

Retos de la medición económica regional del turismo. El caso de la vivienda residencial vacacional (second home) en Mexico.

Comentario, Sesión 1: Medición de los flujos de visitantes

Armando Mújica Romo¹

Consultor en temas de medición económica del turismo.

Grupo Empresarial Estrategia S.A de C.V, México.

armandomujica@prodigy.net.mx

RESUMEN

La dinámica que experimentan los turistas nacionales e internacionales conlleva un importante reto en materia de monitoreo y contabilidad del fenómeno turístico. Los esfuerzos que las autoridades internacionales, nacionales y subnacionales han llevado a cabo en la materia no tienen precedente en la historia de la estadística del sector turístico. La Organización Mundial del Turismo ha jugado un papel fundamental en este tema.

En el caso de México el posicionamiento de la Cuenta Satélite de Turismo ha promovido y detonado que otros sectores como el de la vivienda, aparentemente tan monitoreados, promuevan el desarrollo de Cuentas propias.

El ejercicio de la Cuenta Satélite de Turismo de México reveló importantes retos de medición, entre los que se encuentran las segundas residencias turísticas, fenómeno que hoy en día no cuenta con la información disponible que permita valorar, en el marco del Sistema de Cuentas Nacionales, estimaciones tendientes a conocer la dinámica de este subsector inmobiliario que impacta la dinámica turística y, según datos disponibles revela un crecimiento muy acelerado en el último año.

El crecimiento de las viviendas inmobiliarias turísticas (Second Home) provoca factores de presión positivos y negativos sobre el territorio donde se asientan y la necesidad de monitorear su explosivo comportamiento, radica en que México es uno de los principales destinos turísticos que los norteamericanos en activo y próximamente en jubilación visualizan como su futura residencia, a pesar de que hoy en día se cataloga como residencia temporal turística. Los datos demográficos revelan que la población jubilada para el 2020 será de 70 millones y un porcentaje relevante, más del 50 por ciento cambiará su lugar de residencia.

Aunado a lo anterior y a pesar del comportamiento de la economía norteamericana la venta de viviendas residenciales vacacionales en México se incrementó de 3.6 miles de millones de dólares en el año 2006 a 6.4 mil millones de dólares en el 2007 con un crecimiento del 77,7%.

¹ El autor agradece el apoyo y dedicación de Lisbet Echevarría Santos, para con el documento. Sin su apoyo, este no sería posible.


cognoscere...

Andalucía



La pregunta que motiva esta ponencia radica en plantear como afectará este fenómeno al sector turístico y en especial en la competitividad de las localidades y regiones donde se asienta, así como plantear los retos actuales para disponer de mediciones de flujos sobre el turismo residencial cuya singularidad puede acarrear impactos significativos sobre la competitividad de los destinos.

El propósito de las siguientes líneas es dar a conocer los resultados de los estudios más recientes sobre el tema que se han llevado a cabo en México, así como los desafíos que se presentan en el ámbito nacional para articular de manera eficaz un Sistema de Estadísticas Turísticas en los ámbitos local y regional.

En virtud del enfoque territorial, se tratará de manera específica el caso del Municipio de Benito Juárez (mejor conocido como Cancún), ubicado en el Estado Mexicano de Quintana Roo, y que está catalogado como uno de los municipios con el crecimiento demográfico más alto del país alcanzando un 8 por ciento anual.

En este marco, se reflexiona sobre la puesta en marcha de una estrategia de promoción, desarrollo y fomento de la vivienda vacacional residencial sustentable que contemple los impactos que provoca en la competitividad de la ciudad, así como los escenarios estimados en materia de flujo de turistas a la región.

COMENTARIOS AL DOCUMENTO

A lo largo del documento "Developing tourism statistics at the sub-national level: the measurement of flows of trips and visitors" que nos presenta Antonio Massieu, Jefe del Departamento de Estadísticas de la OMT, resulta muy estimulante encontrar respuesta a viejas preguntas que cada uno de los que hemos estado involucrados en el tema tratamos de responder de acuerdo a las circunstancias y desafíos que el análisis de la actividad turística nos presentaba a lo largo de nuestro ejercicio profesional.

Desde mi condición de observador y analista del fenómeno turístico principalmente desde una perspectiva económica, la posibilidad de disponer de una propuesta que agrupe a los visitantes (turistas y excursionistas, grupo de viajes y viajes) ofrece una ventana analítica que para cualquier persona medianamente enterada del sector turismo resultaría una obviedad, es decir, el consumo que realiza cualquier viajero en un establecimiento comercial de un destino turístico es considerado por el establecimiento como un gasto generado por el turismo, o al menos, ésta sería la visión del encargado o dueño de la unidad económica, a quien no le interesa la tipología del visitante, su país de residencia, nacionalidad, motivo de viaje, ni las características específicas del consumidor. Por lo tanto, disponer de un marco conceptual que integre y de coherencia metodológica a esa transacción, acrecienta las posibilidades de medición del fenómeno turístico, particularmente del consumo de los visitantes.

Una vez reconocido que los visitantes son el centro de la observación del turismo, es evidente que cualquier otro marco metodológico de medición es insuficiente. Seguramente es la misma percepción cuando se da a conocer una innovación que al verla materializada uno no se explica como se había podido vivir sin ella.

La posibilidad de situar al consumidor turístico en un área geográfica más acotada, es decir, en un plano local o municipal, brinda una herramienta poderosa y a primera instancia más fácil de ser comprobada por su delimitación. Es aquí que se nos presentan retos sobre la calidad de las estadísticas turísticas disponibles, las que con seguridad, serán oportunidades para ampliar gradualmente los márgenes de confianza de la contribución que el turismo representa para el desarrollo económico subnacional y nacional.

Es comprensible y plausible, como se refiere en el documento, que la OMT brinde preferencia a una construcción estadística desde una perspectiva subnacional. De esta manera, se avanza en la conformación de un rompecabezas que aspira integrar un mapa nacional con la suma de pequeñas piezas subnacionales. Y en todo caso, tendremos que estar preparados y contar con el suficiente criterio para reconocer que donde suponíamos que existían grandes cuerpos de agua, solo existen pequeños charcos o viceversa.

De esta manera, la propuesta metodológica aprobada por la Comisión de Estadística de la Organización de las Naciones Unidas, sienta las bases para la creación del Sistema de Estadísticas Turísticas (STS), lo que permitirá mayor consistencia y la posibilidad de comparar ámbitos subnacionales, incluso en un contexto internacional.

Queda claro que la manera de enfrentar los desafíos de las construcciones de sistemas de información locales será la activa participación de las autoridades regionales y locales basadas en fuentes propias para de esta manera también contar con un modelo sólido de estimación para la información requerida.

Por los planteamientos vertidos en el documento se hace necesario plantear la creación de una agenda de trabajo que permita disponer de al menos un ejercicio validado por la OMT sobre un Sistema Estadístico del Turismo.

Coincido con el texto en que efectivamente la metodología de la CST es la base para la integración del Sistema Estadístico del Turismo.

No deja de sorprender la elevada correlación que existe entre los avances tecnológicos y la posibilidad de monitorear el comportamiento que los turistas basado en la huella electrónica que va dejando a su paso por el territorio donde se desplace. Esto abarca el uso de los teléfonos celulares, sistemas GPS, registro de operaciones de tarjetas de créditos, entre otros.

Los certeros planteamientos que se exponen en el documento nos invitan a reflexionar en torno al acopio, procesamiento y análisis de las de bases de datos cuyas dimensiones pueden ser prácticamente inagotables.

La arquitectura institucional en México y el desafío de las mediciones del sector turístico.

México mantiene una división territorial administrativa similar a los Estados Unidos y Brasil, donde el segundo nivel territorial es el Estado y el siguiente nivel el Municipio.

El caso de México en la medición de los fenómenos turísticos a nivel subnacional tiene su complejidad adicional debido, entre otras cosas, a los resabios de modelos de gobiernos centralistas, donde las iniciativas estatales y municipales se supeditaban a las directrices del orden Federal, lo que indiscutiblemente inhibió o al menos retardó la creación de iniciativas locales para la construcción de indicadores estadísticos estatales o municipales en general. En el caso de la medición del fenómeno turístico las carencias son mayores.

Así como disponer de un marco metodológico que dio vida a la CST representó un acontecimiento sin precedentes para la construcción de indicadores estadísticos en materia turística, por primera vez, existe un marco integrado para las estadísticas turísticas. Este simple hecho representa un avance sin precedentes en el desarrollo de las estadísticas turísticas que ofrece una oportunidad para acercarnos al fenómeno turístico en condiciones más reales. Al mismo tiempo, permite un mayor vínculo con otros indicadores económicos. No obstante, el principal reto es que este marco conceptual no está contemplado para una dimensión regional/local.

Como se menciona en el documento “De hecho, la CST proporciona el marco conceptual y la estructura de la organización para la armonización y la reconciliación de la mayoría de las estadísticas de turismo interno en el seno del sector, así como con otras estadísticas económicas”. Esta es la guía sobre la que se permitirá conocer los niveles de avances, el estatus que guarda las fuentes estadísticas disponibles a nivel subnacional y permitirá reconocer las carencias susceptibles a ser cubiertas.

En México se ha detectado el interés de que las autoridades locales e incluso los inversionistas demanden la construcción de esquemas estadísticos integrales que aporten elementos para el diseño e instrumentación de políticas que promuevan el desarrollo de este sector económico.

En mi experiencia, la mayoría de los esfuerzos de aplicación de encuestas que se llevan a cabo en gran parte de los Estados de la República Mexicana son aislados y más bien responden a investigaciones de mercados basadas en cuestionarios orientados a medir el grado de satisfacción de los visitantes, dejando a un lado y en segunda instancia la valoración de los temas de gastos, con lo cual se desaprovechan grandes oportunidades que podrían enriquecer las bases de datos del sector.

Recientemente la Universidad Nacional Autónoma de México elaboró un estudio sobre el estado del arte que guarda la investigación en materia turística en el país y los resultados obtenidos demuestran que el gasto canalizado a temas vinculados a marketing para campañas de promoción y estudios de grado de satisfacción representan cerca del 60% de

las investigaciones realizadas a nivel nacional y aproximadamente el 10% para tópicos económicos. Si comparamos estos datos con España, donde el 60% de los temas de investigación registrados como tesis doctorales están relacionados con temas económicos, no deja de llamar la atención la falta de preocupación por parte de autoridades de los tres órdenes de gobierno, de la iniciativa privada e incluso de las instituciones académicas del país.²

En este sentido, la posibilidad teórica de contar por primera ocasión con la construcción de un sistema estadístico de información con una rigurosa base metodológica incentivará a un mayor número de estudiosos del tema a profundizar en el análisis económico del sector, al igual que en los temas de desarrollo de nuevas fuentes de información. Esta oportunidad se potenciará en los niveles estatales y municipales en la medida que se avance en los órdenes subnacionales.

La arquitectura institucional de los estados de la República Mexicana en materia de turismo es, en términos generales, de reciente creación y, salvo contados casos, la prioridad que se brinda a la inclusión de departamentos o profesionales para la medición económica y el análisis de la actividad es muy baja.

En la actualidad existen 28 Secretarías de Turismo Estatales en el país, de las cuales al menos 18 no existían hace ocho años. El resto de las entidades disponen de otras figuras que no cuentan con el rango de Ministerio. De estas, no más de seis realizan esfuerzos por entender el fenómeno turístico como un factor de desarrollo económico, sustentados con mediciones y cuantificaciones en la materia. No obstante, la reflexión analítica sobre el tema es un gran ausente en estas instituciones.

Es evidente que el vínculo federal con los estados guarda un mayor avance que la relación que los estados mantienen con sus municipios. La coordinación de los tres órdenes de gobierno presenta contadas experiencias exitosas en materia de información estadística.

De hecho en municipios como Cancún, pionero en la sistematización de información estadística, la Asociación de Hoteleros fue la que dispuso de un cuerpo de profesionales para la medición de los indicadores de ocupación.

En el caso de entidades de México, se realizan ciertas encuestas que por falta de ajustes específicos en fraseos de preguntas, se arrastran deficiencias en materia de medición económica. Existen algunos casos en municipios como Cancún, donde las instancias Universitarias han acogido el monitoreo y seguimiento de las variables turísticas locales, al tiempo que disponen de la infraestructura necesaria para realizar análisis e interpretación de los datos ya existentes. Lo mismo sucede en el Distrito Federal, donde la aplicación mensual de una encuesta que revela el perfil del turista que visita la Ciudad de México prácticamente no cambia, no obstante, no se ha profundizado en los tópicos de gasto y gasto promedio. Es aquí que la creación de comités de estadísticas turísticas estatales podría brindar soluciones interesantes a nivel de recomendaciones técnicas que permitan eficientar los recursos ejercidos o, en todo caso, la creación de la mesa de medición económica del turismo en el marco de los comités estatales de estadísticas que cada entidad mantiene con el organismo nacional correspondiente (INEGI).

Es necesario subrayar que, hasta el momento, las oficinas de congresos y visitantes estatales y/o locales que se ven beneficiadas con la recaudación del 2 % de impuesto al hospedaje, deberían tener la obligación de canalizar recursos para la construcción de estos instrumentos estadísticos y de medición de la actividad turística. Tal es el caso del financiamiento anual que desde el año 2004 canaliza el Fondo Mixto de Promoción Turística del gobierno del Distrito Federal para levantar la encuesta mensual del perfil del turista que visita la Ciudad de México, cuyo costo anual oscila en al menos de 100 mil dólares en virtud

² "Estudio del estado del arte en la investigación turística en México", Mújica, Pardo, Palomino y Rodríguez, Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Económicas, 2007.

del Convenio de Colaboración firmado entre esta entidad y la Universidad Autónoma Metropolitana, específicamente, con el Centro de Estudios Metropolitanos de la Ciudad. Esto permite involucrar al sector académico en esta dinámica y aprovechar a los estudiantes becarios de dicho centro para aplicar el levantamiento, procesamiento y análisis de la información.

El autor del documento pone el dedo en la llaga cuando menciona que “En consecuencia, aquí el desafío será mayor, como sería necesario para forjar un consenso entre la autoridad regional y los locales de los destinos turísticos con respecto a que la información debe ser obtenida de fuentes propias y que debe contarse con un modelo basado en una cantidad suficiente de los datos regionales”.

En virtud de que están sentadas las bases para la articulación del Sistema Estadístico de Turismo, es necesario que la administración estadística nacional impulse decididamente un esquema donde participen todos los agentes involucrados, en especial las autoridades estatales en la materia para de esta forma hacer una revisión integral de la metodología, acopio y generación de las estadísticas turísticas. Solo de esta manera será posible que entidades significativas en la contabilidad nacional de llegadas de turistas o captación de divisas puedan alinearse en el marco del Sistema que se propone. De no ser así, se mantendrá una doble contabilidad que impedirá avanzar articuladamente en la conformación de estrategias de planeación para el desarrollo del sector.

En estos momentos México atraviesa por una coyuntura favorable debido a la nueva promulgación de la Ley del Sistema Nacional de Geografía y Estadística que plantea la transformación del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática en un órgano autónomo que pretende ser independiente del poder ejecutivo.

Como indica el autor, la orientación y asistencia que proporcionan las nuevas recomendaciones para las estadísticas turísticas 2008 abren la ventana para el aprovechamiento integral de encuestas complementarias, utilización de datos administrativos, aprovechamiento de nuevas tecnologías para la consolidación de mediciones tradicionales y la aplicación de técnicas de modelización.

Antonio Massieu documenta y deja clara la dimensión de los retos para variables como gasto y precios en el ámbito nacional, reforzando la necesidad de desarrollar la modelización como la única salida para enfrentar requerimientos de información cuyos costos de obtención serían muy elevados para las administraciones respectivas.

Destaco este hecho, por la necesidad de impulsar esfuerzos locales tendientes a cuantificar los temas de medición económica y replantear los esfuerzos federales que se han promovido en los últimos 8 años de manera primordial esfuerzos sindicados entre el orden federal y estatal, sobre temas de grados de satisfacción del turista. Tomar conciencia de la necesidad de construir de manera rigurosa y consistente un sistema de estadísticas de turismo facilitará que las distintas autoridades reorienten su política a seguir en la materia.

En todo caso, es necesario la coordinación de los tres órdenes de gobierno: Federal, Estatal y Municipal, que se traduzca en presupuestos anuales etiquetados para el desarrollo de indicadores locales, su homologación y desarrollo, bajo la asesoría técnica de la Administración estadística (Instituto Nacional de Estadísticas, Geografía e Informática), quien a la brevedad deberá elaborar un cuaderno metodológico que permita integrar el módulo de indicadores para el “Sistema de Estadísticas del Turismo”, en el cual se planteen recomendaciones técnicas para estimar los principales indicadores con base en las recomendaciones del Sistema de Estadísticas Turísticas, en especial para los temas de cálculo y medición del gasto promedio del turista, índices de precios, motivos de viajes, lugar de residencia, etc.

Para el caso de naciones como México se propone crear una mesa de trabajo, coordinada técnicamente por INEGI en la cual participen los principales destinos turísticos del país donde se logren acuerdos en definiciones y mecanismos de medición de variables como las mencionadas anteriormente, en virtud de que con la presencia de 5 o 6 destinos se lograría la representatividad de más del 60% del turismo de la nación. Esto permitiría generar un marco teórico consensuado que sirva de ejemplo para el resto de los destinos turísticos del país.

La experiencia ha demostrado la necesidad de integrar a estos grupos de trabajo a representantes del sector privado, académicos, locales, así como expertos en el tema para que aporten recomendaciones técnicas dignas de ser atendidas.

Para el caso de México con la participación de destinos turísticos como Cancún, Los Cabos, Puerto Vallarta, Acapulco, y Distrito Federal quienes cuentan con información estadística periódica sería de mucha utilidad disponer de la medición de la contribución económica del turismo en dichos destinos turísticos locales.

Queda clara la preocupación en el texto de Antonio Massieu de que en esta Conferencia de Málaga se aporten elementos para profundizar en la definición de “destinos turísticos locales”, no obstante, para el caso de México una corriente de opinión entre investigadores y expertos del sector, promueve que se cambie la referencia de “destinos turísticos” a “ciudades destinos”, tal es el caso de Cancún y sus municipios colindantes cuyo ritmo de crecimiento los ubica entre los municipios con mayor crecimiento demográfico del mundo, como se menciona más adelante.

Es necesaria la amplia difusión de lo que significa considerar a los visitantes como actores fundamentales que pueden fortalecer la dinámica económica de los destinos, en especial el tema de los pasajeros de cruceros que desembarcan y permanecen con estancias breves en los destinos turísticos.

Para ciertos destinos la presencia de los pasajeros de cruceros puede llegar a representar un factor determinante para la captación de mayores ingresos. Para puertos de México el tema se torna relevante por los anuncios de inversión que han dado empresas a cruceros para iniciar operaciones en las costas de México y otros puertos de América Latina.

Es conveniente presentar lo que hemos definido como la paradoja de la ignorancia, que se refiere a no promover inversiones en el sector por no disponer de información suficiente para identificar la viabilidad de los proyectos; ni se impulsa tampoco la conformación de un sistema estadístico local por desconocerse la dimensión real que guarda el sector turístico de la entidad. Esto suele suceder en entidades que se encuentran en una etapa inicial de desarrollo turístico.

Del mismo modo no se cuenta con el interés y la sensibilidad de las instituciones involucradas para visualizar una base de datos de esta naturaleza como un mecanismo fundamental para otorgar certidumbre a los inversionistas y consecuentemente incrementar el conocimiento del sector como un valor diferencial para mejorar la competitividad de la localidad.

Frente a la necesidad que enfrentan los estados de la República para incrementar su producto interno bruto y la recaudación impositiva a fin de garantizar una mayor asignación de recursos federales hacia su entidad, varios estados han puesto en su punto de mira a la actividad turística. No obstante, lo que definimos como la paradoja de la ignorancia se convierte en un obstáculo para detonar acciones y proyectos que detonen significativamente la generación de valor agregado de las instancias subnacionales.

Por tal motivo se propone que esta conferencia realice un exhorto o invitación a las instancias turísticas correspondientes para reducir gastos en temas como campañas

promocionales, que en ocasiones resultan excesivas por la falta de consolidación de los productos turísticos y canalizar esos ahorros hacia la construcción de los Sistemas Estadísticos Locales como una necesidad indispensable para que los destinos puedan ser sujetos o candidatos a estrategias de promoción a gran escala. De esta manera, estoy seguro que en etapas subsecuentes las mismas campañas promocionales contarán con más elementos para evaluar su desempeño, beneficiándose la arquitectura institucional de las regiones y las localidades turísticas.

Parece ser contradictorio que en muchos destinos turísticos se hayan incrementado los presupuestos de promoción en campañas publicitarias turísticas mientras no disponen de presupuestos o departamentos especializados que generen información confiable para conocer el desempeño del sector.

Conviene considerar la posibilidad de llevar a cabo un estudio comparativo de los presupuestos asignados a estos dos temas a manera de convocar a las administradoras turísticas nacionales y locales, el fortalecimiento de los temas relativos al conocimiento como valor diferencial de los destinos turísticos.

SECOND HOME. EL CASO DE MEXICO Y CANCUN.

Entre los indicadores relacionados con la actividad turística el fenómeno denominado en la bibliografía como **second homes**, deberá considerarse de manera cada vez más seria en el Sistema de Estadísticas de Turismo, en su modalidad de alojamiento de alquiler o gratuita.

Para el caso de los destinos mexicanos la medición del fenómeno representa un reto si se compara con el monitoreo que desde hace tiempo se observa en países como España³, donde se dispone de bases de información que permiten delinear más claramente la dinámica del sector y su contribución a los flujos turísticos, al gasto del turista que se aloja en una unidad privada y por ende se dispone de elementos para calcular con mayor precisión la contribución económica al destino.⁴

Segundas residencias en el mundo

Hasta antes de la crisis inmobiliaria sufrida en el mercado norteamericano, se observó un fuerte impulso hacia la compra de segundas residencias, en especial por los consumidores de Europa y Norteamérica. El caso de España donde el mercado de segundas residencias creció significativamente, fue demandado por ciudadanos de Gran Bretaña, Alemania y Francia.

La información disponible revela un crecimiento constante en la adquisición de segundas residencias en todo el mundo, los consumidores de los países desarrollados se han convertido en los mayores demandantes de viviendas de este tipo. Destacan los casos de Gran Bretaña, Alemania y Francia. España ha pasado de ser receptor importante de turistas de segunda residencia, a ser un actor importante en materia de inversiones en los proyectos turísticos inmobiliarios a nivel mundial, como es el caso de Brasil, Argentina, México y el propio Caribe.⁵ Actualmente las inversiones españolas de turismo inmobiliario ocupan un lugar importante en México, de manera similar al papel jugado por Alemania en la década de los 80's y 90's invirtiendo en turismo residencial en España.

3 "El alojamiento turístico privado en el contexto del Sistema de Estadísticas de Turismo". Natalia Rodríguez Salmones, Eva Aranda y Beatriz Garrido. Estudios Turísticos n.º 155-156 (2003). España.

4 Conviene mencionar la estrategia de promoción de las segundas viviendas en España promovidas por el ICEX realizada en 1999 la cual es secundada por la realización de la Encuesta de Ocupación en apartamentos turísticos que se inicia en el 2000. Ambas acciones permiten una estrategia integral para profundizar en el conocimiento del sector.

5 "El turismo sorteó la crisis inmobiliaria con compras en el exterior". Noriega A. 2007, 10 de noviembre 2007, Cinco Días, Madrid, España.

En la región del Caribe, destaca la presencia y expansión del turismo residencial en países como República Dominicana, Costa Rica, Panamá, Honduras, Jamaica, Nicaragua, e incluso Cuba.

En América del Sur se vive un crecimiento de adquisición de segundas residencias. En Argentina en los últimos años, se observa un crecimiento de la actividad turística de segundas residencias, al grado de ejercer un impacto en el mercado inmobiliario.⁶

De igual forma existe una oferta de residencias turísticas en países del antiguo bloque socialista principalmente Polonia, Rusia, y Rumania. También se registró una incipiente oferta de residencias turísticas en países como Marruecos y Turquía.⁷

Todo esto hace suponer que las opciones de alojamiento privado han sido una práctica común alrededor del mundo, por lo que es un fenómeno que requiere ser monitoreado en los sistemas estadísticos de turismo para determinar con mayor precisión los impactos que generan.

Segunda residencias en México. Una referencia Municipal.

En los últimos 10 años el dinamismo que ha presentado la denominada “second home” en México, representa un factor cada vez mas importante en el marco del sistema turístico. Este fenómeno tiene una expresión muy clara desde el enfoque meramente inmobiliario, pues a nivel nacional para el año 2007 registró una inversión total de 6.4 miles de millones de dólares, lo cual superó en 2,8 miles de millones de dólares a la inversión realizada en el 2006, lo que significó un incremento del 88.2 % de recursos captados por concepto de ventas de este tipo de viviendas. Las unidades vendidas pasaron de 11,800 en el 2006 a 18,000 unidades para el 2007, con un incremento del 52,5 %.

DESTINOS MÁS ATRACTIVOS DE LA REPÚBLICA MEXICANA

Los destinos eminentemente más atractivos para los clientes internacionales que se ubican en la Península de Baja California son: Los Cabos, Ensenada- Rosarito, Puerto Peñasco, San Felipe, La Paz y Loreto. En el estado de Jalisco se encuentra Chapala.

Con atracción de Clientes nacionales e internacionales están San Miguel de Allende, Vallarta, Cancún y La Riviera Maya e Ixtapa.

Con alta demanda de clientes principalmente nacionales se ubican Acapulco, Cuernavaca, Tequesquitengo, Cocoyoc, Valle de Bravo, Ixtapan de la Sal, Tequisquiapan y Querétaro.

El mercado inmobiliario mexicano ha crecido de manera significativa en los últimos años, principalmente por el crecimiento de la vivienda primaria y especialmente de las casas de interés social dirigidas a los segmentos de menor ingreso.

También se observó que del total del mercado inmobiliario valorado en 32.1 miles de millones de dólares en el 2007, la vivienda vacacional contribuyó con su participación porcentual mas alta al alcanzar el 19,9 % del total del mercado. Esto representó duplicar la participación porcentual que registró en el 2006 cuando se ubicó en el 9.8 %.

6 “Panorama del turismo de segundas residencias en Cancún y la Riviera Maya”. Alfonso Jiménez y Priscila Sosa ,2008.

7 “Diagnostico de la vivienda residencial vacacional en México 2007”. Grupo Empresarial Estrategia, coordinación Armando Mújica, 2008.

Si comparamos la participación de las ventas de viviendas vacacionales con relación al valor del mercado de las unidades de hoteles observamos que la vivienda residencial turística en el 2007 es 5,3 veces mayor que el valor del mercado de la hotelera. En tanto, para el 2006 el valor del mercado era ligeramente superior en el caso de la vivienda vacacional.

A continuación se muestra la estructura de valor del mercado inmobiliario en México:

MERCADO INMOBILIARIO 2006-2007

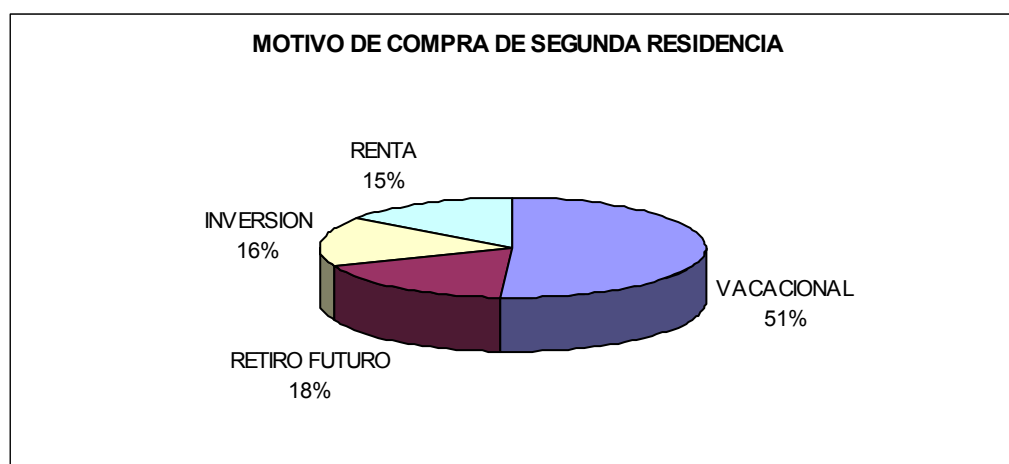
	UNIDAD DE MEDIDA 2006	UNIDADES 2006	VALOR UNITARIO (usd) 2006	TOTAL (millones de dls) 2006	TOTAL (millones de dls) 2007
Vivienda	Unidades	538,700	50,000	27,000	29,600
Hoteles	Cuartos	24,000	130,000	3,120	1,215
Vivienda vacacional	Unidades	11,800	300,000	3,600	6,400
Oficinas	M2	119,084	1,200	143	143
Parques Industriales	M2	2,500,000	250	625	625
Comercial	M2	1,236,614	600	742	560
TOTAL				\$ 36,630	\$32,143

Fuente: SOFTEC

Conviene precisar que para el caso de las residencias vacacionales ubicadas en los litorales y zonas fronterizas de la República Mexicana se tiene registro de una inversión extranjera directa de 580 millones de dólares para el año 2006. Esta inversión se ha visto acompañada de un crecimiento importante de los fideicomisos inmobiliarios requeridos para que un extranjero pueda ser usufructuario de una propiedad en una franja de 50 kilómetros de litoral o a 100 metros de la frontera, lo que permite suponer que cerca de 3 mil millones de dólares se invirtieron por mexicanos a la compra de viviendas residenciales turísticas.

Se pone de manifiesto la importante demanda que representa el consumidor nacional en el caso de este tipo de viviendas. No obstante, el grupo de población norteamericana de edad entre 44 y 62 años, mejores conocidos como Baby Boomers, es el grupo poblacional que tiene previsto la adquisición de este tipo de viviendas a grandes volúmenes en los próximos años. Para el período 2000-2020 se estima que se jubilaran más de 30 millones de norteamericanos lo cual representaría una demanda potencial significativa para esta actividad.

Las encuestas disponibles revelan que los motivos de compra de segundas residencias son:



Esta modalidad de segundas residencias al desarrollarse principalmente en los destinos turísticos se convierte en una variante que forma parte del sistema turístico de los destinos, donde los turistas que arriban y se alojan en este tipo de residencias, ya sea como propietarios o como inquilinos temporales son cada vez mayores a pesar de que no se dispone de indicadores de seguimiento estadísticos oficiales.

El hecho de que prácticamente el 51% de la compra de segundas residencias tiene como motivo de compra el uso vacacional, lo que revela y dimensiona, al menos desde el lado de la demanda, la magnitud real o potencial del turismo residencial en nuestro país.

La tendencia en materia de inversiones, sumadas con las mediciones del stock de viviendas residenciales vacacionales para 2004, demuestra que el número de habitaciones de residencias turísticas destinadas al uso turístico representaban en el momento de la investigación el 66.8% en 15 de los principales destinos turísticos del país. Esto significa que la oferta de cuartos residenciales duplicó el número de cuartos hoteleros. Según la investigación de la Secretaría de Turismo se contabilizaron 107 421 cuartos hoteleros mientras que las residencias turísticas disponían de 216 489 cuartos.

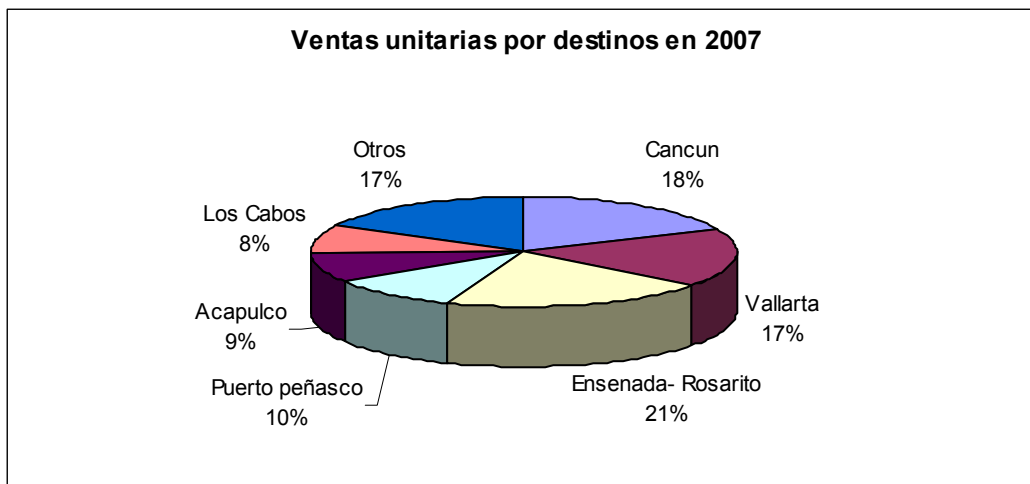
A continuación se muestra la oferta hotelera y residencial de cuartos en los destinos seleccionados:

OFERTA HOTELERA Y RESIDENCIAL DE CUARTOS POR DESTINOS SELECCIONADOS

DESTINO	OFERTA HOTELERA	OFERTA RESIDENCIAL	PROPORCIÓN
		(cuartos)	residencial/total
Acapulco	16,587	40,000	70.2
Cancún y Riviera Maya	49,453	8,199	14.2
Chapala	1,413	9,345	86.9
Ixtapan	973	450	31.6
Malinalco	150	750	83.3
Manzanillo	3861	6,462	62.6
Mazatlán	6,713	468	6.5
Morelos	7,506	100,000	93.0
Puerto Peñasco	2,000	5,058	71.7
Puerto Progreso	0	30	100.0
Puerto Vallarta	10,702	15,417	59.0
San Miguel de Allende	1,251	600	32.4
Tequisquiapan	727	2,500	77.5
Tijuana.Rosarito- Ensenada	5,672	9,710	63.1
Valle de Bravo	413	17,500	97.7
Total destinos estudiados	107,421	216,489	66.8

Fuentes: Datos de SECTUR/CESTUR 2004

A continuación se detallan las ventas anuales en los principales destinos nacionales, donde se presenta a Cancún y Vallarta, destinos no fronterizos, superando al corredor Ensenada-Rosarito y Los Cabos, con mayor proximidad del mercado norteamericano.



El éxito de este destino turístico a lo largo de casi 40 años de su creación y que es denominado por el Gobierno de México como un Centro Integralmente Planeado, CIP, le ha permitido irradiar su crecimiento a los municipios colindantes. Tal es el caso del Municipio de Solidaridad, mejor conocido como Riviera Maya. Como se observa en el cuadro siguiente en los últimos tres años la venta de residencias turísticas en Riviera Maya creció cinco veces, superando la venta de unidades registradas en Cancún en el año 2007.

VENTAS ANUALES POR LOCALIDAD

LOCALIDAD	2005	2006	2007	Total
Cancún	935	1050	1074	3059
Riviera Maya	326	818	1699	2843

Fuente: SOFTEC

Es de señalar que la oferta inmobiliaria de residencias turísticas en estas dos localidades ha crecido de manera acelerada, tendencia que se mantuvo hasta el primer semestre del 2008.

Acapulco el destino más tradicional del turismo en México, cuenta con 16 587 cuartos hoteleros y 40 000 cuartos residenciales. Ello representa que la oferta residencial ocupa el 70% de la oferta total de cuartos para alojamiento en el destino.

Partiendo de estas cifras se puede dimensionar el surgimiento de un fenómeno nunca antes visto y cuyos impactos en la medición económica son aun desconocidos, por lo tanto, representa un campo fértil digno de seguimiento y estudio.

La posición geográfica del país, como vecino de los Estados Unidos de América, hace prever la llegada masiva de compradores seducidos por la vocación turística de los principales destinos nacionales, tal es el caso del Corredor Tijuana- Ensenada ubicado en la frontera con Estados Unidos donde la oferta residencial de cuartos alcanza el 63.1% del total.

Merece mención el caso de Puerto Vallarta, otro destino donde la oferta de alojamiento residencial representa el 60%. No obstante, las segundas residencias turísticas como porcentaje del total de viviendas residenciales del país, se estima que representan apenas el 3% del total mientras que en España alcanzan el 32%, Portugal el 26.9%, Grecia el 22.7% e Italia el 17.7%.

Se sabe que para el año 2020 los Estados Unidos de América dispondrán de 70 millones de jubilados, de los cuales entre un 5 y 10%, según la National American Realstate, estarían dispuestos a cambiar de país de residencia colocándose México y Canadá como los destinos más viables para compra de residencias.

Esto revela el posible impacto que el fenómeno generará para los destinos turísticos mexicanos a nivel local que capten mayor inversión en el tema inmobiliario turístico.

En el 2008 las estadísticas disponibles indican que alrededor del 20 % de los recursos captados por venta de segundas residencias procede de compradores internacionales, principalmente norteamericanos. El 80 % restante lo explican los consumidores nacionales, por lo tanto los consumidores nacionales aportan cuatro quintas partes de la captación de recursos hacia este sector.

Los sondeos de opinión realizados en el destino revelan que los compradores nacionales originarios de Yucatán, Tabasco, Jalisco y Toluca han preferido este destino para la compra de segundas residencias, mientras que la demanda de residencias por parte de consumidores originarios de los Estados Unidos se ha comportado de manera "extraña", desde 2005, pues no mantuvieron el ritmo de crecimiento en la adquisición de inmuebles en el destino.

El fenómeno de la creación de un destino turístico que hoy en día es una ciudad debe de incorporar en la agenda los temas prioritarios por la naturaleza misma de su fundación al mismo tiempo que del turismo depende su sobrevivencia diaria. Por tal motivo, si bien Cancún se funda hace casi cuarenta años, la coyuntura de su dependencia de la actividad la colocan como fuerte candidata para un monitoreo eficiente del fenómeno.

Flujo turístico a segundas residencias

La oferta condominal turística en Cancún representa el 15.2 % respecto a su oferta total de hospedaje, no obstante, si lo comparamos con el total de la oferta condominal, representa casi dos tercios (59.4%).

Los investigadores Jiménez y Sosa calcularon que del total de visitantes que arriban a la región Cancún- Riviera Maya el turismo residencial, es decir, los turistas que se hospedan en viviendas propias y o arriendan apenas alcanza el 1.4 % del total de los visitantes, cifra que se considera reducida por la magnitud e importancia del destino.

Por lo tanto, los mismos investigadores consideran que dichos desarrollos inmobiliarios representan un alto costo por unidad en materia de inversión pública e infraestructura, al tiempo que se desconoce puntualmente los impactos en la generación de empleo de esas inversiones. Esto hace indispensable profundizar en el conocimiento de los patrones de consumo y gasto que tienen este tipo de turistas, para de esta forma, avanzar en los cálculos de contribución económica al desarrollo local.

El mismo caso sucede con los temas correspondientes a derechos e impuestos locales, estatales, y federales ya que se desconoce los recursos que este sector aporta a las arcas hacendarias municipales.

Comentarios finales

La ralentización de este mercado inmobiliario como consecuencia de la crisis financiera que enfrenta el mercado mundial y en especial el mercado de los Estados Unidos, es una oportunidad para diseñar y desarrollar los indicadores estadísticos que sirvan para llevar a cabo un monitoreo riguroso sobre el fenómeno del turismo residencial y la posible afectación de los flujos turísticos al destino.

Los analistas plantean diferentes interpretaciones del comportamiento de la economía internacional y su incidencia en los compradores potenciales, ya que si bien se atraviesa por una etapa de incertidumbre, una vez que esta se reduzca, los poseedores de liquidez tendrán que definir qué harán con sus recursos, que puede ser desde buscar una inversión más segura como la compra de bienes raíces o regresar a los fondos de pensiones. Se estima que en promedio muchos inversionistas reduzcan su patrimonio entre 20 y 25%.

La consolidación como ciudad es una problemática inherente a una urbe compleja cuya viabilidad dependerá de solucionar los problemas propios de una ciudad tales como ordenamiento territorial, falta de desarrollo social comunitario, falta de medición de impactos de fenómenos turísticos tanto en lo económico como lo social, planeación integral del destino.

Lo cierto es que como los datos revelan el fenómeno del turismo residencial llegó para quedarse en los principales destinos latinoamericanos y El Caribe por lo que los distintos agentes públicos y privados deberán aprender a convivir, medir e incorporar este elemento en la vida diaria de los centros turísticos.

Como resultado de todo lo anterior, se considera indispensable la puesta en marcha de una estrategia de promoción, desarrollo y fomento de la vivienda vacacional residencial sustentable, que sirva de base para planear un crecimiento ordenado e integral que favorezca la competitividad de las ciudades receptoras de esta inversión al tiempo que fortalezca el desarrollo económico regional.