



Termómetro del Mercado Inmobiliario

Autor: Msc. Milagros Uzcátegui Rodríguez-Líder Comisión Estadística y Tecnología,

Querétaro

21/10/2025

El mercado inmobiliario de Querétaro cierra octubre 2025 con cifras históricas que anticipan un cuarto trimestre extraordinario. Con **11,855 avalúos totales** —el máximo registrado en el trimestre— y un crecimiento acumulado del **63.7%** desde julio, la dinámica actual refleja un ecosistema financiero robusto y una demanda en plena aceleración.

Este análisis profundo, desarrollado mediante el Big Data de InmoMonitor en colaboración con los datos de MetricAnalysis, proporciona una radiografía completa del mercado: desde patrones de crecimiento mensual hasta mix de productos, concentración geográfica, canales de financiamiento dominantes y bandas de precios por percentiles. Cada métrica ha sido cuidadosamente procesada para ofrecer insights accionables que impulsen decisiones estratégicas en captación, pricing y colocación.

Evolución Trimestral: Crecimiento Sostenido

El análisis de la tendencia trimestral revela un patrón consistente de expansión que marca un escenario de crédito altamente activo. Entre julio y octubre 2025, cada mes superó al anterior con incrementos de dos dígitos, consolidando un crecimiento medio mensual del **17.9%**.

La progresión muestra:

- **Julio→Agosto:** +1,524 avalúos (+21.0%)
- **Agosto→Septiembre:** +1,646 avalúos (+18.8%)
- **Septiembre→Octubre:** +1,442 avalúos (+13.8%)

Si bien la tasa de crecimiento muestra una moderación técnica hacia octubre, el volumen absoluto alcanza su punto máximo. Esta dinámica anticipa un **cierre fuerte en el cuarto trimestre**, con conversión esperada de avalúos a escrituración en noviembre-diciembre. Para desarrolladores y entidades financieras, esto representa una ventana crítica para optimizar inventarios listos para firma y agilizar protocolos de crédito.

11,855

Avalúos octubre

Máximo histórico trimestral

+63.7%

Crecimiento jul-oct

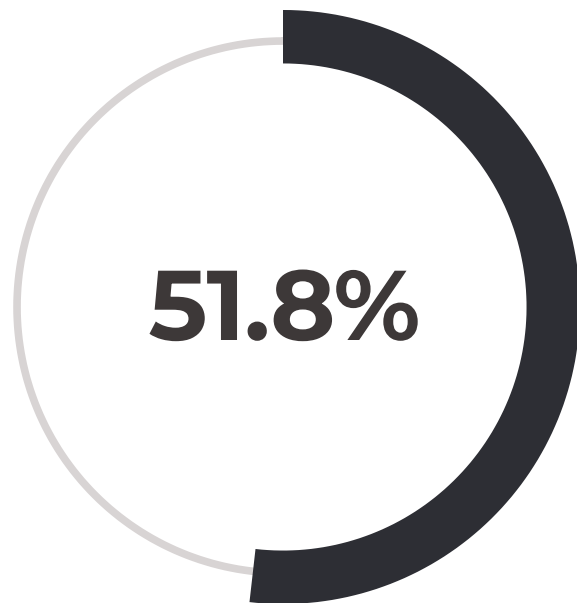
Expansión acumulada

+17.9%

Tasa media mensual

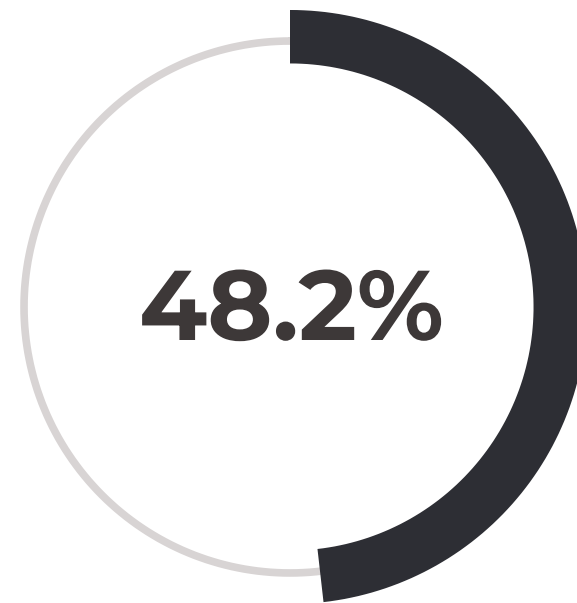
Momentum sostenido

Balance Vivienda Nueva vs Usada



Vivienda Nueva

6,140 avalúos



Vivienda Usada

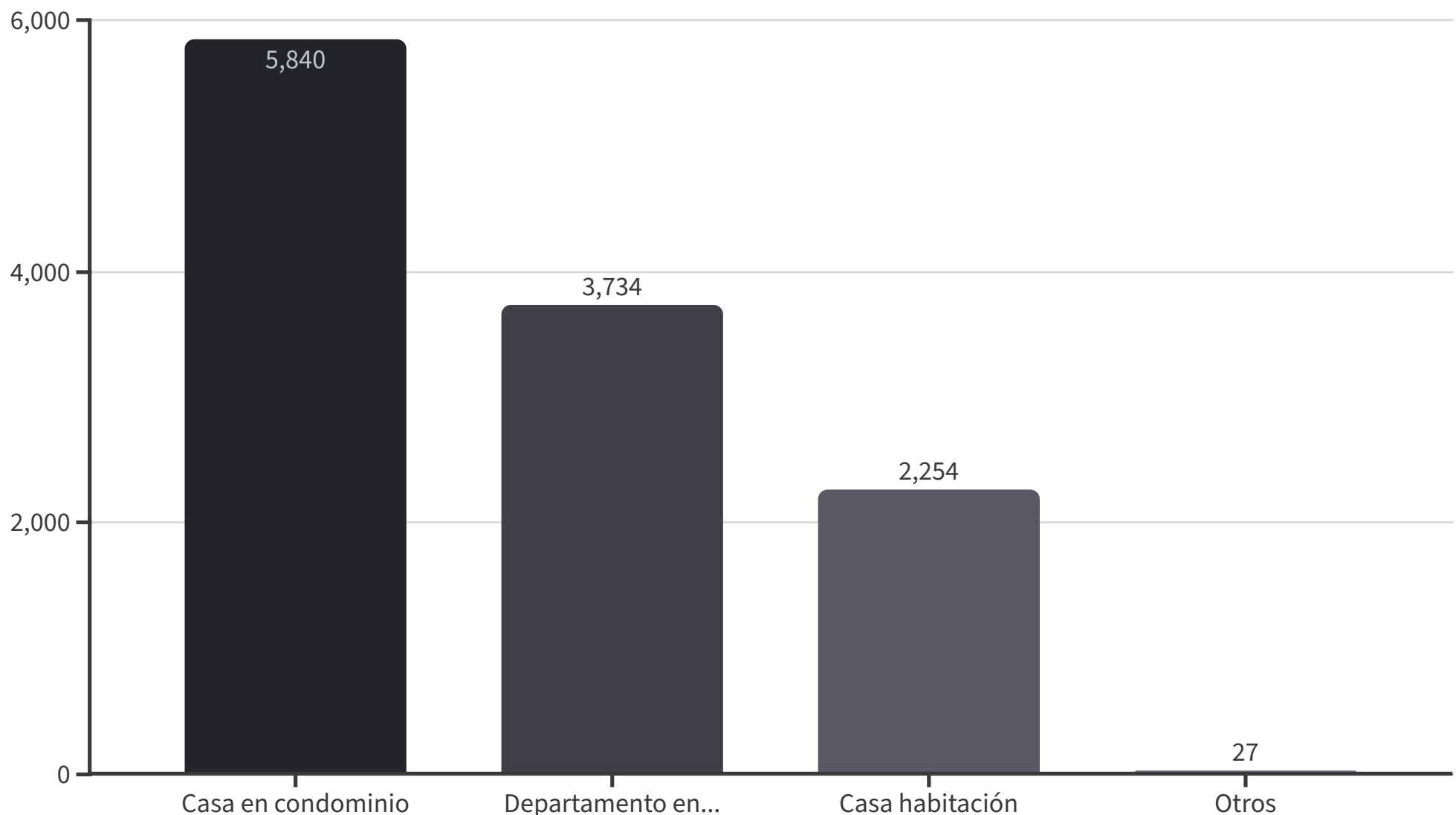
5,715 avalúos

El mercado presenta un **equilibrio estratégico** entre vivienda nueva y usada, con una ligera ventaja para los desarrollos inmobiliarios.

La participación del 51.8% de vivienda nueva indica que los desarrollos actuales están respondiendo efectivamente a la demanda, mientras que el robusto 48.2% de vivienda usada confirma la vitalidad del mercado secundario y la liquidez del inventario existente. Esta dualidad permite a las instituciones financieras diversificar portafolios y a los desarrolladores mantener presión competitiva en calidad y precio.

Para estrategias de marketing, esta paridad demanda **mensajes diferenciados**: vivienda nueva debe enfatizar garantías, amenidades contemporáneas y eficiencia energética, mientras que usada puede capitalizar ubicación establecida, plusvalía histórica y disponibilidad inmediata.

Dominio del Condominio: 80.8% del Mercado



La arquitectura de la demanda revela una preferencia abrumadora por desarrollos en régimen de condominio, que en conjunto representan **80.8% del total de avalúos**. Esta concentración no es casual: responde a la evolución de las preferencias del comprador mexicano hacia comunidades planificadas que ofrecen seguridad perimetral, amenidades compartidas y gobernanza estructurada.

El desglose muestra que las **casas en condominio lideran con 49.3%** (5,840 avalúos), seguidas por **departamentos en condominio con 31.5%** (3,734). Las casas habitación en lote individual representan apenas 19.0% (2,254), evidenciando el declive relativo de desarrollos tradicionales sin infraestructura común.

Esta distribución es consistente con tendencias metropolitanas de **verticalización y densificación**, especialmente en corredores urbanos con presión sobre el suelo. Para desarrolladores, el mensaje es claro: los productos competitivos deben integrar amenidades (albercas, gimnasios, áreas verdes), seguridad 24/7 y proximidad a nodos de movilidad. En términos de comunicación, el storytelling debe centrarse en "estilo de vida en comunidad" más que en propiedad individual aislada.

Concentración Geográfica: El Eje Marqués-Querétaro

El Marqués

5,109 avalúos

43.1% del total

Epicentro de desarrollo industrial y residencial

Querétaro Capital

4,382 avalúos

37.0% del total

Mercado consolidado y diversificado

Corregidora

1,163 avalúos

9.8% del total

Corredor emergente sur

San Juan del Río

1,039 avalúos

8.8% del total

Polo de desarrollo secundario estratégico

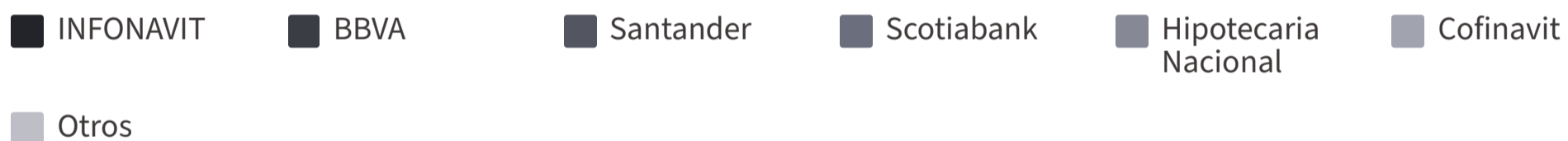
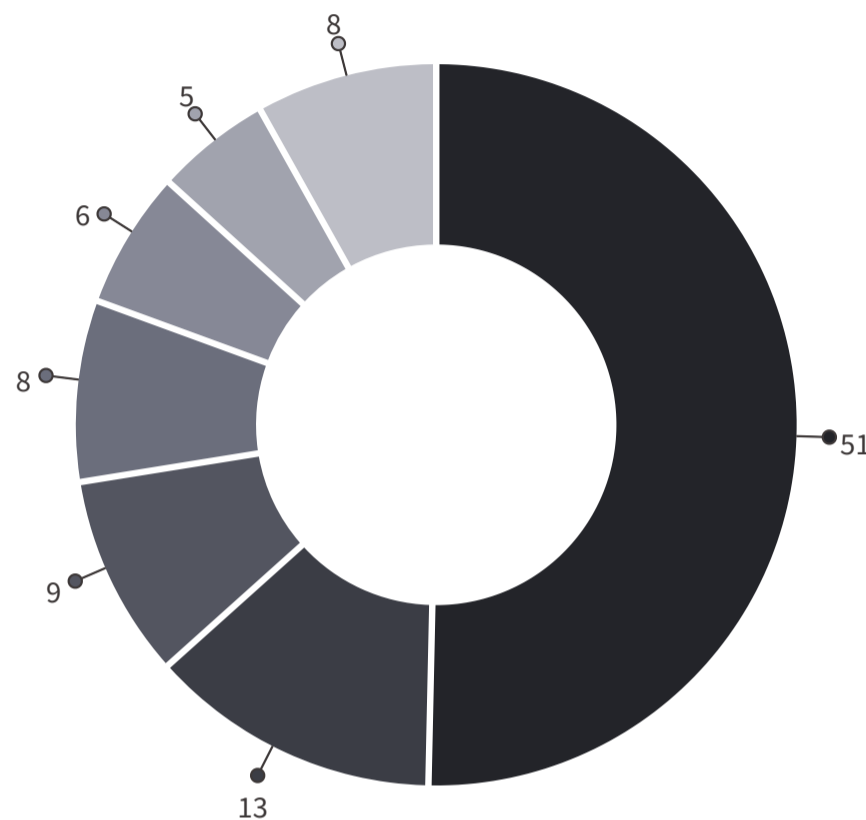
La geografía de la demanda está **hiperpolarizada**: El Marqués y Querétaro capital concentran conjuntamente el **80.1%** de todos los avalúos del periodo. Esta dualidad convierte a ambos municipios en los "hot spots" o zonas de mayor desarrollo, indiscutibles para captación de inventario y colocación de crédito.

El Marqués lidera como polo de atracción por su vocación industrial (parques aeroespacial, automotriz, logístico), infraestructura vial de primer nivel y oferta de vivienda de sector medio a residencial. **Querétaro capital**, por su parte, mantiene solidez en zonas consolidadas, mercado corporativo y segmentos premium.

Los municipios secundarios —Corregidora, San Juan del Río— representan apenas el 18.6% combinado, pero no deben subestimarse: funcionan como válvulas de expansión para compradores que buscan mayor espacio a menor precio por metro cuadrado. **Tequisquiapan**, con 0.6%, opera en nicho turístico-residencial.

Implicación táctica: El opear propiedades en estas zonas es vital para tener un inventario sano, eventos open house y alianzas con brokers deben priorizarse en el eje Marqués-Querétaro. Cualquier estrategia de distribución geográfica que no concentre al menos 70% de recursos en estos dos municipios está desalineada con la realidad del mercado.

Instituciones que aportan el Financiamiento: INFONAVIT como Motor



El análisis de origen de financiamiento revela una arquitectura institucional donde **INFONAVIT domina con 51%** de los avalúos, consolidándose como el actor más relevante del ecosistema hipotecario en Querétaro. Esta posición mayoritaria no es exclusiva del estado, pero su magnitud aquí es particularmente pronunciada.

La banca comercial líder —**BBVA (13%), Santander (9%) y Scotiabank (8%)**— suma un adicional 30%, lo que significa que el **81% de los avalúos** provienen de apenas cuatro instituciones. Esta concentración simplifica la estrategia de distribución: cualquier desarrollador o intermediario debe tener productos, procesos y relaciones optimizados específicamente para estos canales.

Cofinavit (5%) representa un esquema híbrido INFONAVIT-banca particularmente atractivo para segmentos de ingresos medios que requieren apalancamiento adicional. Las instituciones minoritarias —Banamex, FOVISSSTE, HSBC, otros— completan el ecosistema con nichos especializados (servidores públicos, clientes private, créditos sindicados).

Imperativo estratégico: Los desarrolladores deben diseñar productos en rangos de ticket compatibles con INFONAVIT (típicamente \$1.6M-\$2.5M en estos submercados), mantener alianzas directas con ejecutivos hipotecarios de BBVA/Santander/Scotia para operaciones más efectivas, y preparar simuladores de crédito Cofinavit/Unamos Créditos para segmentos que requieren combinación de esquemas.

Bandas de Precios:

Sistema de Percentiles Estadísticos

INMONITOR ha desarrollado un sistema de **percentiles robustos (P10, P50, P90)** calculados por municipio, permitiendo comparables confiables y detección de valores atípicos. Este marco estadístico supera las limitaciones de promedios simples, que pueden distorsionarse por valores extremos, y proporciona bandas de negociación basadas en la distribución real del mercado.

Percentiles (para precios)

Percentiles orientados a tiempo en mercado

- **P10 (precio competitivo/bajo):** 10% de las operaciones cierran **por debajo** de este valor.
 - ☒ **Dónde vendes más rápido.** Si listas **entre P10 y la parte baja de P50**, atraes más visitas y ofertas en menos tiempo.
- **P50 (mediana):** la mitad del mercado está arriba y la mitad abajo.
 - ☒ **Tiempo promedio.** Precios cercanos a **P50** suelen venderse en el **plazo medio** del mercado (ni exprés ni lento).
- **P90 (techo alto del mercado):** 90% de las operaciones cierran **por debajo** de este valor.
 - ☒ **Venta lenta/aspiracional.** Listar cerca de **P90** exige **diferenciadores reales** (ubicación premium, estado impecable, pluses) y campañas fuertes; de lo contrario aumenta el tiempo en mercado.

El Marqués

P10: \$18,653 · P50: \$23,351 · P90: \$29,651

Lectura: Es el más caro del metro (P50 top). Mezcla fuerte de desarrollos master plan → amplitud de calidad y amenities.

Querétaro (capital)

P10: \$16,443 · P50: \$20,686 · P90: \$29,504

Lectura: Mercado más heterogéneo (centro consolidado vs. periferia/vertical).

Estrategia: Segmenta por corredor (Centro, Juriquilla, Zibatá, etc.). Precio de publicación “de mercado” ≈P50; si urge, usar el P10 a P50

Corregidora

P10: \$17,505 · P50: \$20,904 · P90: \$26,183

Lectura: Mercado familiar con buen peso de casas en condominio; precios estables.

Estrategia: Publica ≈P50 para tracción; diferencia con amenities/seguridad y accesos. Ventas rápidas: trabajar entre P10 y P50

Huimilpan

P10: \$19,656 · P50: \$21,771 · P90: \$24,928

Lectura: El más parejo del metro; menos volatilidad de calidades.

Estrategia: Precio de salida ≈P50; si se busca velocidad, ligero ajuste (P10). Premium se justifica con terreno/vista, pero la banda alta es más estrecha.

Aplicación práctica: Utiliza **P50 como ancla de publicación** (precio de mercado justo), **P10 como piso de negociación** agresiva para inventario con urgencia de rotación, y **P90 como techo justificable** solo para unidades con atributos premium verificables (vistas, lotes amplios, amenities exclusivas, ubicación privilegiada).

Lecturas Estratégicas para Decisores

1. Escenarios de escrituración inminente

Tres meses consecutivos de crecimiento en avalúos anticipan conversión a escrituras en nov-dic. **Acción:** Reforzar inventario "listos para firmar", agilizar gestión notarial y protocolos de liberación de crédito para capturar ventana de cierre trimestral.

2. Producto ganador: condominio integral

Con 80.8% de demanda concentrada en régimen de condominio, el mercado premia desarrollos con amenidades, seguridad y gobernanza.

Acción: Posicionar campañas en torno a "estilo de vida en comunidad", paquetes llave en mano y tours de amenidades en horarios estratégicos.

3. Hiperfoco geográfico: Marqués-Querétaro

El eje concentra 80%+ de avalúos. **Acción:** Activar rutas de atraer propiedades y opcionar intensivamente en desarrollos activos, eventos open house temáticos y alianzas con brokers zonales. Presupuesto publicitario debe asignar mínimo 70% a estos dos municipios.

4. INFONAVIT como canal crítico

51% de avalúos provienen del instituto. **Acción:** Preparar simuladores Cofinavit, Unamos Créditos, Mejoravit; establecer relaciones directas con ejecutivos BBVA/Santander/Scotia para procesos rápidos y pre-autorizaciones en <48h.

5. Análisis de precios con percentiles

Sistema P10-P50-P90 elimina subjetividad. **Acción:** Publicar en P50 como estándar, usar P10 para ofertas agresivas con data de respaldo, reservar P90 exclusivamente para unidades con diferenciación verificable y documentada.

Plan de Acción Táctico: Octubre-Noviembre-Diciembre 2025

01

Captación & Análisis de precios Basado en Data

Publicar inventario etiquetado en **bandas P10-P90 por municipio** con sello "Precio dentro de banda InmoMonitor". Para ticket INFONAVIT **\$1.6M-\$2.5M** en Marqués/Querétaro con comparables y tiempos históricos de colocación por cluster.

03

Operación de Venta de Alto Rendimiento

Implementar pizarras semanales con escenarios por institución financiera (INFONAVIT, BBVA, etc.) Para unidades premium (top P90), desarrollar storytelling por amenidad/ubicación con tours guiados after-office.

02

Análisis en zonas Microsegmentadas

Ejecutar campañas digitales diferenciadas en Marqués/Qro con creatividades distintas para vivienda nueva (51.8%) vs usada (48.2%). Crear **landing page "Tu crédito en 7 pasos"** con pre-calificador integrado y agenda con brokers aliados (meta: pre-aprobación <48h).

04

Monitoreo Continuo y Alertas

Configurar alertas InmoMonitor cuando el precio promedio de las zonas cambie $\pm 3\%$ o cuando suban en una mayor proporción los precios. Estos disparadores deben generar automáticamente revisión de precios publicados o reajuste de pauta publicitaria para mantener competitividad.

Metodología: Big Data InmoMonitor × MetricAnalysis

Ingesta y Depuración

Sistema de **ingesta mensual automatizada** de registros de avalúos y metadata de crédito desde fuentes institucionales, controles de calidad multivariados y normalización taxonómica por tipología de inmueble.

Geointeligencia y Estadística

Geo-etiquetado preciso a nivel municipal y corredor estratégico. Cálculo de percentiles robustos (P10/P50/P90) para precios/m² crear paneles interactivos con curvas de tendencia, análisis de mix de producto, origen de financiamiento y rankings municipales.

Validación y Señales

Protocolo de **validación cruzada** con bases históricas y señales de alerta para muestras pequeñas. Hacer minería de datos de fuentes públicas y cruzarlas con los datos de inmomonitor.

Entregables Estratégicos

Reportes ejecutivos mensuales con insights accionables, dashboards en tiempo real para equipos comerciales y módulos de simulación de escenarios para planificación trimestral. Toda la inteligencia está diseñada para **reducir incertidumbre y acelerar decisiones** en captación, pricing y colocación.

Resumen Ejecutivo: Octubre 2025 establece nuevo récord con 11,855 avalúos (+13.8% vs septiembre). El mercado está equilibrado entre vivienda nueva y usada, con de la demanda. El Marqués y Querétaro concentran 80% de la actividad. [INFONAVIT li](#)

Adaptar oferta, mensajes y procesos a este canal es imperativo. Sistema de percentiles P10-P50-P90 permite pricing científico y negociación basada en distribución real del mercado. Antes de hacer cualquier campaña de publicidad analizar los precios metodologías estadísticas, como las mostradas en INMOMONITOR.