



MÓDULO 1

Tema:

Marco del Turismo en México y en el Mundo

2 de septiembre de 2015



OBJETIVOS

- Identificar el entorno de la industria de la propiedad vacacional así como los factores estructurales y variables que afectan su desarrollo y desempeño
- Revisar tendencias recientes para las principales variables

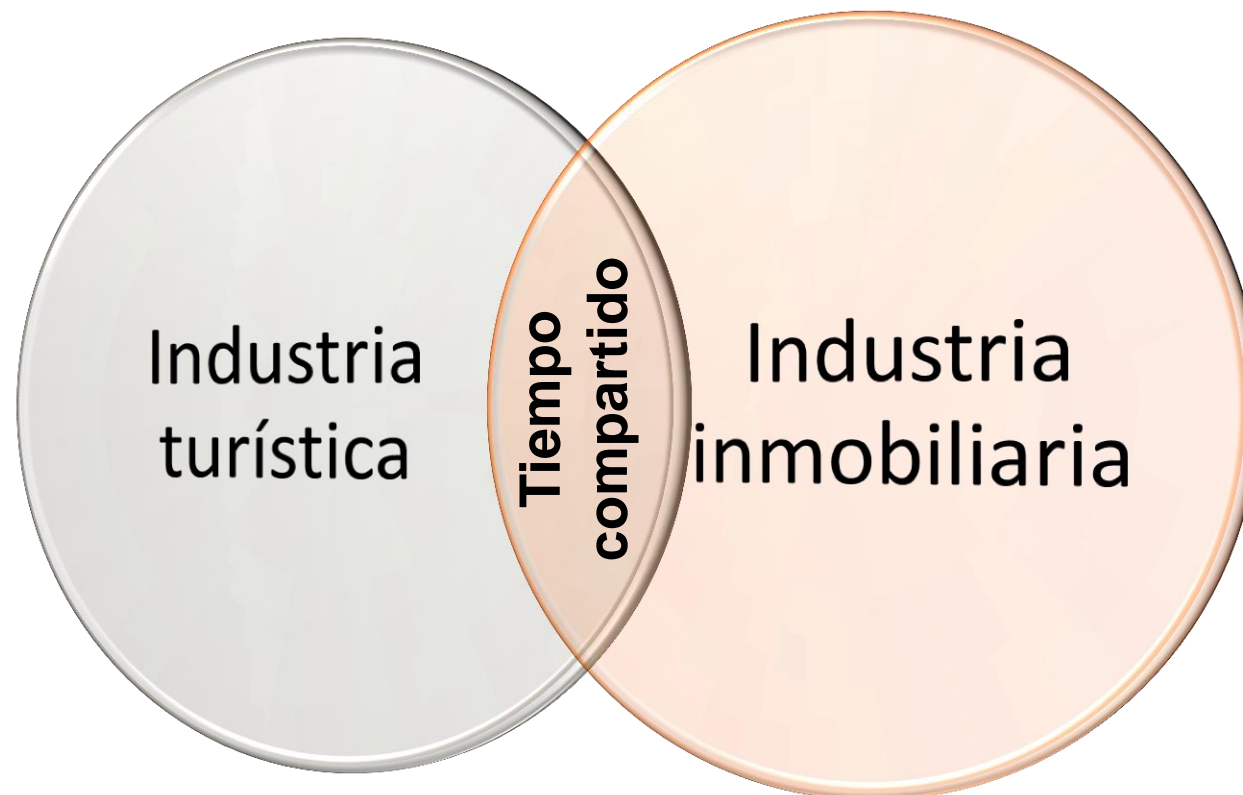


CONTENIDO

- La industria de tiempo compartido
- Mega tendencias en el entorno económico y social
- Entorno económico en 2015
- Tendencias en la industria inmobiliaria
- Tendencias en el sector Turismo

La industria del tiempo compartido

“Un grupo de empresas que ofrecen productos o servicios que son un sustituto cercano del otro, es decir, productos o servicios que satisfacen las mismas necesidades básicas del cliente” Porter, M. 1979



Mega tendencias

1. Demografía y cambio social
2. Poder económico mundial
3. Urbanización
4. Demanda de recursos renovables
5. Tecnología

Mega tendencias

1. Demografía y cambio social



- Mil millones más en 2025 (8mil millones de personas)
- 65+ segmento más dinámico Europa, Norteamérica y Japón
- Mujeres G7 2/3 del presupuesto familiar
- Movilidad global

Mega tendencias

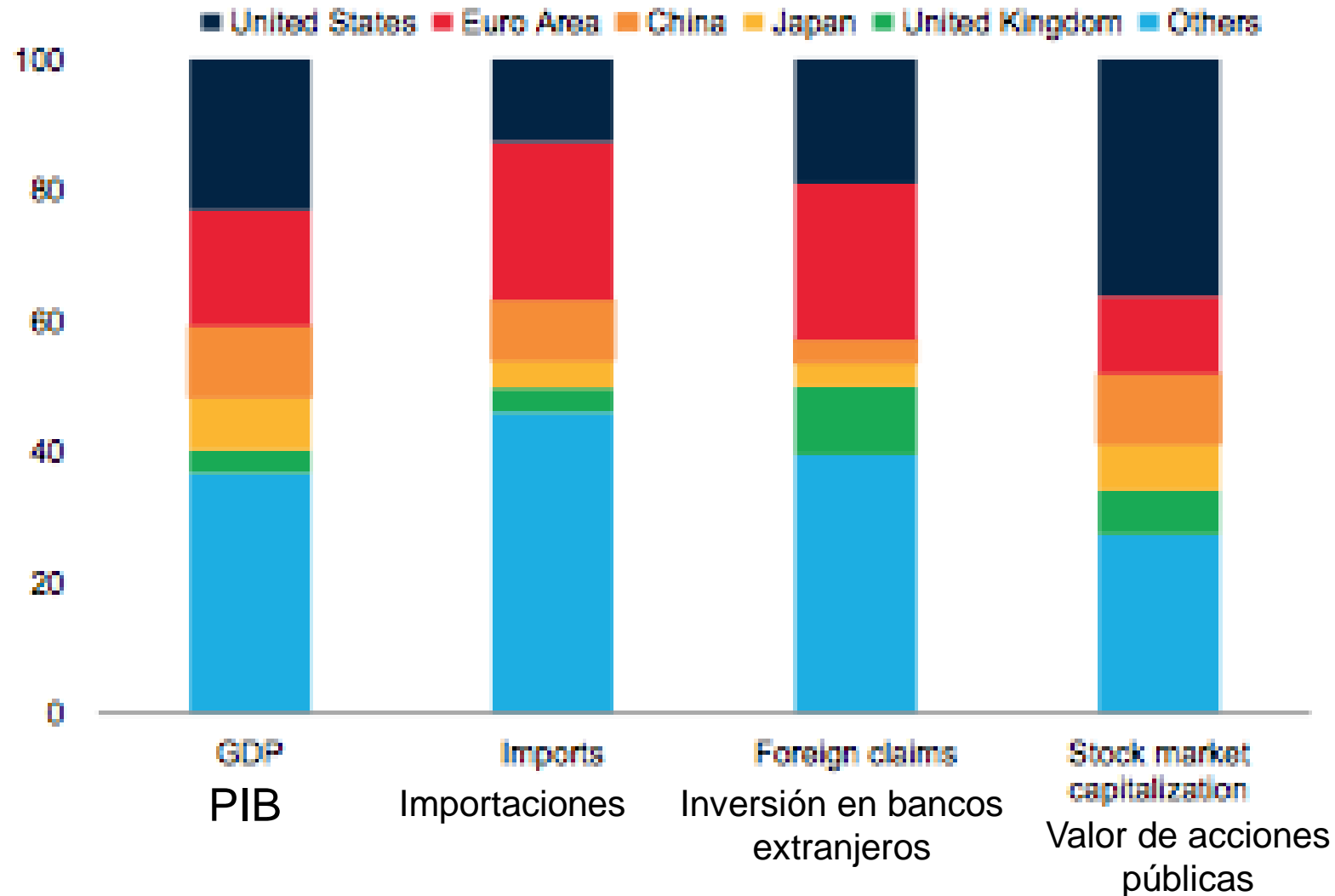


2. Ajustes en poder económico global:

- E7 (Brasil, China, India, Indonesia, México, Rusia y Turquía) > G7 (Alemania, Canadá, EUA, Francia, Italia, Japón, RU) 2030
- Implicaciones en patrones de consumo
- Crecimiento de inversión en infraestructura en Asia Pacífico (60% en 2025)
- Repatriación de la producción al cerrarse diferencias en salarios

Distribution of global GDP, trade and financial assets, 2013

Percent of total, 2013



Mega tendencias

3. Urbanización



- Crecimiento exponencial de demanda de infraestructura
- Reto a la sustentabilidad
- Uso de tecnología para atender demandas de servicios y calidad de vida

Mega tendencias

4. Demanda de Recursos No renovables



- Modelo económico no sostenible
- Innovación para atender necesidades actuales
- Reto para mitigar impacto ambiental y prevenir cambio climático

Mega tendencias

5. Tecnología



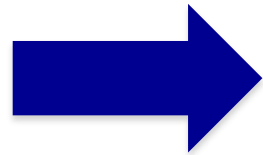
- Fuerza disruptiva para negocios
- Esperanza para resolver retos productivos y acceso a nuevas formas de atender necesidades de recursos
- Rápida expansión tecnológica y caída en precio

Entorno económico 2015



MÉXICO NORTE

Resurgimiento económico tras la crisis financiera global 2009

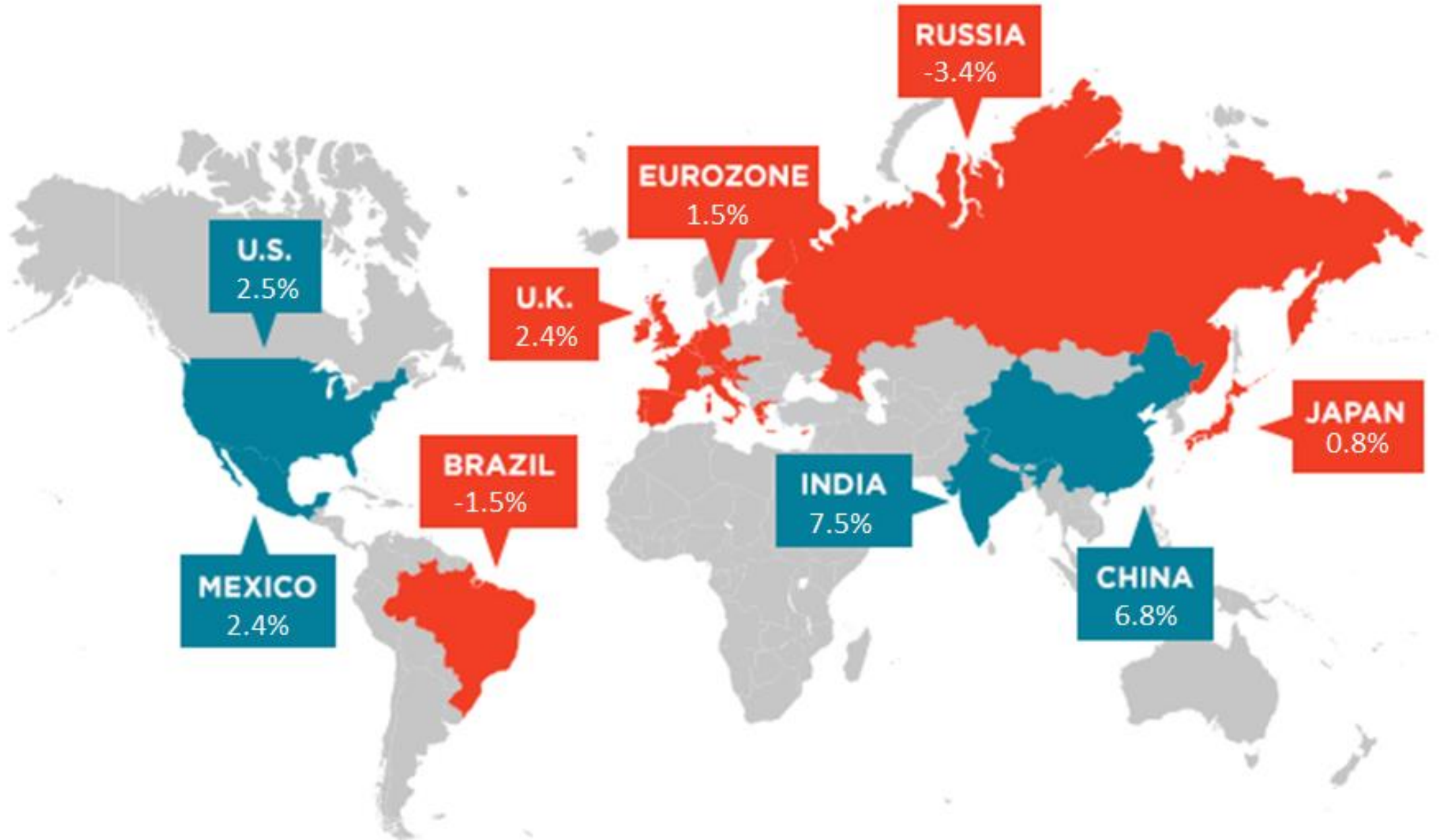


- Crecimiento frágil y no generalizado
- Deflación (Europa y Japón)
- Desaceleración de economías emergentes
- + Crisis económicas Grecia y China
- + Volatilidad tipo de cambio y mercados financieros
- + Bajos precios de petróleo y materias primas

Table 1. Overview of the *World Economic Outlook* Projections
(Percent change unless noted otherwise)

	YEAR OVER YEAR				Difference from April 2015 WEO Projections 1/	
	2013	2014	Projections		2015	2016
			2015	2016		
World Output 2/	3.4	3.4	3.3	3.8	-0.2	0
Advanced Economies	1.4	1.8	2.1	2.4	-0.3	0
United States	2.2	2.4	2.5	3	-0.6	-0.1
Euro Area 3/	-0.4	0.8	1.5	1.7	0	0.1
Germany	0.2	1.6	1.6	1.7	0	0
France	0.7	0.2	1.2	1.5	0	0
Italy	-1.7	-0.4	0.7	1.2	0.2	0.1
Spain	-1.2	1.4	3.1	2.5	0.6	0.5
Japan	1.6	-0.1	0.8	1.2	-0.2	0
United Kingdom	1.7	2.9	2.4	2.2	-0.3	-0.1
Canada	2	2.4	1.5	2.1	-0.7	0.1
Other Advanced Economies 4/	2.2	2.8	2.7	3.1	-0.1	0
Emerging Market and Developing Economies 5/	5	4.6	4.2	4.7	-0.1	0
Commonwealth of Independent States	2.2	1	-2.2	1.2	0.4	0.9
Russia	1.3	0.6	-3.4	0.2	0.4	1.3
Excluding Russia	4.2	1.9	0.7	3.3	0.3	0.1
Emerging and Developing Asia	7	6.8	6.6	6.4	0	0
China	7.7	7.4	6.8	6.3	0	0
India 6/	6.9	7.3	7.5	7.5	0	0
ASEAN-5 7/	5.1	4.6	4.7	5.1	-0.5	-0.2
Emerging and Developing Europe	2.9	2.8	2.9	2.9	0	-0.3
Latin America and the Caribbean	2.9	1.3	0.5	1.7	-0.4	-0.3
Brazil	2.7	0.1	-1.5	0.7	-0.5	-0.3
Mexico	1.4	2.1	2.4	3	-0.6	-0.3
Middle East, North Africa, Afghanistan, and Pakistan	2.4	2.7	2.6	3.8	-0.3	0
Saudi Arabia	2.7	3.5	2.8	2.4	-0.2	-0.3
Sub-Saharan Africa	5.2	5	4.4	5.1	-0.1	0
Nigeria	5.4	6.3	4.5	5	-0.3	0
South Africa	2.2	1.5	2	2.1	0	0

Estimación de crecimiento del PIB en 2015



Predicciones para 2015:

1. EUA. Crecimiento más dinámico desde 2005



2. China con crecimiento 7.2%, menor desde 1990 y economías emergentes con crecimientos frágiles (diferencias en función de impacto de caída del precio del petróleo)



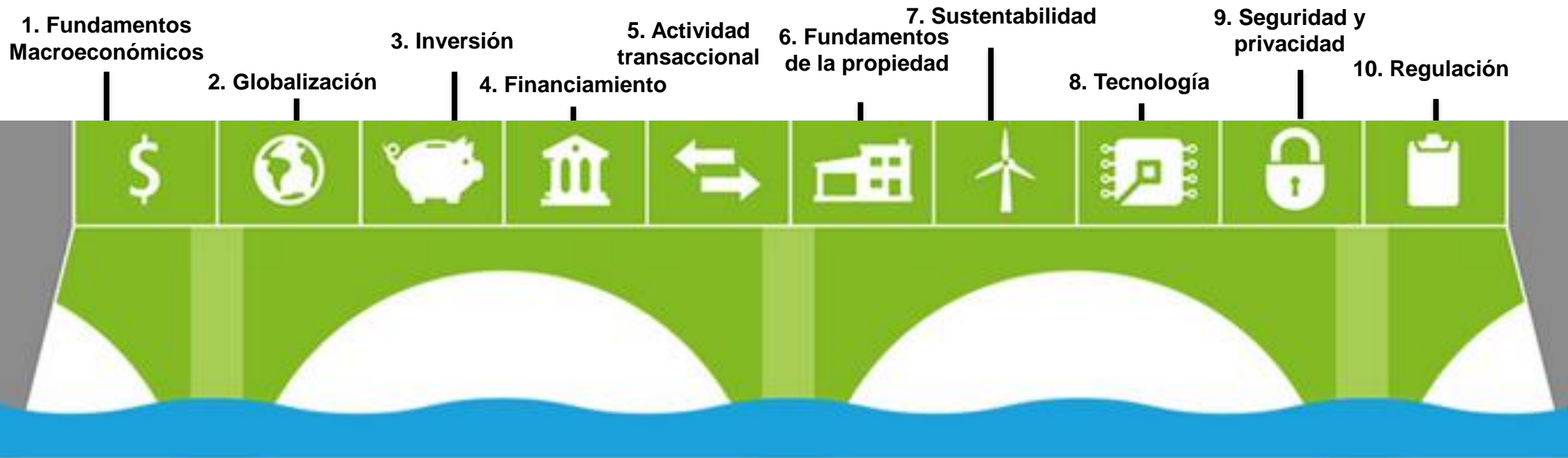
3. Medidas de activación económica en Europa (Quantitative Easing)



- Fluctuaciones mayores en precio del petróleo
- Aterrizaje repentino de economía China
- + Caída drástica en la bolsa de valores Ago 24
“Lunes negro”, infectando Europa y Norte América
- Tensiones geopolíticas (Rusia y el Medio Oriente + EUA – Irán // China-Japón)



Factores que impactan a la industria inmobiliaria



1. Fundamentos macroeconómicos

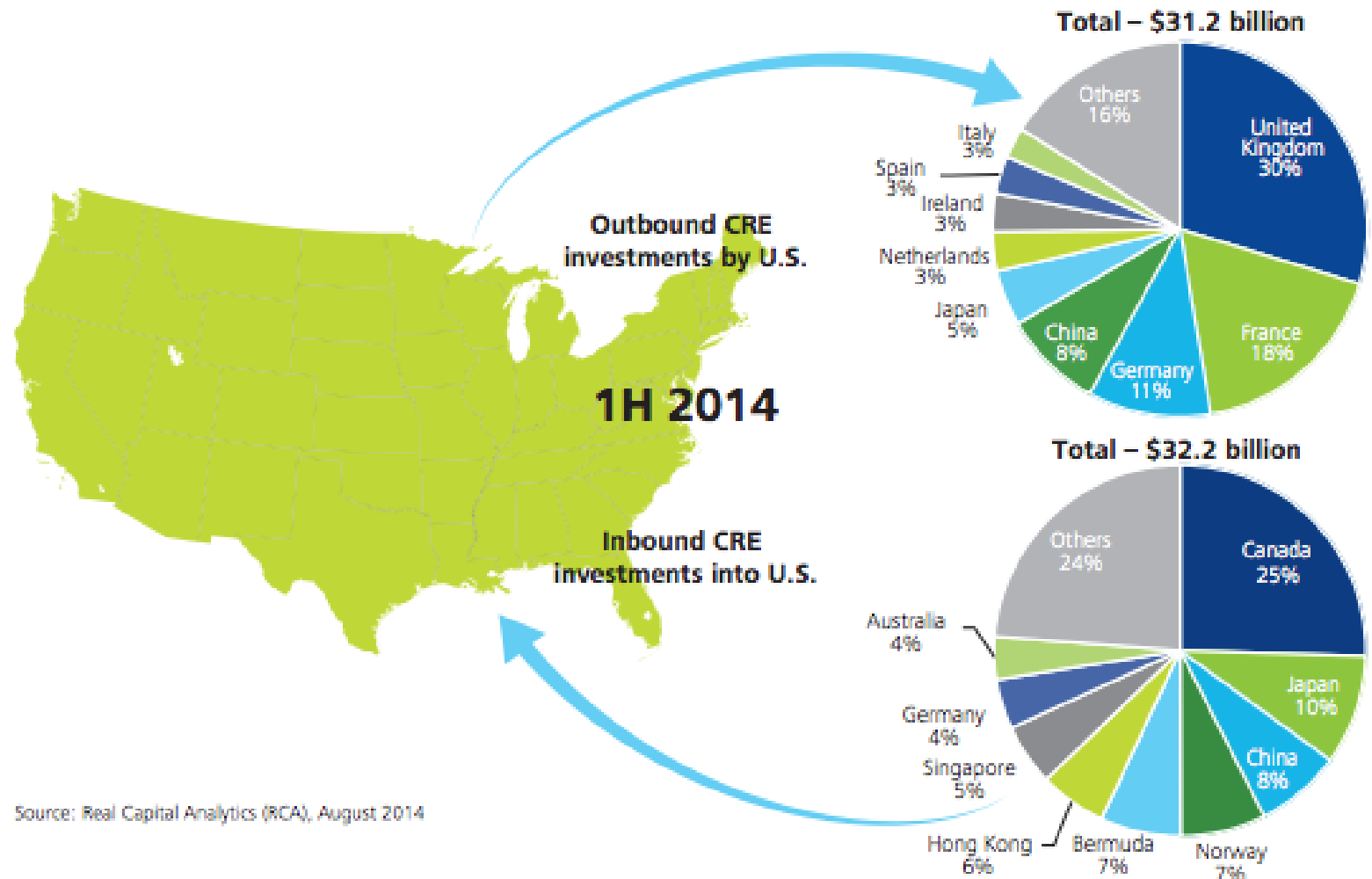


Entorno relativamente estable que beneficia a los Estados Unidos

Parámetros:	2014-2015
• Tasa de desempleo	✓
• Nuevos empleos	✓
• Ventas de autos	✓
• Producción Industrial	✓
• Ventas y precios de viviendas unifamiliares	✓

Ámbito regulatorio más flexible permite flujos de capital en el sector inmobiliario de y hacia los Estados Unidos (+10.7% en 2014)

2. Globalización



2. Globalización



Inestabilidad en mercados emergentes empuja la inversión hacia regiones seguras y estables como los Estados Unidos

Fuentes innovadoras de financiamiento como bonos verdes y fondos colectivos (“crowd funding”) amplían la disponibilidad de capital

3. Inversión



- ✓ Retornos positivos de Fondos de inversión inmobiliarios (REIT) comparados con fondos de referencia (S&P500 y Russell 2000)
- ✓ Éxito de los fondos inmobiliarios privados (PERE) para obtener capital nuevo, debido a incremento en precios de propiedad

4. Financiamiento



- ✓ Incremento de crédito hipotecario frente a mejores valuaciones de propiedad
- ✓ Signos de recuperación de financiamiento a la construcción, aunque aún gradual
- ✓ Bonos verdes. Acceso a capital a largo plazo con bajo costo para iniciativas sustentables (i.e. edificios con certificación LEED)
- ✓ “Crowd funding” Fuente de financiamiento para empresas privadas de desarrollo inmobiliario (\$135 millones a junio 2014)

5. Actividad transaccional



- ✓ Crecimiento en mercados primario y secundario
- ✓ Tanto inversionistas domésticos como internacionales muestran interés en Bienes Raíces comerciales y el nivel de precios se fortalece
- ✓ La propiedad individual muestra el mayor dinamismo, salvo en el caso de los departamentos

6. Fundamentos de propiedad



- ✓ El arrendamiento continúa ganando *momentum*, contribuyendo a mejorar la ocupación de todo tipo de propiedad comercial (residencial, comercial, industrial)
- ✓ La tecnología y la sustentabilidad son factores con un peso creciente en la decisión de quienes rentan propiedades comerciales
- ✓ Espacios dinámicos para niveles de inventario, trabajo flexible, “tiendas de concepto” y hoteles con tecnología y diseño innovadores y costo/eficientes

7. Sustentabilidad



- ✓ Las “credenciales de sustentabilidad” impactan el atractivo de mercado de las propiedades tanto para inversionistas como para arrendadores
- ✓ Edificios verdes: eficiencia en uso de energía, agua y residuos
- ✓ Transparencia en divulgación de métricas clave



Llaves magnéticas / electrónicas



Llaves móviles



Reciclado de colchones



Starwood. "Liquid Food Composter"



Amenidades con ingredientes naturales

Dispensadores de gel vs jabones





Green Building



8. Tecnología



- ✓ Las necesidades de movilidad y requerimientos tecnológicos particulares determinan el diseño/rediseño de propiedades
- ✓ Iluminación, sistemas de seguridad, tecnología de comunicación
- ✓ Retos de comparabilidad entre sistemas: de construcción, de información y comunicaciones, de negocios

Y AND Z

VS

X AND BOOMERS

Equipos propios
Tabletas y equipos móviles
Enchufes para celulares y otros dispositivos
TV y música en internet
Juegos en pantalla
Twitter para Concierge
Check in móvil o en línea

Aplicaciones móviles:
Hello Tell, SPG Keyless
Adoptadores tempranos
Reintentan si no funciona la primera vez



Equipos y servicios en cuarto
Wi-Fi
Tableros de estado de vuelos

Check-in
/Selección de
cuarto

Varios equipos

Conveniencia:

Servicio al cuarto

Menor tolerancia a frustración

Molestia por “demasiada tecnología”

An airport arrival board with a black background and yellow text. The title is 'Llegadas Arrivals'. It shows a list of flights with columns for 'Hora Time', 'Procedencia From', 'Vuelo Flight', 'Estimada Expected', and 'Observaciones Remarks'.

Hora Time	Procedencia From	Vuelo Flight	Estimada Expected	Observaciones Remarks
13:40	MALVINAS	2I 101	16:21	CONFIRMED
14:50	MALVINAS	2I 201		DELAYED
14:55	TACNA	P9 271	15:30	LANDED
15:30	CUSCO	LP 074	15:15	LANDED
15:45	AREQUIPA	LP 140	15:36	LANDED
16:00	CUSCO	LP 034	16:02	CONFIRMED
16:00	CUSCO	2I 1136	15:44	CONFIRMED
16:45	CUSCO	LP 394	16:25	CONFIRMED
16:50	CUSCO	LP 042	16:33	CONFIRMED
16:55	P. MALDONAD	LP 072	15:50	LANDED



9. Seguridad y privacidad



- ✓ Acceso a datos e información operativa
- ✓ Protección de datos personales
- ✓ Vulnerabilidad de sistemas de información

10. Regulación



- ✓ Incertidumbre sobre futuro de ciertas regulaciones relativas a seguros, impuestos y procesos contables
- ✓ TRIA (Terrorism Risk and Insurance Act)
FIRPTA (Foreign Investment in Real Estate Property Tax Act) Posibilidad de duplicar niveles de exención de impuesto, con lo cual EUA atraería mayores flujos de inversión
- ✓ Reformas a impuestos corporativos por depreciación de bienes inmuebles, deducciones, créditos y exenciones



Discusión

¿Cómo –desde su perspectiva- está afectando estas tendencias desde la perspectiva del sector inmobiliario a la industria de tiempo compartido en México?



¿Y el turismo?

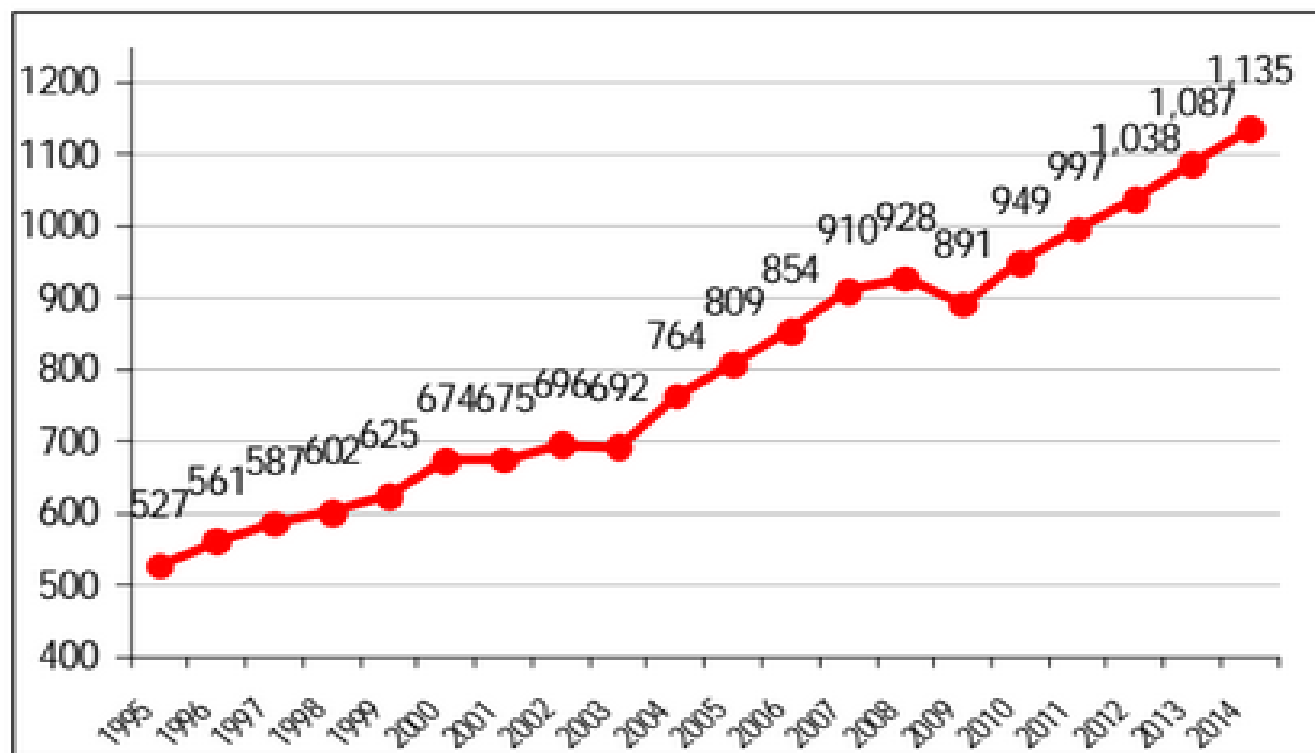
Sector turismo en el mundo

1,135 millones de llegadas de turistas internacionales (+4.4%) y \$1,245 mil millones de dólares en 2014

World: Inbound Tourism

International Tourist Arrivals

(million)



Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©

UNWTO World Tourism Barometer. Abril 2015

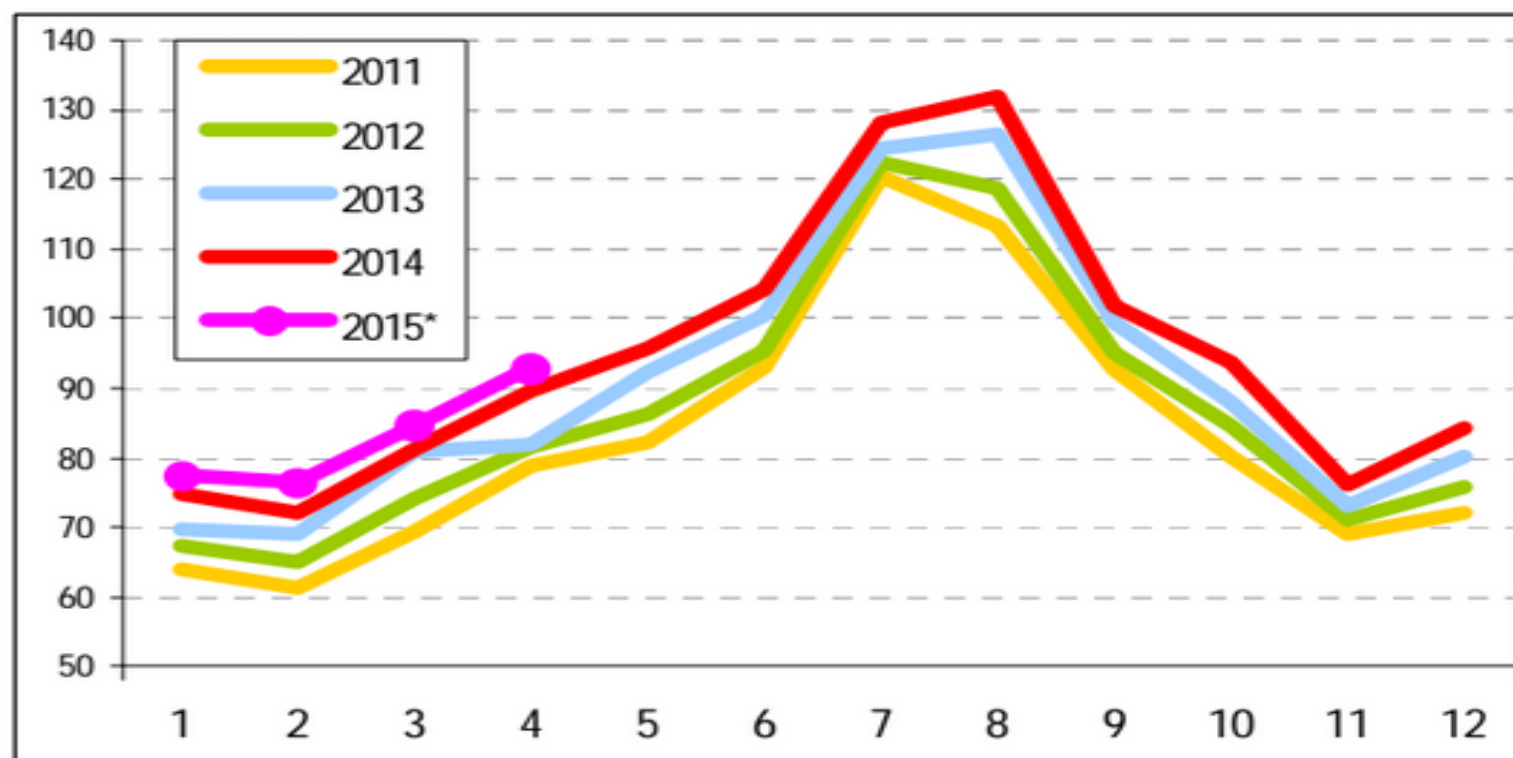
Sector turismo en el mundo

332 millones de llegadas de turistas internacionales (+4%) en el primer cuatrimestre del 2015

International Tourist Arrivals, monthly evolution

World

(million)



Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©

UNWTO World Tourism Barometer. Junio 2015

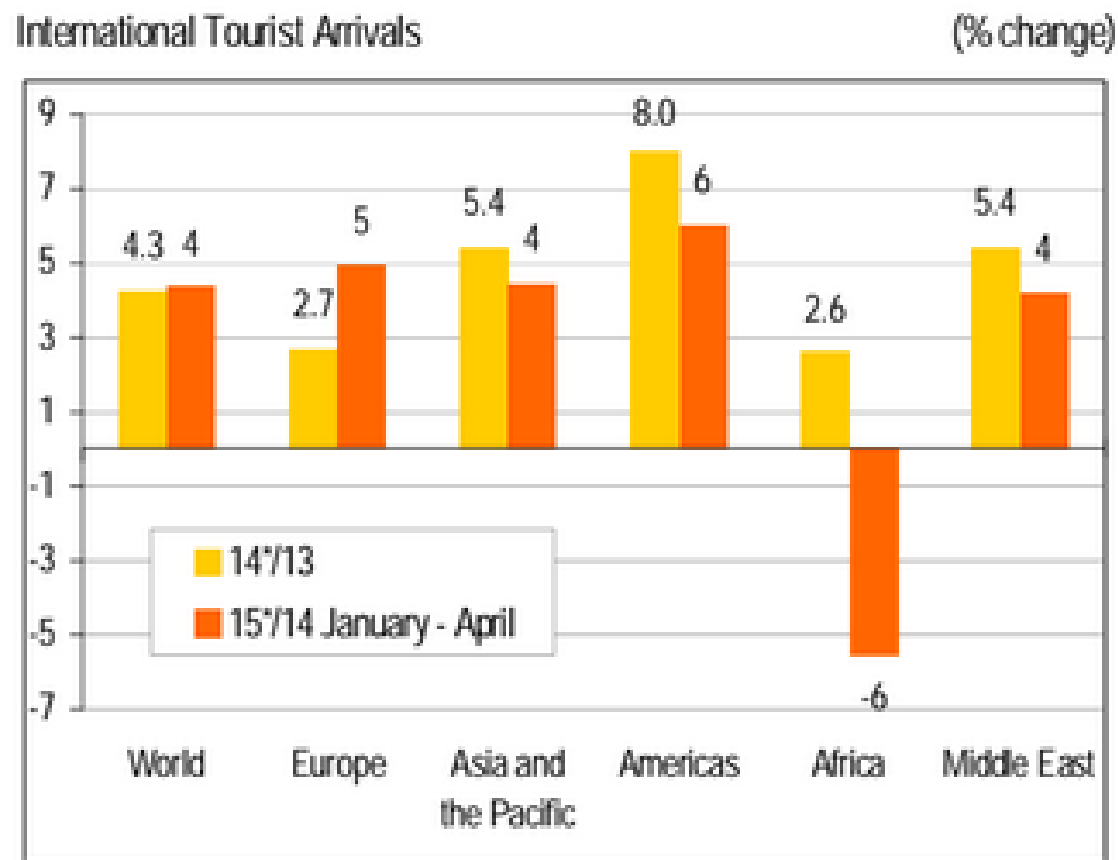
Sector turismo en el mundo

1135 millones de llegadas de turistas internacionales (+4.4%) y \$1,245 mil millones de dólares en 2014

“En los últimos años el turismo ha probado ser una actividad económica sorprendentemente fuerte y resiliente, así como una contribución fundamental a la recuperación económica, al generar miles de millones de dólares en exportación y crear millones de empleos. Esto ha sido cierto para todos los destinos en el mundo, pero particularmente para Europa, región que trata de consolidar su salida de uno de los peores períodos económicos de su historia”

Región	2014 (%)	2015 Ene-abr (%)
GLOBAL	4.3%	4.4%
Américas	8.0%	6.0%
Asia Pacífico	5.4%	4.4%
Europa	2.7%	4.9%
África	2.6%	-5.6%
Medio Oriente	5.4%	4.2%

- ➔ México 20% (2014), 11% (ene-abr 2015)
- ➔ Caribe 6.5% (2014), 7% (ene-abr 2015)



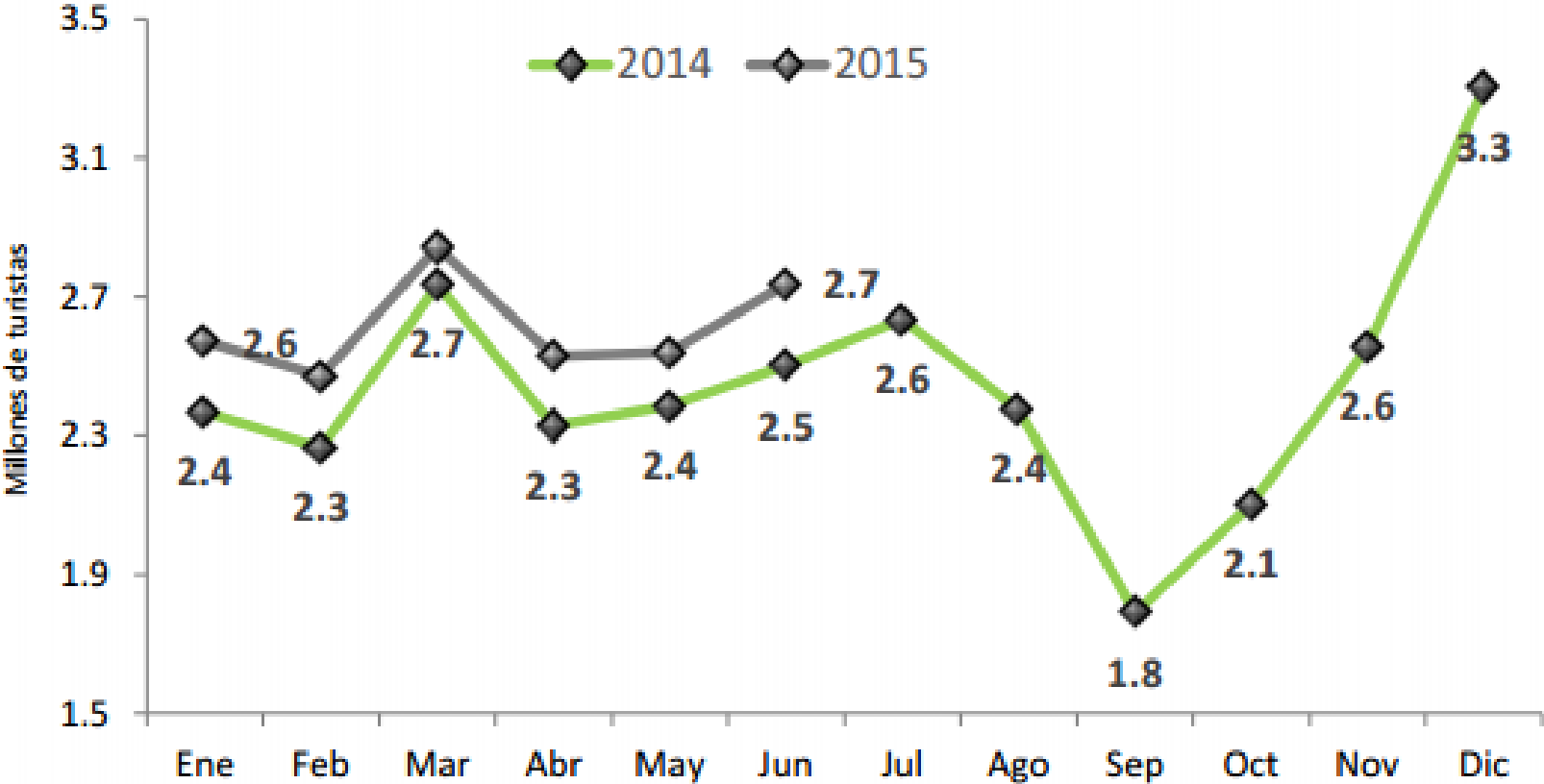
Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©

Sector turismo en México 2014



Sector turismo en México 2015

Gráfica 2. Turistas internacionales

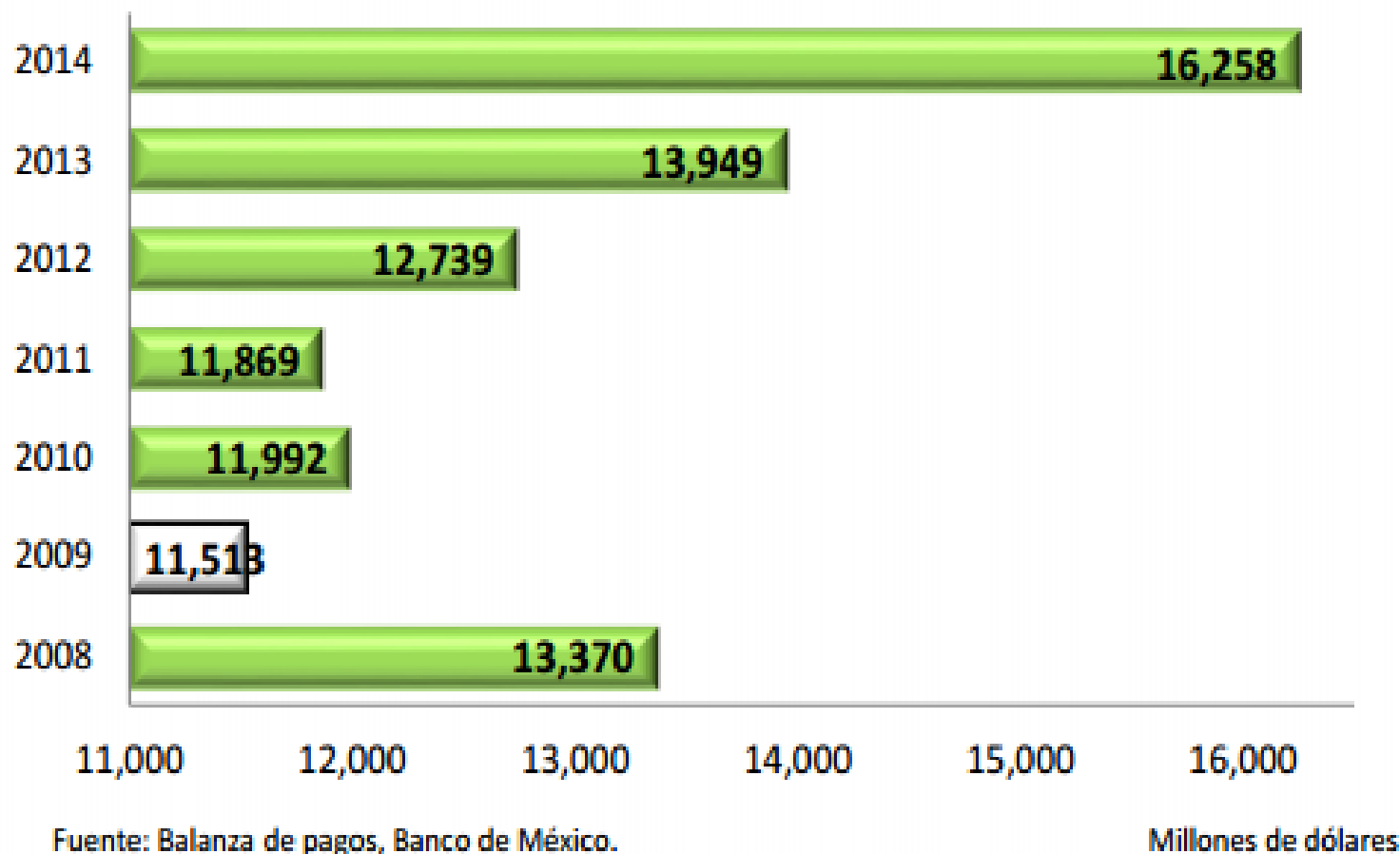


Total
(millones de personas)
enero-junio 2014: 14.6
enero-junio 2015: 15.7
variación: 7.6%

Fuente: Balanza de pagos, Banco de México.

Sector turismo en México 2014

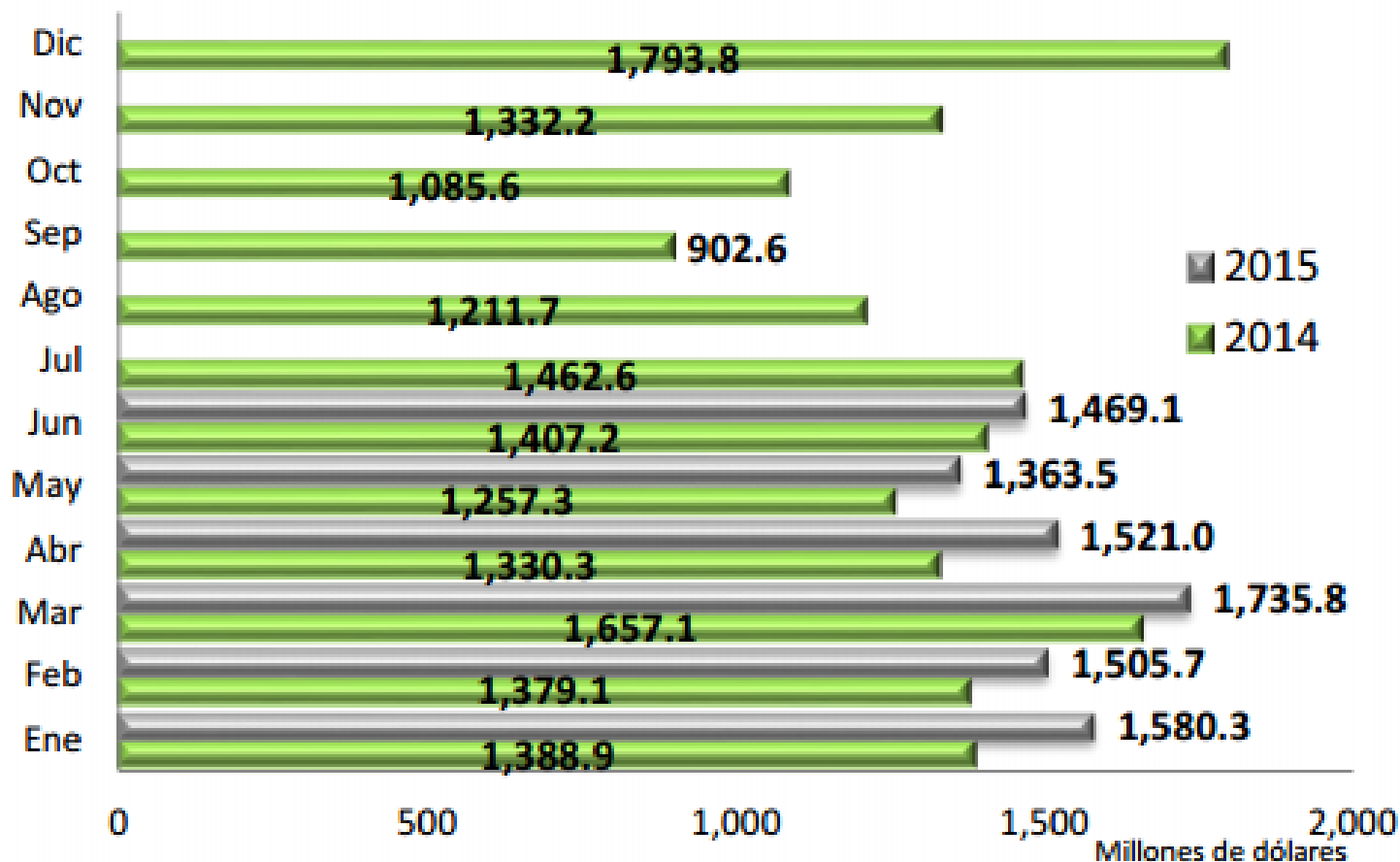
Ingreso de divisas por visitantes internacionales



Total
(millones de dólares)
2013 : 13.9
2014: 16.2
Variación: 16.6%

Sector turismo en México 2015

Gráfica 3. Ingreso de divisas por visitantes internacionales



Total
(millones de dólares)
enero-junio 2014: 8,420
enero-junio 2015: 9,175
variación: 9.0%

Fuente: Balanza de pagos, Banco de México.

Ingreso de divisas por llegadas de visitantes internacionales*

Millones de Dólares	enero-diciembre		% de participación 2014	Var %
	2013	2014		
Visitantes internacionales	13,949.0	16,257.9	100.0%	16.6%
Turistas internacionales (con pernocta)	11,853.8	14,315.1	88.0%	20.8%
Turistas no fronterizos (de internación)	11,311.5	13,564.3	83.4%	19.9%
Vía aérea	10,611.9	12,762.7	78.5%	20.3%
Vía terrestre	699.7	801.6	4.9%	14.6%
Turistas fronterizos	542.2	750.8	4.6%	38.5%
Peatones	89.1	99.3	0.6%	11.4%
En automóviles	453.1	651.5	4.0%	43.8%
Excursionistas internacionales (sin pernocta)	2,095.2	1,942.9	12.0%	-7.3%
Excursionistas fronterizos	1,737.1	1,524.4	9.4%	-12.2%
Peatones	376.1	284.7	1.8%	-24.3%
En automóviles	1,361.0	1,239.6	7.6%	-8.9%
Pasajeros en crucero	358.1	418.5	2.6%	16.9%

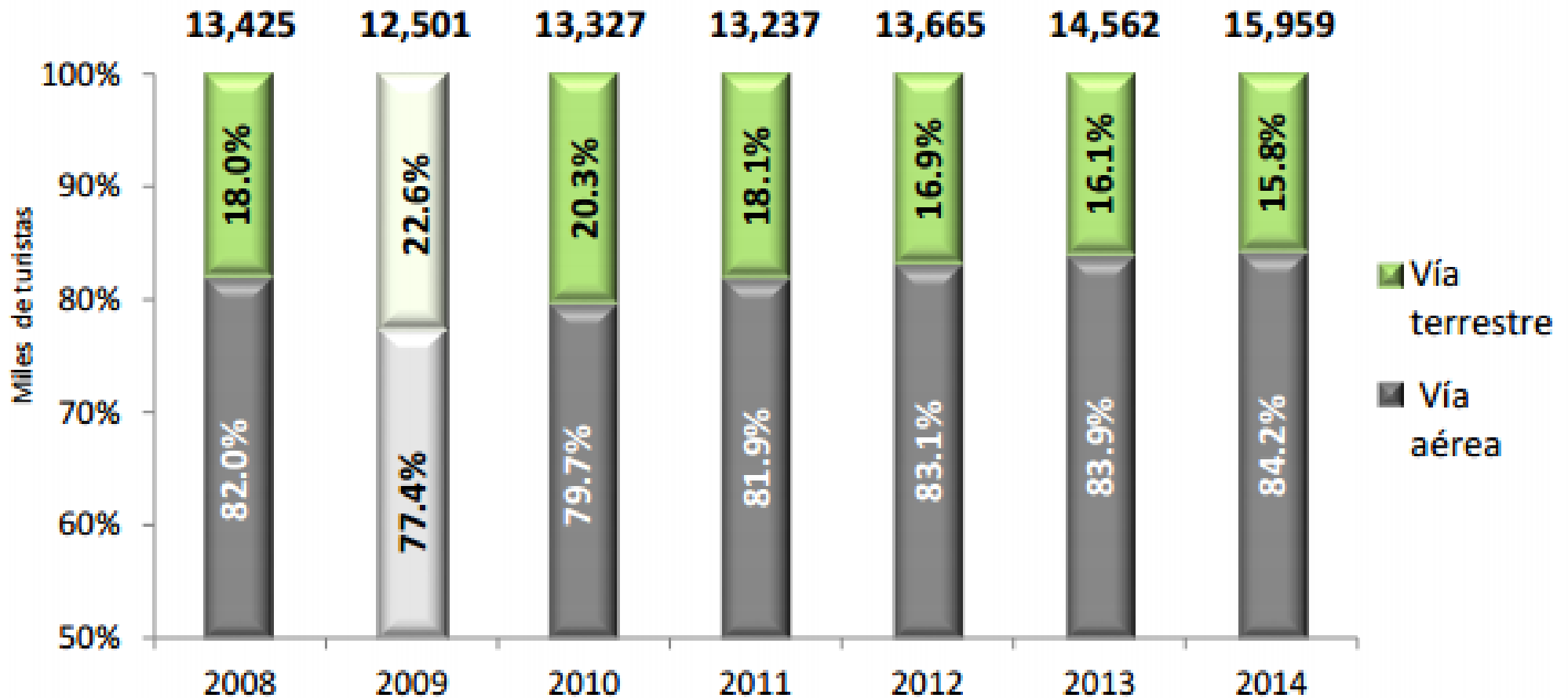
Fuente: Balanza de pagos, Banco de México.

Ingreso de divisas por llegadas de visitantes internacionales

Millones de Dólares	enero-junio		% de participación 2015	Var %
	2014	2015		
Visitantes internacionales	8,419.9	9,175.5	100.0%	9.0%
Turistas internacionales (con pernocta)	7,455.9	8,194.5	89.3%	9.9%
Turistas no fronterizos (de internación)	7,100.9	7,797.4	85.0%	9.8%
Via aérea	6,765.5	7,400.0	80.6%	9.4%
Via terrestre	335.4	397.4	4.3%	18.5%
Turistas fronterizos	355.1	397.1	4.3%	11.8%
Peatones	49.0	51.1	0.6%	4.2%
En automóviles	306.0	346.0	3.8%	13.1%
Excursionistas internacionales (sin pernocta)	963.9	981.0	10.7%	1.8%
Excursionistas fronterizos	741.3	755.1	8.2%	1.9%
Peatones	139.4	135.8	1.5%	-2.5%
En automóviles	601.9	619.3	6.7%	2.9%
Pasajeros en crucero	222.7	225.9	2.5%	1.4%

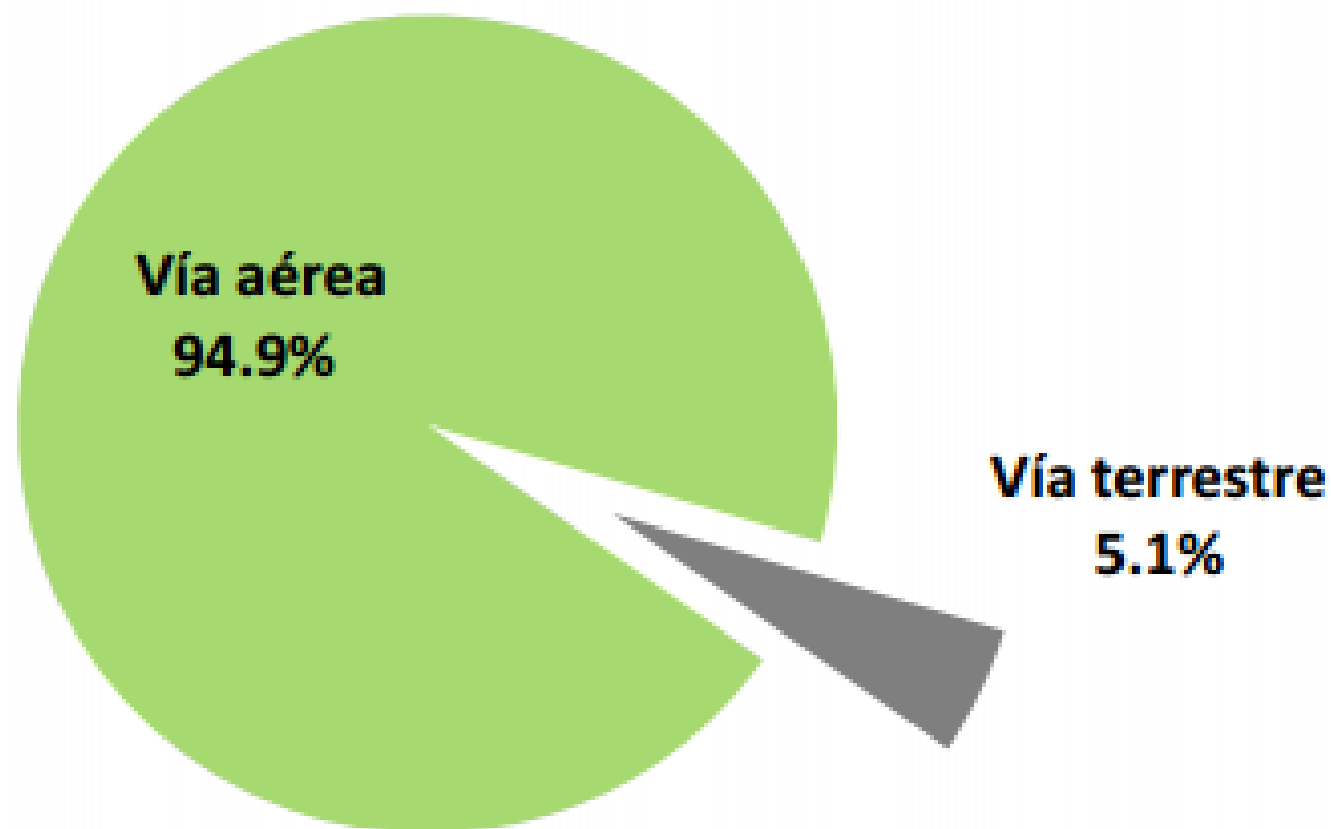
Fuente: Balanza de pagos, Banco de México.

Turistas de internación



Fuente: Balanza de pagos, Banco de México.

**Gráfica 7. Distribución del gasto de los turistas de internación
enero-junio 2015**



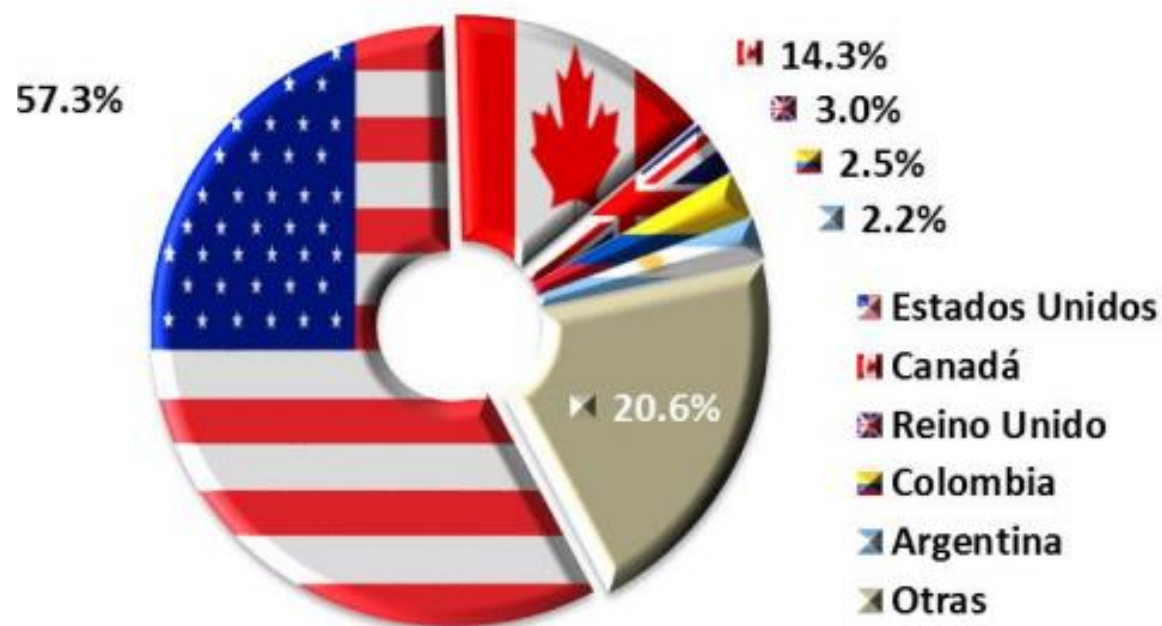
Fuente: Balanza de pagos, Banco de México.

Pasajeros Internacionales participación enero-diciembre 2014



Fuente: Unidad de Política Migratoria, SEGOB.

Gráfica 9.1. Pasajeros internacionales participación enero-junio 2015



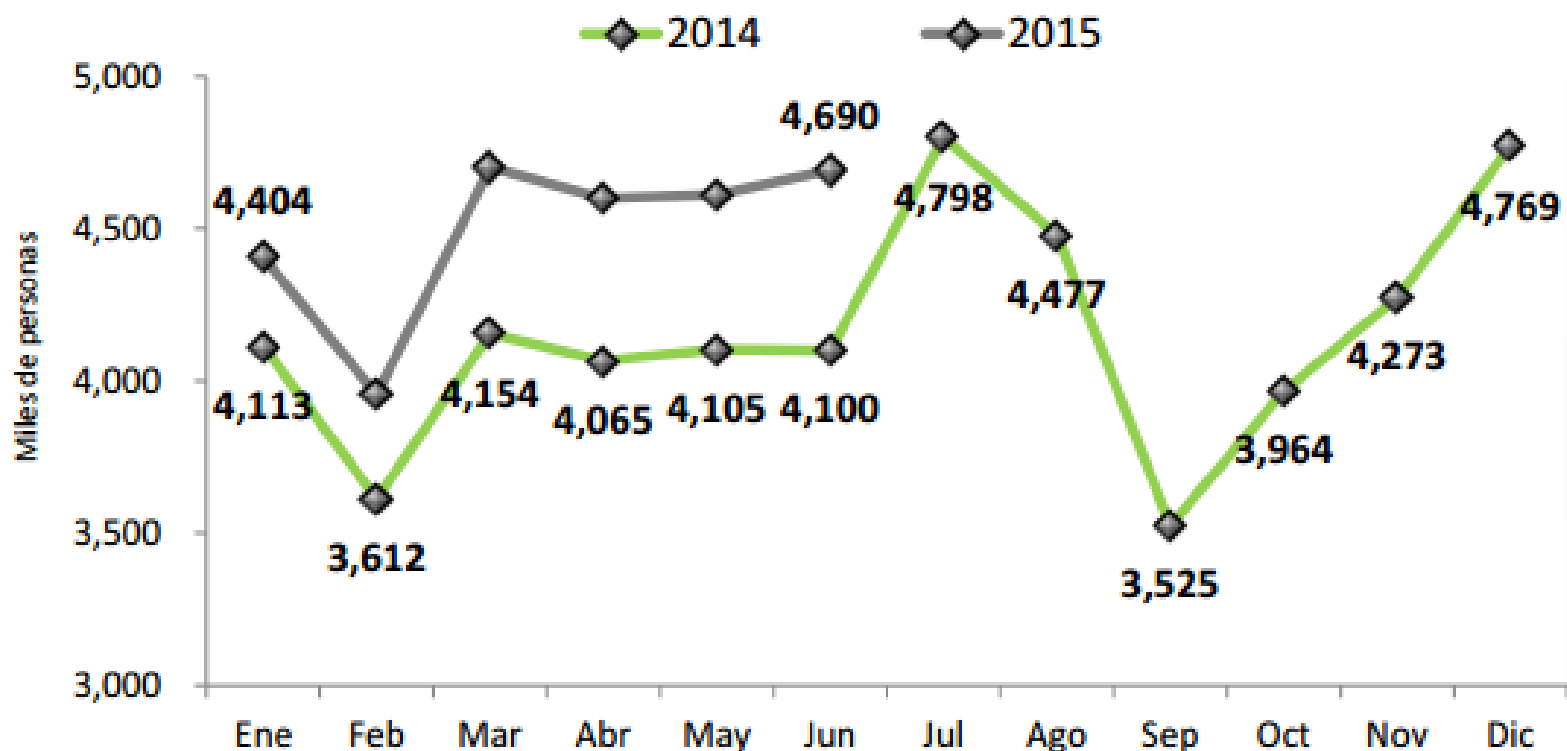
Fuente: Unidad de Política Migratoria, SEGOB.



Transportación Aérea

El número de pasajeros vía aérea aumentó 11.6% en el periodo enero-junio 2015 respecto al mismo periodo del año anterior, alcanzando 27.0 millones de pasajeros.

Gráfica 16. Pasajeros Totales

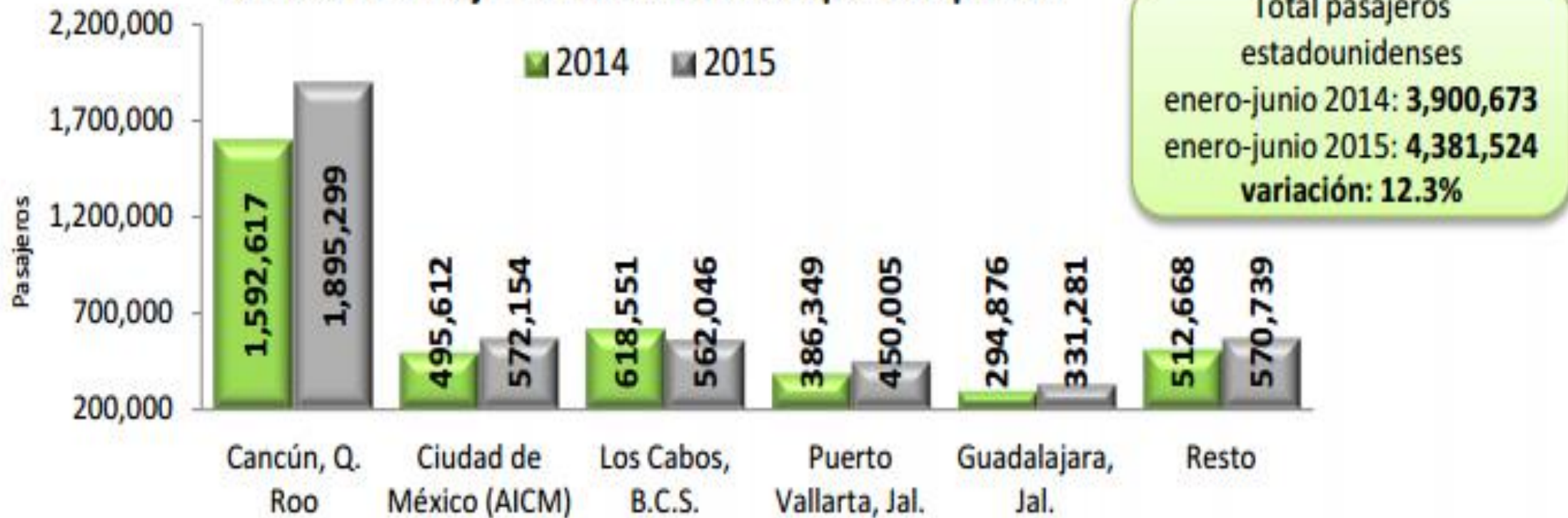


Total
(millones de personas)
enero-junio 2014: 24.1
enero-junio 2015: 27.0
variación: 11.6%

Cifras Preliminares.

Fuente: Aeropuertos y Servicios Auxiliares.

Gráfica 10. Pasajeros estadounidenses por aeropuerto

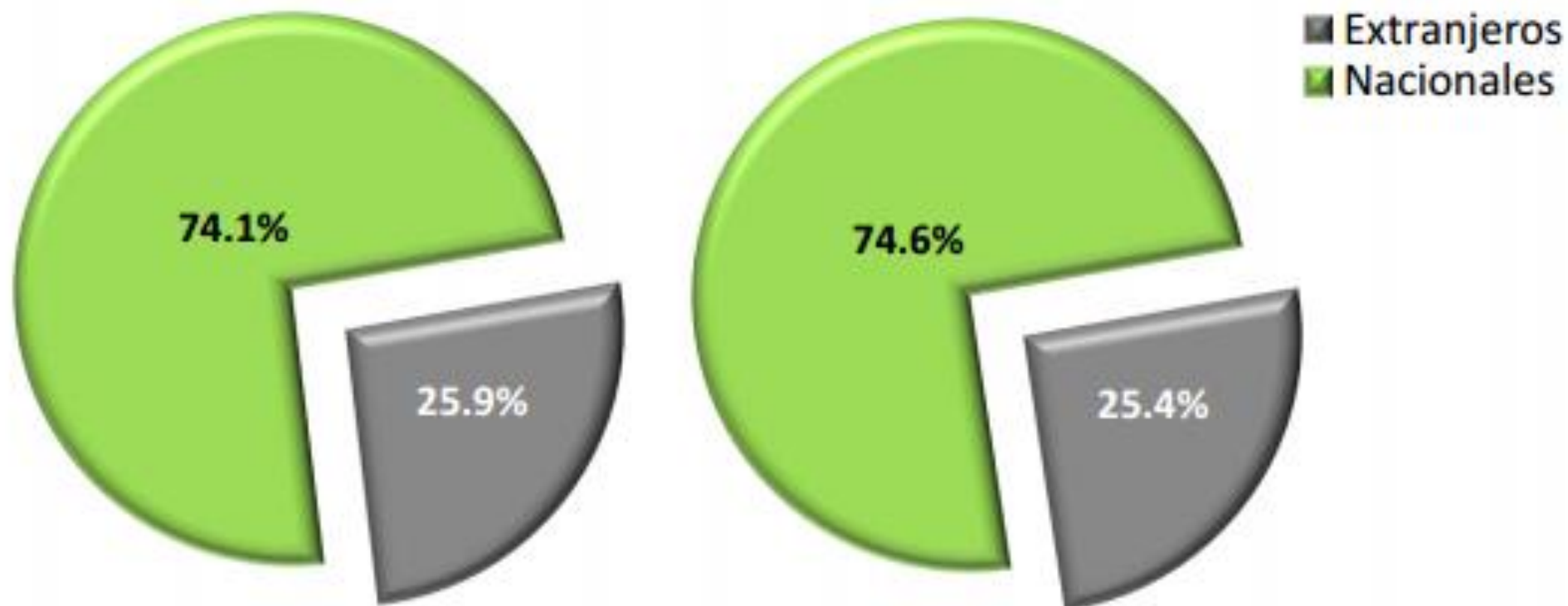


Fuente: Unidad de Política Migratoria, SEGOB.

Gráfica 15. Llegada de turistas a cuartos de Hotel

enero-junio 2014

enero-junio 2015



Fuente: Con información de los 70 centros monitoreados por el Sistema Nacional de Información Estadística del Sector Turismo de México DataTur.

Desempeño del sector hotelero

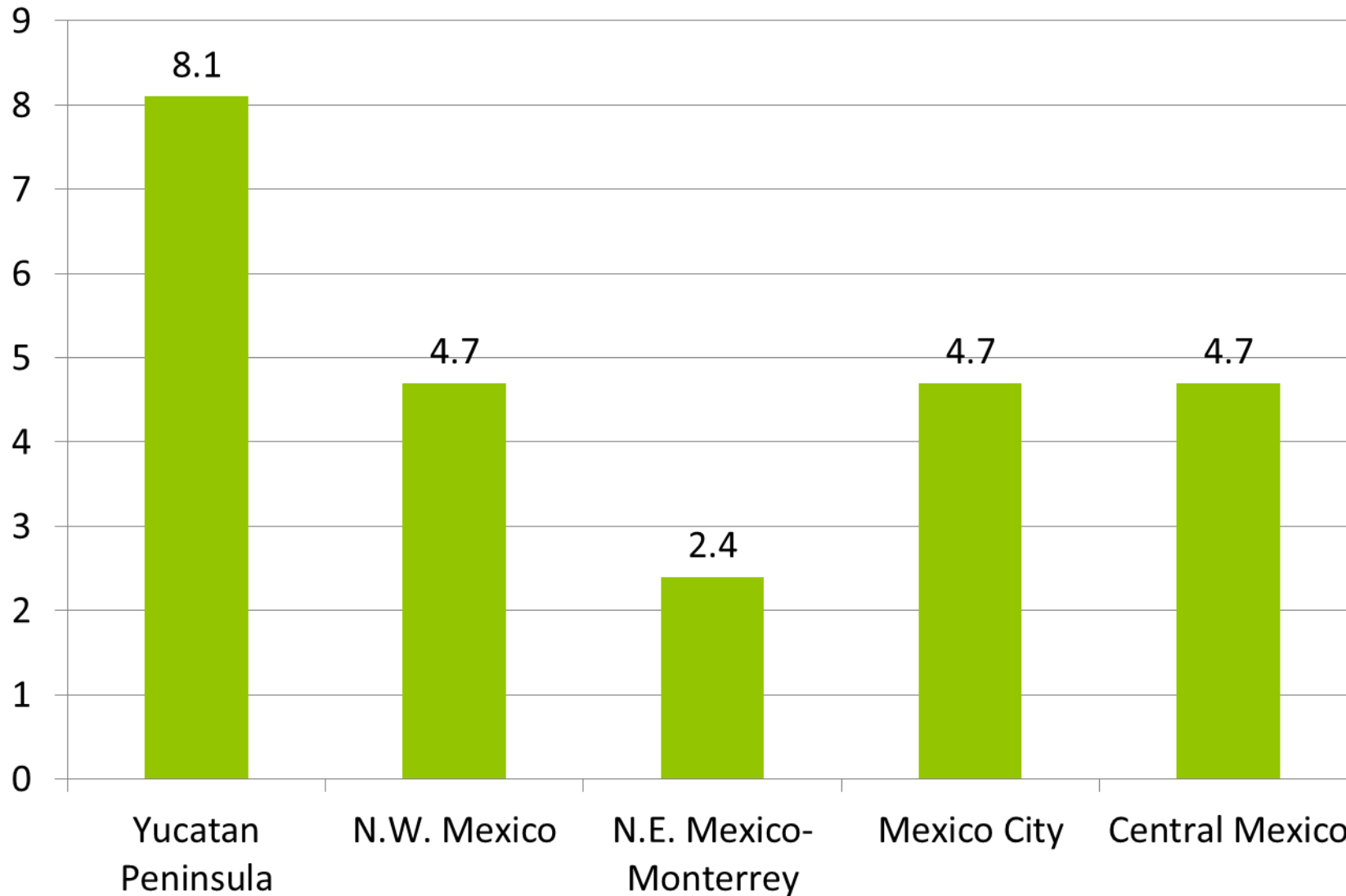


Estadísticas Clave del Sector Hotelero en México (*)

		% Cambio
Hoteles	3.4K	1.2
Oferta de cuartos	126.7 mn	6.4
Demanda de cuartos	79.1 mn	5.1
Ocupación	62.4%	1.5
ADR	\$1604.35 mx	6.7
RevPAR	\$1001.42 mx	7.9
Ventas	\$126.9 bn mx	

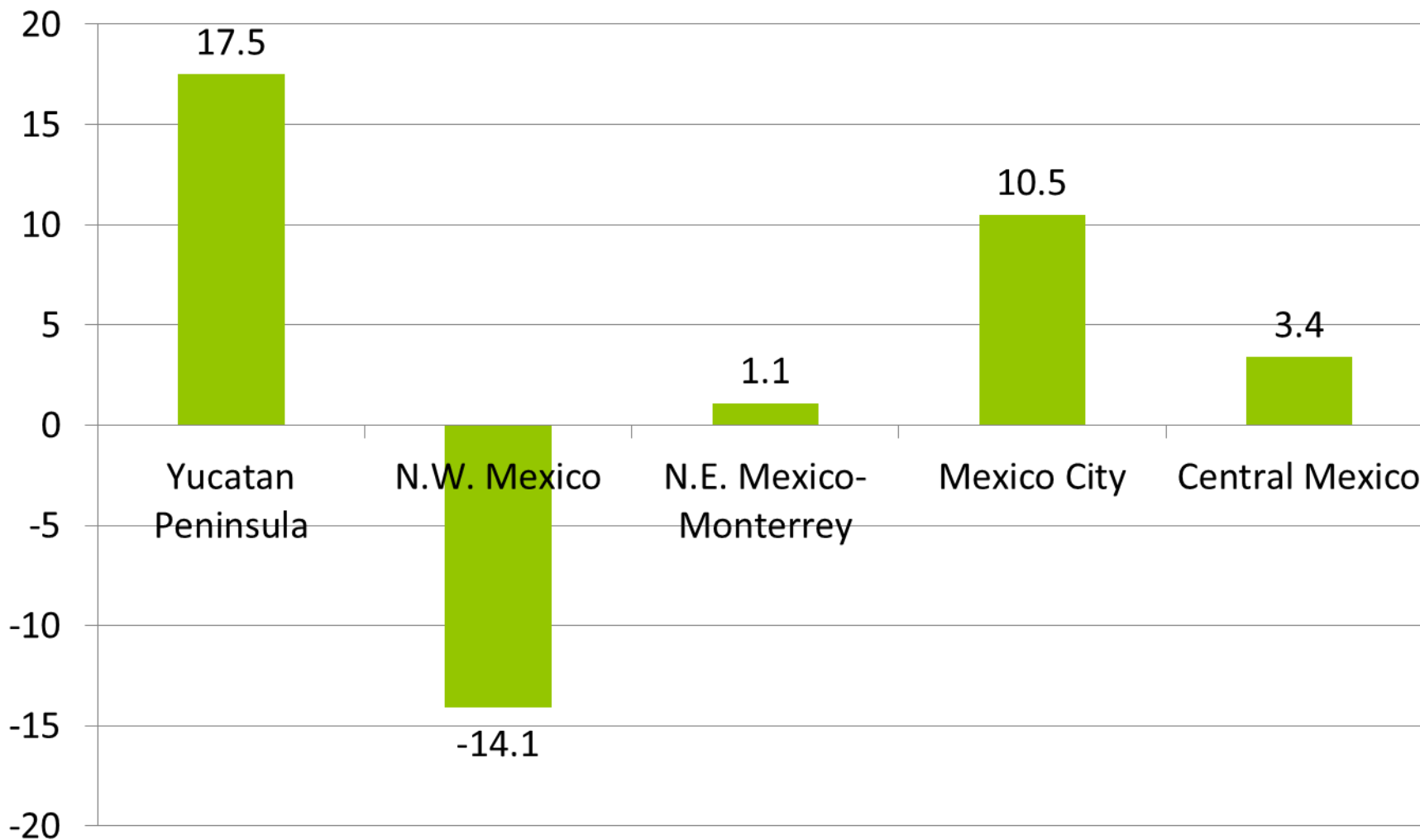
(*) Smith Travel Research 2014

2014 Occupancy Growth in Key Mexico Markets



Occupancy Percent Change
Year End 2014

Occupancy RevPAR Growth in Key Mexico Markets (pesos)



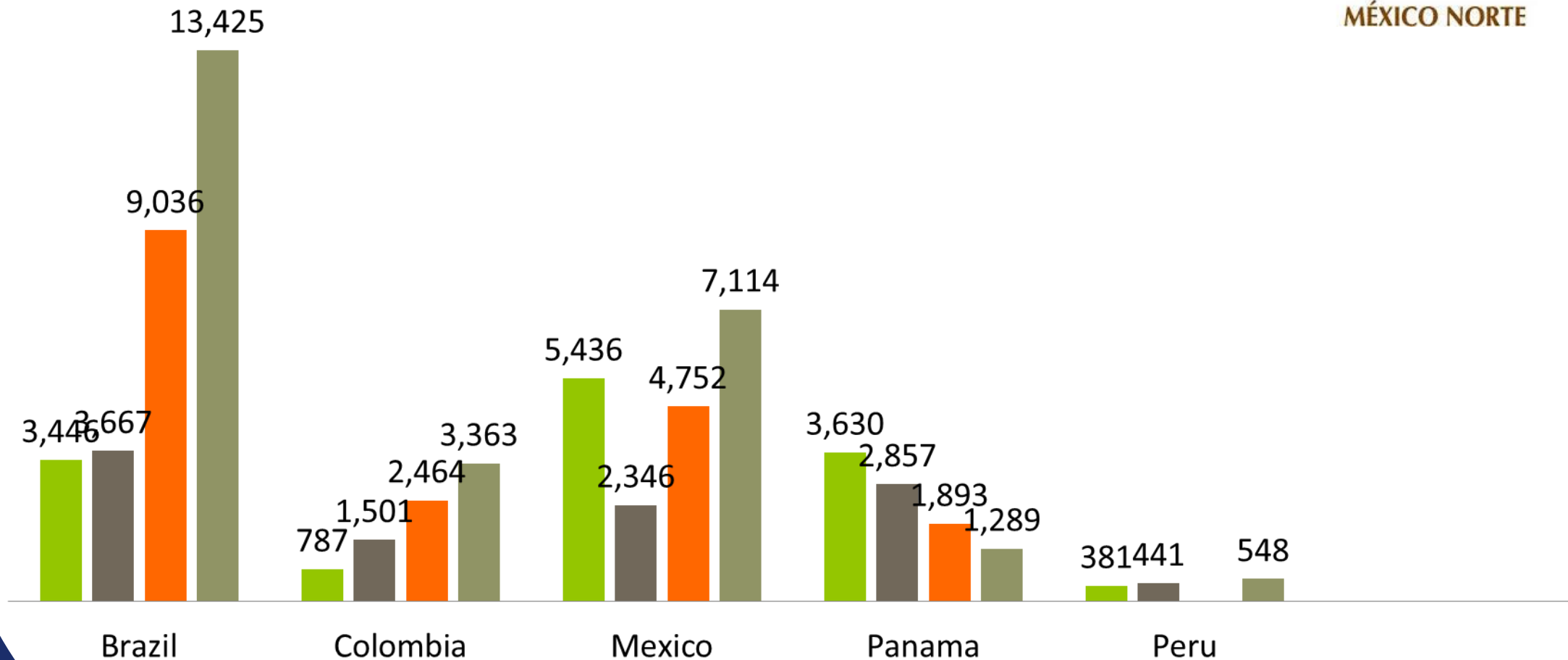
RevPar (P) Percent Change
Year End 2014



MÉXICO NORTE

Brazil, Mexico Attractive to Developers

■ 2011 ■ 2012 ■ 2013 ■ 2014



Select Countries, Rooms Under Construction, December 2014

	European Plan	All – Inclusive	Total
Acapulco	7,090	4,987	12 077
Cancún	10,035	17,176	27,211
Huatulco	722	1,668	2,390
Ixtapa- Zihuatanejo	1,886	3,366	5,232
Los Cabos	6,065	5,812	11,877
Puerto Vallarta	5,020	5,155	10,175
Riviera Maya	2,351	35,232	37,583
Riviera Nayarit	1,944	4,808	6,752
	35,093	78,204	113,297

Fuente: Sector y HVS. 2014

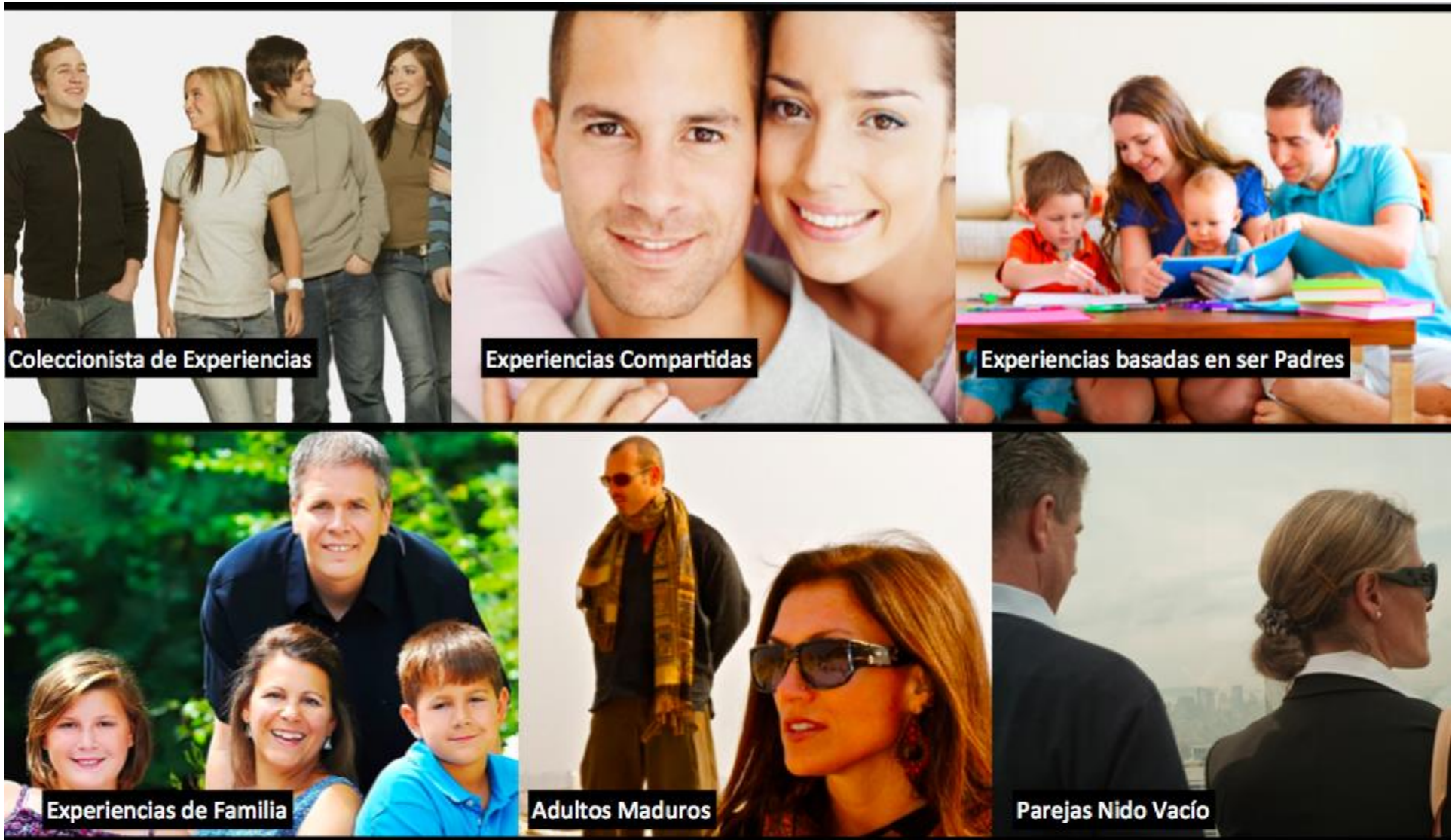
Comentarios

¿En su opinión cómo se compara la actividad del tiempo compartido con las actuales tendencias positivas de los flujos turísticos?

Perfil del turista



Mercado doméstico



Fuente: Atributos y motivadores de viaje en el mercado mexicano. Reporte de Investigación Cualitativa. Millward Brown para CPTM. Agosto, 2012.

Mercado norteamericano

VALORES ASOCIADOS



- Las cuestiones más valoradas cuando se habla de México son:

Comida

- La perciben como **exótica y única** ya que los ingredientes y la manera en que éstos se mezclan son considerados fuera de lo común: chocolate, picante, tortillas, tamales, tostadas, etc.
- Además, existen frutas y verduras que no encuentran en sus lugares de origen.

Cultura/ Historia

- Los referentes que tienen de la cultura son las pirámides y ruinas arqueológicas de los Mayas y los Aztecas. Sin embargo, no se conoce mucho más sobre el resto de la historia del país, y para quienes no han venido no queda claro qué tipo de experiencias culturales pueden encontrar.
- El anclaje cultural está dado por el **patrimonio**, pero no hay asociaciones claras con el folclore, cultura local y la vida cultural de las ciudades.

Gente

- La **calidez y trato amable** de la gente local es recordada y mencionada como un aspecto único del país.

Playas

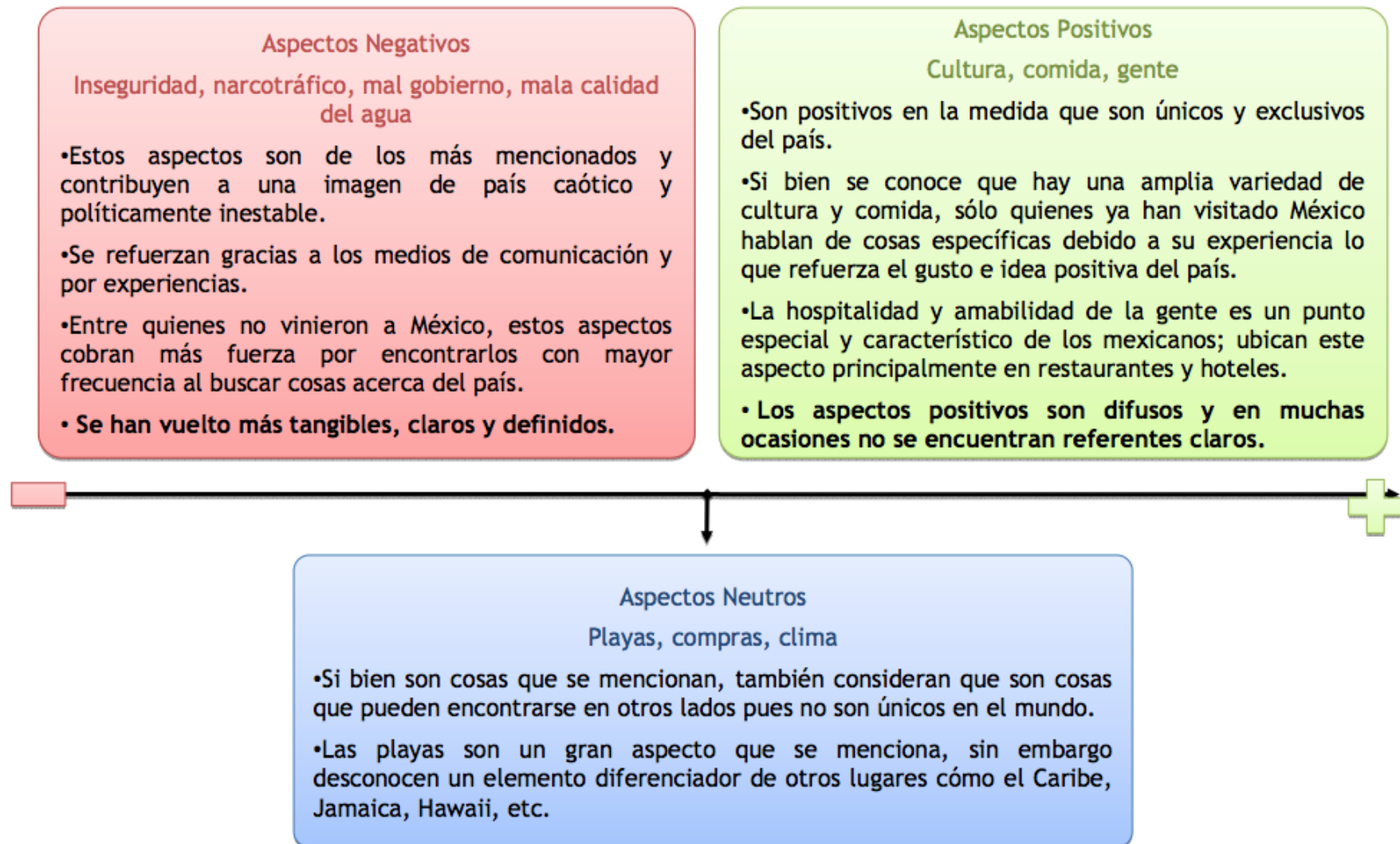
- Son las más conocidas, sin embargo no son únicas pues existen otras muy parecidas en diversos lugares del mundo, por lo que cuestiones relacionadas con actividades marinas y cultura son importantes para poderse diferenciar de la competencia.

"The history and culture of Mexico immediately stand out for me. I love their food, the museums and the Mayan ruins. The beaches and the people are also particularly great."

Segmento que no vino a México

Mercado norteamericano

EN RESUMEN



Fuente: El viajero estadounidense. Reporte de Investigación Cualitativa. Millward Brown para CPTM. Enero, 2012.

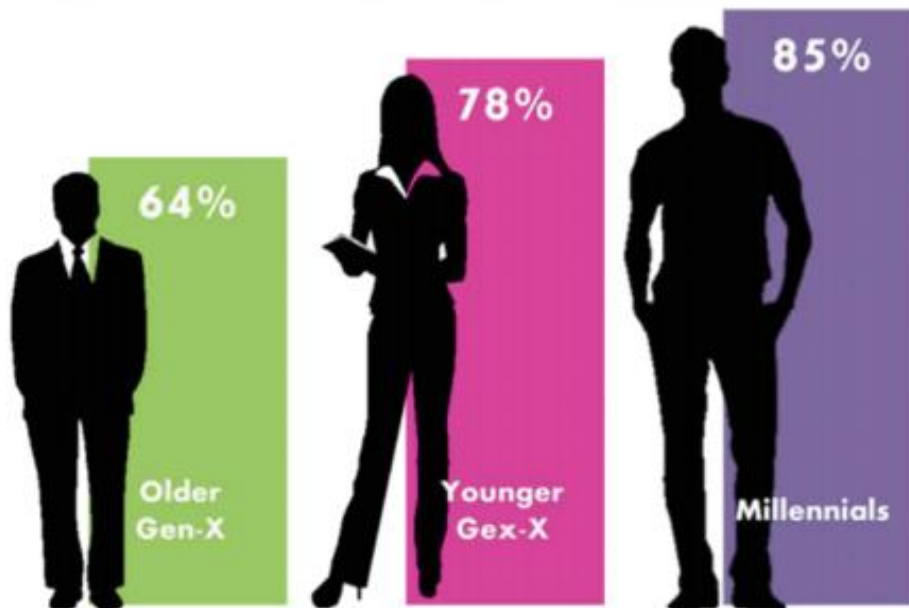
Mercado global

América	El ciclismo rivaliza con el golf como actividad recreativa para hombres en edad madura (MAMILs)
Europa	Sitios “peer-to-peer” ofrecen experiencias gastronómicas
Tecnología	Electrónicos usables ganan terreno para notificaciones y reservaciones
Medio oriente	Semanas de diseño atraen a mentes creativas
África	Innovación en turismo sustentable
Asia	WeChat en China. Expansión de sistemas de mensaje para comercio móvil y como forma de pago
India	Boom de ferrocarriles compitiendo con aerolíneas de bajo costo

Tendencias de Millennials

- Revisan blogs y reviews antes de hacer alguna compra
- Les gusta que las marcas interactúen con ellos a través de redes sociales.
- Restricciones presupuestales → buscan el mejor precio-valor en sus vacaciones

Among Owners, Younger Timeshare owners have a significantly more positive perception of the Timeshare industry than both Older Gen X'ers .



Millennials are more open to buying another Timeshare in the future.



Tendencias en la Reservación de Cuartos de Hoteles

Share of Transient Rooms Sold by Channel

Channel	Q1 2015	Q2 2015
Brand	28.5%	29.1%
CRO	13.1%	13.3%
Direct to Hotel	23.1%	22.0%
GDS	20.6%	19.3%
OTA	14.8%	16.4%

The table illustrates the share of transient room nights by channel based on actual reservations.



MÓDULO 1

Tema:

Marco del Turismo en México y en el Mundo

Tere Solís

tsolis@questex.com

teresolismx@gmail.com