, pero no por 40; y esto que estoy comentando es específicamente en la Ciudad de México, si te vas a cualquier otro

estado de la República, no es tan fácil porque aun el mismo chilango que vivía aquí en La Roma, estaba acostumbrado a vivir en 60 metros cuadrados, cuando su departamento le costó 4 millones de pesos, si se va a Querétaro no lo vas a meter a un departamento ni siquiera de 70; por 4 millones él va a querer 5 recámaras, jardín, cuarto de juegos y todo, porque sabe que en el interior de la República sí se puede tener más espacio.

10. ¿Qué importancia crees que tenga en la toma de decisión de adquisición de una vivienda el tiempo que la persona va a destinar a movilidad para hacer sus actividades diarias? ¿Por qué?

Sí hay gente, y cada vez más, que no le importa sacrificar algunos metros cuadrados, sacrificar una habitación, con tal de vivir cerca de tu centro de trabajo.

11. Con base en tu experiencia, ¿Cuáles son los factores que incrementan la intención de compra de vivienda por parte de los millennials? ¿Por qué?

Cada vez menos gente quiere comprar. O sea, el fenómeno que yo he visto es que quien sigue comprando los departamentos es gente grande, ya no es tanto gente joven. Los jóvenes prefieren rentar, pero de todas formas no quiere decir que no haya mercado, porque al final compran los inversionistas para rentar a los millennials. Pero sí es cada vez más difícil convencer a un millennial de que compre su departamento en lugar de que gaste sus dinero en otras cosas.

Hay mucha renta, de hecho por eso, no sé cómo le esté yendo a los de Living, que es esta empresa que en lugar de vender departamentos lo que hacen es buscar grandes inversionistas para que la propiedad sea de la empresa, y no venden ningún departamento, solamente los rentan, pero no sé cómo les esté yendo.

12. ¿Cómo se ha comportado el sector inmobiliario en venta con respecto a los hábitos de consumo de los millennials en la última década? ¿Por qué?

El millennial no está pensando en comprar. Digo, no quiere decir que no haya, porque hay millennials que compran, pero creo que el millennial está más enfocado en el estilo de vida que en hacer un patrimonio. O sea, es muchísimo más fácil que te gaste en un viaje, o en fiesta o en ropa a que compre su departamento.

Por eso los departamentos son comprados por gente mayor que es inversionista para rentarlos, o en el mejor de los casos son comprados por un papá o un familiar, donde el chavito es el que se enamora del departamento y trae a su papá que vive en Monterrey para que le compre el departamento y él se mete a vivir ahí. Pero el millennial, no veo yo que haya muchos que compren departamentos.

13. ¿Consideras que estamos listos para usar criptomonedas como forma de pago no solo de productos sino también de servicios? ¿Por qué?

No estoy muy empapado con el tema de criptomonedas, sí tengo amigos que han comprado criptomonedas, el problema de esto es que como es una nueva tecnología, a mí lo que me generaría sería una duda, porque no sé si tendría que estar cambiando.

Si me dijeran: “vas a comprar en dólares o vas a comprar en euros, en lugar de pesos”, yo diría: “voy a tener que estar haciendo la conversión cada mes”. No es que le tenga miedo a la criptomoneda, pero sí le voy a tener un poquito de miedo al proceso, voy a tener que meter mi dinero para poder comprar criptomonedas, para poder hacer mi pago con ellas y después, si me tienen que reembolsar algo regreso, tendré que buscar a alguien a quien venderle la criptomoneda para volver a tener dinero corriente. Ahora, la verdad es que nunca he hablado de ese tema con millennials.

14. ¿Qué tanto se está usando la tecnología blockchain dentro del sector inmobiliario? ¿Por qué?

En México no lo he escuchado. He escuchado mucha gente que se mete a ese tema por inversión. No me parecería extraño que los inversionistas aceptaran entrar a un esquema, pero otra vez, te está cerrando tu mercado. Si tu vas a meterte a ese juego, vas a tener que ser un poco consciente de que tú vas a ser una opción de compra para la gente que le llame la atención las criptomonedas, pero no es la mayoría de los mexicanos.

15. ¿Se considera una posibilidad el uso de contratos digitales para la prestación de servicios inmobiliarios? ¿Por qué?

Al principio te van a decir que sí, pero siempre van a querer una copia. La gente duda mucho hasta con la firma digital ¿sabes?; todo mundo te dice: “bueno, está bien, firmémoslo, te lo escaneamos y te lo mandamos”, pero después quieren que les envíe una copia por DHL. Al final, tu cerebro te hace reaccionar como lo que te dice tu papá o tu abuelito; quieres tener el papel impreso en tu casa para saber que tienes un contrato firmado de algo.

16. ¿Qué usos se le pueden dar en un futuro a las monedas digitales dentro de la industria inmobiliaria? ¿Por qué?

A mí me parecería quizá más congruente hablar de las criptomonedas con la renta, más que con la compra. Yo creo que sería muchísimo más fácil entender que tu renta la pagues a través de estos sistemas, que realizar la compra, porque como todavía no estamos o no tenemos asimilado cómo funciona bien ese tema, si yo ahorita pienso en desarrollar una propiedad de aquí a 5, o de aquí a 10 años y me pienso dedicar a eso por los 5 o 10 años, yo tendría un poco de miedo de que como la gente no está acostumbrada, no va a asimilar tan fácil la compra; yo creo que les daría miedo.

En el negocio inmobiliario quien compra, compra para que sea parte de su patrimonio, no lo arriesga tanto. Si fuera comprar ropa o comprara otras cosas que no son tan importantes, mucha gente a lo mejor aceptaría; “aquí solo aceptan criptomonedas voy a ver cómo hago para comprarme eso que quiero”. Por eso digo, que la renta sí podría ser mucho más fácil, porque una renta la pago este mes y se acaba este mes, la pagó

el siguiente mes y se acaba el siguiente mes. La compra yo creo que va a costar un poco de tiempo, no se cuanto, pero igual 20 años para que de verdad ya estemos encarrilados en esa forma de vivir.

17. La magnitud e impacto de esta contingencia es nueva para todos, pero en su opinión ¿Cuáles son las implicaciones a futuro en los hábitos de consumo y vivienda de los mexicanos? ¿Por qué?

Las rentas están muy bien en la Ciudad de México, y en general cada vez hay más gente que renta, y lo increíble es que yo estando en el sector inmobiliario, la gente si paga las rentas de la Ciudad de México, y cuando escuchas los salarios que existen, no me cuadra. Nunca he entendido pero a la gente que sacrifica un 50 un 60% de su salario y se han de apretar en otras cosas para vivir, pero esto va mucho de la mano con los dos tipos de perfiles que te comentaba al principio: el que sí quiere vivir en la Roma o Condesa, sí lo sacrifica aunque deje de comprar ropa o viajar: hay gente que vive en La Roma o La Condesa, pero jamás viaja fuera del país. Y está el otro nicho de mercado, que es gente que prefiere pagar menos y se va a la periferia, pero prefiere tener un mejor coche o viajar un poquito más. Sí existe los dos tipos de perfiles en cuanto al pago de rentas en la Ciudad de México.

18. ¿Como se ha comportado el sector inmobiliario en renta con respecto a los hábitos de consumo de los millennials en la última década? ¿Por qué?

El otro día estaba platicando con otros amigos arquitectos y creo que ahorita las empresas se van a dar cuenta de lo barato que es hacer home office, porque se están dando cuenta muchas empresas van a poder seguir funcionando. Necesitaban algo que fuera muy dramático como esta situación para que no les quedara de otra que mandar a sus trabajadores a las casas y hacer home office. Eso va a cambiar la mente del patrón y va a decir “Oye sí se puede y sí me está rindiendo la gente y sí funciona y no pasa nada”. Entonces yo creo que a partir de ahora va a haber más home office; creo que poco a poco el chip ya cambió y entonces a mi como empleador me va a salir mucho más barato tener una oficina más pequeña donde nada más tenga una sala de juntas para reunirnos dos veces a la semana y que todo mundo se vaya a sus casas y así no voy a pagar ni mantenimiento de las oficinas, ni voy a pagar luz, ni voy a pagar más seguridad, ni voy a pagar todas esas cosas que me cuestan como empresario.

La gente va a tener que adaptar quizá algún lugar o espacio de trabajo en su casa; platicando con amigos, lo que más trabajo les ha dado es adaptarse a los horarios, pero que han resuelto con reglas internas de la casa incluyendo el tener un espacio de trabajo dentro de tu casa, no quedarte a trabajar en tu cama o no ponerte a trabajar en la cocina, si no si tener por lo menos un escritorio en alguna esquinita. Entonces, eso está bien interesante, porque a partir de ahora vamos a regresar a como era la época de nuestros abuelos, a tener tu área de trabajo en tu hogar. Y va de la mano junto con lo que decía de que los millennials que sí piden Rappi, piden Uber, ahora la gente se está dando cuenta que el super también lo pueden pedir a través de internet, van a empezar a tener mucha más confianza en hacer las compras a través de internet. En realidad tú vas a tener que estar acostumbrado a que tu casa te tiene que solucionar absolutamente todo y cada vez vas a vivir más tiempo en tu departamento, entonces va

a ser más importante que los departamentos tengan una buena ventilación, una buena iluminación; no como ahora que ya los estamos haciendo como un poquito más compactos. Sobre todo con lo que está pasando ahorita porque hay muchos que viven en el primer departamento de hasta atrás que ve al estacionamiento van a decir “Uy, mejor hubiera escogido un departamento con vista a la calle o más arriba” porque ellos sí se han de sentir mucho más enclaustrados que otros.

19. Se prevé una recesión económica después de la pandemia, en México se habla de un crecimiento de -3.9 y 0.1%, con base en tu experiencia ¿cuál será el impacto en el sector inmobiliario? ¿Por qué?

En la Ciudad de México hay de todo, hay gente muy pobre y hay gente muy rica. No es lo mismo que pasó en el 2008 con la recesión tremenda que hubo por lo del sector inmobiliario en Nueva York, en Estados Unidos; donde de la noche a la mañana las propiedades se dejaron de vender, frenó la construcción en México pero aún así el mercado inmobiliario nunca paró.

Yo creo que ahora va a pasar exactamente lo mismo pero te va a cambiar quien te compra y cómo te compra. Estoy seguro que ahorita hay mucha gente rica que está esperando la devaluación para ir a comprar propiedades, porque obviamente saben que van a bajar de precio. Esta baja de precios no sé hasta cuanto llegue porque justo hoy empezamos a hablar de que cuando yo empecé en el 2006 o en el 2007, el metro cuadrado de venta en la Anáhuac estaba en 14 y 15 mil pesos, ahorita está en 70 mil pesos, no creo que vayamos a bajar hasta esos niveles, pero simplemente que de 70 bajemos a 55 mil pesos el metro cuadrado o encuentres propiedades en 50 o 55, eso va a hacer que haya inversionistas que a fuerzas te compren departamentos, porque saben que eventualmente va a volver a subir. Sobre todo el mexicano que trae en la cabeza que en lo único que puedes invertir que no pierdes jamás es en el sector inmobiliario. Quién sabe si sea verdad o no pero, eso es en lo que creen los mexicanos.

20. Después de superar esta situación de contingencia, ¿cuánto tiempo cree usted que le tomará a las personas retomar sus intereses de compra de vivienda?

Si me hablas de un perfil de compra del millennial que va a ir a comprar su casa para él mismo, eso sí está difícil, porque con la especulación que hay con base a todo el sector económico, o a cómo va a fluir los trabajos y todo es, creo que está generando muchísima incertidumbre. La respuesta sí puede ser quizá 6 meses, o quizá 1 año o quizá 2.

21. China es un país que podemos tomar como referencia de cómo ha sido el comportamiento de sus ciudadanos después de controlar el Covid-19. En un estudio de Harvard Business Review se muestra una caída en el interés por parte de los chinos hacia los bienes inmuebles y en general por las transacciones inmobiliarias versus el año anterior (2019). ¿En México como ha sido el comportamiento antes y durante esta contingencia? ¿Por qué?

Todo está frenado. Antes, o sea no es que estuviera frenado pero más bien es que ya estamos viviendo una crisis económica. La gente siempre quiere comprar departamentos y casas porque lo dije antes, es la forma más segura de que tu dinero no pierda valor, pero la economía no está dando para tanto. Los sueldos cada vez son más pequeños, hay muchos despidos en las empresas y eso está haciendo que si fuera mucho más lenta las transacciones de compra- venta en todo el sector. Y ahora con el Coronavirus si va a estar muy frenado. No creo que se vaya a parar sobre todo por lo que ya dije de la seguridad del dinero, pero dentro de tus dos perfiles de compradores que yo veo que es el que te compra para vivir y el que te compra para invertir; entonces el que te compra para vivir apenas vea que todo está estable. y que el ambiente sea de seguridad. va a volver a comprar, ese es el que te digo que no sé si vaya a ser medio año, un año o dos años. El otro perfil que es el inversionista, de hecho el otro día estaba leyendo los comentarios e un profesor que se dedica a dar cátedras del sector inmobiliario en Estados Unidos, dice que en realidad lo que mucha gente va a hacer ahorita es estudiar el comportamiento con recesiones económicas para ver qué es lo que ha pasado, y lo primero con lo que se van a encontrar es que si tu compras propiedades ahorita debes comprarlas con dinero que ya tienes en tu cuenta, o sea que no vayas a pedir créditos inmobiliarios por que el mayor riesgo que tienes ahorita es que te pueden cambiar las leyes y las tasas de interés, y los bancos pueden empezar a jugar de muchas formas por lo mismo de la recesión, entonces quien seguro te va a comprar ahorita o en un año es quien tiene el dinero pero sí se va a frenar mucho la compra con crédito.

Es esa incertidumbre no solo en México, este fenómeno pasa en todo el mundo, porque además es una cadenita que empieza en un país, se contagia y empiezan a jugar o a irse a tasas más altas o más bajas pero esa fluctuación es la que no te da seguridad de hacer una compra.

Entrevista a profundidad 2: Óscar Díaz

Entrevista a profundidad 2

Óscar Díaz Hernández, Director de Capacitación de Century 21 México

9 de abril 2020

- 1. De acuerdo con su experiencia, ¿cuáles son las características que los millennials preferirían en un crédito hipotecario? ¿Por qué?*

Dicen por ahí que los millennials ya no quieren adquirir una vivienda, no quieren meterse en ese tipo de situaciones, sin embargo, yo te diría que sí están comprando, y al menos los que lo están haciendo por medio de Century 21, están adquiriendo por medio de un crédito tradicional: un Infonavit, un Cofinavit, créditos bancarios.

También es un hecho que muchos de ellos están rentando porque bueno adquirir un departamento en la ciudad de México es complicado, aún para otras generaciones que tienen mayor experiencia laboral; entonces creo que eso también lo hace un poquito

más complicado para los millennials, pensando que por su edad aún no tienen demasiada experiencia laboral y un rango salarial muy alto. Yo te diría que al menos entre un 60 o 70% de estas deben de ser por medio de un cofinanciamiento, la mayoría de estos, digamos tanto bancario con una entidad gubernamental para adquirir créditos de vivienda.

2. *¿Qué opina sobre el modelo de vivienda compartida? Es decir, ¿considera que sea algo que vaya a incrementar conforme el paso del tiempo? ¿Por qué?*

Creo que la tendencia es que sí, por supuesto que, sí. Se va a ir incrementado este tipo de modelo, lo estamos viendo en diferentes medios. Por ejemplo: hoy en día estamos viendo mucha copropiedad; hay diferentes modelos, uno de ellos se está usando mucho en la parte vacacional, ya no estamos hablando tanto de tiempos compartidos, de este tipo de propiedades, por ejemplo, estoy viendo que ofrecen mucho en Acapulco o Valle de Bravo, lugares más vacacionales, más turísticos, están ofreciendo este modelo de copropiedad.

Sin embargo, existe otro modelo denominado *co-living*, que no tiene las mismas implicaciones legales. Eso creo que es algo que vale mucho la pena puntualizar, creo que todavía en nuestro país, en manera de forma legislativa, no estamos muy preparados para estos modelos. Aún así, creo que definitivamente van a ir creciendo, van a ir incrementando con el paso del tiempo. Las condiciones en la cuales ha estado cambiando la forma de rentar, la forma de vivir, la forma de compartir llevará a un incremento del modelo en un futuro, yo diría que en un mediano plazo; ya ni siquiera hablamos en un largo plazo.

3. *¿Cuáles considera que son las principales razones por las cuales las personas preferirían vivir bajo el modelo de co-living? ¿Por qué?*

Considero que definitivamente este tipo de preferencias tiene que ver con la capacidad económica, esto te obliga a entrar a algún otro tipo de modelos ¿no? Por ejemplo, Infonavit hoy en día también lo está haciendo. Anteriormente, era únicamente el empleado quien podía adquirir un crédito y de ahí ya lo podías adquirir por medio de tu cónyuge. Hoy en día también está entrando a modelos en los cuales puedes adquirir una vivienda con alguna otra persona de tu familia, entonces ya lo puedes incluir en el crédito.

Estos tipos de modelos van a ir incrementando a lo largo del tiempo, y nuevamente creo que la principal razón son los bajos sueldos, es un tema de ingresos. A lo mejor anteriormente una sola persona podía cubrir una mensualidad. Hoy en día, la verdad es que, si no lo haces por medio de tu pareja, por medio de tu cónyuge, cada vez se vuelve más complicado. Ya existen alternativas en el que inclusive puedes incluir a tus padres, puedes incluir a tu hermano. La gente que tiene las posibilidades de hacerlo directamente, difícilmente pensaría en entrar en estos modelos; si no lo necesito adquirir la vivienda por mí mismo.

Los créditos que se adquieren en conjunto no necesariamente tienen que ver con el coliving. Puede ser que recurra a mis padres para que me apoyen y no necesariamente significa que ellos tengan que vivir conmigo. Ellos participan en el crédito, son obligados

solidarios, tienen una corresponsabilidad en el crédito, pero a lo mejor no necesariamente viven conmigo.

El tema de *co-living* va un poco más relacionado a la generación de millennials, sin embargo, hoy en día en la parte legal no está muy bien establecido. Finalmente, el *co-living* es un tipo de subarrendamiento que es algo que la mayoría de los contratos de renta prohíben. Si tu eres la única persona con la cual estoy adquiriendo este arrendamiento, un contrato de arrendamiento tradicional te prohíbe subarrendar el mismo inmueble; en ese sentido legislativamente no estamos tan a la vanguardia.

Estos modelos si pueden llegar a funcionar, si pueden hacerse, pero hace falta una legislación aún al respecto. Sabemos que en la práctica se llevan a cabo y siempre se han llevado a cabo. Yo no soy millennial, soy generación X, sin embargo, yo salí de casa a estudiar y siempre viví con roomies, siempre tuve compañeros y no se le denominaba *co-living*, no tenías un contrato formal. Simplemente decías todos vamos al a mitad o dividimos entre tres y funcionaba. Pero ahora creo que lo que se intenta es un poco formalizar estos nuevos modelos.

4. *En una proyección, con base en tu experiencia, ¿Cuáles son las tendencias que seguirá el co-living y la sustentabilidad en la vivienda? ¿Por qué?*

¿Qué sigue en el *co-living*?, que siga creciendo, que se vaya formalizando. Situaciones como las que estamos pasando hoy en día empujan más al *co-living*, lejos de alejarnos de él creo que nuevamente nos va a llevar hacia compartir vivienda y prácticamente sin respetar generaciones. Va a hacer que hijos que habían salido de casa, regresen a ella; familias que en algún punto habían decidido mudarse de ciudad para alejarse, hoy en día van a tener que reunirse.

La situación actual que estamos viviendo, nos va a obligar mucho a voltear hacia el *co-living*, hacía vivir nuevamente juntos.

La sustentabilidad en la Ciudad de México es un tema muy complicado. Sin embargo, ahorita tu volteas a todos lados y donde veas están construyendo, al menos aquí, donde quiera ves grúas de construcción, ves desarrollos verticales. La situación que vivimos hoy va a frenar mucho la demanda de vivienda. Estamos pasando por una incertidumbre económica y en estos momentos normalmente la gente piensa en otro tipo de necesidades más a corto plazo. Digo la vivienda sigue siendo una necesidad básica, afortunadamente todos necesitamos un techo, sin embargo, en estos momentos difícilmente te vas a querer embarcar un crédito por muy pequeño o grande que sea, hasta tener certeza, hasta tener certidumbre.

Por un lado, tienes una ciudad que está al borde del colapso en cuanto al ámbito inmobiliario, ya no hay para dónde crecer, y donde está creciendo, crece muy caro. En ese sentido esta crisis va a favorecer un poco esta sobredemanda que había estado viniendo en la actividad inmobiliaria sobre todo en la parte de compra-venta. Lo que se va a mantener a la actividad inmobiliaria en estos próximos años va a ser el arrendamiento. Porque ya no puedo pagar una renta como la que tenía actualmente. Por ejemplo: de 15 mil pesos, entonces ahora voy a buscar una renta de 10 mil pesos; y

el que pagaba 10 mil ahora va a buscar una de 7 mil. Eso es lo que pasa en las épocas de incertidumbre, la gente busca mayor seguridad entonces ya no quiere gastar tanto, ya quiere buscar algo más económico, es por eso que te menciono que lo que va a mantener y sustentar el mercado inmobiliario en México en esta crisis, va a ser el arrendamiento más que la compraventa y eso también va a hacer que los desarrolladores la pasen muy mal en los años que vienen.

5. *¿Cuáles son las mejores ofertas de servicio (lavandería, limpieza, preparación de alimentos, entre otros) que consideras debería tener un modelo de vivienda compartida enfocada a millennials hoy en la actualidad? ¿Por qué?*

Si estamos hablando en un modelo de vivienda en una ciudad como la Ciudad de México y recurres a estos servicios por cercanía de tu trabajo, por cercanía a vías de acceso, porque normalmente estas trabajando todo el día, pues definitivamente necesitas quien te haga limpieza, quien te lave la ropa, quien te cocine y medios de transporte. Afortunadamente hoy en día tenemos todos estos servicios desde una app. Desde una app ya hay quien te vaya a limpiar la casa, sé que existen servicios de lavandería como: Mr. Jeff que es una marca que va y te recoge. En ámbitos de alimentación tenemos Uber Eats, tienes Rappi, tenemos diferentes opciones. En término de movilidad, tienes Uber, Cabify, tienes una serie de opciones; entonces creo que ya no es 100% necesario que el *co-living* cuente con estos servicios, ya que encarecen los costos, el mantenimiento, etc.

6. *Como experto en la materia inmobiliaria, ¿cuál consideras sería la mejor opción de pago dentro de un proyecto de vivienda co-living? Háblanos de la implementación de nuevas tecnologías de pago. ¿Por qué?*

Viéndolo como negocio de poner un *co-living* y qué voy a ofrecer todos estos servicios, definitivamente lo haría por medio de una renta mensual. Un plan mensual en donde tú vas a tener por un costo fijo acceso a una bolsa de lavandería, vas a tener acceso a que te vayan a limpiar tu casa una vez al mes, a que te lleven la cena todos los días. Yo pensaría algo que esté ligado a una tarjeta de crédito y que finalmente sea un cargo recurrente. Eso sería poniéndome los anteojos de un propietario, sin embargo, como usuario si fuera yo el que habitaría en ese *co-living*, yo preferiría algo que fuera más on demand. Yo quiero que hoy me vengán a limpiar, pues pago mis 200 pesitos de la señora que viene a limpiar. Hoy quiero pedir comida, pues pago mis 150 pesos de comida. Sin embargo, estas serían dos ópticas totalmente diferentes, como dueño del *co-living* o como inquilino.

Al día de hoy, prácticamente cualquier repartidor lleva su terminal con internet, te puede hacer el cargo ya puedes hacer los cargos en línea de una forma muy segura que era algo que en otros tiempos te daba mucho miedo. Meter tus datos bancarios en una página de internet, la verdad es que hoy en día ya lo puedes hacer con toda tranquilidad con toda seguridad y creo que definitivamente lo que le da más control al usuario es tener todo en una app, en la palma de tu mano y tu ahí ves, cómo lo hacen hoy tecnologías que ya lo usan. Tu desde que pides un Uber ya te dice un costo aproximado y terminas el viaje y ya te dice un monto total. Entonces desde la perspectiva del

usuario la mejor alternativa sería una app en donde yo en tiempo real sepa si están limpiando mi casa, si ya me entregaron la ropa limpia, si ya llevaron a pasear a mi perro, en dónde está mi perro, si ya viene mi Uber en camino. Nuevamente son cosas que hoy en día ya existen y están disponibles.

7. El futuro es seguir con modelos de vivienda que sean estándar o bien aquellas viviendas que se adapten a los espacios que requieren los nuevos consumidores? ¿Porqué?

Hace unos años me tocó ver un desarrollo que se intentó hacer bajo esas características y desgraciadamente fue un fracaso. Sin embargo, creo que hubo ahí varios temas, varias variables que intervinieron en que este proyecto fracasara. La ubicación definitivamente fue uno de ellos, el costo definitivamente fue otro; este modelo creo que va a ir creciendo. Poco a poco los desarrollos se van a tener que ir ubicando hacia las necesidades del propio usuario. Creo que también va a depender de la oferta y demanda, si muchas personas empiezan a levantar la mano y dicen: oye, quiero bajo estas características y quiero bajo estas modalidades, necesito nuevas formas de créditos, necesito nuevas amenidades, necesito nuevos servicios; hacia allá va a ir el mercado. Pero nuevamente estamos afortunada o desafortunadamente en oferta y demanda.

8. *Las nuevas formas de vivienda de acuerdo con los estilos de vida nos indican que los consumidores solo buscan espacios funcionales ¿realmente prefieren los espacios esenciales o siempre serán mejor las viviendas que cuenten con espacios grandes? ¿Por qué?*

Es difícil generalizar, yo creo que en el ámbito inmobiliario hay diferentes tipos de clientes. Existe el cliente que es su primera vivienda, existe el cliente que está incrementando una familia, el cliente que quizá es su segunda, tercera vivienda y ya busca algo más grande, el que es soltero y busca una alternativa de co-living. Entonces habría que separarlo, habría que distinguirlos unos de otros, no podríamos generalizar. Por ejemplo, yo estoy en la parte de Cuajimalpa- Interlomas, aquí hay muchos desarrollos, y un departamento pequeño en esta zona de los nuevos desarrollos, nivel alto o medio alto, uno chiquito es de 140 m². Si te vas a uno grande, me acabo de llevar una gran sorpresa con unos departamentos que miden 350 m², y cuestan 17 millones, 18 millones de pesos. De entrada, te sorprendes y dices: ¿Quién va a comprar eso?, y pasas 3 días después y te dicen: 50% vendido. Pasas dos meses después y dicen: 80% vendido. Pasas al ratito y dicen: dos últimos departamentos, entonces creo que la demanda está obligando a comprar a precios muy altos, pero hay mercado para todo.

La oficina de Century 21 se encuentra muy cerca de Plaza Carso y tenemos ahí un poco más de 5 años. En esos 5 años, esa zona en específico ha crecido de una manera impresionante. Nos tocó ver, ahí enfrente un desarrollo, se llama Miyana: hay un centro comercial abajo y adentro hicieron edificios. Hicieron un modelo comercial y habitacional, abajo tienes una plaza y arriba departamentos. Cuando empezaron a construir, finalmente estando en el medio inmobiliario te acercas a preguntar cuánto cuesta el metro cuadrado, y dicen que el metro cuadrado cuesta 95 mil pesos, y piensas: están locos, esto no es Polanco, esto es Granada, no se va a vender.

Construyeron en 10 minutos y en 15 minutos ya tenían todo vendido y ahora a esa zona se le conoce como el nuevo Polanco, cuando no era Polanco, no es Polanco.

Si yo te dijera: oye te voy a vender un terreno junto a las vías del tren, ¿considerarías que sería un terreno valioso o pagarías un alto precio por él? Pues eso pasa junto a Plaza Carso. Pasa el tren, pasan las vías del tren y son terrenos que se están vendiendo en 90, 95 mil, 110 mil el metro cuadrado, entonces es una locura.

Creo que si hay desarrolladores que se están enfocando mucho a la parte básica, a ese tipo de segmentos, a gente que está comprando su primer tipo de vivienda, sin amenidades, sin servicios, sin muchas facilidades; y hay desarrolladores que te ponen una alberca, que te ponen un gimnasio, que te ponen un a cancha de pádel, que te ponen un salón de fiestas, que te ponen elevadores. Creo que afortunadamente, hoy en Ciudad de México tenemos diversas alternativas, desafortunadamente las alternativas de bajo costo cada vez son menos. Un departamento de un millón de pesos o millón y medio, a lo mejor lo encuentras, pero yéndote a los cinturones de miseria de la ciudad. Suena feo, sin embargo, es la realidad. Si tienes un crédito de eso, te tienes que ir muy lejos de la ciudad cuando a lo mejor en algún otro estado en alguna otra ciudad, por ejemplo Veracruz, con un millón 200 mil pesos no te voy a decir que te compras una mansión, sin embargo si te compras una casa de al menos un nivel medio. Aquí en la ciudad de México no te alcanza ni para un departamentito de 40 metros. Entonces si hay diferentes alternativas sin embargo creo que también a veces es complicado, definitivamente tu cuando quieres comprar, quieres comprar en el mejor lugar y al mejor precio.

9. *¿Consideras que las personas están dispuestas a sacrificar algunos beneficios (espacios grandes o comodidades) con tal de vivir en una zona céntrica? ¿Por qué?*

Sí, finalmente hay una frase muy famosa que habla de que en *real estate* todo es *location*, en bienes raíces todo es ubicación. Definitivamente todos queremos estar muy bien ubicados, sin embargo, estar bien ubicados es diferente para cada persona. Hay quien prefiere estar ubicado cerca del centro de trabajo, hay quien prefiere estar ubicado cerca de la escuela de sus hijos, hay quien prefiere estar cerca de donde está la familia. Ahí es en dónde la ubicación es diferente para cada cliente, para cada prospecto, comprador, propietario, arrendatario, etcétera. Y si, creo que siempre cuando tu encuentras una ubicación que tu consideres ideal para ti, ya sea céntrica, cerca de la escuela, cerca de dónde tu quieras, siempre si estás dispuesto a sacrificar si otras cosas. Estás dispuesto a sacrificar un sobreprecio muchas veces porque definitivamente el tener una buena ubicación te va a permitir ciertos ahorros. Estar cerca del trabajo pues no voy a gastar en transporte, a lo mejor me puedo mover en bicicleta, a lo mejor puedo caminar, a lo mejor me ahorro 100, 50 pesos de pasaje al día. Si totalmente de acuerdo el tener una buena ubicación te permite hacer ciertos sacrificios.

10. *¿Qué importancia crees que tenga en la toma de decisión de adquisición de una vivienda el tiempo que la persona va a destinar a movilidad para hacer sus actividades diarias? ¿Por qué?*

El tiempo es uno de los factores más importantes en la vida de cualquier persona, sin embargo, para los que vivimos aquí en la Ciudad de México ya vemos muy normal un traslado promedio de entre una hora, una hora y media. Sin embargo, si tu le dices eso a una persona de provincia, te dice que con ese tiempo prácticamente va de un estado a otro, entonces son temas muy relativos.

Aquí en la Ciudad de México estamos muy acostumbrados, o ya se nos hace normal, que el tiempo promedio de traslado puede ser de cuarenta minutos a una hora o hasta hora y media, sin embargo, todos siempre buscamos tener una mejor calidad de vida, y tener una mejor calidad de vida va relacionado con pasar menos tiempo de desplazamiento.

Creo que es un hecho, y enfocado hacia millennials definitivamente, que el inmueble esté algo cerca de tu trabajo, conforme van cambiando tus necesidades ya se vuelve un tema más complicado. Cuando estás casado o tienes hijos, las necesidades van cambiando, ya no puedes tener cerca el trabajo, el trabajo de tu esposa, la escuela de los niños, etc. Ahí es donde empiezas haciendo esos sacrificios, esas negociaciones, y a lo mejor pagando un sobreprecio, a lo mejor castigando un poco más tu tiempo de desplazamiento.

11. Con base en tu experiencia, ¿Cuáles son los factores que incrementan la intención de compra de vivienda por parte de los millennials? ¿Por qué?

Definitivamente la ubicación, definitivamente el acceso a servicios.

Fíjate que muchos de los factores que influyen en la decisión de compra de un millennial son justamente el tema de las experiencias. Aquí en la Ciudad de México normalmente se ubican en: Roma, Condesa, la Juárez, ¿por qué en estas zonas?, porque son zonas en donde tienes muchos servicios, dónde tienes bares, antros, cines, parques, en donde tienes acceso a muchas de estas cosas. Parte de lo que nosotros hablamos mucho, inclusive en la parte de capacitación en ventas, es en millennials, específicamente en buscar explotar la parte de experiencias. A lo mejor no te voy a poder ofrecer un departamento de 350 metros con alberca, sin embargo, si te voy a poder ofrecer un departamento de 60 m en donde tengas la alberca enfrente, abajo un restaurante, cerca un parque en donde puedas pasear a tu perro. Eso es lo que le tienes que ofrecer, no tanto el departamento. Lo que tienes que explotar son los servicios que tienes cerca, las experiencias que vas a tener, la convivencia con otros vecinos, con la gente de tu mismo edificio. Creo que eso es algo que hoy en día se explota específicamente en los millennials.

12. ¿Cómo se ha comportado el sector inmobiliario en venta con respecto a los hábitos de consumo de los millennials en la última década? ¿Por qué?

Definitivamente ha bajado la adquisición de propiedades en las últimas generaciones; no te diría que específicamente los millennials. Y este ese tipo de situaciones va a influir en que todavía caiga un poco más. Lo que va a mantener al mercado inmobiliario va a ser el arrendamiento más que la compra-venta.

Afortunadamente en nuestro país hay muchos inversionistas, hay mucho negocio y ellos van a aprovechar la oportunidad de los bajos costos ya que serán los que estarán en posibilidad de invertir, de comprar hoy barato para vender caro mañana. Ahí creo que dejamos un poco fuera a los millennials, que ahora más se va a volver hacia el tema del arrendamiento como una opción, más que a la compra- venta.

13. ¿Como se ha comportado el sector inmobiliario en renta con respecto a los hábitos de consumo de los millennials en la última década? ¿Por qué?

Definitivamente, la gente no está comprando tiene que rentar, como te decía al inicio, finalmente la vivienda es una necesidad básica, necesitas un techo, esté ya sea propio, de 3 mil, de 5 mil, de 15 mil, de 30 mil, de lo que quieras. Cuando la gente no está comprando tiene que vivir en algún lado entonces: ¿qué opción tiene?, rentar ¿no?, o irte a vivir con tus papás, o irte a vivir con un amigo en este tipo de esquemas de co living, co propiedad.

Va a llegar a un punto que es donde nuevamente se invierte el mercado y es cuando la renta empieza a subir. Estamos en oferta y demanda, entonces la demanda de renta se va a ir incrementando, incrementando, incrementando, lo que pasa es que las rentas van a ir subiendo cada vez más, y entonces va a llegar un tope donde la gente va a decir “ya no, ya no estoy dispuesto a pagar renta, mejor compro” Y nuevamente se va a reinvertir la moneda. Esto es algo que ya ha pasado, no es nuevo. Esa es la curva inmobiliaria y es lo que sucede siempre en las épocas de crisis, y es lo que va a pasar. Lo que no sabemos es cuánto va a durar.

14. ¿Consideras que estamos listos para usar criptomonedas como forma de pago no solo de productos sino también de servicios? ¿Por qué?

Ya se está usando. Yo tengo conocimiento inclusive que en el medio inmobiliario ya se ha usado, ya se han comprado propiedades con criptomonedas, sin embargo, sigue siendo un tema nuevo en el que yo te diría que he escuchado inclusive que notarios tienen miedo. Un notario finalmente es un fedatario y él es quien lleva parte de la co-responsabilidad en una operación de compra- venta, y he escuchado directamente de notarios que dicen: “Oye, es que sí me han llegado pero la verdad es que me da miedo llevar a cabo transacciones con criptomonedas”.

Hoy en día en Century 21, yo no tengo conocimiento de que nosotros hayamos llevado alguna operación bajo esta modalidad. Sin embargo, sé que en el mismo medio sí se han llevado a cabo, sé que sigue siendo algo nuevo. En este tema de las criptomonedas no tenemos una legislación clara al respecto, pero creo que cada vez más nos vamos a ir moviendo hacia las transacciones electrónicas de todo tipo incluyendo de criptomonedas y así tiene que ser.

Es una realidad que cada vez menos el dinero de forma física. Hoy en día yo te diría que de mi sueldo el porcentaje que yo veo en papel moneda es un 10 o 15%, porque ya todo lo haces por medio de transacciones, todo lo haces por cargos recurrentes, entonces creo que va a suceder lo mismo con las criptomonedas; cada vez se van a

tener que ir utilizando más y nuevamente la legislación va a tener que alcanzarnos en ese sentido.

15. ¿Qué tanto se está usando la tecnología blockchain dentro del sector inmobiliario? ¿Por qué?

Sí, es básicamente lo mismo. Sé que se está utilizando en un muy bajo nivel, sin embargo, creo que poco a poco el mundo los usuarios, esta crisis y muchas otras cosas nos van a ir orillando a este tipo de formas de pago, de opciones de pago.

16. ¿Se considera una posibilidad el uso de contratos digitales para la prestación de servicios inmobiliarios? ¿Por qué?

Hace unos años en Century 21 recuerdo que lo intentamos hacer, sin embargo, nos topamos con la legislación. La tecnología ya nos lo permite, ya lo puedes hacer en todo sentido, pero el tema legislación es donde tenemos la limitante en nuestro país, porque en otros países ya se está haciendo de esta nueva forma.

En temas legales, hablando del ámbito inmobiliario, la verdad es que tenemos muchas carencias. Por ejemplo, en muchos países del mundo si tu quieres dedicarte al medio inmobiliario necesitas una licencia para poder ser un agente inmobiliario, para ser un realtor, para ser un broker, necesitas tener una licencia, hay países donde inclusive hay estudios a nivel licenciatura para que tu puedas dedicarte a la profesión inmobiliaria; en nuestro México mágico, si tu quisieras el día de mañana empezar a promover propiedades podrías hacerlo sin ninguna restricción legal. En el ámbito inmobiliario tenemos muchas carencias legales y esto tiene ventajas y desventajas. Tiene la ventaja como te decía, si hoy tú hoy quieres empezar a trabajar en el sector, mañana pones en tu casa tu inmobiliaria, creas tu página web y ya estás dando servicio, no hay ninguna ley que te lo impida. Pasa lo mismo en muchas otras cosas en el ámbito inmobiliario que desgraciadamente no tenemos la legislación; como dicen por ahí: si nada te lo prohíbe, pues está permitido.

17. ¿Qué usos se le pueden dar en un futuro a las monedas digitales dentro de la industria inmobiliaria? ¿Por qué?

Creo que van a ir creciendo, no sé en qué medida, no sé hasta qué punto se pueda decir que vayan a llegar a dominar en el mercado, pero si van a ir incrementando. Cada vez vemos más gente incursionando con este tipo de medidas, sólo es cuestión de tiempo.

A mi entender, creo que el 1% de las operaciones se llevan bajo este mercado, sí se va a ir incrementando no creo que llegue, al menos en el corto plazo, a rebasar un 15 - 20% las operaciones, sin embargo, sería un gran incremento a diferencia de lo que tenemos hoy en día.

18. La magnitud e impacto de esta contingencia es nueva para todos, pero en su opinión ¿Cuáles son las implicaciones a futuro en los hábitos de consumo y vivienda de los mexicanos? ¿Por qué?

Afortunada o desafortunadamente muchas de las economías son cíclicas, entonces esto ya pasó y va a volver a pasar, va a suceder tal cual lo comentas y vamos a tener que ir a vivir con quien tenga una vivienda propia, vamos a tener que cohabitar con quien esté en posibilidades de hacerlo. Creo que eso es lo que vamos a necesitar hacer ahorita y de lo que hemos estado hablando.

La compra-venta se va a detener en gran medida; lo va a poder hacer únicamente inversionistas, gente que a lo mejor lo hayan tenido previsto como un tema de inversión. Creo que van a ser quienes, como siempre, sacan el mayor jugo de este tipo de situaciones porque se va a tener que vender barato. Quien no tiene dinero, aunque le vendas barato no te va a comprar. Nos vamos a mover a un mercado de rentas que van a ir subiendo, subiendo, subiendo hasta que el cliente digo “no, ya es demasiado, me voy a comprar,” nuevamente se invierta la tortilla, se invierta la moneda y nuevamente pasamos a un mercado de compradores.

19. Después de superar esta situación de contingencia, ¿cuánto tiempo cree usted que le tomará a las personas retomar sus intereses de compra de vivienda?

Desafortunadamente creo que van a ser varios años. No sé cuántos pero creo que van a ser varios años, a todos nos está afectando esta situación de alguna u otra manera entonces eso es lo que va a hacer que prácticamente sean años los que se pueda recuperar el poder adquisitivo o que se pueda recuperar la confianza, en los que se pueda recuperar la certidumbre. No sé cuántos pero van a ser varios años.

20. China es un país que podemos tomar como referencia de cómo ha sido el comportamiento de sus ciudadanos después de controlar el Covid-19. En un estudio de Harvard Business Review se muestra una caída en el interés por parte de los chinos hacia los bienes inmuebles y en general por las transacciones inmobiliarias versus el año anterior (2019). ¿En México como ha sido el comportamiento antes y durante esta contingencia? ¿Por qué?

En nuestro país el mercado inmobiliario había venido en descenso, había en decremento por cuestiones principalmente políticas, yo te diría, por cuestiones gubernamentales. Ya veníamos en una clara disminución y esta situación en México es la gota que está derramando el vaso. Inclusive el estancamiento o el declive del ámbito inmobiliario empezó previo a las elecciones presidenciales, ahí empezó a venir la incertidumbre. El presidente tiene hoy en día en México prácticamente año y medio, y yo diría que ese año y medio se ha mantenido entre estancando y disminuyendo poco a poco. Esta crisis en México fue la gota que derramó el vaso y creo que el tema del COVID se va a vencer en menor tiempo de lo que dura este sexenio y esta es la parte preocupante.

Desafortunadamente no somos China, China lo logró vencer en 70 - 80 días números redondos y yo creo que en México desgraciadamente nos vamos a tardar más; porque los chinos lo hicieron muy bien, fueron muy restrictivos, fueron muy aplicados, fueron muy rectos en las medidas, algo que desgraciadamente en nuestro país no está

sucediendo del todo; eso va a hacer que la curva de contagio y la curva de recuperación en nuestro país sea mucho más larga.

De repente todavía algunos optimistas dicen: “ah, pues 76 días en China, en Wuhan, entonces yo cuento 76 y ya va a acabar” y no. Creo que en 76 días, en México no vamos a estar en condiciones de festejar, yo creo que todavía vamos a necesitar más tiempo y yo creo, esta ya es una opinión muy personal, que las decisiones que el gobierno está tomando en nuestro país, lejos de ayudarnos nos están perjudicando en mayor medida. Eso va a hacer aún más lenta nuestra recuperación, va a ser más lenta que la gente empiece a obtener certidumbre, confianza, empiece a recuperar el poder adquisitivo, etcétera.

Entrevista a profundidad 3: Philip Hendrix

Entrevista a profundidad 3

Philip Hendrix, Director General Coldwell Banker México

15 de abril 2020

- 1. De acuerdo con su experiencia, ¿cuáles son las características que los millennials preferirían en un crédito hipotecario? ¿Por qué?*

El tema de los millennials y la vivienda es un tema un poco complejo porque mucho se habla de que los millennials no se quieren atar a las propiedades, de que no se quieren atar a las cosas, pero la realidad es que se está viendo que conforme empiezan a llegar a una edad, o sea los millennials más grandes que empiezan a llegar a una edad de responsabilidad por sus hábitos de consumo, son muy similares a los de las otras generaciones.

¿Los millennials que es lo que están buscando, en créditos hipotecarios? Pues lo que hay ahorita, que son: tasas históricamente bajas para nosotros; yo nunca había visto estas tasas, plazos largos y tasas fijas.

- 2. ¿Qué opina sobre el modelo de vivienda compartida? Es decir, ¿considera que sea algo que vaya a incrementar conforme el paso del tiempo? ¿Por qué?*

Pues creo que es una tendencia que se está viendo en todo el mundo, que está creciendo y aquí en México no creo que sea muy diferente. Creo que muchas de las tendencias van a conservarse como se ha ido viendo en otros países y va a tener su nicho. No sé cómo sea el tema de estos desarrollos que ustedes están viendo, pero creo que sí vamos a ver. Tal vez en los espectros más bajos de los millennials creo que si hay más potencial, y cuando digo bajos, es de la edad, no tiene que ver con ninguna situación económica ni nada de eso, la edad. Que no han llegado a la edad de que se casan o tienen responsabilidades diferentes.

3. *¿Cuáles considera que son las principales razones por las cuales las personas preferirían vivir bajo el modelo de co-living? ¿Por qué?*

Creo que una muy importante es el costo, no es lo mismo aventarte solo que aventarte compartido. Creo que la otra es optimizar los espacios, si vives solo no necesitas un espacio tan grande y las amenities que puede tener un espacio compartido, son una parte importante.

4. *En una proyección, con base en tu experiencia, ¿Cuáles son las tendencias que seguirá el co-living y la sustentabilidad en la vivienda? ¿Por qué?*

Creo que, por ejemplo, para los millennials el tema de sustentabilidad en la vivienda es un tema importante y que es algo que sí ofrece un valor importante yendo hacia adelante; y que es algo que tiene que estar incorporado. Creo que también otra de las tendencias que puede haber importantes es todas las amenities que se pueden tener dentro del conjunto habitacional. Considero que también es importante la ubicación de donde está el proyecto, que esté céntrico, que esté a distancia caminando de diferentes cosas que sean importantes: restaurantes, centros de diversión, bares, ese tipo de cosas.

Eso se me hace muy interesante a mí.

5. *¿Cuáles son las mejores ofertas de servicio (lavandería, limpieza, preparación de alimentos, entre otros) que consideras debería tener un modelo de vivienda compartida enfocada a millennials hoy en la actualidad? ¿Por qué?*

Todo el tema de la limpieza del departamento sería importante, yo creo, el principal. Luego tendría el tema de la lavandería y temas relacionados: que te la laven, recojan, te la lleven a la tintorería, cosas de ese tipo. Y creo que los alimentos podrían ser pero en un ámbito más abajo, hoy con todos los servicios que hay, que te traen la comida a tu casa; y más después de este periodo que va a definir muchas cosas nuevas en todo esto, creo aplicaría en forma interesante

6. *Como experto en la materia inmobiliaria, ¿cuál consideras sería la mejor opción de pago dentro de un proyecto de vivienda co-living? Háblanos de la implementación de nuevas tecnologías de pago. ¿Por qué?*

Una gran Flexibilidad en cómo se hagan los pagos, sería interesante. Esquemas tal vez, de pagos quincenales, esquemas de pagos en lugares no tradicionales, esquemas de pagos a través de tarjeta de crédito. Eso podría funcionar.

7. *¿El futuro es seguir con modelos de vivienda que sean estándar o bien aquellas viviendas que se adapten a los espacios que requieren los nuevos consumidores? ¿Por qué?*

Totalmente que se adapten a los nuevos consumidores, creo que por ejemplo, si tienes una casa sola en ciertas colonias hoy es cero atractiva porque tienes que estar lidiando con los temas de seguridad, tienes que estar lidiando con los temas de limpieza de la calle, con cosas de ese tipo. Hoy es muy atractivo vivir en un condominio que en una

casa sola, porque incluye la seguridad, tienes amenities especiales, la vivienda incorpora cuestiones de sustentabilidad, de tecnología, ese tipo de cosas. Claro que va a tener que haber un enfoque a las necesidades del consumidor.

8. *Las nuevas formas de vivienda de acuerdo con los estilos de vida nos indican que los consumidores solo buscan espacios funcionales ¿realmente prefieren los espacios esenciales o siempre serán mejor las viviendas que cuenten con espacios grandes? ¿Por qué?*

Funcionales al 100%, porque para empezar, espacios grandes: costos grandes, mantenimiento grande, amueblar grande, cuidar grande. El funcional puede cumplir las mismas expectativas que el espacio grande, pero desde un enfoque de eficiencia.

9. *¿Consideras que las personas están dispuestas a sacrificar algunos beneficios (espacios grandes o comodidades) con tal de vivir en una zona céntrica? ¿Por qué?*

Sí, absolutamente. Por ejemplo, en Polanco puedes encontrar un departamento eficiente, céntrico, los tiempos de traslado se reducen; en Polanco ya estás en el tráfico, si vives en Bosque Real y quieres venir a Polanco, tienes que bajar al tráfico para meterte al tráfico.

En uno ya estás ahí, puedes ir caminando, te ofrece muchas cosas que la gente está buscando. Por eso es el boom de Polanco, porque de repente tienes viviendas nuevas, eficientes, con servicios nuevos, con temas de tecnología nuevos, bien ubicados. Y entonces pues a la gente le gusta ir a los restaurantes de Polanco y vas caminando, vas al parque y vas caminando, entonces es otra cosa totalmente; otro estilo de vida.

10. *¿Qué importancia crees que tenga en la toma de decisión de adquisición de una vivienda el tiempo que la persona va a destinar a movilidad para hacer sus actividades diarias? ¿Por qué?*

Pues, claro. La gente está buscando más céntrico porque por ejemplo si vives en Bosque Real, nuevamente, y quieres venir a Polanco, una hora de ida y una hora de regreso todos los días. Yo no vivo muy lejos de Bosque Real y hoy me tomó 15 minutos llegar a la oficina, pero es una situación extraordinaria.

11. *Con base en tu experiencia, ¿Cuáles son los factores que incrementan la intención de compra de vivienda por parte de los millennials? ¿Por qué?*

Creo que el cambio en el estilo de vida es el más importante; estar empezando a adquirir esas responsabilidades de haber formado una familia, de estar esperando a tener hijos, de cuestiones de ese tipo, de requerir un trabajo tradicional más estable. Pero nuevamente todo lo que ha pasado ahora puede cambiar muchos de esos conceptos. Saliendo de esto vamos a tener que sentarnos y re analizar todo el concepto de trabajo tradicional.

12. ¿Cómo se ha comportado el sector inmobiliario en venta con respecto a los hábitos de consumo de los millennials en la última década? ¿Por qué?

Pues los millennials en México empiezan a ser parte de los clientes potenciales, porque hace 10 años los millennials todavía no aparecían dentro de esa estructura compradores. Pero en los últimos diez años se ha visto que empiezan a participar dentro del pool potencial de compradores.

13. ¿Como se ha comportado el sector inmobiliario en renta con respecto a los hábitos de consumo de los millennials en la última década? ¿Por qué?

En renta era otra cosa. En renta han sido mucho más activos de un tiempo para atrás.

14. ¿Consideras que estamos listos para usar criptomonedas como forma de pago no solo de productos sino también de servicios? ¿Por qué?

Antes te hubiera dicho sí, hoy no sé. Antes te hubiera dicho las criptomonedas son parte integral de los millennials. Yo tengo un hijo millenial y le gusta mucho todo el tema este de las criptomonedas, ponerse a crear sus propios bitcoins y todo eso; y él los ha usado en transacciones, pero pues ahorita no sé si la situación financiera nos revierte a ser más tradicionales en la forma de pago. Creo que estamos explorando un tema muy importante, si hoy tu me dijeras, eres un desarrollador y te vas a poner a desarrollar inmuebles, ¿Qué tipo de inmuebles escogerías? Logística, bodegas, porque es lo que hemos visto que en estos momentos tiene una gran demanda. Todas las grandes crisis tienen una forma nueva de redefinir cómo van siendo las cosas. Por ejemplo, yo creo que Amazon es el gran ganador de todo esto.

En todos los servicios de delivery, si había barreras como: ay, es que no me gusta comprar porque me gusta verlo en la tienda; o porque no me siento a gusto de cómo va a llegar; con esta situación se borró. Yo creo que podríamos empezar a ver que se van a volver mucho más comunes en la intención de compra de cosas de uso diario. En concepto del súper, va a evolucionar. ¿Cuánta gente no está pidiendo su súper a través de Superama virtual, a través de Corner Shop, a través de Amazon? Ya rompiste esa barrera de que tenías que ir al súper, hoy eso cambia.

15. ¿Qué tanto se está usando la tecnología blockchain dentro del sector inmobiliario? ¿Por qué?

Nuevamente, esta situación vino a abrir esa puerta. Sí, estamos viendo que hay contratos digitales que antes no había nunca. Antes tenía que ser la firma autógrafa, hoy estamos viendo el tema de firmas digitales en el sector; hay esfuerzos fuertes por hacer que la firma sea digital. Si en estos momentos vas a transaccionar la renta de una casa, y se puede la forma digital, que mejor que para todas las partes: más seguro, más eficientes, desde la comodidad de tu casa, etcétera.

16. ¿Se considera una posibilidad el uso de contratos digitales para la prestación de servicios inmobiliarios? ¿Por qué?

Sí, gracias a esto se abrió esa puerta.

17. ¿Qué usos se le pueden dar en un futuro a las monedas digitales dentro de la industria inmobiliaria? ¿Por qué?

Contestada en anteriores preguntas.

18. La magnitud e impacto de esta contingencia es nueva para todos, pero en su opinión ¿Cuáles son las implicaciones a futuro en los hábitos de consumo y vivienda de los mexicanos? ¿Por qué?

Bueno, para empezar, la vivienda es un producto de primerísima necesidad, pase lo que pase la gente se va a seguir muriendo, la gente se va a seguir casando, va a seguir teniendo hijos, y se va a seguir divorciando y todas esas actividades requieren de una vivienda, o de un cambio en el estilo de la vivienda. Creo que el sector va a resurgir, va a continuar siendo un motor importante de la economía nacional, y en especial en México que existe una demanda de vivienda enorme. Hay muchísimos millones de personas que están en la fila esperando vivienda. Se necesita vivienda en México.

19. Se prevé una recesión económica después de la pandemia, en México se habla de un crecimiento de -3.9 y 0.1%, con base en tu experiencia ¿cuál será el impacto en el sector inmobiliario? ¿Por qué?

Lo más importante que ha cambiado ahorita en el sector inmobiliario, es que se ha vuelto un mercado de compradores. Hoy el que tiene dinero en la mano para comprar es el que manda y el vendedor es el que tiene que definir si está vendiendo por interés o por necesidad. Eso va a ser factor muy importante en cómo se den las cosas. Por ejemplo, si es por necesidad pues vas a ser sujeto a que te tiren ofertas a matar, y si es por interés te puedes retirar momentáneamente del mercado.

Yo he oído estimaciones de crecimiento para México que van del 6.6% hasta el -12%. En el 2009 tuvimos una recesión fuerte, pero al año siguiente hubo un rebote fuerte. Entonces aquí se esperaría que tuviéramos una bajada y no creo que vayamos a tener una recuperación en "v" como se dice. Considero que va a ser una recuperación mucho más gradual y nos va a tomar algunos años regresar a donde estábamos.

20. Después de superar esta situación de contingencia, ¿cuánto tiempo cree usted que le tomará a las personas retomar sus intereses de compra de vivienda?

La gente va a ir regresando gradualmente al mercado porque va a depender de la necesidad que tengas. Si tu vas a tener un hijo el próximo año y tienes un departamento de una recámara, te va a surgir buscar algo de 2 recámaras. Entonces vas a regresar al mercado, depende de la necesidad de la población.

21. China es un país que podemos tomar como referencia de cómo ha sido el comportamiento de sus ciudadanos después de controlar el Covid-19. En un estudio de Harvard Business Review se muestra una caída en el interés por parte de los chinos hacia los bienes inmuebles y en general por las

transacciones inmobiliarias versus el año anterior (2019). ¿En México como ha sido el comportamiento antes y durante esta contingencia? ¿Por qué?

Regresando y sin entrar mucho a detalle, la situación política del país no ha ayudado mucho al sector inmobiliario. Hay dos grandes factores que lo han afectado: uno fue la cancelación y que clausuraron cientos de proyectos en la Ciudad de México por el tema de los permisos, por toda la tramitología que se asumía que había sido bajo condiciones incorrectas entonces eso es un primer golpe al sector inmobiliario; y el segundo es que la administración actual no ha motivado la confianza del consumidor, es un factor importantísimo en la compra de la vivienda. Entonces el sector ya venía de tener un momento difícil, ahorita con todo esto se agudiza.