

Estrategias de mercadotecnia digital para arrendadores y arrendatarios de inmuebles en Santiago de Querétaro

Autores: Hernández García, Rocío Liliana*; Cutiérrez Aceves, Luis Osvaldo; Escott Mota, María del Pilar; Fernández Barros, María de la Luz

Contacto: *rocio.hdez.g@gmail.com

País: México

Resumen

Actualmente, la dificultad de emparejar a los arrendadores con arrendatarios en un proceso de arrendamiento se puede explicar en dos vertientes. En primer lugar, por la influencia de los factores demográficos, sociales, económicos y tecnológicos en el comportamiento de ambas partes y, en segundo, por los medios promocionales que utilizan para publicar y buscar una vivienda en arrendamiento como los medios tradicionales, agentes inmobiliarios, los portales inmobiliarios, las redes sociales y otras herramientas de marketing digital. Debido a ello, el presente trabajo busca conocer la relevancia de los medios de promoción digitales, así como también, los factores que inciden en el proceso de arrendamiento y que afectan el comportamiento del arrendador y arrendatario, a través de un estudio trasversal exploratorio de enfoque cuantitativo. Con los resultados obtenidos se forman seis perfiles diferentes de arrendamiento, tres como arrendadores y tres como arrendatarios, los cuales permiten conocer con mayor eficiencia sus características demográficas, sus preferencias socioeconómicas en relación a la vivienda y el entorno, así como las principales tecnologías en medios de promoción a los que se sujeta el proceso de arrendamiento. Gracias a los perfiles identificados, en este trabajo se propone una estrategia de mercadotecnia digital que promueve un emparejamiento más efectivo entre los arrendadores y los arrendatarios.

Palabras clave: arrendamiento; perfilamiento; emparejamiento; estrategia de mercadotecnia digital.

1. Introducción

En los últimos años, la Zona Metropolitana de Querétaro –ZMQ de aquí en adelante– ha crecido económicamente generando una ola de inmigración, donde entre el año 2005 hasta el 2020 se registraron 195,760 entradas a la entidad, en comparación con las 60,760 salidas de la zona (INEGI, 2020), las cuales han generado un auge del sector inmobiliario, teniendo una mayor movilidad interna entre los años 2020 y 2021 tras la pandemia de COVID-19, al registrarse un 75.8% de búsquedas en línea de vivienda en arrendamiento en comparación con el 24.2% de vivienda en venta (Lamudi, 2022).

Tomando en consideración la importancia del arrendamiento de vivienda, el cual se refiere a la firma de un contrato legal donde el arrendador cede por un tiempo temporal su vivienda, mientras que el arrendatario hace uso de ella a cambio de un pago de renta mensual (González, 1993), este se lleva a cabo a partir de la conformación de cuatro pasos: la promoción, el contacto, la formalización y la redacción del contrato de arrendamiento (Esparza, 2012). En ese sentido, en el primero de ellos, la promoción, se encuentra una problemática común, la cual se ha denominado como “emparejamiento”.

El emparejamiento implica encontrar una vivienda adecuada para el inquilino, mientras que para el propietario otorgar en alquiler su propiedad al arrendatario adecuado (Ruheen, Sharmin y Chowdhury, 2019), involucrando tres factores que lo afectan inicialmente: el primer factor conformado por características que

identifican a los propietarios e inquilinos en relación con el tipo de vivienda; un segundo factor, relacionado con los medios promocionales usados por propietario e inquilino para publicar y buscar una vivienda; y el tercer factor vinculado a la existencia de fuerzas mayores que afectan la dinámica del arrendamiento.

Así se establece entonces como propósito de este artículo, el identificar la importancia de estas fuerzas mayores que impiden el emparejamiento, ubicar los perfiles de comportamiento de los involucrados, y proponer una metodología de mercadotecnia digital para generar la conexión eficiente entre las partes involucradas en el arrendamiento.

2. Marco de referencia

Para efectos de este trabajo, el arrendamiento está compuesto por arrendador – propietario –, arrendatario – inquilino – y vivienda. Ésta última se clasifica en seis tipos: económica, popular, tradicional, media, residencial y residencial plus (INEGI, 2020; Comisión Nacional de Vivienda, 2010), la cual a su vez se caracteriza por tener una ubicación, ya sea en un condómino o fraccionamiento (Amaya, 2007; Rodríguez, 2007), un precio, cantidad resultante por: la comparación de precios (Méndez, 1987; Herrera, 2022), un avalúo y el valor de la vivienda (Jaramillo y Agudelo, 2018; Herrera, 2009).

Para ello, se toma en consideración el tipo de vivienda (CONAVI, 2010; Martínez y Ospina, 2017; Méndez, 1987; Zambrano, 2016), las amenidades (Amaya, 2007), el lugar y los alrededores (Jaramillo y Agudelo, 2018; Zambrano, 2016; Miranda, 2021; Cubillo 2017; Di Virgilio, 2009; Suárez y Delgado, 2010; Coulomb, 1991).

Como se mencionó anteriormente, el proceso de arrendamiento comienza con la promoción de una vivienda (Esparza, 2012), donde se busca un emparejamiento en medios promocionales, como lo son portales inmobiliarios, redes sociales, medios tradicionales y agentes inmobiliarios (Stetelman, 2012) entre arrendador – quien oferta la vivienda – y arrendatario – quien demanda la vivienda – (Torres, 2019; Isart, 2018; Stetelman, 2012). Aunado a esto, existen factores demográficos, sociales, económicos y tecnológicos que influyen en el comportamiento de los consumidores (Stanton, Etzel y Walker, 2007; Kotler y Armstrong, 2008; Fisher y Espejo, 2011), los cuales de manera externa afectan el arrendamiento de una vivienda.

Así mismo se han identificado otros factores demográficos importantes con influencia en el arrendamiento, tal es el caso de la formación de periferias, la migración y la movilidad urbana identificados en diferentes ciudades (Miranda, 2021; Cubillo, 2017; Di Virgilio, 2009; Suárez et al 2010; Coulomb, 1991; Luginaah, Arku y Baiden, 2010; Ji y Yang, 2008; Quiroz, 2013; Pujadas, 2009; Ramírez, 2018).

La formación de periferias permite identificar la localización de estratos sociales, los tipos de viviendas y las zonas de mayor arrendamiento. En el centro, se ubican actividades políticas y administrativas; en las primeras y segundas periferias una mayor actividad de arrendamiento por mayor infraestructura urbana, servicios públicos y amenidades condominales para estratos sociales medios y altos; y finalmente las terceras y cuartas periferias, con poca infraestructura, servicios insuficientes y viviendas autoconstruidas hacia estratos sociales bajos (Miranda, 2021; Cubillo, 2017; Di Virgilio, 2009; Suárez et al, 2010 y Coulomb, 1991). A su vez, la búsqueda de mejores oportunidades y calidad de vida brinda relevancia a la migración como factor de un arrendamiento asequible, principalmente dentro de las primeras y segundas periferias, en colonias seguras y bien comunicadas (Luginaah et al, 2010; Ji y Yang, 2008 y Quiroz, 2013).

En cuanto a la movilidad urbana, la cual implica el movimiento residencial dentro de una misma ciudad, ocurre de forma descendente –del centro hacia las primeras y segundas periferias– y ascendente –de las últimas periferias hacia el centro– debido a la cercanía de empleos e infraestructura urbana –medios de

transporte y vialidades— que facilitan la movilidad cotidiana entre zonas habitacionales cerradas de clase media y alta, con relación como edad, estado civil, ciclo de vida familiar, tenencia, educación y nivel socioeconómico (Pujadas, 2009; Ramírez, 2018; Suárez et al, 2010). Así, por ejemplo, la mayor movilidad se encuentra en un perfil entre 25 a 35 años, soltero o separado, sin hijos, con nivel educativo y socioeconómico elevado y sin tenencia de vivienda.

Otros factores de influencia en el arrendamiento son sociales, como la relación entre infraestructura urbana y la demora de una vivienda para arrendarse, entendiendo como infraestructura la cercanía de una vivienda a parques, estadios, unidades deportivas, vías de comunicación, y por servicios públicos, la existencia de escuelas, universidades, transporte, centros comerciales, determinando que mientras más cercanas las viviendas a estas zonas, mayor demanda y menor tiempo para arrendar (Agudelo, Martínez y Ospina, 2017; Agudelo, Franco y Franco, 2015).

Por otro lado, para que las viviendas se renten de manera rápida —menor a dos meses— son imprescindibles características como: metros de construcción, lugares de estacionamiento, niveles, o pisos, y precios de arrendamiento. Mientras mayor es el área de la vivienda, con más de un lugar de estacionamiento, más de un nivel y de precio razonable se rentará en menor tiempo (Agudelo et al., 2017).

Con respecto a los factores económicos, los autores Zambrano (2016), Jaramillo y Agudelo (2018) y Méndez (1987) identificaron que la formación e incremento en los precios de arrendamiento junto con la rentabilidad de una vivienda están sumamente ligados en este factor. Los elementos considerados para designar los precios de renta de una vivienda y su aumento se relacionan con el tipo de vivienda, la ubicación geográfica, la infraestructura urbana, los servicios públicos y las amenidades con los que cuente la propiedad (Zambrano, 2016; Méndez, 1987).

Si una vivienda cuenta con los suficientes espacios físicos y se encuentre en las primeras periferias, donde la dotación de infraestructura y servicios es mayor, los precios de arrendamiento son más altos y su oferta y demanda aumenta. Sin embargo, ello reduce su rentabilidad, ya que el retorno de inversión se recupera lentamente en comparación de aquellas viviendas cuyo tamaño es pequeño y se localizan en las últimas periferias, esto ocasiona que el precio de renta sea accesible y, por ende, la rentabilidad sea mayor (Jaramillo y Agudelo, 2018).

Finalmente, las autoras Stetelman (2012) e Isart (2018) identificaron el uso de diferentes medios promocionales y el comportamiento de los usuarios en plataformas inmobiliarias digitales como los factores tecnológicos que afectan el emparejamiento. Por un lado, los medios promocionales más utilizados tanto por propietarios como inquilinos para publicar y buscar una vivienda en alquiler son: la plataforma inmobiliaria digital, herramienta usada por personas que cuentan con una conocimiento previo en el arrendamiento por la practicidad, información detallada y fotos de la vivienda; los agentes inmobiliarios, quienes son contratados por arrendadores o arrendatarios que rentan una vivienda por primera vez gracias a su experiencia en el mercado inmobiliario; y los medios tradicionales —las lonas o letreros— los cuales son empleados por personas familiarizadas con estos medios (Stetelman, 2012; Larceneux, Lefebvre y Simon, 2015).

Haciendo hincapié en las plataformas digitales, estas son usadas mayormente por propietarios, de entre 45 y 55 años, familiarizados con los dispositivos tecnológicos y las estrategias para publicar su vivienda en arrendamiento, ya que cuentan con el tiempo suficiente para realizarlo, se ahorran la comisión destinada a los agentes inmobiliarios y las actividades relacionadas a la publicación de anuncios y búsqueda de inquilinos que perciben como tareas fáciles (Isart, 2018).

3. Metodología de la investigación

La problemática principal recae en que no hay un correcto emparejamiento entre arrendador y arrendatario dentro del proceso de arrendamiento en la ZMQ, la cual se puede explicar en dos vertientes. Por un lado, se refiere a la influencia de los factores demográficos, sociales, económicos y tecnológicos que afectan tanto el proceso de arrendamiento como el comportamiento del arrendador y arrendatario y, por el otro lado, se trata de los medios promocionales que usan ambas partes para publicar y buscar una vivienda en arrendamiento.

Habiendo ubicado el problema se determinó generar un modelo de mercadotecnia digital que permitiera sentar las bases para realizar un emparejamiento efectivo. Con este fin, se llevó a cabo un estudio transversal exploratorio de enfoque cuantitativo para conocer tanto las variables demográficas, sociales, económicas y tecnológicas, así como el comportamiento del propietario e inquilino a través de un instrumento con las características de un cuestionario (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

El cuestionario se realizó en cuatro fases. En la primera, se elaboró una tabla por cada factor de influencia: demográfico, social, económico y tecnológico junto con sus variables analizadas por los trabajos de referencia. La segunda, se identificaron los indicadores dentro de cada factor, que se tomaron en cuenta como los reactivos para los cuestionarios. La tercera, se clasificaron las variables que encajaban con los cuestionarios del propietario, inquilino o a ambos. Y, por último, se formaron los dos cuestionarios, uno para los arrendadores y otro para los arrendatarios.

Considerando que el objetivo principal es crear una estrategia de promoción digital para el emparejamiento fue de suma importancia delimitar la muestra, la cual se obtuvo a través del método de muestreo no probabilístico para indagar en profundidad los factores demográficos, sociales, económicos y tecnológicos que afectan tanto el arrendamiento como el comportamiento del arrendador y el arrendatario (Hernández et al., 2014).

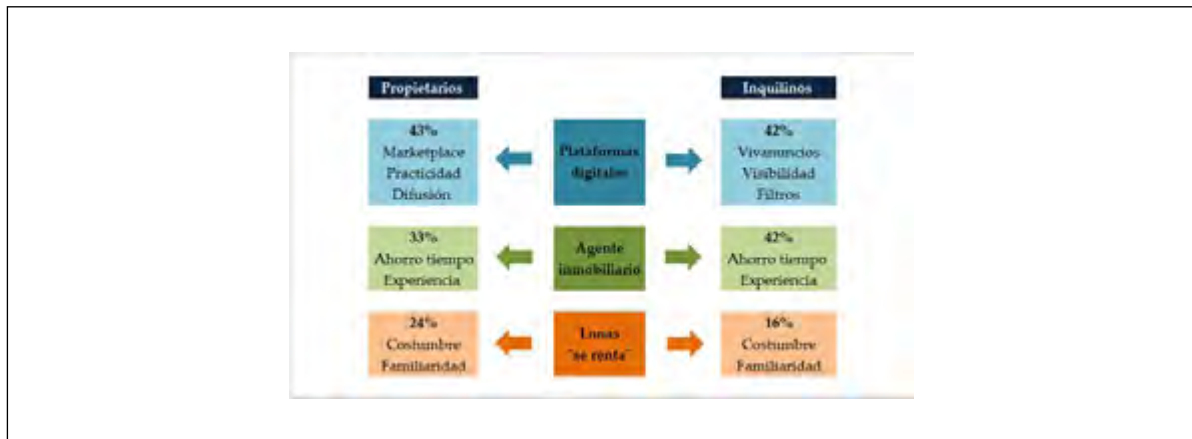
Se encuestaron un total de 66 personas, de las cuales 33 fueron propietarios y 33 inquilinos. Este tamaño de muestra se logró a través de dos estrategias de muestreo, la de conveniencia y bola de nieve. Para la muestra de conveniencia se contactaron a 18 arrendadores y 33 arrendatarios a los que se tuvieron acceso, el resto de los propietarios se consiguió por medio de bola de nieve preguntando a los mismos arrendadores si conocían otras personas que pudieran participar en la investigación (Hernández et al., 2014).

4. Resultados y análisis

Los resultados obtenidos permitieron: 1) conocer el medio de promoción que más incide en el arrendamiento junto con su relevancia, 2) identificar los factores externos que más inciden en el arrendamiento y comportamiento del propietario e inquilino, 3) formar seis perfiles, tres para arrendadores y tres para arrendatarios y 4) proponer las bases de la creación de una estrategia de promoción digital.

Primero, como se muestra en la Figura 1, las plataformas inmobiliarias digitales, al ser estas las que obtuvieron los mayores porcentajes, son los principales medios de promoción que inciden en el proceso de arrendamiento en la ZMQ. Larceneux et al. (2015) explican que el uso de estos medios lo atribuyen al conocimiento que tienen los propietarios e inquilinos sobre el arrendamiento.

FIGURA 1. Medio de promoción que más incide en el arrendamiento



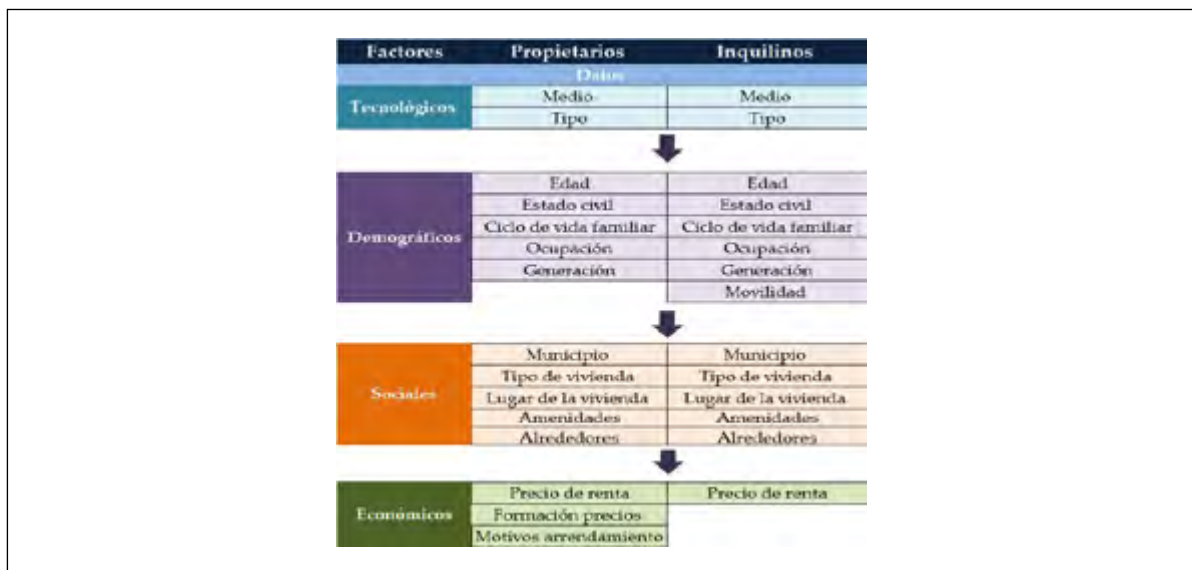
Fuente: Elaboración propia.

Por un lado, en los propietarios la plataforma digital de mayor uso fue Marketplace de Facebook debido a su practicidad, ya que el publicar es sencillo, y el alcance que tiene por sus algoritmos que permiten encontrar inquilinos potenciales. Isart (2018) encontró que uno de los motivos por los cuales los propietarios publican en una plataforma digital es por la creencia de que esta herramienta es más eficiente para prospectar inquilinos. Por el otro lado, en los inquilinos fue Vivanuncios, plataforma que de acuerdo con Forbes (2014) es el sitio mobiliario más visitado por los mexicanos, y se relaciona a la visibilidad de la vivienda, sin necesidad de concretar una cita previa para poder verla en persona; a la múltiple oferta en cuestión de vivienda por los filtros especializados, ya que permiten acotarlas de acuerdo a las necesidades de cada arrendatario.

Sin embargo, se observó que la contratación de agentes inmobiliarios y medios tradicionales –lonas “se renta”– son otras estrategias de promoción empleadas por los arrendatarios y arrendadores. Quienes contratan los servicios de un agente inmobiliario buscan contar con la experiencia que estos tienen sobre el mercado inmobiliario, lo cual asegura un ahorro de tiempo, el cual no cuentan por cuestiones laborales, y quienes usan un medio tradicional se refieren a la familiaridad y costumbre de utilizar estas herramientas.

Segundo, en la Figura 2, se identifica la incidencia de los factores demográficos, sociales y económicos. Se observa que no todos los elementos influyen de igual manera en los propietarios e inquilinos, es decir, la movilidad afecta a los inquilinos, mientras que la formación de precios y los motivos del arrendamiento afectan a propietarios; el resto de ellos influyen de igual manera en ambos grupos. La influencia de los factores estimula el comportamiento de las partes, y con ello, el arrendamiento, por ejemplo, los demográficos indicarán preferencias e inclinaciones en relación a los elementos sociales, es decir todas las características deseables en una vivienda, mientras mayor sea el rango o la cantidad de los elementos sociales estimulará un incremento dentro del factor económico, en este caso en el precio de arrendamiento y las razones para arrendar.

FIGURA 2. Los factores externos que inciden en el comportamiento y arrendamiento



Fuente: Elaboración propia.

Tercero, se observan en las Figuras 3 y 4 seis perfiles de propietarios e inquilinos identificados por sus diferentes factores y variables, con la finalidad de conocer quiénes son, que preferencias tienen en relación a las viviendas y que estrategias de promoción utilizan. Cabe mencionar, que los perfiles fueron formados en relación al factor tecnológico, donde la mayoría usó un portal inmobiliario, seguido de la contratación de agentes inmobiliarios y, por último, una lona de “se renta”.

En la Figura 3, se ilustran los tres perfiles de propietarios: el primero, son personas de 54 años, viven en pareja y se encuentran jubilados o próximos a serlo, quienes ofertan en arrendamiento viviendas tipo residencial, localizadas en el municipio de Querétaro dentro de condominios con todas las amenidades posibles como la seguridad privada, alberca, jardín, estacionamiento de visitas, salón de fiestas y palapa con asador. La vivienda se encuentra en alrededores cercanos como parque, centros comerciales, hospitales, vías rápidas, paradas de autobús, veterinarias y escuelas. Estipulan un precio de renta de \$12,000 pesos a sus viviendas y el motivo para arrendar es obtener un ingreso extra.

Figura 3. Perfiles de los propietarios

Propietarios (Arrendadores)				
Factores	Datos	Perfil 1	Perfil 2	Perfil 3
Estrategia	Método	Plataforma digital	Agente inmobiliario	Tradicional
	Tiempo	Marketplace Facebook		Loma
Demográfico	Edad	54 años	48 años	57 años
	Estado civil	En pareja	En pareja	Solteros
	Ciclo de vida familiar	Nido vacío	Mayor casado con/sin hijos	Mayor casado con/sin hijos o nido vacío
	Generación	Baby boomer	Generación X	Baby boomer
	Ocupación	Jubilados	En etapa laboral	Jubilados o próximos a
Sociales	Municipio	Querétaro	El Marqués y Corregidora	El Marqués y Corregidora
	Tipo de vivienda	Residencial	Tradicional	Tradicional y Media
	Forma de la vivienda	Condominio	Condominio	Condominio
	Amenidades	Seguridad privada	Seguridad privada	Seguridad privada
		Alberca		
		Jardín	Jardín	
	Arrendamiento	Estacionamiento de visitas	Estacionamiento de visitas	Estacionamiento de visitas
		Salón de fiestas		
		Palapa con asador	Palapa con asador	Palapa con asador
		Parque	Parque	
		Centro comercial	Centro comercial	Centro comercial
		Hospital	Hospital	Hospital
		Vías rápidas	Vías rápidas	Vías rápidas
		Paradas de autobús	Paradas de autobús	Paradas de autobús
		Veterinaria	Veterinaria	
Escuelas	Escuelas	Escuelas		
Económicos	Precio de renta	\$12,000	\$12,000	\$9,000
	Formación de precios	Tamaño de la vivienda	Valor de la vivienda	Estado de conservación
	Motivos arrendamiento	Ingreso adicional	Ingreso adicional	Ingreso adicional

Fuente: Elaboración propia.

El segundo perfil representa personas de 48 años, viven en pareja y en etapa laboral, quienes ofrecen en arrendamiento viviendas tipo tradicional, principalmente en los municipios de El Marqués y Corregidora dentro de condominios con amenidades básicas como la seguridad privada, jardín, estacionamiento de visitas y palapa con asador, las cuales se encuentran cercanas a parques, centros comerciales, hospitales, vías rápidas, paradas de autobús, veterinarias y escuelas. Estos propietarios calculan un precio de renta de \$12,000 pesos a sus viviendas y los motivos para el arrendamiento también están relacionados con la obtención de un ingreso económico adicional.

Finalmente, el tercer perfil son personas de 57 años, solteros y se encuentran jubilados o próximos a jubilarse, ponen en arrendamiento viviendas tipo tradicional y media en el municipio de Querétaro dentro de condominios con amenidades básicas: seguridad privada, estacionamiento de visitas y palapa con asador. Las viviendas se encuentran cerca de centros comerciales, hospitales, vías rápidas, paradas de autobús y escuelas. Los propietarios calculan un precio de renta de \$12,500 pesos a sus viviendas, y los motivos para el arrendamiento se relacionan con la obtención de una entrada económica adicional.

En la Figura 4 se exponen los tres perfiles de inquilinos. El primer perfil son personas de 37 años de edad, viven en pareja y su movilidad está relacionada con los aspectos laborales y personales. Se localizan en el municipio de Querétaro y las viviendas que rentan, o buscan en arrendamiento, son principalmente viviendas tipo media, en condominio con amenidades de seguridad, alberca, jardín, estacionamiento de visitas y salón de fiestas, cuyas cercanías están relacionadas con la infraestructura urbana y servicios públicos, principalmente, parque, centros comerciales, hospitales, vías rápidas, paradas de autobús, centros deportivos y escuelas. El precio que está dispuesto a pagar por el arrendamiento es de \$12,000 pesos.

FIGURA 4. Perfiles de los inquilinos

Inquilinos (Arrendatarios)				
Factores	Datos	Perfil 1	Perfil 2	Perfil 3
Estrategia	Medio	Plataforma digital	Agente inmobiliario	Tradicional
	Tipo	Vivancios		Lona
Demográfico	Edad	37 años	33 años	38 años
	Estado civil	En pareja	Solteros	Solteros
	Ciclo de vida familiar	Jóvenes sin hijos	Jóvenes solteros	Mayor soltero
	Ocupación	Empleados	Empleados	Empleados
	Generación	Generación X	Generación Y	Generación X
	Movilidad	Laboral y personal	Laboral	Personal
Sociales	Municipio	Querétaro	El Marqués	Querétaro
	Tipo de vivienda	Media	Media	Residencial
	Lugar de la vivienda	Condominio	Condominio	Fraccionamiento
		Seguridad privada	Seguridad privada	Seguridad privada
	Amenidades	Alberca	Alberca	
		Jardín	Jardín	Jardín
		Estacionamiento de visitas	Estacionamiento de visitas	
	Alrededores	Salón de fiestas		
		Parque	Parque	Parque
		Centro comercial	Centro comercial	Centro comercial
		Hospital	Hospital	Hospital
		Vías rápidas	Vías rápidas	Vías rápidas
		Paradas de autobús	Paradas de autobús	
		Centro deportivo		Centro deportivo
	Escuelas			
Económicos	Precio de renta	\$12,000	\$12,000	\$12,500

Fuente: Elaboración propia.

Para el segundo perfil son inquilinos de 33 años, solteros y su movilidad está relacionada con los aspectos laborales, se localiza en el municipio de El Marqués y las viviendas que rentan son de tipo media en condominio con amenidades de seguridad, alberca, jardín y estacionamiento de visitas de preferencia con alrededores como parque, centros comerciales, hospitales, vías rápidas, paradas de autobús. Estos inquilinos \$12,000 pesos por una vivienda.

El tercer perfil son inquilinos de 38 años, solteros y los aspectos de movilidad son los personales, rentan en el municipio de Querétaro, una vivienda tipo residencial en un fraccionamiento con seguridad privada y jardín común del lugar, donde los alrededores son esenciales para la vida cotidiana como parque, centros comerciales, hospitales, vías rápidas y centros deportivos, pagan \$12,500 pesos por el arrendamiento, un precio más elevado en comparación con el perfil 1 y 2 de los inquilinos.

Cuarto, conocer los seis perfiles permite proponer las bases de una estrategia de mercadotecnia digital, la cual permita efectuar un emparejamiento entre inquilinos y propietarios de una forma más efectiva. Esta deberá considerar conjuntar los inquilinos del perfil 1 quienes usan plataformas digitales y demandan vivienda tipo media con los propietarios del perfil 2 quienes ofrecen vivienda tipo tradicional y contrataron los servicios de un agente inmobiliario para promocionar su vivienda en alquiler.

Consecutivamente, se puede conectar los inquilinos del perfil 2 quienes contratan agentes inmobiliarios para que les ayude a buscar viviendas tipo media con los propietarios que forman el perfil 3 y son quienes se apoyaron en una lona promocional, puesto que ellos si proveen una vivienda tipo media en arrendamiento.

Finalmente, los inquilinos del perfil 3 quienes rentan una vivienda residencial a través de una lona promocional congeniarían con los propietarios que integran el perfil 1 porque ofertan en arrendamiento viviendas del mismo tipo, sin embargo, utilizan plataformas digitales.

5. Conclusión

De acuerdo con el análisis de los resultados, en esta investigación se concluye que los factores externos que más influyen en el arrendamiento y comportamiento de los arrendadores y arrendatarios, son los factores demográficos, sociales, económicos y tecnológicos, los cuales permitieron obtener seis perfiles identificados por sus diferentes variables, con la finalidad de conocer quiénes son, que preferencias tienen en relación a las viviendas y que estrategias de promoción utilizan.

En este artículo se encontró que los factores demográficos, sociales y económicos influyen uno sobre el otro, como en una reacción cadena, donde los factores demográficos afectan a los sociales y los sociales a los económicos, es decir los demográficos van a indicar las preferencias e inclinaciones en relación a las variables sociales todas la características deseables en relación a una vivienda, y estos a su vez afectarán al factor económico, al precio de arrendamiento y las razones para arrendar.

Además, se concluye que los portales inmobiliarios son los principales medios de que inciden en el proceso de arrendamiento de una vivienda en la ZMQ. En otras palabras, es el medio de promoción que más usan los arrendadores para publicar y promocionar su vivienda para encontrar a un inquilino y los arrendatarios para encontrar una vivienda.

Se espera que los perfiles creados y las bases de la propuesta de la estrategia de promoción digital, ayuden a futuras investigaciones a aplicar estos conocimientos para desarrollar un modelo de emparejamiento entre los arrendadores y arrendatarios más efectiva que permitan cambiar la dinámica del arrendamiento tradicional, sobre todo, que den la solución a esta problemática que es tan común en el arrendamiento de vivienda no sólo en la ZMQ, sino en todo México y otras partes del mundo.

Referencias bibliográficas

- Agudelo Torres, J. E., Agudelo Torres, G. A., Franco Arbeláez, L. C. y Franco Ceballos, L. E. (ene.-jun. 2015). Efecto de un estadio deportivo en los precios de arrendamiento de viviendas: una aplicación de regresión ponderada geográficamente (GWR). *Ecós de Economía*, 19(41), 66-80.
- Agudelo Torres, J. E., Martínez Montoya, D. F. y Ospina Espinoza, O. A. (2017). Influencia de un parque en los cánones de arrendamiento de vivienda en Laureles en 2015: una aplicación de regresión de geográficamente ponderada en el contexto de precios hedónicos. *Revista Espacios*, 38(24), 33.
- Amaya Padilla, S. J. (nov. 2007). *Cálculo de indivisos para condominios habitacionales en el Estado de Querétaro* [Tesis de Maestría, Universidad Autónoma de Querétaro].
- Comisión Nacional de Vivienda (2010). *Código de edificación de vivienda*. Comisión Nacional de Vivienda (CONAVI).
- Coulomb, R. (1991). Repensando la problemática de la vivienda en arrendamiento. En M. Schteingart (ed.), *Espacio y vivienda en la Ciudad de México* (pp. 251-276). El Colegio de México.
- Cubillo Arias, A. (2017). Construcción colectiva de la ciudad. Tenencia de la tierra y regeneración urbana en los asentamientos informales de Maputo, Mozambique. *Kultur. Revista Interdisciplinaria sobre la cultura de la ciudad*, 4(8), 265-286.
- Di Virgilio, M. M. (jul. 2009). *La geografía del proceso de formación de la región metropolitana de Buenos Aires*. Latin American Housing Network. <https://www.lahn.utexas.org/wp-content/uploads/2020/04/Buenos-Aires-UrbanizacionAMBA.pdf>
- Esparza Meza, V. C. (2012). *Plan de mejoramiento del proceso de arrendamiento en la inmobiliaria Cecilia de Díaz Ltda.* [Tesis de Licenciatura, Universidad Autónoma de Bucaramanga].

- Fischer, L. y Espejo, J. (2011). *Mercadotecnia* (4ª ed.). McGraw Hill.
- Forbes México (11 de julio de 2014). *Los 15 sitios de bienes raíces más visitados en México*. <https://www.forbes.com.mx/los-15-sitios-de-bienes-raices-mas-visitados-por-los-mexicanos/>
- González Alcántara, J. L. (ene. 1993). *El arrendamiento*. Boletín Mexicano de Derecho Comparado, (78).
- Hernández Sampieri, R., Fernández Callado, C. y Baptista Lucio, M. d. (2014). *Metodología de la investigación* (6ª ed.). McGraw Hill Education.
- Herrera, M. (28 de noviembre de 2019). *Tipos de departamentos para tu estilo de vida*. Inmuebles 24. <https://www.inmuebles24.com/noticias/sabias-que/tipos-de-departamentos-para-tu-estilo-de-vida/>
- Herrera, M. (20 de mayo de 2022). *Calcula el precio correcto de renta de un inmueble*. Inmuebles 24. <https://www.inmuebles24.com/noticias/noticias/renta/calcula-el-precio-correcto-de-renta-de-un-inmueble/#:~:text=El%20precio%20de%20tu%20inmueble,que%20se%20encuentra%20la%20vivienda>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2020). *División municipal de Querétaro*. Cuenta INEGI. https://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/queret/territorio/div_municipal.aspx?tema=-me&e=22
- Isart Delgado, N. (2018). *Patrones de comportamiento de los particulares publicadores en el mercado inmobiliario español* [Tesis de maestría, Universitat Oberta de Catalunya].
- Jaramillo Montoya, S. A. y Agudelo Torres, J. E. (2018). Rentabilidad de la inversión en vivienda en Medellín durante 2016. *Cuadernos de Vivienda y Urbanismo*, 11(22), 1-7.
- Ji, L. y Yang, P. (2008). From family rental houses to low-rent houses. A research on urban village renewal based on renting. *World Academy of Science Engineering and Technology*, 48, 402-406.
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de marketing* (8ª ed.). Pearson Prentice Hall.
- Lamudi. (2022). *Reporte de bienes y raíces en Querétaro*. Lamudi, Portal inmobiliario.
- Larceneux, F., Lefebvre, T. y Simon, A. (2015). What added value do Estate Agents offer compared to FSBO transaction? Explanation from a perceived advantages model. *Journal of Housing Economics*.
- Luginaah, I., Arku, G. y Baiden, P. (2010). Housing and health in Ghana: The psychosocial impacts of renting a home. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 7, 528-545.
- Martínez Montoya, D. F. y Ospina Espinoza, O. A. (2017). El tiempo necesario para alquilar una vivienda en Laureles en 2015: una aplicación de Regresión Logística Geográficamente Ponderada. *Revista Espacios*, 38(23), 33.
- Méndez Rodríguez, A. (1987). Vivienda en arrendamiento y nivel de vida. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 33(128), 87-99.
- Miranda Maloa, J. (2021). Extensive African urbanization: The case of the Mozambican periphery. En S. Sepasgozar, S. Shirowzhan, S. Sargolzae y J. D. Bienvenido-Huertas (eds.), *Design of Cities and Buildings. Sustainability and Resilience in the Built Environment*. IntechOpen.
- Pujadas Rúbies, I. (15 de mayo de 2009). Movilidad residencial y expansión urbana en la Región Metropolitana de Barcelona, 1982- 2005. Scripta Nova. *Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, XIII(290), 1-23.
- Quiroz Mendoza, M. (dic. de 2013). Las vecindades de la Ciudad de México. Un problema de modernidad 1940-1952. *Historia 2.0. Conocimiento Histórico en Clave Digital*, III(6), 27-43.
- Ramírez, L. (jul.-dic. 2018). Movilidad residencial intrametropolitana en Buenos Aires (2005-2010). *Población & Sociedad*, 2, 111-143.
- Rodríguez Anaya, F. J. (dic. 2007). *Variables para la clasificación de fraccionamientos habitacionales en la ciudad de Aguascalientes que permitan la estimación del valor de los inmuebles* [Tesis de Maestría, Centro de Ciencias del Diseño y la Construcción].

- Ruheen Bristi, W., Sharmin, S. y Chowdhury, F. (2019). *Stable matching between house qwner and tenant for developing countries*. 10th International Conference on Computing, Communication and Networking Technologies (ICCCNT).
- Stanton, W. J., Etzel, M. J. y Walker, B. J. (2007). *Fundamentos de marketing* (14a ed.). McGraw Hill.
- Stetelman, S. (2012). *Perspectives on Technology Change and the Marketing of Real Estate* [Tesis de pregrado, University of Southern Mississippi].
- Suárez Lastra, M. y Delgado Campos, J. (abr. 2010). Patrones de movilidad residencial en la Ciudad de México como evidencia de co-localización de población y empleos. EURE. *Revista Latinoamericana de Estudios Urbanos Regionales*, 36(107), 67-91.
- Torres Perdigón, J. E. (2019). *Homing: aplicación móvil para servicios de arrendamiento a través de un nuevo modelo para la búsqueda y administración de arriendos en Bogotá* [Tesis de maestría, Pontificia Universidad Javeriana].
- Zambrano Monserrate, M. A. [ene.-abr. 2016]. Formación de los precios de alquiler de viviendas en Machala (Ecuador): Análisis mediante el método de precios hedónicos. *Cuadernos de Economía*, 39, 12-22.