



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

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 Chaillo 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 a la SECTUR, al CESTUR, al CPTM y AMEREF y a la fuente correspondiente.

Este estudio puede ser consultado en:

www.cestur.sectur.gob.mx

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 cuasi-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 medianos, 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%.
 - Para recintos en destinos grandes, la ocupación es del 35% mientras que en destinos chicos es del 22.8%.

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

² Ídem

³ Ídem

⁴ Ídem

⁵ Ídem

- 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.

Índice

<i>Resumen ejecutivo</i>	3
<i>Índice</i>	5
<i>Introducción</i>	6
<i>Tendencias de Centros de Convenciones</i>	7
<i>Administración de Centros de Convenciones</i>	8
<i>Personal en el Centro de Convenciones</i>	9
<i>Tasas de Ocupación</i>	9
<i>Eventos y Asistencia</i>	11
<i>Tarifas de renta</i>	14
<i>Alimentos y Bebidas</i>	14
<i>Impacto económico</i>	16
<i>Relevancia económica total de los principales Centros de Convenciones</i>	17
<i>Efectos directos</i>	18
<i>Efectos totales</i>	18
<i>Lista de participantes</i>	20

Introducción

En el año 2011 y derivado del estudio sobre la “Relevancia Económica de las Reuniones en México” emprendido por la Secretaría de Turismo a través del Centro de Estudios Superiores en Turismo, se pudo contar con cifras actualizadas y poder dimensionar el impacto económico de las reuniones en nuestro país. Si bien los resultados fueron muy alentadores y permitió, con base a definiciones adoptadas por la propia Organización Mundial del Turismo (OMT) y con metodologías previamente utilizadas en otros países (hasta ese momento Canadá y Estados Unidos), fue evidente que para poder seguir analizando a esta industria habría que continuar generando información que permitiera a los tomadores de decisiones contar con mayores elementos y conocimiento de lo que está sucediendo en la industria.

Derivado de lo anterior, y con la intención de seguir analizando lo que sucedía hacia dentro de las reuniones en México, y dado el interés y apoyo de la Asociación Mexicana de Recintos FERIALES A.C. (AMEREF), tanto la Dirección General de Desarrollo de Productos y el Centro de Estudios Superiores en Turismo (CESTUR), iniciaron las gestiones para contar con un documento que permitiera, por un lado, medir el funcionamiento y operación de los recintos feriales en México, así como conocer cuál es la contribución de estos a la economía del país en cuanto a aportación al PIB y generación de empleos.

Sin duda los resultados son halagadores para este segmento de la industria de reuniones en el país y denotan la gran aportación a la economía nacional. Por otro lado, para los recintos feriales este documento se convierte en una herramienta para compararse con recintos de similares dimensiones y poder detectar áreas de oportunidad y de mejora.

El documento está dividido en dos grandes secciones. En la primera se abordan características sobre el funcionamiento y operación de los recintos feriales en México y se presentan resultados sobre la administración de los recintos, el personal ocupado, las tasas de ocupación, tarifas de renta y modelos de alimentos y bebidas. En la segunda sección, se incluyen los elementos que permiten conocer la relevancia económica de los recintos feriales en el país, como son la producción, la aportación al PIB, ingresos por salarios y la generación de empleos, tanto directos como indirectos.

Este es uno más de los proyectos de investigación que ahora se tienen en el país para seguir conociendo lo que sucede dentro de la industria de las reuniones. Sin duda habrá que seguir midiendo y monitoreando la actividad y continuar con la generación de información para mejorar el proceso de toma de decisiones y de planeación.

Tendencias en Centros de Convenciones

Este documento proporciona elementos de referencia sobre el desempeño y las características de los centros de convenciones en México, así como sobre la relevancia económica de las reuniones llevadas a cabo en dichos recintos. La sección referente a tendencias de los centros de convenciones destaca las principales tendencias en el año fiscal más reciente, incluyendo el número de eventos y asistencia a los espacios de exhibición y al centro en su conjunto por tipo de evento, ocupación del área de exposición y otras métricas generadas con base en una encuesta electrónica aplicada en el otoño de 2012.

Cabe señalar que el año fiscal tuvo variaciones entre los recintos, ya que algunos reportaron datos que cubrieron parte de 2011 y 2012. Todos los datos en este reporte se presentan en pesos mexicanos y metros cuadrados. Adicionalmente, los casos atípicos fueron eliminados de los cálculos, conforme a la práctica estadística.

El reporte presenta resultados en términos tanto de las dimensiones del área de exposición como del tamaño del destino. La caracterización de las áreas de exhibición incluye las siguientes categorías:

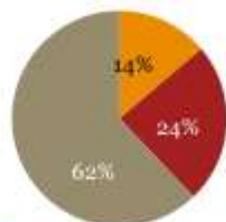
- **Más de 20,000 metros cuadrados** de espacio de exposición (“recintos grandes”);
- **De 9,000 a 19,999 metros cuadrados** de área de exposición (“recintos medianos”)
- **Menores a 9,000 metros cuadrados de área de exposición** (“recintos pequeños”)

Nuestra caracterización de destinos incluye dos categorías, con base en el número de habitaciones hoteleras existentes, como se muestra a continuación:

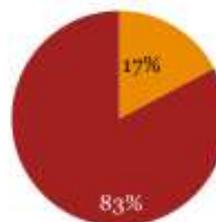
- **Más de 10,000 cuartos:** Recintos ubicados en zonas metropolitanas con más de 10,000 habitaciones de hotel.
- **Menos de 10,000 cuartos.** Recintos ubicados en poblaciones con menos de 10,000 habitaciones hoteleras.

El reporte incluye respuestas de 29 centros de convenciones participantes ubicados en México. La siguiente tabla muestra la distribución de los centros de convenciones considerados, en función de las dimensiones de sus áreas de exposición y del tamaño de los destinos.

Distribución de los participantes en la encuesta sobre Centros de Convenciones.



■ Más de 20,000 m2.
 ■ 9,000-19,999 m2
 ■ Menos de 9,000 m2



■ Más de 10,000 cuartos
 ■ Menos de 10,000 cuartos

Por tamaño del recinto

Por tamaño del destino

Como se puede observar en el gráfico, los recintos con menos de 9,000 metros cuadrados de espacio de exposición corresponden al segmento más amplio (con 62%), mientras los recintos con más de 20,000 metros cuadrados corresponden al 14% de los participantes. En términos del tamaño del destino, más del 80% de los recintos participantes están ubicados en poblaciones con menos de 10,000 cuartos de hotel.

Administración de Centros de Convenciones

A continuación se presenta el desglose de las respuestas en función del tipo de administración del recinto.

Tipo de administración

	Empresa privada	Entidad Cuasi-pública	Gobierno	Otra
Tamaño del recinto:				
Más de 20,000 m2	50%	25%	25%	0%
9,000 a 19,999 m2	43%	0%	43%	14%
Menos de 9,000 m2	22%	11%	44%	22%
Tamaño del destino:				
Más de 10,000 cuartos	80%	0%	20%	0%
Menos de 10,000 cuartos	21%	13%	46%	21%

En general, aproximadamente el 31% de los recintos encuestados son administrados por una empresa privada, alrededor del 10% son administrados por una autoridad del centro de convenciones cuasi-pública y cerca del 41 por ciento son administrados directamente por una entidad gubernamental. La categoría de "Otros" correspondió al 17% de los recintos. Los recintos dentro de la clasificación "Otros" consideraron que la figura de su organización no correspondía a ninguna de las definiciones correspondientes a empresa privada, autoridad con participación gubernamental ya sea parcial o total.

Personal en el Centro de Convenciones

La siguiente tabla muestra el número promedio de personal permanente total, personal de ventas permanentes y contrataciones equivalentes a tiempo completo.

Personal (Promedio, por recinto)

	Total tiempo completo	Personal Ventas tiempo completo	Equivalente a tiempo completo
Tamaño del recinto:			
Más de 20,000 m2	169	18	170
9,000 a 19,999 m2	49	5	58
Menos de 9,000 m2	34	4	36
Tamaño del destino:			
Más de 10,000 cuartos	127	11	127
Menos de 10,000 cuartos	42	5	47

Para el conjunto de los recintos grandes, medianos y pequeños, aproximadamente el 11% del total de personal de tiempo completo corresponde al equipo de ventas del centro.

Tasas de ocupación

Se utiliza como métrica de la demanda del sitio la relación días/metro cuadrado de ocupación (DMCO u OSMD por sus siglas en inglés). La métrica DMCO sirve como una base para el cálculo de la tasa de ocupación del área de exposiciones, la cual describe la cantidad del espacio ocupada o rentada durante el año como porcentaje del total de espacio disponible para su renta.

Es prácticamente imposible para un centro de convenciones el lograr una tasa de ocupación anual del 100% de su espacio disponible para renta en convenciones, exposiciones comerciales y al consumidor. Las principales exposiciones comerciales, convenciones y eventos dirigidos al consumidor requieren “bloques” de varios días para permitir las tareas de montaje y desmontaje, además de la exhibición en sí misma. Como resultado, la programación deja con frecuencia pequeños períodos que no pueden ser ocupados por eventos que ocupan el centro por varios días. Se ha reconocido históricamente a nivel de la industria que la ocupación “práctica” máxima de las áreas de exposición es de un 70%. Sin embargo, consideramos que un rango “eficiente” se encuentra entre 50 y 60%. En general los niveles de ocupación menores al 50% sugieren la existencia de oportunidades de comercialización o fechas abiertas, mientras una ocupación superior al 60% incrementa la posibilidad de oportunidades de negocio no aprovechables o rechazos

La ocupación de áreas entre los participantes con áreas dedicadas a la exposición se presenta en la tabla de abajo. Adicionalmente a la ocupación por convenciones, exposiciones comerciales y a consumidor, preguntamos a los recintos reportar el uso para “Otros” eventos, tales como actividades deportivas, de entretenimiento, graduaciones y otros eventos no clasificados como convención, exposición comercial o exposición al consumidor.

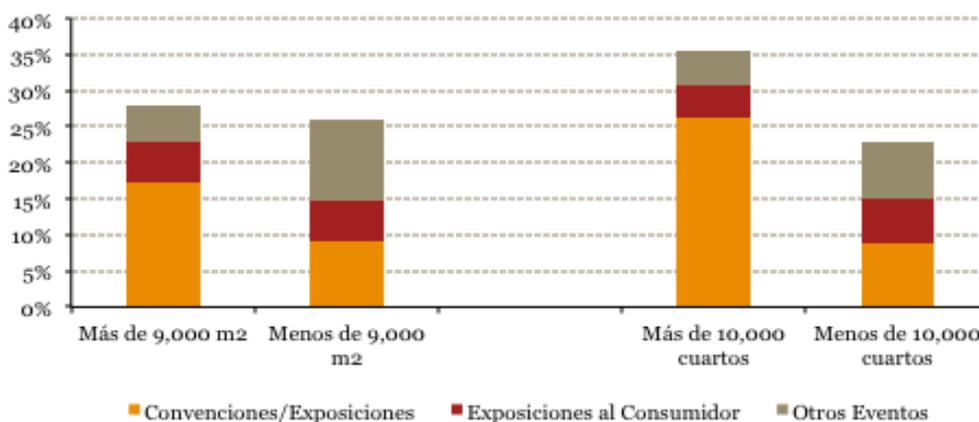
Para las tendencias en ocupación de áreas de exposición, el tamaño del recinto se presenta en dos categorías para recintos con más de 9,000 metros cuadrados de espacio de exhibición y para recintos con menos de 9,000 metros, en lugar de las tres categorías anteriores, debido a las limitaciones en el número de cuestionarios respondidos.

Ocupación del área de exposición (Promedio por recinto)

	Convención/ Exposición Comercial	Exposición a Consumidor	Otro	Total
Tamaño del recinto:				
Más de 9,000 m2	17.4%	5.6%	5.0%	27.9%
Menos de 9,000 m2	9.2%	5.7%	11.2%	26.1%
Tamaño del destino:				
Más de 10,000 cuartos	26.2%	4.6%	4.8%	35.5%
Menos de 10,000 cuartos	8.9%	6.2%	7.6%	22.8%

Nota: La ocupación se calcula como la razón de día/metro cuadrado ocupado (DMCO) por días/metros cuadrados disponibles (DMCD). Estos dos términos se refieren al espacio bruto de los metros cuadrados ocupados o rentados durante el año como porcentaje de la cantidad total de espacio disponible para renta. El DMCO se calcula como el producto del total de área de exposición utilizada por evento y el número de días/evento (incluyendo montaje y desmontaje). El DMCD se calcula como el producto del espacio de exposición total por 365 días.

Ocupación del área de exposición



Como se ilustra, los recintos con más de 9,000 metros cuadrados de área de exposición experimentaron la ocupación más elevada por convenciones y exposiciones comerciales (17.5%). Los recintos con menos de 9,000 metros cuadrados generaron 9.2% de ocupación por concepto de convenciones y exposiciones comerciales. La ocupación total de convenciones/exposiciones comerciales y exposiciones dirigidas al consumidor suma el 22.9% para los recintos con más de 9,000 metros cuadrados de espacio de exposición y 14.9 por ciento para recintos con menos de 9,000 metros cuadrados de espacio de exposición. Esto es inferior a lo que se considera un rango eficiente, indicando la existencia de capacidad subutilizada para la celebración de eventos, incluyendo la categoría de “Otros” en tipo de eventos.

Debe señalarse que considerando que ésta es la primera encuesta a centros de convenciones en México colectando datos de ocupación en este formato, algunos recintos no fueron capaces de proporcionar los datos de ocupación solicitados para el estudio, mientras otros proporcionaron estimaciones conservadoras dentro del nuevo formato. Como resultado, los niveles de ocupación pueden haber sido sub representados en relación con los niveles reales de desempeño.

Los eventos clasificados como “Otros” representaron el cinco por ciento de ocupación para recintos con más de 9,000 metros cuadrados de área de exposición y el 11.2% de ocupación para recintos con menos de 9,000 metros cuadrados de área de exposición. Debido a que la categoría de “Otros” eventos corresponde generalmente a eventos locales, generan un número limitado de cuartos/noche y consecuentemente un limitado impacto económico, de manera que son considerados con frecuencia como negocio “de relleno” y tienen típicamente una prioridad secundaria a la de las convenciones y exposiciones. Tomando en consideración “Otros” eventos, la ocupación total de las áreas de ocupación fue de 27.9 por ciento para los recintos con más de 9,000 metros cuadrados de área de exposición y de 26.1% para los recintos con menos de 9,000 metros de área de exposición.

En adición al uso del área de exposición, los administradores reportaron la ocupación de su salón de eventos principal. Dentro de los recintos con espacio dedicado a un salón principal, la ocupación para todos los tipos de eventos de dicho salón promedió el 23.4%.

Ocupación del salón principal de eventos

Todo tipo de Eventos

Todos los recintos	23.4%
--------------------	-------

¹Debido al número limitado de respuestas, los datos se representan para el total de los recintos y no por categoría.

Eventos y asistencia

Se solicitó a los participantes en la encuesta que identificaran el número total de eventos y la asistencia total asociada con el uso del área de exposición. Las siguientes tablas presentan un resumen del volumen y asistencia total para las convenciones, exposiciones comerciales y exposiciones para el consumidor.

Volumen de eventos realizados en los principales centros de convenciones (Promedio de eventos) Convenciones/Exposiciones y Exposiciones al Consumidor

	Convenciones/ Exposiciones Comerciales	Exposiciones para el Consumidor	Total
<i>Tamaño del recinto:</i>			
Más de 20,000 m2	40	12	52
9,000 a 19,999 m2	14	16	30
Menos de 9,000 m2	19	12	31
<i>Tamaño del destino:</i>			
Más de 10,000 cuartos	24	14	38
Menos de 10,000 cuartos	19	12	31

Volumen de asistencia en los principales centros de convenciones (Promedio de personas) Convenciones/Exposiciones y Exposiciones al Consumidor

	Convenciones/ Exposiciones Comerciales	Exposiciones para el Consumidor	Total
<i>Tamaño de recinto:</i>			
Más de 20,000 m2	571,900	1,762,400	2,334,000
9,000 a 19,999 m2	115,600	407,900	523,400
Menos de 9,000 m2	24,400	88,900	113,200
<i>Tamaño del destino:</i>			
Más de 10,000 cuartos	317,300	471,900	789,200
Menos de 10,000 cuartos	95,100	482,600	577,600

La tabla que se muestra arriba excluye todos los eventos no correspondientes a una exposición (i.e., eventos llevados a cabo en salones de eventos, salones para reuniones, etc.), así como los eventos clasificados como "Otros". La categoría de otros eventos puede incluir una amplia variedad en términos de tipo y alcance, lo cual se traduce en diferencias entre los recintos y las categorías de tamaño. Al incluir otros eventos no correspondientes a exposiciones, la asistencia fue aproximadamente de 2,399,700 personas para los recintos grandes, 595,000 para los recintos mediados y 148,900 personas para los recintos pequeños. Para el volumen de eventos, incluyendo "Otros" eventos los promedios fueron 57, 43 y 103 para los recintos grandes, medianos y pequeños, respectivamente.

Asistencia promedio por evento realizado en los principales centros de convenciones

	Convención/ Exposición/ Comercial	Exposición al Consumidor
Tamaño del recinto:		
Más de 20,000 m2	14,300	71,400
9,000 a 19,999 m2	4,900	13,700
Menos de 9,000 m2	1,400	4,400
Tamaño del destino:		
Más de 10,000 cuartos	7,500	13,200
Menos de 10,000 cuartos	4,000	21,400

Tomando como base el promedio por evento, en el caso de las convenciones/exposiciones comerciales, la asistencia es para los recintos más pequeños de 1,400 personas y de 14,300 personas para los recintos más grandes, mientras que la asistencia en el caso de las exposiciones dirigidas al consumidor es de aproximadamente 4,400 personas para los recintos pequeños y de aproximadamente 71,400 personas para los recintos más grandes. Cabe señalar que los casos atípicos fueron eliminados para el cálculo del promedio, en los casos en que esto resultó apropiado.

La siguiente tabla presenta el número de eventos promedio y la asistencia a todos los eventos llevados a cabo en recintos de convenciones (tanto eventos en las áreas de exposición como fuera de éstas) independientemente del tipo de evento. Los eventos se definen como una actividad o una serie de actividades relacionadas. Por ejemplo, ya sea una conferencia de tres días, o un banquete local de tres horas puede ser clasificado como un evento individual. Sin embargo, un banquete que es parte de una conferencia, no se considera como un evento individual.

Total de eventos en el recinto

Volumen y asistencia (promedio de eventos y asistencia por recinto)

	Número de Eventos	Asistencia por Evento
Tamaño del recinto:		
Más de 20,000 m2	355	2,607,500
9,000 a 19,999 m2	201	1,166,000
Menos de 9,000 m2	212	196,000
Tamaño del destino:		
Más de 10,000 cuartos	345	1,656,200
Menos de 10,000 cuartos	205	604,200

Tarifas de renta

La siguiente tabla resume los niveles de tarifas en los centros de convenciones. Se solicitó a los recintos identificar el ingreso bruto por renta para el espacio disponible (área de exposición, salones de conferencias y salones de eventos) asociados con los tipos de eventos identificados en la tabla. Las tarifas se presentan por metro cuadrado por día. Las cifras se presentan como “tarifas efectivas” por metro cuadrado bruto de espacio de exposición ocupado, permitiendo así un método de comparación que tome en consideración los días libres, los días descontados por montaje y desmontaje, así como descuentos sobre tarifas publicadas y otros factores similares.

Tarifas de renta efectivas en pesos en los principales centros de convenciones **(Por metro cuadrado, por día)**

	Convención/ Exposición Comercial	Exposición al Consumidor
Todos los recintos	\$24.07	\$20.55

¹ Debido al número limitado de respuestas, los datos se presentan para el total de los recintos y no por categoría.

Tarifas de renta efectivas en dólares americanos en los principales centros de convenciones **(Por metro cuadrado, por día)**

	Convención/ Exposición Comercial	Exposición al Consumidor
Todos los recintos	\$1.90	\$1.62

¹ Debido al número limitado de respuestas, los datos se presentan para el total de los recintos y no por categoría.

Como se muestra, los ingresos promedio recibidos por los recintos por renta de espacio fueron de \$24.07 pesos o \$1.90 dólares americanos (por metro cuadrado, por día).

Alimentos y bebidas

Se pidió también a los recintos reportar en relación con sus operaciones de alimentos y bebidas. Sin embargo, debido al limitado número de respuestas para estas preguntas, los datos son insuficientes para ilustrar los ingresos brutos por concepto de alimentos y bebidas asociados con convenciones, exposiciones comerciales y exposiciones al consumidor.

Se presenta en la siguiente tabla un desglose para los recintos que proporcionan servicios de banquetes y alimentos internamente en forma directa o mediante concesiones, así como aquellos que subcontratan a un proveedor exclusivo o cuentan con condiciones flexibles al respecto. 75% de los recintos más grandes cuentan con un proveedor externo con una concesión exclusiva para atender los servicios relativos a preparación de alimentos y bebidas requeridos para los eventos.

Operaciones de alimentos y bebidas concesionadas

	Centro	Proveedor Exclusivo	Otro / Proveedores Múltiples
Tamaño del recinto:			
Más de 20,000 m2	75%	0%	25%
9,000 a 19,999 m2	67%	17%	17%
Menos de 9,000 m2	35%	24%	41%
Tamaño del destino:			
Más de 10,000 cuartos	100%	0%	0%
Menos de 10,000 cuartos	36%	23%	41%

Impacto económico

La sección sobre impacto económico del reporte estima la relevancia económica que tienen los eventos celebrados en los recintos participantes para la economía nacional. La relevancia económica fue estimada en términos de gasto directo, producción total, contribución al Producto Interno Bruto (PIB), ingresos por trabajo y empleo, con base en los datos recabados mediante la encuesta a centros de convenciones y datos económicos, de gasto y otros datos relevantes del estudio de 2010 “La relevancia económica de las reuniones en los principales centros de convenciones en México” (RERM). Las estimaciones relativas a la relevancia económica se generaron para el conjunto de los centros de convenciones participantes.

A fin de estimar el gasto directo relacionado con la actividad de reuniones llevada a cabo en los centros de convenciones participantes en el año fiscal más reciente, se utilizaron estimaciones de gasto directo per cápita, con base en las cifras del estudio RERM para el volumen de datos de los centros de convenciones participantes. Se asume que las características del gasto para la actividad de reuniones en los recintos participantes son consistentes con los datos del estudio RERM. Sin embargo, se efectuaron algunos ajustes a fin de tomar en cuenta variaciones entre la actividad de reuniones, los centros de convenciones participantes y la más amplia población de la industria de reuniones. Los datos de gasto no se ajustaron por inflación en relación con el estudio de 2010 RERM debido a compensaciones relativas a la apreciación en el valor del peso y evidencia de la baja en el precio en algunas categorías de gastos de viaje clave.

Para el desarrollo de la relevancia económica total de las reuniones se efectuó un análisis insumo-producto que incluyó cálculos más profundos para el producto, empleo y multiplicadores, el cual no se llevó a cabo para este reporte. Este tipo de análisis capturaría flujos a proveedores de la industria, compra de bienes y servicios en México resultantes de los ingresos por trabajo y otros efectos similares indirectos e inducidos. Con las limitaciones en el alcance de este estudio, se ha presentando estimados de relevancia económica total, más allá del gasto directo, los cuales están basados sola y únicamente en proporciones y multiplicadores económicos a partir del estudio de 2010 RERM. Como resultado, la exposición sobre la relevancia económica total, incluyendo la producción total, la contribución al PIB, empleo e ingresos por trabajo son estimados presentados solamente con propósitos de ilustración y no como datos precisos y confiables.

El término “Reunión” se refiere a la agrupación de 10 o más participantes por un mínimo de 4 horas en un espacio contratado. Las Reuniones incluyen: convenciones, conferencias, congresos, exposiciones y exhibiciones, eventos de incentivo, reuniones corporativas o de negocios y otras reuniones que cumplan con los criterios arriba indicados. Las Reuniones excluyen actividades sociales (recepciones de boda, fiestas de celebración, etc.) actividades educativas permanentes (primaria, secundaria o educación universitaria), actividades puramente recreacionales (como conciertos y espectáculos de entretenimiento de cualquier clase), campañas políticas o encuentros de consumidores o prospectos por parte de una compañía para presentarles sus productos o servicios para venta (ferias dirigidas al consumidor), las cuales caen más bien dentro del ámbito de la venta minorista o mayorista. Con las dimensiones de la asistencia a eventos para consumidor en centros de convenciones en México, el gasto adicional por este tipo de eventos debe ser considerable.

Debe observarse también que este estudio busca la cuantificación de la relevancia económica de las reuniones, lo cual no debe ser confundido con su “Impacto económico”. Para los propósitos de este estudio, el concepto de Impacto se reserva para cambios en la economía que pueden ser

resultado de un evento específico o contingencia en la industria, mientras que la relevancia o contribución mide el tamaño y significación del sector al interior de la economía.

Relevancia económica total de los principales centros de convenciones

El gasto directo es considerado como la “primera ronda” del gasto, mientras el incremento en la actividad o beneficios indirectos e inducidos es conocido comúnmente como “efecto multiplicador”. El gasto directo inicial inicia un proceso de gasto en el cual los dólares circulan a través de la economía, generando este efecto multiplicador que apoya el gasto adicional (por parte de recipientes en segunda y tercera ronda) y la generación de empleos. Este ciclo de gasto por los visitantes, negocios y empleados es cuantificado mediante los multiplicadores económicos.



En su conjunto, el gasto directo, indirecto e inducido comprende la contribución de la actividad de reuniones a una economía.

- **Directos:** Los efectos de gasto directo son medidos al interior de las industrias identificadas como “beneficiarias directas” de la actividad de Reuniones, en relación con la fuente del gasto. El gasto directo ocurre al interior de la economía mexicana como resultado de compras de bienes y servicios atribuibles a la actividad de Reuniones.
- **Indirectos:** El gasto indirecto es un gasto adicional dentro de otras industrias, proveedoras de bienes y servicios a la industria “directamente” involucrada en la actividad de Reuniones.
- **Inducido:** El gasto inducido representa el gasto de los hogares como resultado del ingreso obtenido, ya sea en forma directa o indirecta a partir de la actividad de Reuniones.

Para proporcionar una indicación general de la relevancia económica total de las reuniones celebradas en los principales centros de convenciones en México, para la economía mexicana, se desarrollaron estimaciones de producción total, contribución al PIB, empleo e ingreso por trabajo. Estos términos típicamente se definen como se muestra a continuación:

- **Producción:** El concepto de producción está estrechamente vinculado con las ventas y el ingreso. La suma de la producción a través de todas las industrias en una economía representa el valor total bruto de la producción. Sin embargo, este total no es el mismo que el PIB, porque duplica la contabilidad de los valores del producto y de sus insumos. Por esa razón, al sumar, la producción bruta total de todas las industrias es significativamente mayor que el PIB de un país. Como tal, la producción total generada por las reuniones no puede relacionarse directamente con el PIB. Con frecuencia se presenta para reflejar el valor total de la producción de la actividad de reuniones generada por la actividad de reuniones.

- **Contribución al PIB.** También conocido como “valor agregado”. Se refiere al valor adicional creado en una etapa particular de la producción. Mide la importancia general de una industria. El valor agregado consiste en la compensación a empleados, ingreso de los “propietarios”, ingreso de los dueños de capital de su propiedad e impuestos de negocios indirectos (i.e., aquellos pagados por los consumidores más que por los productores).
- **Empleo.** Consiste en empleos o contrataciones de personal de tiempo completo y de medio tiempo.
- **Ingresos por trabajo.** Incluyen salarios, sueldos y beneficios.

Efectos directos

Por efectos económicos directos (en adición al gasto directo) se desarrollaron estimaciones utilizando la proporción de contribución al PIB, empleo e ingresos por trabajo a la producción directa. Estas estimaciones directas se presentan abajo. La actividad de reuniones en los centros de convenciones participantes contribuyó directamente al PIB en aproximadamente 29.5 mil millones de pesos en el último año fiscal. Adicionalmente se estima que 85,100 empleos fueron sostenidos a partir de la actividad de reuniones en los recintos consultados y \$6.6 mil millones de pesos fueron generados como pagos a empleados directamente beneficiados de su actividad en reuniones.

Efectos económicos directos de las reuniones realizadas en los principales centros de convenciones en México (en miles de pesos)

Contribución Económica	Producción	Contribución al PIB	Ingresos por Trabajo	Empleo
Efectos directos	\$44,306,200	\$29,514,800	\$6,646,200	85,100

¹ Las estimaciones relativas a la contribución directa al PIB, ingresos por trabajo y empleo se basaron en la relación entre producción directa del turismo con cada factor, como se ilustró en el estudio RERM.

Efectos económicos directos de las reuniones realizadas en los principales centros de convenciones en México (miles de dólares americanos)

Contribución Económica	Producción	Contribución al PIB	Ingresos por Trabajo	Empleos
Efectos directos	\$3,492,900	\$2,326,800	\$524,000	85,100

¹ La contribución al PIB, ingresos por trabajo y empleo fueron estimados basados en las relaciones entre la producción directa del turismo con cada factor, como se ilustró en el estudio RERM.

Efectos totales

Para estimar los efectos totales de la actividad de reuniones en los principales centros de convenciones en el país, se aplicaron multiplicadores a la producción, contribución al PIB, ingresos por trabajo y empleos, con base en los multiplicadores del estudio RERM. La tabla abajo presenta los efectos económicos totales relacionados a la actividad de reuniones en México en los centros de convenciones participantes en el último año fiscal: contribución al PIB, ingresos por trabajo y empleo. La producción total fue estimada en \$79.5 mil millones de pesos, mientras que la contribución total al PIB fue estimada en \$61.4 mil millones de pesos.

Las reuniones en los centros participantes generaron \$11.4 mil millones de pesos en ingresos por trabajo totales y sostuvieron aproximadamente 151,100 trabajos en total en el 2011.

Efectos económicos directos de las reuniones en los principales centros de convenciones en México (en miles de pesos)

Contribución Económica	Producción	Contribución al PIB	Ingresos por Trabajo	Empleos
Efectos directos	\$44,306,200	\$29,514,800	\$6,646,200	85,100
Efectos indirectos e inducidos	\$35,183,700	\$31,856,000	\$4,791,100	66,000
Efectos totales	\$79,489,800	\$61,370,800	\$11,437,300	151,100

¹ La contribución al PIB, ingresos por trabajo y empleo fueron estimados basados en las relaciones entre la producción directa del turismo con cada factor, como se ilustró en el estudio RERM

² La producción total, ingresos por trabajo y estimaciones de empleo se basaron en los multiplicadores del estudio RERM. .

*Nota: Los totales pueden no sumar debido a redondeo.

Efectos económicos directos de las reuniones realizadas en los principales centros de convenciones en México (miles de dólares americanos)

Contribución Económica	Producción	Contribución al PIB	Ingresos por Trabajo	Empleos
Efectos directos	\$3,492,900	\$2,326,800	\$524,000	85,100
Efectos indirectos e inducidos	\$2,773,700	\$2,511,400	\$377,700	66,000
Efectos totales	\$6,266,600	\$4,838,200	\$901,700	151,100

¹ La contribución al PIB, ingresos por trabajo y empleo fueron estimados basados en las relaciones entre la producción directa del turismo con cada factor, como se ilustró en el estudio RERM

² La producción total, ingresos por trabajo y estimaciones de empleo se basaron en los multiplicadores del estudio RERM. *Nota: Los totales pueden no sumar debido a redondeo.

Lista de participantes

Los recintos enlistados abajo aceptaron que sus nombres fueran incluidos como participantes en este estudio. Vale la pena observar que hay cinco otros centros adicionales que prefirieron que su participación se mantuviera en términos confidenciales.

- Cancún Center Conventions & Exhibitions
- Centro Banamex
- Centro Cultural y de Convenciones del Estado de Durango
- Centro de Convenciones Chetumal
- Centro de Convenciones Cibeles Ciudad Juárez
- Centro de Convenciones Medrano
- Centro de Convenciones Puebla William O 'Jenkins
- Centro de Convenciones San Marcos
- Centro de Convenciones Tabasco 2000
- Centro de Convenciones WTC Morelos (Fideicomiso Centro de Congresos y Convenciones World Trade Center Morelos)
- Centro de Convenciones y Auditorio del Estado de Guanajuato
- Centro de Convenciones y Exposiciones de Morelia (CECONEXPO)
- Centro de Convenciones y Visitantes de Chiapas
- Centro Internacional de Convenciones de Puerto Vallarta
- Centro Internacional de Negocios Monterrey (CINTERMEX)
- Centro Potosino de Convenciones
- Centro Vacacional IMSS Metepec
- Expo Chihuahua (Centro de Exposiciones y Convenciones de Chihuahua)
- Expo Tampico
- Inforum Irapuato
- Palacio de Convenciones Zacatecas
- Poliforum León Congresos y Exposiciones
- Tuzoforum Centro de Convenciones en Pachuca México
- WTC Veracruz

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