

A market analysis of trade transactions for vacation houses

Un análisis del mercado de compra-venta de casas para vacaciones

Elvio Accinelli¹, Juan Gabriel Brida², Edgar JS Carrera³, & Guillermo Cavazos⁴

Abstract: The aim of this paper is to study the impact of the valuation of individual opportunity cost in a problem of second houses acquisition and its repercussions on the election of optimal rules, from the social welfare point of view, to assign these commodities. Considering a partial equilibrium model, we show that the election of this rule depends on the valuation of opportunity cost. A correct valuation of this cost implies that the free market is the only efficient mechanism to assign these commodities. So, in order to maximize the social welfare, the government must eliminate all the existent restrictions in this market.

Keywords: Opportunity cost, social welfare, efficiency, vacation homes.

Resumen: El objetivo de este trabajo es estudiar el impacto de la valuación del costo de oportunidad en un problema de adquisición de casas de descanso, así como sus repercusiones sobre la elección de una regla óptima, medida en base al bienestar social, para la asignación de estos bienes. Considerando un modelo de equilibrio parcial, mostramos que la regla óptima desde el punto de vista de la maximización del bienestar social depende de la valuación del costo de oportunidad individual. Una correcta valuación del mismo lleva a la conclusión de que un mercado libre de compra-venta de casas de descanso es el único mecanismo eficiente para la asignación de éste recurso. Consecuentemente, toda barrera a la adquisición de estos bienes debe ser eliminada.

Palabras claves: Bienestar social, costo de oportunidad, eficiencia, casas de descanso.

(Recibido: 20 enero 2006. Aceptado 30 julio 2006)

¹Posgrado en Ciencias Económicas, Universidad Autónoma Metropolitana, México D.F. E-mail: elvio@correo.xoc.uam.mx. ²School of Economics and Management–Free University of Bolzano, Italy. E-mail: JuanGabriel.Brida@unibz.it. ³Department of Economics, University of Siena. email: sanchezcarre@unisi.it. ⁴Facultad de Economía, Universidad Autónoma de Coahuila, México.

1. INTRODUCCIÓN

El objetivo de este trabajo es analizar el impacto que tiene la valoración adecuada del costo oportunidad en las decisiones individuales y en el bienestar social aplicado a un problema de economía del turismo, la adquisición de segundas casas o casas de descanso. Motivados en el trabajo de Skak (2004) y en la existencia de restricciones en diferentes países a la adquisición de propiedades inmuebles por parte de extranjeros en determinadas regiones, analizaremos desde el punto de vista del bienestar social la pertinencia o no de estas restricciones.

Considerando la decisión de los propietarios de casas de descanso entre ocuparlas ellos mismos, alquilarlas o venderlas a turistas, y la de los turistas de adquirir en el mercado semanas de ocupación o casas de vacaciones, como problemas de optimización con sus respectivas restricciones presupuestales, se obtienen las funciones de demanda de ocupación de las casas de campo y un precio de equilibrio para la unidad de ocupación y compra-venta de casas de descanso. Se muestra que los resultados llegan a ser diferentes dependiendo de la valoración del costo de oportunidad que tengan los propietarios cuando deciden ocupar la casa y no alquilarla. En el caso de que consideren que el costo de oportunidad es igual al valor del alquiler que dejan de percibir, como en Skak (2004), se tiene que el libre mercado de compra-venta de casas de campo conduce a que las casas sean finalmente poseídas por los consumidores más ricos, a una disminución de la oferta total de tiempo (medido en semanas) de descanso en casas de campo, y a un incremento en el precio del alquiler que trae como consecuencia una disminución en el número de familias que puede disfrutar de vacaciones de este tipo. Esto significa una pérdida de bienestar social que no es suficientemente compensada con la ganancia de bienestar que obtienen los nuevos propietarios de casas de campo.

Suponiendo que el objetivo de la autoridad central es maximizar el bienestar social, estos resultados conllevan a las siguientes alternativas:

- Si consideramos el costo de oportunidad, valuado por el primer criterio (costo de oportunidad igual a alquiler no percibido por el propietario que ocupa su finca), el gobierno benefactor debe restringir la propiedad de casas de descanso a familias que tengan un ingreso menor a cierto nivel. En algunos países estas son familias nativas, mientras que en contraste turistas extranjeros interesados en la

posesión de estos bienes representan a familias de altos ingresos, por lo que la propiedad debe ser restringida a nacionales.

- Lo contrario sucede cuando los propietarios consideran que el costo de oportunidad es igual al valor del alquiler más el ingreso laboral que dejan de percibir por disfrutar de cierto tiempo de ocio. En este caso, el libre mercado de compra-venta de casas de campo conduce a que las casas de descanso sean adquiridas por los consumidores más ricos, pero esto trae consecuencias totalmente opuestas al caso anterior. Debido a que la utilidad de los propietarios asociada al ingreso obtenido por alquilar su casa y percibir los ingresos por su trabajo, es mayor que la obtenida en el caso de ocupar su casa de descanso durante el período en que puede alquilarla.

Se tiene entonces un aumento en la oferta de alquileres de casas de descanso, un menor precio de alquiler consecuente, y que un mayor número de familias puedan disfrutar de este bien. Este resultado implica que esta valoración del costo de oportunidad permite que el libre mercado conduzca por sí solo al máximo bienestar social, por lo que ninguna intervención del gobierno es deseable.

De esta manera, la distinta valoración del costo de oportunidad conduce a resultados diferentes en términos de bienestar social y a políticas públicas totalmente opuestas. El presente trabajo se desarrolla de la manera siguiente: en la sección II se presenta el modelo base, sus primordiales supuestos y resultados preliminares que consideran una primera valuación del costo de oportunidad. En la sección III se aplica una distinta y más amplia valuación del costo de oportunidad, con lo que se obtienen importantes resultados. Finalmente, en la sección IV se dan algunas recomendaciones de política y las conclusiones finales.

II EL MODELO

Presentamos un modelo de equilibrio parcial simple para el mercado de compra-venta de casas de campo y para el mercado de alquiler correspondiente. Se supone:

- una misma función de utilidad (de tipo Cobb-Douglas) para todos los consumidores, dada por:

$$U_i = W^a C^{1-a}, 0 \leq C, 0 < a < 1 \quad (1)$$

donde, W es el número de semanas por año que el

consumidor i ocupa la casa de descanso, C es el consumo anual de i en otros bienes;

- El precio de C se normaliza a 1;
- los propietarios optan por ocupar la casa o por arrendarla cuando no la ocupan y además, los propietarios no pueden ser inquilinos de otras casas de descanso, y ocupan la casa que poseen durante un mínimo de $M > 0$ semanas al año;
- la única forma de arrendar las casas de descanso es a través de una agencia inmobiliaria, que le cobra al propietario una comisión τ por conseguirle al inquilino;
- se tiene un mercado de alquiler de casas de campo perfectamente competitivo, donde: r es el precio del alquiler o de renta semanal de cada casa de campo (idéntica), $\sigma r = (1 - \tau)r$ es el alquiler neto o renta neta que recibe el propietario;
- la oferta de casas de campo en la economía se asume como un número fijo H de sitios de descanso idénticos cada uno equipado sólo con una casa de descanso;
- cada casa de descanso es poseída por un solo dueño, cada dueño sólo puede poseer una casa y cada casa es ocupada por un solo consumidor o familia a la vez;
- no hay otras formas alternativas de disfrutar de estos bienes. Los propietarios ocupan su casa o bien la alquilan por períodos completos, que para este caso se consideran de una semana;
- hay un número límite de V semanas al año en que se puede ocupar la casa, es decir, se puede considerar que el límite está impuesto por las semanas anuales que se dedican al mantenimiento de la casa o por leyes que obligan a distinguir entre casas para vivienda y casas de descanso.

$$0 < M \leq W \leq V;$$

- el ingreso de cada consumidor y la distribución del ingreso son dadas exógenamente:

$$Y_{Tj} = C_{Tj} + rW_{Tj} \quad (2)$$

$$Y_{Ok} = C_{Ok} + \sigma rW_{Ok} \quad (3)$$

donde, Y_{Tj} es el ingreso total del inquilino j , C_{Tj} es la cantidad de bienes C consumidos por el inquilino j medido unidades monetarias, W_{Tj} es la cantidad consumida de semanas de descanso en la casa de campo por el inquilino j , Y_{Ok} es el ingreso total del propietario k , C_{Ok} es la cantidad de bienes C

consumidos por el propietario k , W_{Ok} es la cantidad de semanas de descanso en la casa de campo consumidas por el propietario k ; y

- El periodo de análisis es de 1 año y el mercado de capitales es perfectamente competitivo, en el que se determina una tasa de interés i .

Maximizando la función de utilidad sujeta a las respectivas restricciones presupuestales, con las condiciones de primer orden se obtienen las funciones de demanda de ocupación de casas de campo para el inquilino y para el propietario:

$$W_{Tj} = \alpha \frac{Y_{Tj}}{r}, W_{Tj} = V \text{ si } V \frac{r}{\alpha} = Y_{Tj} \quad (4)$$

$$W_{Ok} = \alpha \frac{Y_{Ok}}{\sigma r}, W_{Ok} = V \text{ si } V \frac{\sigma r}{\alpha} = Y_{Ok} \quad (5)$$

II. COSTO DE OPORTUNIDAD IGUAL A ALQUILERES NO PERCIBIDOS

Los siguientes resultados corresponden a Skak (2004). Aquí, partiendo del supuesto de que el precio que un consumidor está dispuesto a pagar por la compra de una segunda casa es igual al valor presente de la utilidad anual que obtiene de su propiedad, y que el precio de equilibrio en el mercado de alquileres igual a r , se llega a que la utilidad anual o excedente del consumidor (CS) de un propietario es¹:

$$CS = \alpha Y_{Ok} \left[\ln \left(\frac{\alpha Y_{Ok}}{\sigma r} \right) - 1 \right] \text{ si } Y_{Ok} \leq V \frac{\sigma r}{\alpha} \quad (6)$$

o

$$CS = \alpha Y_{Ok} (1n - 1), \text{ si } V \frac{\sigma r}{\alpha} < Y_{Ok} \quad (6a)$$

¹ Para llegar a este resultado en Skack (2004) se agrega la hipótesis adicional de que los ingresos totales del propietario y del inquilino son iguales. Sin embargo, por el supuesto 10 se tiene que tanto los ingresos de cada agente como la distribución del ingreso pueden ser distintos. Adoptaremos esta hipótesis en el resto del trabajo.

Teniendo un mercado de capitales perfectamente competitivo, con una tasa de interés i , el valor presente de la utilidad anual que rinde una segunda casa es:

$$PV(CS) = \frac{\alpha Y_c}{(1+i)} \left[\ln \left(\frac{\alpha Y_c}{\sigma r} \right) - 1 \right], \text{ si } Y_c < V \frac{\sigma r}{\alpha} \quad (7)$$

o

$$PV(CS) = \frac{\alpha Y_c}{(1+i)} (\ln V - 1), \text{ si } V \frac{\sigma r}{\alpha} < Y_c \quad (7a)$$

donde $PV(CS)$ es el valor presente del excedente del consumidor del propietario de una casa de campo y representa el precio que un consumidor está dispuesto a pagar por una segunda casa.

Ahora bien, para el arrendatario de una casa de campo el costo por semana de ocupación es igual a r . Para el propietario, el costo por semana de ocupación es igual al costo de oportunidad de ocupar la casa. Entonces, considerando que el costo de oportunidad para el propietario es igual al valor de la renta neta que deja de recibir por ocupar la casa y no arrendarla, lo que es igual a σr . Dado que $0 < \sigma < 1$ y $r > \sigma r$, se llega a los siguientes resultados: a) el costo por semana de ocupación es mayor para el inquilino que para el propietario; b) si el mercado de compra-venta de casas es competitivo, las H casas de descanso disponibles serán adquiridas por los H consumidores o familias con los ingresos más altos c) si el mercado de compra-venta de casas es competitivo, aumenta la demanda de semanas de ocupación de casas de campo, con lo que se incrementa su precio de alquiler o renta; y d) a partir de los resultados b y c se tiene que si el mercado de compra-venta de casas de campo es competitivo, se reduce el número de consumidores o familias que pueden ir de vacaciones al campo, lo que significa una pérdida de bienestar social.

III. UNA VALUACIÓN ALTERNATIVA DEL COSTO DE OPORTUNIDAD

Un supuesto crucial para la validación de los resultados previos es incorporar el supuesto de la agencia inmobiliaria, la ocupación de una casa de campo le resulta más costosa al inquilino que al propietario. Sin embargo, este tratamiento del costo de oportunidad no es del todo exacto. Varian (1998)

define el costo de oportunidad como el verdadero costo económico de un bien escaso, ya que representa la renuncia al consumo de otros bienes, es decir, es el valor de la mejor opción rechazada. Varian sostiene que como el ocio es un bien escaso, el ingreso que se deja de percibir al disfrutar de cierto descanso representa el costo de oportunidad del ocio, y que además, en el caso de los bienes raíces, los alquileres perdidos forman parte pero no representan la totalidad del costo de oportunidad de su uso hecho por el propietario. Así, consideramos que el costo de oportunidad del propietario al ocupar su casa de descanso es igual a la renta neta que no cobra más el ingreso que deja de percibir por ir a la casa de campo en lugar de trabajar. Suponemos que el ingreso semanal del propietario es mayor a la comisión que le cobra la agencia inmobiliaria, es decir:

$$mc = r - \sigma r \quad (8)$$

$$y_p > r - \sigma r \quad (8a)$$

donde mc es el monto de la comisión de la agencia inmobiliaria e y_p es el ingreso semanal del propietario. Por consiguiente, el costo de oportunidad de un propietario es dado por:

$$CO_p = \sigma r + y_p \quad (9)$$

donde σr es la renta neta semanal que deja de recibir el propietario al ocupar la casa de campo en lugar de arrendarla.

Para el inquilino el costo por semana sigue siendo r . Un inquilino podría dejar de percibir ingresos si decide vacacionar en una casa de campo en lugar de descansar, pero, podemos asumir que al ser los inquilinos los consumidores de menores ingresos, tienen periodos vacacionales fijos pagados al año o, en todo caso, y_p puede representar el diferencial de ingreso semanal^p entre propietario e inquilino. Nótese, además, que el supuesto de la agencia inmobiliaria del modelo original no se ha eliminado: (9) es una consideración distinta del costo de oportunidad del propietario, lo cual implica nuevas consecuencias para un mercado competitivo de compra-venta de casas de descanso. Ahora bien, considérese que los consumidores nacionales o de menores ingresos poseen inicialmente las casas de descanso, y que se tiene un mercado competitivo de alquileres con muchos posibles inquilinos tomadores de precio, y

que el número de las H casas de campo disponibles es suficientemente grande para que ningún oferente de alquiler pueda influir en el precio. Con estas nuevas consideraciones, enseguida establecemos cinco proposiciones relativas a un mercado competitivo de compra-venta de casas de descanso.

Proposición 1. *El costo por semana de ocupación es mayor para el propietario que para el inquilino.*

Prueba. Por (8a) se tiene que $\sigma r + y_p > r$, y sabemos

que el lado izquierdo de esta desigualdad representa el costo de oportunidad del propietario. Por lo tanto el costo de ocupación es mayor para un propietario que para un inquilino.

En un mercado competitivo de compra-venta de casas y con la nueva valuación del costo de oportunidad del propietario, podemos obtener el precio correspondiente que un consumidor está dispuesto a pagar por una casa de descanso, esto es, a partir de una función de utilidad $U_i = W^\alpha C^{1-\alpha}$,

y las correspondientes restricciones presupuestarias,

para el inquilino, $Y_i = C + rW_i$, y para el

propietario, $Y_p = C + (\sigma r + y_p) W_p$ respectivamente.

En la siguiente proposición obtenemos el precio competitivo del alquiler de una semana de descanso a partir de suponer un mercado competitivo y la forma aquí propuesta de valorar el costo de oportunidad. Este resultado difiere del obtenido cuando en el costo de oportunidad del propietario se considera solamente la pérdida del ingreso por no alquilar su casa.

Proposición 2. *Si el mercado de alquileres de casas campo es competitivo, entonces el valor del alquiler de la unidad de ocupación depende directamente del ingreso del propietario así como del valor que el consumidor está dispuesto a pagar.*

Prueba. La demanda del inquilino en las condiciones de la proposición es:

$$W_i = \alpha \frac{Y_i}{r}, \text{ para } V \frac{r}{\alpha} \leq Y_i \quad (10)$$

La demanda de un propietario es:

$$W_p = \alpha \frac{Y_p}{\sigma r + y_p}, \text{ para } V \frac{\sigma r + y_p}{\alpha} \leq Y_p$$

Así, la utilidad anual (o excedente del consumidor) de un propietario es:

$$EC = \int_1^{\frac{\alpha Y_p}{\sigma r + y_p}} \alpha \frac{Y_p}{W_p} dW_p - r \alpha \frac{Y_i}{r} = \alpha \left[Y_p \ln \left(\frac{\alpha Y_p}{\sigma r + y_p} \right) - Y_i \right] \text{ si } Y_p \leq V \frac{\sigma r + y_p}{\alpha}$$

Por consiguiente, el precio correspondiente que un consumidor está dispuesto a pagar por una casa de campo es:

$$PV(CS) = \frac{\alpha}{1-\alpha} \left[Y_p \ln \left(\frac{\alpha Y_p}{\sigma r + y_p} \right) - Y_i \right] \text{ si } Y_p \leq V \frac{\sigma r + y_p}{\alpha} \quad (11)$$

Así, por (11) se tiene que el precio de las casas de descanso tiene una relación directa con el ingreso del propietario.

Si suponemos que los ingresos de los propietarios son relativamente altos, entonces de acuerdo al resultado anterior, las casas serían alquiladas por consumidores de altos ingresos. Esto es, el precio que un consumidor está dispuesto a pagar por adquirir una casa de campo se incrementa con su ingreso Y_p

y además el precio también se incrementa con α , que significa la satisfacción por descansar o vacacionar en una casa de campo. Por tanto, cada vez que dos consumidores concurren en el mercado de compra-venta de casas de descanso, aquel consumidor con mayor ingreso será el adquirente, ya que está dispuesto a pagar un precio mayor por la casa de campo.

Dado que existe un tiempo límite máximo de V semanas al año de ocupación de la casa, y que ningún consumidor puede poseer más de una casa de descanso, el comercio de casas de descanso finalizará cuando los H consumidores con mayores ingresos posean las H casas de descanso existentes.

Cuando el gobierno establece una restricción a la adquisición de casas de campo, de manera que prohíbe a los consumidores de mayores ingresos adquirirlas, se tiene una rigidez en el mercado de compra-venta de casas de campo que propicia un precio de venta menor al determinado en un mercado competitivo, ya que los consumidores que pueden adquirirlas legalmente (en nuestro ejemplo los consumidores nacionales) tienen una disposición a pagar menor que los consumidores con mayores ingresos. Esto significa que un mercado competitivo no produce una ganancia extraordinaria para el vendedor de una casa de descanso, sino que la prohibición a los extranjeros a adquirir casas de descanso se traduce en una ganancia extraordinaria para el adquirente de menores ingresos ya que termina pagando un precio menor al que pagaría en un mercado competitivo. Entonces, si en el mercado se tienen consumidores con diferentes niveles de ingresos, digamos nacionales y extranjeros, y si el mercado de compra-venta de casas de campo es competitivo, los H consumidores o familias de mayores ingresos poseerán las H casas de campo existentes. La única forma de que los consumidores con menos ingresos posean las casas de campo es con una restricción por parte del gobierno que impida a los consumidores más ricos adquirirlas. La eliminación de barreras en el mercado de alquiler de casas de descanso hace que la oferta de las mismas aumente y el precio de los alquileres disminuya. Esto se mostrará en la siguiente proposición.

Proposición 3. *Si el mercado de compra-venta de casas de descanso es competitivo, aumenta la oferta de alquiler en semanas de ocupación de casas de campo, con lo que su precio de alquiler disminuye.* Prueba. Por la Proposición 1 sabemos que el costo de ocupación de la casa de campo es mayor para el propietario que para el inquilino, así, las funciones de demanda de cada agente, son:

Inquilino:
$$W_i = \alpha \frac{Y_i}{r}, \text{ si } M \frac{r}{\alpha} \leq Y_i \leq V \frac{r}{\alpha} \quad (4)$$

Propietario:
$$(12)$$

$$W_p = \alpha \frac{Y_p}{\sigma r - y_p}, \text{ si } M \frac{\sigma r - y_p}{\alpha} \leq Y_p \leq V \frac{\sigma r - y_p}{\alpha}$$

Nótese que ahora en (12) se ha considerado que el costo por semana de ocupación es igual al alquiler neto que deja de recibir más el ingreso que deja de

recibir por preferir ir a su casa de campo en lugar de trabajar. Como el costo de ocupación es mayor para el propietario que para el inquilino, de (4) y (12) resulta obvio que $W_i > W_p$, lo que implica que durante varias

semanas al año el propietario preferirá trabajar en lugar de descansar en su casa de campo, y como alquila la casa cuando no la ocupa, se tiene un incremento en la oferta de semanas de alquiler de:

$$(V - W_p) H > 0 \quad (13)$$

Esto significa que si la demanda del propietario es menor que V , entonces $(V - W_p) H$ es el máximo

número de semanas de ocupación disponibles en que el propietario ofrece alquilar su casa. Dado que el mercado de alquileres es competitivo, este aumento en la oferta de semanas de alquiler lleva a una disminución en el precio de los alquileres de las casas de campo.

Otra manera de analizar esta caída en el precio de los alquileres es considerando que las casas de campo eran propiedad de por los consumidores nacionales de menores ingresos que las vendieron a los consumidores extranjeros de mayores ingresos en un mercado competitivo. Asumiendo que se tiene una oferta fija de semanas de ocupación igual a VH , periodo en el que las casas pueden ser disfrutadas o por los propietarios o por los inquilinos, siendo Y^i un ingreso suficientemente alto que permita a un consumidor comprar una casa de descanso, y sea Y^p el ingreso bajo de un consumidor que ha vendido su casa de campo, entonces, el cambio de la demanda de semanas vacacionales es:

$$\alpha \frac{1 - \tau_i}{\sigma r - y_p} (Y_p^i - Y_p^p) < 0 \quad (14)$$

Lo cual representa la reducción en la demanda de semanas de ocupación entre el propietario anterior de menor ingreso y el propietario nuevo de mayor ingreso. Esta disminución de la demanda de ocupación por parte del propietario lleva un incremento en la oferta de semanas de alquiler que propicia una disminución en el precio de renta.

Proposición 4. *Si el mercado de compra-venta de casas de campo es competitivo, aumenta el número de consumidores o familias que pueden ir de vacaciones al campo, lo que significa un incremento del bienestar social.*

Prueba. Por los supuestos (7) y (8) se tiene que el libre comercio de casas de campo no cambia el número de propietarios que permanece igual a H , el número de casas de campo disponibles. Esto significa que un cambio en el número de consumidores que desea disfrutar del campo implica un cambio en el número de demandantes en el mercado de alquiler. Antes de que se lleven a cabo las transacciones de compra-venta de casas de campo el precio de renta es r^0 . Así, de la Proposición 3, se tiene que el precio del alquiler o renta ha disminuido en $r^1 < r^0$ y, por la Proposición 2, los H consumidores con mayores ingresos poseen las H casas de campo disponibles. Como los inquilinos deben tener un ingreso igual o mayor a Mr^0/α para poder ocupar la casa de campo por un tiempo mínimo de M semanas, entonces, el número de demandantes en el mercado de alquileres, al que llamaremos número posible de inquilinos, NI , es función decreciente del precio del alquiler r y creciente del nivel de ingreso, $NI(Y)$. Resulta evidente que antes de que inicie el comercio de casas de campo, el número posible de inquilinos es al menos igual a

$$NI\left(M \frac{r^0}{\alpha}\right) - H$$

Cuando la compra-venta de casas de campo ha finalizado, es decir, cuando ya son poseídas por los H consumidores con mayores ingresos, el número posible de inquilinos es

$$NI\left(M \frac{r^1}{\alpha}\right) - H$$

Por lo tanto, se tiene que:

$$M \frac{r^1}{\alpha} < M \frac{r^0}{\alpha} \quad Y_p > NI\left(M \frac{r^0}{\alpha}\right) < NI\left(M \frac{r^1}{\alpha}\right) \quad (15)$$

Esto prueba que el número de rentistas se ha incrementado después de que se ha realizado la comercialización de venta de casas de campo y el precio de renta ha disminuido.

El bienestar social puede ser definido a partir de un consumidor representativo (ver Mas-Colell, Whinston et al 1995), aquí se trata como el consumidor en semanas de descanso, sin hacer distinción entre propietarios e inquilinos. Es decir, una función de bienestar (utilidad) social es la representación de la suma de una colección de utilidades individuales. Así, el aumento en la satisfacción o utilidad de uno o varios consumidores sin disminuir la utilidad de otro conduce a un incremento en el bienestar social que se conoce

como mejora paretiana. Como en nuestro modelo la utilidad de los consumidores aumenta al consumir una mayor cantidad de semanas de descanso, esto implica que el bienestar social aumenta si un mayor número de consumidores pueden consumir más semanas de descanso en casas de campo, sin que disminuya el consumo de este bien por parte de otros. Entonces, de las consideraciones hechas podemos deducir el siguiente enunciado.

Proposición 5. *Si se considera que el costo de oportunidad del propietario por ocupar su casa de campo es igual al valor del alquiler neto que no cobra más el ingreso laboral que deja de percibir, el resultado en términos de bienestar social es superior en el sentido de Pareto que el obtenido cuando el costo de oportunidad sólo se asume como el valor del alquiler neto que se deja de obtener.*

IV. IMPLICACIONES DE POLÍTICA Y CONSIDERACIONES FINALES

No debe olvidarse que a estos resultados se llega a partir de los supuestos considerados en el modelo, en especial que tanto propietario como inquilino comparten una misma función de utilidad y le dan la misma ponderación al consumo de semanas de descanso en casas de campo. La demanda de ocupación, dada por (4) y (5), es una función creciente del gusto de los consumidores por disfrutar de este bien. Otro supuesto sumamente restrictivo del modelo es que los propietarios deciden arrendar su casa de campo cuando no la ocupan. Sin embargo, en la realidad, muchos propietarios prefieren que sus casas permanezcan desocupadas cuando ellos no pueden disfrutarlas.

México es un país con grandes y variadas posibilidades turísticas. Se tienen selvas, bosques, lagos, montañas y playas. De acuerdo a las leyes mexicanas, los extranjeros pueden adquirir casas de descanso en todo el territorio nacional, excepto en las playas y litorales. A partir de los resultados obtenidos en el modelo presentado, se llegan a recomendaciones de política pública distintas, dependiendo del criterio de valuación del costo de oportunidad que se utilice. Cuando se considera que el costo de oportunidad para el propietario es el valor de la renta neta que deja de cobrar más el ingreso que deja de recibir al irse a descansar a su casa de campo en lugar de trabajar, se recomienda que el gobierno elimine las restricciones y prohibiciones legales impuestas a los extranjeros para la adquisición de casas de descanso en las playas y litorales del

país, tal como sucede con la adquisición de casas de descanso en el campo. Esto, además, eliminaría las prácticas de usar *prestanombres* y establecer fideicomisos que actualmente permiten a los extranjeros adquirir propiedades en las playas de México, lo que reduciría los costos de transacción tan elevados que prevalecen en este mercado y que son resultado de las restricciones legales impuestas. Por lo tanto, esta consideración del costo de oportunidad conduce a un resultado estrictamente superior en el sentido de Pareto.

De esta manera, se tiene que para el caso de México, un mercado competitivo de compra-venta de casas de campo, es decir, en el que los extranjeros puedan adquirirlas libremente, aumentaría el bienestar social, con lo que las recomendaciones de política pública serían, en este caso, eliminar las restricciones y prohibiciones legales impuestas a extranjeros para la adquisición de casas de descanso en las playas del país.

Debe considerarse, además, que el papel del gobierno no se limita a proveer un mayor bienestar social a la población, sino que implica también promover la preservación del medio ambiente. Punzo (2003) define la sostenibilidad del turismo a partir de la dimensión ambiental que plantea el problema de *cuántos* y *cuáles* candidatos o turistas posibles se deben admitir. La solución proviene del número y tipo de entrantes (que hemos decidido invitar) y la capacidad de respuesta al consecuente impacto ambiental que produzcan. Esto significa que la construcción indiscriminada de casas de descanso, de hoteles y de instalaciones turísticas, tanto en el campo como en las playas, daña severamente el medio ambiente, lo que lleva a replantear el problema inicial, ya no en términos del logro de un mayor bienestar social, sino de la sostenibilidad del turismo. En este análisis es importante señalar que el modelo presentado no considera el impacto ambiental que tiene la construcción y ocupación de casas de campo y de playa y este tipo de turismo, lo que hace necesaria no la regulación del mercado de compra-venta de casas de descanso, sino la regulación de las visitas a los sitios turísticos y a este tipo de actividades.

En problemas de turismo, el papel del gobierno no se limita solamente a lograr un mayor bienestar social, sino también a preservar el medio ambiente. Se trataría ahora de *formas alternativas de incrementar la sostenibilidad del turismo*. Algunas de ellas serían:

incrementar la cultura ecológica de la población, establecer un impuesto a los propietarios de casas de descanso y de instalaciones turísticas que se invertiría en incrementar la capacidad de respuesta al impacto ambiental producido por el turismo, regular el número de visitantes, etc. Sin embargo, cada recomendación, por sí misma, es un tema complejo que requiere un estudio más detallado. En este sentido, queda una recomendación para trabajos posteriores, que es la incorporación del medio ambiente en la función de utilidad, es decir, considerar que el medio ambiente es un bien que forma parte de la canasta de consumo, y que se deteriora al consumir una cantidad mayor de tiempo de ocupación de casas de descanso.

REFERENCIAS

- Alegre, J., L. Pou. 2004. "Microeconomic determinants of the probability of tourism consumption", *Tourism Economics* 10 (2), 125-144.
- Cohen, E. 1974. "Who is a tourist? A conceptual clarification", *Sociological Review*, vol 22, pp. 527-555.
- Kreps, D. 1990. *A Course in Microeconomic Theory*. Princeton, N. J.: Princeton University Press.
- Lieper, N. 1979. "The Framework of Tourism: towards a definition of tourism, tourist and the tourist industry", *Annals of Tourism Research*, vol. 5, no. 3, pp. 390-407.
- Mas-Colell, A., M. D. Whinston, & J. R. Green 1995. *Microeconomic Theory*. New York: Oxford Press.
- Morley, C. L. 1990. "What is tourism? Definitions, concepts and characteristics", *Journal of Tourism Studies*, vol 1, pp. 3-8.
- Pizam, A., Neumann, Y., and Reichel, A. 1978. "Dimensions of tourist satisfaction with a destination area", *Annals of Tourism Research*, 5 (3), pp. 314-322.
- Punzo, L. 2003. "Sostenibilidad del Turismo y Desarrollo Económico Local: el caso de la región Toscana", *Econômica* 4 (2): 193-222.
- Skak, M. 2004. "Restricting Ownership of Vacation Homes", *Tourism Economics* 10 (4): 435-447.
- Varian, H. R. 1998. *Microeconomía Intermedia*. 4a. Edición en Español. Barcelona: Antoni Bosh.
- Zalatan, A. 2004. "Tourist typology: ex ante approach", *Tourism Economics*, 10 (3), 329-343.