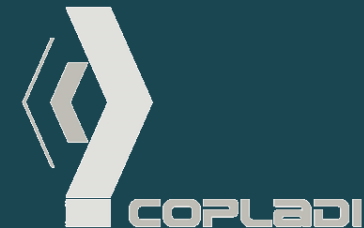


SITUACIÓN ACTUAL DE LA VIVIENDA EN EL ESTADO de CHIHUAHUA



**ESTUDIO DE LA SITUACIÓN ACTUAL
DE LA VIVIENDA**

En el Estado de CHIHUAHUA



ANTECEDENTES

PREGUNTAS ORIGEN

ELEMENTOS DE INVESTIGACIÓN

OBJETIVOS

METODOLOGÍA

MUESTREOS

Durante los últimos años la industria de la vivienda en México ha sido una de las industrias más dinámicas y con mayor crecimiento, reportando beneficios a desarrolladores y beneficiarios de créditos gubernamentales. El gran detonador de esta industria ha sido el acceso al crédito, siendo los mayores beneficiados, quienes califican para viviendas económicas y de bajos ingresos. No obstante, el otorgamiento de vivienda en algunos estados parece haber excedido los montos que la demanda rezagada tenía. Esto se ha percibido como un probable problema en entidades como Tamaulipas, Sonora, Sinaloa, Coahuila y Chihuahua, donde se detectaba un exceso de oferta desde hace 2 ó 3 años, y no fue hasta finales del 2008, que la situación se volvió preocupante.

PORCENTAJE DE VIVIENDAS PROPIAS

100%	
ENTIDAD	
Coahuila	77.9%
Chihuahua	77.5%
Sinaloa	82.9%
Sonora	81.5%
Tamaulipas	74.7%



ANTECEDENTES

PREGUNTAS ORIGEN

ELEMENTOS DE INVESTIGACIÓN

OBJETIVOS

METODOLOGÍA

MUESTREOS

Según datos del Infonavit, al 29 de Noviembre del 2009, se muestra una reducción sustancial de financiamiento en varios estados de la República. La caída en los créditos parece estar directamente vinculada con una demanda de mercado seriamente sobre-explotada. Es necesario añadir temas como devolución de vivienda, abandono de la misma, cartera vencida, mucho mayor que en el pasado, dificultades para densificar a las ciudades en términos de nuevos desarrollos y vivienda vertical, entre otros. La sustentabilidad requiere desarrollar vivienda de una manera integral, que considere no sólo el otorgamiento del crédito y las necesidades de espacio mínimas requeridas por la familia, sino también cambios sociales estructurales, como servicios educativos, salud, seguridad, esparcimiento, recolección de basura, transporte público.



ANTECEDENTES

PREGUNTAS ORIGEN

ELEMENTOS DE INVESTIGACIÓN

OBJETIVOS

METODOLOGÍA

MUESTREOS

De esta manera, no es extraño encontrar desarrollos habitacionales que cuentan con áreas de donación no utilizables, vandalizados por pandillas que los asolan, insuficientes escuelas o inoperantes, no cuentan con transporte, etc.

La realidad de estas viviendas, sino se cuenta con estos servicios a la mano, tienen un impacto importante en la economía familiar, por ejemplo, el tener que trasbordar 1 o 2 camiones diarios al día. Algunos de estos factores, además la pérdida de empleos y la situación económica se asocian para generar cierto nivel de abandono de las viviendas. Estas circunstancias requieren de un ajuste, y establecer escenarios de mayor certidumbre. Por lo que, **¿Cuál es la Situación Actual Real de la Vivienda en cada uno de estos estados?**

AVANCE SEMANAL DE CREDITOS OTORGADOS AL 29 DE NOVIEMBRE DEL 2009

Delegación	META ANUAL 2009	Avance				Promedio		
		Formaliza dos al 29 de nov.	% Avance	Por ejercer (exceso)	Ejer. Sem. del 23 al 29 de Nov. 09	De formalización	Requerido	Por ejercer (exceso)
Coahuila	20,689	18,460	89.23%	2,229	380	401	557	-156
Chihuahua	31,235	21,738	69.60%	9,497	373	473	2,374	-1,901
Sinaloa	15,181	9,990	65.81%	5,191	251	217	1,298	-1,081
Sonora	20,105	16,179	80.47%	3,926	400	352	982	-630
Tamaulipas	30,000	23,670	78.90%	6,330	651	515	1,582	-1,067



ANTECEDENTES

PREGUNTAS ORIGEN

ELEMENTOS DE
INVESTIGACIÓN

OBJETIVOS

METODOLOGÍA

MUESTREOS

¿Qué predios en Reserva del Municipio, Gobierno del Estado o Desarrolladores son susceptibles de detonarse?

¿Para qué Segmento tienen vocación?

¿Cómo puede introducirse la Vivienda de Alta Densidad?

¿Por qué quienes ya compraron, no se están cambiando o bien están abandonando las casas?

¿Los desarrollos que se generaron en los últimos 5 años, generaron una mejor calidad de vida en los compradores?

¿Se equiparon finalmente las áreas de donación?

¿Cuáles deberán ser las estrategias a seguir en el tema de la Vivienda, por las autoridades y todos los actores para los próximos años?



ANTECEDENTES

PREGUNTAS ORIGEN

ELEMENTOS DE INVESTIGACIÓN

OBJETIVOS

METODOLOGÍA

MUESTREOS

Institucional

En este segmento se encuentran instituciones gubernamentales y no gubernamentales como IVI, Infonavit, Conavi, Bancos y Sofoles quienes están interesados en conocer la información que tenga impacto en programas, planes, metas, financiamientos y similares. Algunos de los productos de interés para este segmento son:

- * Demanda potencial por segmento, acceso al crédito y tipo de financiamiento
- * Demandas rezagadas vs. demandas satisfechas
- * Alineación con la oferta
- * Alineación con las reservas territoriales urbanas, vocaciones y accesibilidad
- * Tendencias de demanda
- * Mercados para mejoramiento de vivienda o vivienda nueva
- Migración social

Desarrolladores de Vivienda

Básicamente integrado por constructores y desarrolladores de vivienda en diversos niveles, el interés de este segmento está enfocado en su mayor parte hacia:

- * Demanda potencial por segmento con acceso a crédito
- * Estacionalidad
- * tendencias de demanda
- * Alineación de sus ofertas y reservas territoriales a las demandas
- * Necesidades del mercado para alinear el producto
- * Información estratégica para la velocidad de venta
- Información estratégica para evitar las casas asoleadas

Profesionales de la construcción no Desarrolladores

Básicamente integrado por constructores y desarrolladores de vivienda en diversos niveles, el interés de este segmento está enfocado en su mayor parte hacia:

- * Demanda potencial por segmento con acceso a crédito
- * Estacionalidad
- * tendencias de demanda
- * Alineación de sus ofertas y reservas territoriales a las demandas
- * Necesidades del mercado para alinear el producto
- * Información estratégica para la velocidad de venta
- Información estratégica para evitar las casas asoleadas

Las respuestas a las preguntas anteriores deben ser vistas desde 3 diferentes ópticas:



ANTECEDENTES

PREGUNTAS ORIGEN

ELEMENTOS DE INVESTIGACIÓN

OBJETIVOS

METODOLOGÍA

MUESTREOS

Elementos Básicos de Mercado de la Vivienda

Demanda potencial,
rezagada y a ejercerse.
Substitución de vivienda.
Migración social

Oferta presente, alineada o
no al mercado

Segmentos, demanda por
segmentos y necesidades

Vivienda de alta densidad
(factibilidad de mercado)

Disponibilidad crediticia,
capacidad institucional

Reservas territoriales. Planes
de promotores.
Alineamiento de mercado,
áreas susceptibles de
desarrollarse

Tasa de Ventas / Velocidad,
Vivienda asoleada,
Sobreinventarios en
Segmentos

Vivienda habitada. Vivienda
abandonada

Aspectos culturales

Características de los
productos. Sustentabilidad.
Proyectos integrales de
desarrollo

Calidad de vida real en
desarrollos realizados los
últimos 5 años

ANTECEDENTES

PREGUNTAS ORIGEN

ELEMENTOS DE INVESTIGACIÓN

OBJETIVOS

METODOLOGÍA

MUESTREOS

Elementos Básicos de la Demanda Potencial

Crecimiento Demográfico,
Migración Social y
Formación de Nuevos
Hogares

Propiedad y Condiciones de
la Vivienda (Condiciones
Propias del Sitio y de
Hacinamiento)

Acceso al Crédito

Capacidad de Compra

Requerimientos para el
Cambio de Domicilio

Deseabilidad de la Compra,
Aspiración, Sentido de
Urgencia

Aspectos Culturales

Demanda Rezagada Vs.
Demanda Agotada

Condiciones Reales de los
Fraccionamientos Vendidos
5 años a la fecha

ANTECEDENTES

PREGUNTAS ORIGEN

ELEMENTOS DE
INVESTIGACIÓN

OBJETIVOS

METODOLOGÍA

MUESTREOS

OBJETIVO GENERAL

- Determinar la Situación Actual de la Vivienda en los principales Municipios de cada uno de estos Estados, explicando los factores determinantes que intervienen en la comercialización de los diversos segmentos de Mercado.



ANTECEDENTES

PREGUNTAS ORIGEN

ELEMENTOS DE
INVESTIGACIÓN

OBJETIVOS

METODOLOGÍA

MUESTREOS

OBJETIVO OPERACIONAL

A partir de los resultados de la investigación podrán tomarse decisiones y crearse estrategias por parte de cada uno de los 3 grupos de segmentos (instituciones, desarrolladores y constructores diversos) respecto a:

- Demanda potencial y rezagada a ejercerse por segmento y por año
- Densificación
- Determinación de tamaños y conceptos para cada tipo de mercado
- “Alineación” de la oferta con la demanda
- Capacidad total de absorción de la demanda
- Segmentos meta, análisis de clientes potenciales, sus características y necesidades
- Características de los desarrollos hacia el futuro
- Vivienda abandonada
- Vivienda desocupada
- Vivienda asoleada
- Detección de segmentos no atendidos
- Generación de calidad de vida real para el comprador
- Alineación con aspectos legales, planes urbanos, transportación y aspectos culturales



ANTECEDENTES

PREGUNTAS ORIGEN

ELEMENTOS DE
INVESTIGACIÓN

OBJETIVOS

METODOLOGÍA

MUESTREOS

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Sobre el Mercado Potencial:

- Determinar el tamaño de mercado existente en cada Segmento de Demanda investigado
- Conocer la propiedad de la vivienda que habitan actualmente los integrantes de este Mercado Meta.
- Calcular la Demanda Rezagada no atendida actualmente, la demanda que se ha descremado ya en el mercado y los incrementos de demanda anual en este Segmento.
- Determinar los segmentos saturados, estableciendo la Demanda Natural anual
- Detectar las ubicaciones que cada segmento meta considera más deseables



ANTECEDENTES

PREGUNTAS ORIGEN

ELEMENTOS DE
INVESTIGACIÓN

OBJETIVOS

METODOLOGÍA

MUESTREOS

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Sobre los Compradores reales:

- Establecer si la casa en que vivían era propia, la estaban rentando, prestada, pagándola, etc.
- En caso de renta, detectar el monto de la renta
- En caso de casa propia, establecer los motivos que le hicieron preferir comprar esa casa y salirse de la que habitaban
- Establecer si se transportan en auto, camión, a pie (en caso de automóvil, determinar qué tipo y qué modelos)
- Detectar si las Áreas de Donación se encuentran equipadas y el estado de las mismas



ANTECEDENTES

PREGUNTAS ORIGEN

ELEMENTOS DE
INVESTIGACIÓN

OBJETIVOS

METODOLOGÍA

MUESTREOS

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

En el caso de los Desarrolladores de Vivienda:

- Detectar el porcentaje de desarrolladores que cuentan con reserva territorial, estableciendo cuáles son estas reservas y sus vocaciones
- Establecer la velocidad de venta actual vs la del pasado
- Establecer el porcentaje de cancelaciones por segmento
- Detectar el porcentaje que tiene problemas para cobrar las Viviendas
- Establecer el porcentaje que comúnmente funciona con Socios Capitalistas Independientes
- Determinar el porcentaje de estos últimos que están teniendo dificultades para encontrar inversionistas
- Determinar el Volumen de Obra típica en años anteriores vs el actual



ANTECEDENTES

PREGUNTAS ORIGEN

ELEMENTOS DE INVESTIGACIÓN

OBJETIVOS

METODOLOGÍA

MUESTREOS

Revisión de alcances y de ser necesario, ampliación o reducción de objetivos particulares.

Recopilación de información previa

Creación de modelos de la investigación

Muestreo y levantamiento de datos

Diseño y corrección de instrumentos

Entrenamiento de encuestadores

Calidad y Verificación de la información

Captura y Procesamiento

Estadística Descriptiva

Estadística Analítica

Análisis de la Información

Conclusiones

Directrices Estratégicas

A) Investigación Cuantitativa para cada uno de los grupos

B) Recorridos en Sitio para establecer las condiciones de la oferta

C) Investigación Documental y de fuentes institucionales como Infonavit, Fovissste, Ivi, bancos, sofoles, Municipios, Viva/Sedesol-IVI y similares.



ANTECEDENTES

PREGUNTAS ORIGEN

ELEMENTOS DE
INVESTIGACIÓN

OBJETIVOS

METODOLOGÍA

MUESTREOS

La Investigación Documental incluye:

- 1.- Diagnóstico derivado de los Planes de Desarrollo Urbano.
- 2.- Diagnóstico de Reservas Territoriales de Gobierno del Estado, del Municipio y de Desarrolladores.
- 3.- Accesibilidad actual de las Reservas por Vialidad y Líneas de Transporte Urbano.
- 4.- Accesibilidad potencial de las Reservas de acuerdo a los Planes Sectoriales de Vialidad, así como a obras de vialidad programadas y en proceso.
- 5.-Vocación de uso de las Reservas y Áreas de Crecimiento.



ANTECEDENTES

PREGUNTAS ORIGEN

ELEMENTOS DE INVESTIGACIÓN

OBJETIVOS

METODOLOGÍA

MUESTREOS

Las muestras se determinan al 95% de confianza con un 2.5% de variabilidad de los datos. Las encuestas serán personalizadas y de preferencia presenciales. La muestra se pondera por niveles socioeconómicos y zonas geográficas, en un levantamiento por selección de AGEBs (Área Geoestadística Básica), manzanas y casas al azar.

Se consideran los siguientes segmentos para el levantamiento de campo:

- 1.- Mercado Potencial
- 2.- Créditos Cancelados
- 3.- Clientes que compraron en los últimos años de acuerdo a lo que se determine
- 4.- Desarrolladores

MUESTRA POR SEGMENTO

Segmento	Chihuahua	Juárez	Otros Municipios	Total
Mercado potencial	700	700	1400	2800
Compradores de vivienda que cancelaron la operación	200	200	700	1100
Compradores de vivienda en desarrollos de 5 o menos años de antigüedad	400	400	700	3900
Desarrolladores	70			
Encuestas totales	1300	1300	2800	5400



SITUACIÓN ACTUAL DE LA VIVIENDA EN EL ESTADO DE CHIHUAHUA

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

La ciudad de Chihuahua podrá sostener ritmos de cerca de 10,000 viviendas por año entre todos los sistemas y segmentos. Durante 2 o 3 años, empezará a bajar el nivel de demanda anual a niveles de 6 mil a 4500 viviendas por año en los próximos 5 años.

En el caso de Cd. Juárez, la caída de la demanda corresponde a la coyuntura. Existe emigración, desempleo, inseguridad y crisis económica. La Industria maquiladora tiene varios años que no incrementa sustancialmente su planta productiva. La demanda anual difícilmente subirá de 11,000 viviendas por año. Si la situación continua, esta cifra podrá descender.

Las ciudades medias del Estado tienen demandas de cerca de 1000 viviendas por año, en Delicias, Cuauhtémoc y Parral. Es decir, son plazas que perfectamente toleran la operación de 2 ó 3 Desarrolladores de Vivienda, pero requieren de un trabajo mucho más intenso pues no existe una dinámica creada.

La excepción a esto es la Zona de Nuevo Casas Grandes en donde aun existiendo la demanda, ésta resulta muy pequeña para operaciones consistentes anuales y el desempleo muestra tendencias crecientes. Nuevo Casas Grandes es también una de las plazas fuertemente golpeadas por la crisis de inseguridad y que muestran alta tendencia migratoria.

El 3% de las viviendas en el Estado, por lo menos, se encuentra en condiciones de reposición, ya sea porque los muros y materiales no son estructuralmente seguros o porque se encuentran en zonas de riesgo.

CONCLUSIONES

El 20% de las Viviendas, requiere de mejoras básicas en cuanto a techos, reforzamientos y similares.

Las familias que viven en zonas de riesgo, que carecen de tenencia legal de la vivienda, que tienen viviendas estructuralmente con problemas, no necesariamente están dispuestas e interesadas al cambio de casa, solo el 50% si lo esta.

Aún persiste la idea de construir al gusto para $\frac{1}{4}$ parte de los interesados en adquirir una vivienda nueva. Esto se da en todos los niveles económicos, aunque por motivos diferentes.

La adquisición de una segunda vivienda a nivel de inversión, alcanza niveles superiores al 20% entre los interesados en la compra, quienes ven una ventaja importante en términos patrimoniales o en términos de inversión, al ejercer un crédito.

Casi el 11% de los compradores adquieren las viviendas para rentarlas. Sin embargo, en 6 de cada 10 casos, esto no se logra, quedándose las viviendas abandonadas.

El mercado depende casi en su totalidad de INFONAVIT. Los clientes de economía independiente que se interesan en adquirir Vivienda, por lo general deciden no hacerlo, dadas las dificultades del acceso al crédito. Si se lograra generar un esquema al respecto, la demanda potencial crecería prácticamente al doble.

CONCLUSIONES

De esta manera los compradores que realmente se encuentran engrosando el mercado “activo” son justamente los que se saben con derecho a un crédito, especialmente el INFONAVIT, si bien el usuario de FOVISSSTE ya empieza a estar un poco más dinámico.

El segmento de Vivienda Económica y Social se encuentra en su nivel de comercialización anual empatado con la oferta, el Mercado de Vivienda Tradicional y Media se encuentra sobre ofertado en cerca de 2.5 veces el requerimiento anual, especialmente los segmentos de Vivienda Media Residencial.

Los compradores de vivienda están cambiando y tienen prioridades específicas sobre todo con respecto a la seguridad, mientras que los desarrolladores de vivienda no están generando nuevos esquemas al respecto.

La percepción de inseguridad hace que el comprador de vivienda rechace ubicaciones específicas fuera de la mancha urbana, aunado a la lejanía. Sin embargo, la necesidad de la vivienda y el hecho de que se adquiere con fines patrimoniales y para solucionar un problema de no poseer vivienda propia, hacen que mayoritariamente el mercado acepte ubicaciones que no les son convenientes.

El mercado requiere como mínimo de 2 recámaras para habitar. Los clientes llegan a comprar viviendas unifamiliares de una recámara, porque les es importante el tener un terreno propio que delimite su espacio, su propiedad y su intimidad y también porque sueñan con ampliaciones. Sin embargo en Vivienda Económica y TBI, después de 5 años, menos del 5% logran añadir algún espacio.

CONCLUSIONES

La vivienda de Alta Densidad, culturalmente poco aceptada, mejora ligeramente su aceptación cuando compite contra vivienda unifamiliar de una recámara. Mejora esta aceptación cuando se propone con una recámara adicional y con ubicaciones céntricas, y con Equipamiento Comercial, Hospitalario y de Servicios. El potencial para Cd. Juárez y Chihuahua marca la necesidad de ir aumentando la oferta paulatinamente.

Aún en el caso de la demanda activa, el cliente potencial tiene trabas importantes para la adquisición, en la mayor parte de los casos por la crisis económica, la pérdida de empleo o el temor de perderlo. Estos dos últimos temas muy acentuados en Cd. Juárez.

Más de 1.5 de cada 10 nuevas familias, adquirieron vivienda en los últimos 5 años. En 3/4 partes de los casos, esta vivienda se adquirió para habitarla.

De las más de 140 mil operaciones de vivienda en los últimos años, el 16% de los casos, están desocupadas o abandonadas. En Cd. Juárez, cerca de 4 de cada 10 compradores, están abandonando las viviendas.

Los motivos de abandono tienen que ver con la percepción de que si la dejan, dejaran de pagar la hipoteca, si bien existe un porcentaje alto que esta asociado a la percepción de baja calidad de las viviendas.

Para 7 de cada 10 compradores, la adquisición realizada significó la diferencia entre tener o no una casa propia. Sin embargo, para el resto del mercado significa el ejercicio de un crédito, una oportunidad para invertir o para rentar.

CONCLUSIONES

Las viviendas adquiridas no incrementaron los espacios en la percepción de las personas que las habitaban, aunque si mejoraron su entorno. Las familias estaban rentando una vivienda con espacios mayores a los ofertados, pero la propiedad de la vivienda, las posibilidades de ampliar y las percepciones asociadas con estética y seguridad, fueron decisivas, así como el deseo de hacer uso de un crédito al cual se tiene derecho.

Mejoraron, sin duda, los entornos en cuanto a parques y jardines, si bien no en cuanto a equipamiento básico de comercio y servicios, especialmente aquellos servicios de emergencia, de salud y transporte.

Las áreas de donación pocas veces son mantenidas por los vecinos, y caen en el abandono una vez concluida la comercialización.

La lejanía de la ubicación de los nuevos desarrollos propicia la calidad de vida de las familias que disminuye destacando el tiempo de transporte y el acceso al mismo de manera continua durante el día y la noche, especialmente, en situaciones de emergencia. A ello hay que añadir la aglomeración de vehículos que no caben al frente de la vivienda.

El acceso a escuelas es un tema de disminución de la calidad de vida, ya que en algunas zonas no se tiene acceso a escuela cercana en la nueva vivienda, de manera que las familias que normalmente llevan a sus hijos a pie a la escuela (3 de cada 10 en vivienda social) se ven forzados a transportarse y pasar buena parte de su tiempo en el camión.

CONCLUSIONES

Robos a casa habitación, caos vial, vandalismo y pandillerismo, son algunos de los principales problemas vividos por parte de los compradores en su nueva casa.

El mercado se encuentra sobreofertado, en particular en los segmentos Tradicional, de Vivienda Media y Residencial. Los inventarios que tienen los desarrolladores implican más de un año-venta para cada uno de estos segmentos, y en el caso de Cd. Juárez bastante más tiempo.

Por su parte, el mercado de Vivienda Económica, es el de mayor demanda rezagada, pero es también el que enfrenta verdaderas dificultades al vivir lejos de los centros urbanos, ya que pierde mucha liquidez por el costo de transportación, el predial, los gastos de instalación y es el que está generando mas cancelaciones.

Los desarrolladores logran alinearse con bastante precisión a los segmentos de Vivienda Media, pero los mismos presupuestos y la normatividad, impiden que la alineación se de cabalmente en los segmentos de Vivienda Tradicional y Económica.

Los desarrolladores saturaron los segmentos de Vivienda Media y Tradicional a través de concentrar sus acciones en ellos. La Vivienda Media potencial tiene 2 características. La 1ª. Es una adquisición. Para mejorar su nivel de vida o como inversión la segunda es un mercado que busca construir a su gusto, para lo cual adquiere un terreno y años después se construye una casa, segmento que no tiene prisa alguna.

Los Planes de Desarrollo urbano de las seis principales ciudades del estado determinan para cada una de ellas, áreas de crecimiento en torno al área urbana, en cantidades que sobrepasan las requeridas para su crecimiento en el largo plazo.

Cada una de las seis principales ciudades en el estado presentan características diferentes en sus zonas de crecimiento y áreas de reserva tanto de Gobierno del Estado como de Desarrolladores. Sin embargo a la fecha aparecen como suficientes para albergar vivienda por los próximos 25 años.

Los datos de cierre de crédito del INFONAVIT del 2009, a diferencia de otros años, se quedó al 78% del total de la meta para el Estado. El mercado no se quedó corto en los Cofinanciamientos, sino en los segmentos de menores ingresos, particularmente en el de menos de 4 vsm, donde se dejaron de colocar más de 6000 créditos.

El INFONAVIT, en su cierre a Diciembre del 2009, informó que se comercializaron 6832 viviendas usadas, destacando los municipios de Juárez y Chihuahua.

El programa “Esta es tu Casa” de CONAVI muestra cierres al 2009 de 299 créditos otorgados en el Estado, la mayor parte de ellos en conjunto con INFONAVIT.

Para el INFONAVIT en el 2010 será posible cumplir sus metas en Chihuahua., Aunque en Cd. Juárez por las condiciones prevaletientes actualmente, esto no será una realidad si no hasta 2012.

Las metas de INFONAVIT para este 2010 en el Estado crecieron a más de 33 mil créditos disponibles, con especial énfasis en el segmento de 4VSM o menos. Por otro lado FOVISSSTE vino a representar un alivio, importante para muchos desarrolladores, especialmente aquellos en el segmento de vivienda media. Pues implicó la comercialización de 1873 viviendas en 2009.

La industria de la construcción creció a tasas muy elevadas del 2001 al 2007, en el año 2008 se estabilizó, mientras que en el 2009 decreció, La carga de la mezcla en el mercado sigue estando, impulsada por los créditos disponibles, en las viviendas de bajos ingresos.

La vivienda media, sigue marcando dos tendencias muy importantes: decremento en el ritmo de ventas y sobre inventario. El tren de vivienda, en este sentido, se ha detenido de manera importante, ya que la vivienda no se comercializó con la misma velocidad histórica, obligando a los desarrolladores locales a dar prioridad a sus inventarios o “viviendas asoleadas”.

CONCLUSIONES

En censos realizados en Cd. Juárez para localizar contratistas, constructores y desarrolladores, queda claro que cerca del 50% de ellos han desaparecido. Sin embargo, a diferencia de lo que sucede a nivel nacional con una caída en la oferta del 38%, en el Estado de Chihuahua se mantiene un inventario muy importante por parte de los desarrolladores.

La oferta de vivienda localizada muestra que las viviendas disponibles para el cierre del 2009 sumaban ya la posible demanda de todo el 2010 en cuanto al segmento de menores ingresos, mientras que los segmentos de Tradicional o más, supera con mucho la disponibilidad de créditos de INFONAVIT Y FOVISSSTE.

Es claro que las instituciones crediticias darán un impulso importante a la disponibilidad de crédito y a la aplicación de los créditos disponibles. El crecimiento del INFONAVIT para el Estado de Chihuahua será del 6.5% que es el porcentaje de crecimiento a nivel nacional. Las sofoles tendrán un crecimiento, cercano al 5% y la banca comercial crecerá de manera importante en cerca del 15%.

El Estado de Chihuahua, se verá beneficiado por la disponibilidad de créditos y por el crecimiento nacional de la economía. El caso de Cd. Juárez, en donde el daño económico, la inseguridad y la migración, han sido de tal magnitud, que no se prevé que se logre una recuperación hasta el 2011.

La Ciudad de Chihuahua si se recuperará parcialmente de la crisis y la coyuntura que esta viviendo, si bien no se espera que esto se dé bruscamente, sino hasta los últimos trimestres de este año 2010.



ESTUDIO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA VIVIENDA

En el Estado de CHIHUAHUA

