



***La operación y funcionamiento
de los centros de convenciones en
México y la estimación de su
significación económica***

RESUMEN EJECUTIVO

Resumen Ejecutivo

RELEVANCIA ECONÓMICA

- Los recintos feriales en México generan ventas por 6.2 mil millones de dólares.
 - Las ventas y consumos directos corresponden a 3.4 mil millones de dólares
 - De manera indirecta se generan otros 2.7 mil millones de dólares.
 - Las reuniones en su totalidad generan 32.5 mil millones de dólares (18.1 de manera directa y 14.3 indirecta)¹
- La contribución de los recintos encuestados en el estudio al Producto Interno Bruto asciende a 2.3 mil millones de dólares (20% del total de las reuniones en México) que corresponde al 0.27% del PIB nacional. De manera indirecta se contribuye con otros 2.5 mil millones de dólares, aunque la contribución al PIB debe únicamente considerar los efectos directos.
 - Las reuniones en México², contribuyen a 12 mil millones de dólares al PIB que representa el 1.43% del total de la economía. De manera indirecta se contribuye con otros 13 mil millones de dólares³.
 - Del total de reuniones que se realizan en México el 13% son llevadas al cabo en recintos feriales, pero estos aportan el 20% del total del valor de las reuniones en el país⁴.
- El empleo generado a raíz de la actividad de los recintos feriales en México corresponde a 151,100 empleos, de los cuales 85 mil son directos y 66 mil indirectos.
 - Las reuniones en México generan 783,700 empleos totales⁵.
- Los ingresos por trabajo generado en los recintos feriales equivale a 901 mil millones de dólares, de los cuales 524 mil millones son por empleo directo y el resto por indirecto.

CIFRAS GENERALES

- El 31% de los recintos encuestados son administrados por una empresa privada, el 10% son administrados por una autoridad del centro de convenciones quasi-pública y cerca del 41% son administrados directamente por una entidad gubernamental.
 - Los recintos grandes (mayores de 20 mil metros cuadrados) el 50% es administrado por empresas privadas y el 25% por gobierno.
 - Los recintos medianos (entre 9 y 20 mil metros cuadrados) son administrados en un 43% por empresas privadas y otro 43% por gobiernos.
 - Los recintos chicos (menores a 9 mil metros cuadrados) 22% por empresa privadas, 11% públicas privadas y 44% por gobiernos.
- En promedio, los recintos grandes contratan 169 personas de tiempo completo, 18 en ventas y 170 que equivalen a tiempo completo. Los recintos mediados, 49 de tiempo completo, 5 en ventas y 58 equivalentes a tiempo completo. Los menores 34, 4 y 36.
 - Los recintos en destinos de más de 10 mil cuartos, contratan a 127 de tiempo completo y 11 para ventas, mientras que los recintos en destinos con menos de 10 mil cuartos, 42 y 5.
- La ocupación promedio de los recintos medianos y grandes es del 27.9% (considerando que la máxima ocupación a la que se podría aspirar es del 70%) mientras que para recintos chicos es del 26.1%.

¹ CESTUR 2011, “La relevancia económica de las reuniones en México”, Secretaría de Turismo, México.

² Ídem

³ Ídem

⁴ Ídem

⁵ Ídem

- Para recintos en destinos grandes, la ocupación es del 35% mientras que en destinos chicos es del 22.8%.
- En promedio, los recintos grandes albergaron 40 convenciones o exposiciones comerciales y 12 exposiciones al consumidor, totalizando 52. Los recintos medianos 30 eventos (14 convenciones o exposiciones comerciales y 16 al consumidor) y los chicos 19 convenciones y 12 exposiciones al consumidor.
 - En destinos grandes, los recintos recibieron 38 eventos en promedio y en destinos chicos 31.
- En cuanto a asistencia, los recintos grandes promediaron 2.3 millones de asistentes a sus eventos (571 mil en convenciones y exposiciones comerciales y 1.7 millones en exposiciones al consumidor). Los recintos medianos 523 mil (407 mil en exposiciones al consumidor y 115 mil en convenciones o expos comerciales) y los recintos chicos 113 mil (88 en exposiciones al consumidor y 24 mil en convenciones).
 - Los recintos en destinos grandes promediaron 789 mil asistentes y en destinos chicos 577 mil.
- En promedio por evento, asistieron 14.3 mil y 71.4 mil a convenciones y exposiciones al consumidor respectivamente en recintos grandes, mientras que 4.9 y 13.7 mil en recintos medianos y 1.4 y 4.4 en recintos chicos.
 - Para destinos grandes, la participación promedio en convenciones fue 7.5 mil y 13.2 mil para exposiciones al consumidor, mientras que para recintos en destinos chicos, el promedio 4 y 21.4 mil
- En promedio la renta por metro cuadrado por día fue de 24 pesos (1.9 dólares) en convenciones o exposiciones comerciales y de 20 pesos (1.6 dólares) para exposiciones al consumidor.
- El 75% de los recintos grandes provee el servicio de alimentos y bebidas el propio recinto, mientras que el resto es por medio de proveedores múltiples. Para recintos medianos, el 67% es provisto por el propio recinto, 17% por un proveedor exclusivo y el resto por proveedores múltiples. Para recintos chicos, el 24% por proveedores exclusivos, el 41% por proveedores múltiples y el resto por el propio recinto.
 - En destinos grandes, el 100% de los recintos proveen el servicio de alimentos y bebidas mientras que en recintos chicos el 41% por proveedores múltiples, el 23% por un proveedor único y el resto por el recinto.

Directorio

SECRETARÍA DE TURISMO

Claudia Ruiz Massieu Salinas

Secretaria de Turismo

José Salvador Sánchez Estrada

Subsecretario de Planeación Turística

Carlos Manuel Joaquín González

Subsecretario de Operación Turística

Francisco Maass Peña

Subsecretario de Innovación y Calidad

CENTRO DE ESTUDIOS SUPERIORES EN TURISMO

Arik Staropolsky Furszyfer

Director General

Marina Canseco Álvarez

Directora de Investigación

Liliana García Huerta

Directora de Servicios de Extensión

Víctor Roberto Chalé Góngora

Director de Gestión del Conocimiento

Lorelei Ramírez Reyes Brito

Subdirectora de Investigación

Érika Carmona Arroyo

Subdirectora de Servicios de Extensión

Vanessa Cardoso Piña

Subdirectora de Difusión y del CEDOC

ASOCIACIÓN MEXICANA DE RECINTOS FERIALES

Maricarmen Basurto García Rojas

Presidente

Alejandro Gutiérrez de Velasco Mendoza

Secretario

Javier Gamez Bautista

Tesorero

José Antonio Rodríguez Concha

Director Ejecutivo

ÁREAS USUARIAS:

DIRECCIÓN GENERAL DE DESARROLLO DE PRODUCTOS

Juan José Martín Pacheco

Director General

Georgina Viveros Ocampo

Directora de Desarrollo de Turismo de Negocios

Joaquín Armenta Gómez

Subdirector de Turismo de Negocios

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO

Eduardo Chaillot Ortiz

Director Ejecutivo de Turismo de Reuniones

Eleonora García Ferrel

Directora de Vinculación de Turismo y Reuniones

David Hidalgo Ayala

Gerente de Postulación

La reproducción parcial o total de la información contenida en este documento es permitida siempre que se cite al CESTUR y la fuente correspondiente. Este estudio puede ser consultado en:

<http://cestur.sectur.gob.mx>

Centro de Estudios Superiores en Turismo. 2011

Schiller 138-7, Col. Chapultepec Morales 11587 México D.F. 3002 6300 ext. 1900

<http://cestur.sectur.gob.mx> | cestur@sectur.gob.mx | Twitter: @cestur_sectur