



*La relevancia
económica de las
Reuniones en
México*

Resumen Ejecutivo

CIFRAS GENERALES

- En el 2010 se realizaron 197,400 reuniones, de las cuales 131 mil fueron de corporativos, 28 mil congresos y convenciones, 6,300 viajes de incentivos, 4,400 ferias al consumidor y el resto otro tipo de eventos.
- 159,900 eventos fueron realizados en hoteles con infraestructura para congresos y convenciones y 25,700 en recintos feriales. El resto en otro tipo de recintos como museos, estadios, universidades, etc.
- En estos eventos, participaron 23 millones de asistentes:
 - El 85% fueron delegados, el 9% exhibidores y el resto otro tipo de participantes como ponentes, acompañantes, entre otros.
 - 10.2 millones (44%) participaron en eventos corporativos, 5.3 millones (23%) en ferias, 5 millones (22%) en congresos y convenciones, 560,000 (2%) en incentivos y el resto en otro tipo de reuniones.
 - El 49% de los participantes fueron locales (es decir residentes del lugar en donde se realizó el evento o que se transportaron menos de 75 kilómetros y que no son considerados turistas), 47% fueron participantes nacionales con pernoctas y el 4% vinieron del extranjero.
 - Del total de turistas que participaron en reuniones, 7% vinieron del extranjero y generaron un gasto de 1,092 dólares por persona por viaje (el turista internacional promedio gastó en el 2010 733 dólares, es decir 49% superior). Aportan el 11% del gasto total de los turistas en reuniones. Es importante decir que la cifra de 1,092 dólares se encuentra subestimada, ya que solo considera los gastos hechos por los participantes; Para los turistas en viajes de incentivos y corporativos, el hospedaje y algunas comidas son cubiertas directamente por la empresa o el organizador.
- El turismo de reuniones genero 24.3 millones de habitaciones noche en México:
 - El 46% (11 millones) corresponde a eventos corporativos.
 - El 23% (6.3 millones) a Convenciones, congresos y conferencias.
 - El 20% (4.8 millones) ferias y eventos al consumidor.
 - El 6% (1.4 millones) a viajes de incentivo.
 - El resto (3%) a otro tipo de reuniones.
- En promedio, los turistas de reuniones tuvieron una estadía promedio de 2.06 noches por persona.
 - Los turistas en viajes de incentivo tuvieron estadía promedio de 2.5 noches, en reuniones corporativas tienen una estadía de 2.3 noches, para convenciones, congresos y conferencias 2.1 noches y ferias y eventos al consumidor 1.6 noches promedio.

GASTO

- El modelo de gasto de las reuniones en México asciende a 18.1 mil millones de dólares, lo cual corresponde al 18% de total de la demanda de viajes y turismo en México. Este se compone de 3 insumos: el gasto de los participantes (58%), el gasto de producción de los eventos (28%) y otros gastos directos (14%):
 - La suma de gastos realizados en reuniones corporativas corresponde al 44% (8 mil millones), Ferias y eventos al consumidor (4.6 mil millones y 26%), Convenciones y congresos (3.9% y 22%), incentivos (573 millones y 3%), el resto 5%.
- Los participantes gastan 10,510 millones de dólares americanos.
 - El 42% en cuotas de registro, el 18% en hospedaje, el 15% en alimentos y bebidas, 9% en transportación aérea y 8% en transportación terrestre, entre otros.
 - El 21% es realizado por los participantes locales, el 69% por participantes (turistas) nacionales y el 9% por turistas internacionales.
 - El 58% de este gasto es realizado por los delgados y el 34% por los expositores.

- En organizar los eventos se invierten 5,075 millones de dólares por parte de los meeting planners. El gasto total asciende a 6,852 millones de dólares sin embargo una parte es cubierta por los mismos participantes por lo que se reduce la diferencia para no duplicar.
 - El total del gasto por parte de los organizadores, el 24% es en alimentos y bebidas, 18% en la renta del recinto, entre otros.
- El gasto total del turismo de reuniones en México asciende a 18,120 millones de dólares, de los cuales el 48% corresponde a conceptos relacionados con turismo y el resto con conceptos de otras industrias.
- El gasto per cápita del participante en reuniones en México (tanto locales, domésticos e internacionales) es 785 dólares. El turista en México promedio gasta un aproximado de 5,151 pesos, por lo que esta cifra es superior en un 92%.
 - Los participantes en viajes de incentivo tuvieron un gasto promedio de 1,024 dólares, en ferias 869 dólares, viajes corporativos 787 dólares, convenciones y congresos 772 dólares.
- De acuerdo a la Cuenta Satélite de Turismo en México, en hospedaje se gastan 12.8 mil millones de dólares. De estos 2.6 mil millones, es decir 21%, es aportado por las reuniones.
 - De igual manera, el 24% de alimentos y bebidas del turismo, es generado por las reuniones, 23% del transporte aéreo y 5% del transporte terrestre, entre otros.

RELEVANCIA ECONÓMICA DE LAS REUNIONES EN MÉXICO

- La contribución al Producto Interno Bruto asciende a 12.0 mil millones de dólares que corresponde al 1.43% del PIB nacional. De manera indirecta se contribuye con otros 13 mil millones de dólares, aunque la contribución al PIB debe únicamente considerar los efectos directos.
- Las reuniones en México generan ventas por 32.5 mil millones de dólares.
 - Las ventas y consumos directos corresponden a 18,120 millones de dólares americanos en la economía nacional.
 - De manera indirecta genera otros 14,381 millones de dólares adicionales.
- Las reuniones generan 441,300 empleos directos y 342,400 empleos indirectos, lo cual suma 783,700 empleos totales. De igual manera se generan 4.6 mil millones de dólares en ingresos por empleo (2.7 mil millones de manera directa y 1.9 de manera indirecta).

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

Índice

Sección 1: Introducción	5
Antecedentes y objetivos	5
Lineamientos del estudio	6
Descripción del estudio	7
Sección 2: Marco conceptual	8
Definición de Reuniones	8
Alcance del sector de Reuniones	9
Actividad económica de las Reuniones	15
Sección 3: Metodología de investigación	18
Investigación primaria	18
Investigación secundaria	22
Conciliación de datos	23
Sección 4: Volumen de las Reuniones	24
Estimaciones sobre el volumen de las Reuniones	24
Participantes en Reuniones	26
Cuartos noche	27
Sección 5: Gasto Directo en Reuniones	28
Gasto de los participantes	29
Gasto en planeación y producción	30
Otros gastos directos	32
Gasto Directo Total	32
Sección 6: Relevancia Económica Total	39
Indicación General de Relevancia Total	39
Efectos Directos	40
Efectos Totales	41
Comparación de la contribución directa de las Reuniones al PIB	42
Apéndices	43
Apéndice A: Glosario	43
Apéndice B: Tasa de cambio	48
Apéndice C: Fuentes de investigación secundaria	49
Apéndice D: Agradecimientos	52

Tablas |

Tabla 1: ¿Qué constituye una Reunión?	9
Tabla 2: Industrias centrales a las Reuniones y Códigos NAICS correspondientes	13
Tabla 3: Cuenta Satélite de Turismo (CST). Alcance de las industrias	14
Tabla 4: Cuenta Satélite de Turismo (CST). Alcance de los insumos	15
Tabla 5: Industria de Reuniones. Oferta vs Demanda	16
Tabla 6: Tamaño de muestra de la encuesta	19
Tabla 7: Elementos clave de los instrumentos de investigación	20
Tabla 8: Actividad de Reuniones. Datos Económicos y no económicos	21
Tabla 9: Tasa de respuesta de la encuesta	22
Tabla 10: Número de reuniones y participantes por tipo de reunión	25
Tabla 11: Volumen de Reuniones por instalación	25
Tabla 12: Volumen de participante por tipo de reunión y tipo de participante	26
Tabla 13: Volumen de participantes por tipo de Reunión y origen	27
Tabla 14: Cuartos noche generados por Reuniones	27
Tabla 15: Gasto de los Participantes por tipo (en miles de dólares americanos)	29
Tabla 16: Gasto de los Participantes por Origen (en miles de dólares americanos)	30
Tabla 17: Gasto en producción de reuniones (en miles de dólares americanos)	31
Tabla 18: Gasto Directo Total en Reuniones (en miles de dólares americanos)	32
Tabla 19: Gasto Directo por tipo de Reunión (en miles de dólares americanos)	33
Tabla 20: Gasto Directo per cápita (en miles de dólares americanos)	33
Tabla 21: Gasto Directo por producto (en miles de dólares americanos)	35
Tabla 22: Gasto Directo Total por tipo de producto comparado con la CST	37
Tabla 23: Comparación de los estudios para México y Estados Unidos	38
Tabla 24: Efectos Económicos Directos de las Reuniones en México	41
Tabla 25: Efectos Económicos Totales de las Reuniones en México (en miles de dólares americanos)	41
Tabla 26: PIB por industria (en miles de dólares americanos)	42

Sección 1: Introducción

Antecedentes y Objetivos

En las últimas décadas, el sector de Turismo de Reuniones se ha convertido en un contribuyente importante de las economías nacionales. Sin embargo, ha resultado difícil cuantificar el valor del sector debido a la falta de investigación con consistencia interna y entre países. En 2006 la Organización Mundial de Turismo de las Naciones Unidas (OMT), junto con la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA), la Asociación *Meetings Professionals International* (MPI) y *Reed Travel Exhibitions*, presentaron una iniciativa para medir la actividad económica del Turismo de Reuniones a nivel nacional. La OMT y sus aliados desarrollaron definiciones para las Reuniones, recomendaron una metodología para cuantificar la actividad de reuniones a través de una extensión de la cuenta Satélite de Turismo y crearon un programa piloto y lineamientos para que los países individuales midieran la actividad.

Como resultado de la iniciativa de la OMT, los esfuerzos para medir la relevancia económica de las Reuniones han ganado ímpetu en años recientes. Por ejemplo, *MPI Foundation Canada* patrocinó un estudio (publicado en 2008) que cuantificó la contribución económica de la actividad de Reuniones en Canadá. Más recientemente, en los Estados Unidos, el *Convention Industry Council* (CIC) en colaboración con otras asociaciones líderes en la industria de Reuniones, divulgó el estudio titulado “*the Economic Significance of Meetings to the U.S*” (La relevancia económica de las Reuniones en los EUA) en febrero de 2011. Sin embargo, en México la investigación enfocada específicamente hacia dimensionar la relevancia de las Reuniones ha sido hasta ahora limitada. Como resultado, la Secretaría de Turismo, a través del Centro de Estudios Superiores en Turismo (CESTUR) decidió demostrar el valor que tienen la industria de las reuniones presenciales mediante este estudio sobre la relevancia económica de las Reuniones en México.

La empresa consultora especializada PriceWaterHouseCoopers, fue contratada por SECTUR para llevar a cabo el proyecto de estimación de la relevancia económica de las Reuniones en México en el año 2010. Este estudio representa el primer análisis cuantitativo, sustentado en investigación para definir la contribución económica de las Reuniones cara a cara en la economía mexicana.

Debe apuntarse que este estudio busca cuantificar la “relevancia” económica de las Reuniones, lo cual no debe ser confundido con el “impacto” económico. Para los fines de este estudio, el concepto de impacto se reserva para los cambios que pueden ocurrir en la economía a partir de un evento específico, es decir impactar a la industria, mientras la relevancia o contribución mide el tamaño y dimensiones del sector al interior de la economía. El objetivo principal del estudio fue dimensionar el tamaño de mercado del turismo de reuniones en México, mientras que los objetivos particulares incluyeron:

- Establecer un marco de referencia para medir la relevancia económica de las reuniones en México.
- Estimar el tamaño de mercado del turismo de reuniones por tipo de evento, su origen y gasto en los principales destinos del país.
- Desarrollar un modelo a partir de estimaciones estadísticas anuales sobre las reuniones que permita determinar su crecimiento en futuros años.
- Realizar un benchmarking del turismo de reuniones con relación a Estados Unidos y Canadá

- Desarrollar un lenguaje y datos comunes que los actores puedan usar para debatir el tema de Reuniones y eventos.
- Proporcionar datos que puedan ser utilizados a nivel nacional para articular la contribución económica que las Reuniones y eventos representan para la economía en su conjunto.
- Establecer una línea de base para la medición continua, proyección y análisis de tendencias.
- Recopilar datos confiables que puedan ser usados para persuadir a las entidades gubernamentales y organismos internacionales para modificar sus sistemas estadísticos a fin de incluir aspectos de la actividad económica de las Reuniones y ampliar la Cuenta Satélite de Turismo (CST) para incluir y mostrar la actividad de Turismo de Reuniones.
- Adoptar las definiciones y enfoque desarrollados por la OMT para estimar la contribución del sector de Reuniones en forma comparable con otros países.
- Desarrollar una metodología replicable que permita el análisis comparativo a nivel internacional.

Si bien el presente estudio se ha propuesto objetivos ambiciosos, es importante reconocer ciertas limitaciones en el mismo.

- La definición de Reuniones se basa en los lineamientos establecidos por la OMT, los cuales excluyen específicamente reuniones de cierto tipo, tamaño, duración y ubicación. Como tal, el estudio no captura el total de la contribución potencial de la actividad relacionada con Reuniones. La actividad económica asociada con dicho segmento, excluido deliberadamente del estudio, puede ser significativa.
- Otros efectos de las Reuniones, como relativos a productividad, divulgación de conocimiento o aprendizaje y beneficios sociales no son evaluados como parte del estudio.
- Este estudio presenta la relevancia económica de las Reuniones a nivel nacional y por tanto las características y actividad económica para un destino en particular tendrán variaciones en relación con las estimaciones a nivel nacional.

Lineamientos del estudio

Las definiciones y lineamientos desarrollados por OMT fueron utilizadas como base para este estudio. Para la definición de Reuniones, la OMT y sus asociados lo utilizan como un término general que indica la agrupación temporal de un número de personas en un lugar para llevar a cabo una actividad en particular. El propósito principal de las Reuniones es motivar a los participantes, realizar negocios, intercambiar ideas y aprender. Con base en la definición más detallada de la OMT y para los propósitos de este estudio, el término “Reunión” y su descripción arriba apuntada, se limita a al encuentro de 10 o más participantes por un mínimo de 4 horas en un recinto contratado. Las Reuniones incluyen convenciones, conferencias y congresos; ferias y exposiciones; eventos de incentivo; reuniones corporativas o de negocios, y otras reuniones que cumplen con los criterios arriba mencionados. El término Reunión excluye a las actividades de carácter social y recreativo, ciertas actividades educativas y políticas y las reuniones para la venta de productos y servicios tales como espectáculos dirigidos al consumidor. La definición de Reuniones y los Tipos de Reunión se incluyen en el Apéndice A.

La OMT ha definido también los componentes del sector de las Reuniones considerados como “centrales” (organizadores de reuniones especializados; recintos para celebración de convenciones, congresos y exhibiciones; casas de incentivo; compañías administradoras del destino (DMCs), y oficinas de congresos y visitantes), así como otras entidades de apoyo tales como establecimientos de alojamiento, transportación, proveedores de equipo, servicios de alimentación, servicios de representación de oradores, construcción de pabellones y otros servicios auxiliares. Varias de las industrias arriba indicadas, tales como alojamiento,

transporte y servicios de alimentación también se relacionan con la actividad turística. Dada la superposición de las Reuniones y la actividad turística, la OMT recomienda que los componentes del sector de Reuniones sean identificados mediante un grupo de tablas complementarias a la Cuenta Satélite de Turismo. Para el propósito de este estudio, se usó un enfoque ampliado para cuantificar la relevancia de la actividad de Reuniones, el cual captura las actividades de las industrias centrales y los componentes relacionados con Reuniones de la industria turística, como una extensión de la Cuenta Satélite de Turismo de México (CST) y otras industrias relevantes.

Descripción del estudio

La investigación fue un factor fundamental en el proceso de cuantificación de la relevancia de las Reuniones. El equipo de trabajo llevó a cabo un esfuerzo de investigación que contempló dos áreas principales: la primera fue la recolección de datos primarios mediante encuestas, y la segunda consistió en estudiar y analizar información de fuentes de la industria, gobierno y fuentes secundarias. Las encuestas y los datos secundarios cubrieron tanto el lado de la oferta como el de la demanda en cuanto al volumen y el gasto en el sector de Reuniones. Se aplicaron cuestionarios a organizadores de Reuniones – “meeting planners” (tanto internos como externos o independientes), administradores de recintos y oficinas de visitantes (OCVs, OCCs o sus equivalentes). La investigación secundaria se utilizó como fuente de datos para los grupos clave de participantes, delegados y expositores.

Las tareas de investigación y análisis se desarrollaron de manera simultánea, por lo que el equipo de trabajo analizó los resultados de cada actividad y concilió los datos a fin de desarrollar una base para realizar estimaciones y definir la relevancia económica. El equipo de trabajo comparó los resultados de la encuesta con los datos de fuentes secundarias, identificando discrepancias y potenciales sesgos en el muestreo. Las estimaciones de volumen y gasto incorporaron tanto la investigación primaria como secundaria, juicio profesional y experiencia en la industria. Hay que considerar que a lo largo del reporte las cifras fueron redondeadas y que algunos totales y subtotales no tienen una suma exacta debido a dicho redondeo. Las estimaciones de gasto se hicieron en dólares americanos y, en donde resultó apropiado, los pesos mexicanos se convirtieron a dólares americanos con base en la tasa de cambio promedio anual (que se indica en el Apéndice B).

Sección 2. Marco conceptual

En esta sección se establece el marco utilizado para cuantificar la “huella económica” de la actividad de Reuniones en la economía turística y la economía mexicana en general. Al establecer un marco conceptual para el estudio se utilizaron los lineamientos de la OMT en relación con la definición de Reuniones y las metodologías para cuantificar su relevancia económica. Esto incluyó las siguientes fuentes:

- *UNWTO Global Meetings Initiative. Volumen 1.* Conceptos básicos y definiciones (Septiembre de 2008).
- *UNWTO Global Meetings Initiative Volumen 2:* Identificando el vínculo entre turismo y la industria de Reuniones: estudios de caso (Septiembre de 2008).
- *UNWTO Global Meetings Initiative Volumen 3:* Cronograma piloto de datos de países (Septiembre de 2008).
- *UNWTO Measuring the Economic Importance of the Meetings Industry.* Midiendo la importancia económica de la industria de reuniones. Desarrollo de una extensión de la Cuenta Satélite de Turismo (Noviembre de 2006).

Definición de Reuniones

La definición de lo que constituye una Reunión fue un fundamento clave de este estudio. Históricamente, el término “Reunión” ha sido utilizado en forma muy amplia para referirse a un amplio rango de eventos de distinto tamaño y tipo. Reconociendo que diversas organizaciones han utilizado definiciones de reuniones que generan duplicidad y conflictos potenciales, la OMT, en cooperación con Reed Travel Exhibitions, ICCA y MPI recomendaron la adopción de una definición universal. Hablando en forma general, una Reunión es un término amplio que se refiere a la agrupación temporal de un número de personas en un lugar para llevar a cabo una actividad en particular. Los principales propósitos de las reuniones son motivar a los participantes, conducir negocios, compartir ideas y aprender. La frecuencia puede ser ad-hoc o siguiendo un patrón regular, como por ejemplo reuniones generales anuales, reuniones de comité, etc.

Como se ilustra en la Tabla 1, con base en el refinamiento adicional generado por la OMT y para los propósitos de este estudio, el término “Reunión” y su descripción expresada arriba, se refiere a la agrupación de 10 o más participantes por un mínimo de 4 horas en un recinto contratado. Las reuniones incluyen convenciones, conferencias, congresos, ferias comerciales y exposiciones, eventos de incentivo, reuniones corporativas o de negocios, así como otras reuniones que cumplen con los criterios arriba mencionados. Las reuniones excluyen actividades sociales (recepciones de boda, celebración de fiestas, etc.), actividades educativas establecidas en forma permanente (primaria, secundaria o educación universitaria), reuniones 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. Referirse al Apéndice A para una definición más completa de “Reunión”.

Tabla 1:
¿Qué constituye una Reunión?

Duración	Mínimo de 4 horas
Tamaño	Mínimo de 10 participantes
Sede	Sede contratada
Ubicación	México
Tipos de Reunión	<p><i>Tipos principales:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Convenciones / Conferencias / Congresos • Ferias comerciales/ Exposiciones de Negocios • Eventos de incentivos • Reuniones corporativas/ de negocios • Otras Reuniones (conforme a los criterios definidos)
Tipos de Reunión Excluidos	<ul style="list-style-type: none"> • Espectáculos a consumidor • Actividades sociales • Actividades educativas formales • Actividades recreativas y de entretenimiento • Reuniones por campañas políticas

Alcance del sector de Reuniones

Para estimar la relevancia económica de las Reuniones, fue necesario definir el alcance del sector de Reuniones. Los términos sector e industria son con frecuencia utilizados en forma indistinta. La OMT utiliza por ejemplo el término “la industria de Reuniones” al referirse al sector. Sin embargo, para los propósitos de este estudio, el sector de Reuniones representa una colección de industrias que integran el sector.

De acuerdo con el documento de la OMT *Global Meeting Initiative, Volume 1: Basic Concepts and Definitions* (Iniciativa Global de Reuniones, Volumen 1: Conceptos básicos y definiciones) el alcance del sector de las Reuniones incluye los establecimientos involucrados, ya sea como actividad primaria o secundaria, en:

- La organización, promoción, comercialización y venta de congresos, conferencias, convenciones, seminarios, ferias comerciales y exposiciones y actividades de incentivos, ya sean como paquetes o grupos de servicios específicos, incluyendo la intermediación o la administración de reservaciones para cualquier servicio en particular relacionado con Reuniones;
- La provisión comercial de instalaciones para reuniones u alojamiento para los participantes en las reuniones o expositores; y

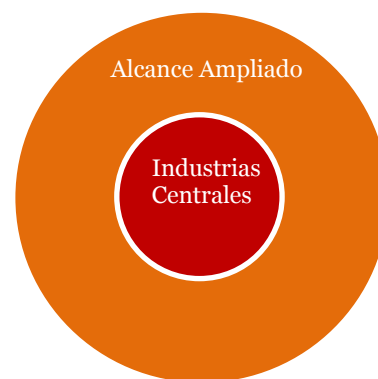
- Servicios auxiliares que son típicos o necesarios para la celebración u organización de reuniones, tales como personal, equipo técnico, servicio de banquetes u otros materiales.

Adicionalmente, estas actividades pueden ser conducidas por una variedad de establecimientos asociados con las reuniones, incluyendo organizadores profesionales, corporaciones anfitrionas, asociaciones o entidades gubernamentales, expositores en ferias comerciales, delegados a Reuniones u otros establecimientos.

Alcance central y ampliado

La OMT también distingue los componentes del sector de Reuniones para incluir a las industrias “centrales” y un alcance ampliado del sector para cubrir otras entidades de apoyo que incluyen un grupo más amplio de negocios. Estos conceptos permiten el diseño de un marco metodológico para definir su relevancia económica.

Las industrias centrales de Reuniones incluyen a las unidades de negocio registradas en la economía que se especializan en la producción de servicios típicamente relacionados con las Reuniones como su principal actividad económica. Las cuatro industrias centrales de las Reuniones y sus actividades relacionadas son caracterizadas por la OMT como se muestra a continuación:



Industrias centrales de Reuniones	Definición
1 Organizadores de Reuniones especializados	Negocios involucrados en la organización, promoción y/o administración de eventos, tales como ferias comerciales y de negocios, convenciones, conferencias y reuniones, incluyendo o no la administración y provisión de personal para operar la infraestructura en las cuales los eventos tienen lugar.
2 Centros de convenciones, congresos y exposiciones	Negocios involucrados en la compra, venta, renta y operación de bienes inmuebles propios o rentados, específicamente edificios no residenciales, incluyendo centros de exhibición
3 Casas de incentivo y compañías de administración de destino	Agencias involucradas principalmente en la venta de viajes, recorridos, transportación y servicios de alojamiento al público en general y clientes comerciales; o entidades involucradas en actividades de operación de viajes, las cuales pueden incluir actividades tales como transportación, alojamiento, servicios de alimentación y actividades recreacionales o deportivas.
4 Oficinas de congresos y visitantes (organizaciones de mercadotecnia de destino)	Organizaciones especializadas en proporcionar información, servicios de reservación o en la promoción de la actividad de Reuniones en un destino específico.

Un **enfoque ampliado** del concepto del sector de Reuniones incluye a todos los negocios registrados en la economía, además de los descritos arriba, que participan en la producción de servicios que inciden directamente o están relacionados con la participación en o la organización de Reuniones, incluyendo servicios proporcionados a los participantes en las Reuniones, expositores u organizadores de reuniones o entidades anfitrionas. Tales negocios proveen servicios de apoyo, equipamiento y personal que son usados en la organización o participación en las Reuniones e incluyen:

- Alojamiento
- Transportación
- Equipamiento técnico
- Servicios de apoyo secretarial
- Banquetes, alimentos y servicio de restaurante
- Servicios de representación de conferencistas
- Construcción de pabellones
- Otros servicios de apoyo

Turismo

Mientras algunas Reuniones se celebran en el área de residencia del asistente, otras se llevan a cabo fuera de su localidad y requieren que viaje al destino en que se lleva a cabo la reunión. En tales casos el viaje del participante al destino de la Reunión afecta la actividad económica nacional asociada con las Reuniones, así como a la actividad turística. Para los propósitos de este estudio, los participantes que viajan a las Reuniones son aquellos que pernoctan fuera de su lugar de residencia en establecimientos de alojamiento pagados, o que viajan más de 75 kilómetros de distancia de su domicilio para asistir a la Reunión. Esta definición de viaje es consistente con las definiciones utilizada por la OMT y la CST de México como se indica abajo.

- **OMT:** La OMT define al turismo como las actividades de las personas que viajan y permanecen en lugares fuera de su ambiente natural, por menos de un año consecutivo, por placer, negocio u otros propósitos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado.
- **Definición de Turismo en la CST de México:** El turismo se refiere a las actividades en las cuales participan los visitantes. Comprende todas las actividades económicas que están relacionadas con satisfacer las demandas de los turistas. Por tanto, el turismo no puede ser definido independientemente de los visitantes y las actividades en las que participan durante su viaje. El turismo, visto como las actividades de los turistas, representa una función de consumo que está relacionada con la producción de bienes y servicios para satisfacer las necesidades de los visitantes.
- **Definición de turista en la CST de México:** El término se define como cualquier persona que viaje fuera de su locación usual por un período de menos de 12 meses y por cualquier motivo, excepto las personas que se involucran en actividades que les generarán ingreso en el destino de viaje; refugiados o trabajadores migratorios; diplomáticos; trabajadores estacionales o fronterizos, empleados de viajes; o personas buscando establecer una nueva residencia o empleo. El término incluye entonces a residentes del país que viajan a otras regiones del mismo o fuera del país, así como personas que viajan a México desde otros países.

Dada la naturaleza de superposición entre las actividades turísticas y de Reuniones, la OMT sugiere que los componentes del sector de Reuniones (o la industria como es definida por la OMT) sean identificados a través de una serie de tablas complementarias a la cuenta satélite de turismo de la nación.

Cuenta Satélite de Turismo

Las cuentas nacionales proporcionan un marco estandarizado para la medición de la actividad económica de una nación. El gobierno mexicano (además de las agencias federales de estadísticas de los Estados Unidos y Canadá) usa el Sistema de Clasificación Industrial de Norteamérica (NAICS), el cual clasifica a los establecimientos de negocios para el propósito de recolectar, analizar y publicar datos estadísticos relacionados con la actividad económica de los negocios. Como el sector turismo es una combinación de múltiples industrias tales como transportación, alojamiento, alimentos y bebidas, recreación, agencias de viajes, etc. México emplea el término “cuenta satélite” para medir el tamaño de los sectores económicos que no se encuentran definidos como industrias en las cuentas nacionales.

En forma similar al sector turístico, el sector de Reuniones involucra diversos componentes (algunos de los cuales están relacionados con el turismo) que atraviesan las cuentas industriales nacionales. Estos componentes incluyen las cuatro industrias centrales previamente identificadas (organizadores de Reuniones especializados; centros de convenciones, congresos y exposiciones; casas de incentivo y compañías de administración de destino; y centros de convenciones y visitantes), así como otras industrias involucradas en la actividad de reuniones. Las cuatro industrias centrales generalmente están alineadas con las cuentas nacionales existentes, como se muestra en la Tabla 2.

Tabla 2:
Industrias Centrales de Reuniones y Códigos NAICS correspondientes

Industrias Centrales de Reuniones		Códigos NAICS (Cuentas Nacionales)	
1	Organizadores de reuniones especializados	561920:	Organizadores de convenciones y ferias comerciales e industriales
2	Centros de convenciones, congresos y exhibiciones	531113:	Renta de espacios para fiesta, salones para convenciones, sin intermediación
3	Casas de incentivo y compañías de administración de empresas	5615:	Agencias de viajes y servicios de reservaciones
4	Oficinas de convenciones y visitantes	5615	Agencias de viajes y servicios de reservaciones
		9313	Regulación y promoción del desarrollo económico
		5619	Otros servicios de apoyo a negocios

De estas industrias centrales identificadas, la CST reconoce códigos NAICS para las casas de incentivo, compañías de administración de destino y oficinas de convenciones y visitantes. Como tal, los organizadores de reuniones especializados y los centros de convenciones, congresos y exposiciones han sido identificados como parte de las industrias centrales de Reuniones en forma separada de las cuentas de la CST. La Tabla 3 ilustra la extensión de la CST en relación con la actividad de reuniones y a nivel de la industria.

Tabla 3:
CST Alcance de las Industrias

Industrias de viajes y turismo	Alojamiento Alimentos y bebidas Transportación aérea Transportación terrestre Otra Transportación ¹ Menudeo ² Recreación y entretenimiento Servicios de viaje y otros insumos turísticos
Industrias de Reuniones	Organizadores de reuniones Recintos de reuniones
Otras industrias	Otras industrias

¹Para propósitos de este estudio "Otra Transportación" incluye "Transportación Turística" como categorizada en la CST de México.

² Menudeo incluye bienes tales como ropa, libros/revistas, artesanías/regalos, artículos personales, etc.

³ Otras industrias incluye construcciones, renta de artículos, otros servicios de apoyo, transportación, servicios de apoyo en instalaciones, otros servicios, servicios relacionados con computación y otros.

Los códigos NAICS clasifican industrias, insumos (bienes y servicios) dentro de estas industrias conforme a la clasificación del *North American Product Classification System* (NAPCS). Los principales insumos identificados en el NAPCS que están asociados con las cuatro industrias centrales de las Reuniones, incluyen los siguientes:

- Servicios de planeación y asistencia para la organización de convenciones y exposiciones comerciales.
- Renta de espacio para reuniones, convenciones y otros usos de negocio similares de corto plazo.
- Arreglos de viaje y servicios de reservaciones.
- Servicios de operación de recorridos

Para los propósitos de este estudio, los insumos relacionados con la organización de convenciones y exposiciones comerciales, y servicios de asistencia han sido agrupados dentro de la categoría de planeación y producción de Reuniones, mientras la renta de espacio para reuniones convenciones y usos similares de corto plazo es referido como renta de instalaciones. Debe hacerse notar que a nivel de los insumos, la planeación y producción de Reuniones refleja un gasto asociado con la planeación de reuniones efectuada por organizadores independientes o externos, así como internos, mientras a nivel de la industria, el término organizadores de congresos se refiere solamente con el gasto efectuado por servicios de organización de reuniones independientes o externos. La Tabla 4 ilustra la extensión de la CST en lo relacionado a la actividad de Reuniones a nivel de los insumos.

Tabla 4:
CST Alcance de los Insumos

Insumos turísticos	Alojamiento
	Alimentos y bebidas
	Transportación aérea
	Transportación terrestre
	Otra Transportación ¹
	Menudeo ²
	Recreación y entretenimiento
	Servicios de viaje y otros insumos turísticos
Insumos para Reuniones	Planeación y producción de reuniones
	Renta de instalaciones
Otros insumos relacionados con Reuniones	Otros insumos

¹ Para los propósitos de este estudio “Otra Transportación” incluye “Transportación Turística” como categorizada en la CST de México.

² Menudeo incluye bienes tales como ropa, libros/revistas, artesanías/regalos, artículos personales, etc.

³ Otras industrias incluye construcciones, renta de artículos, otros servicios de apoyo, transportación, servicios de apoyo en instalaciones, otros servicios relacionados con computación y otros.

Actividad económica de las Reuniones

Tomando el marco de referencia para el alcance del sector de las Reuniones, la medición de la relevancia económica se realizó a partir de las dimensiones de la oferta y la demanda. De acuerdo con la OMT la oferta y la demanda son dos tipos de medida relativas a la contribución de las actividades de las reuniones para los cuales se requiere de información. Un enfoque exclusivo de la oferta omitiría el gasto efectuado por los participantes en productos comprados de otras industrias relacionados durante su participación en las Reuniones, mientras un enfoque en la demanda, basado solamente en el gasto de los participantes, omitiría la contribución de la industria de las Reuniones a la economía.

En la Tabla 5, se presentan las características de las dimensiones de la oferta y demanda en términos de definiciones, vinculación con las Reuniones y papeles en el sector.

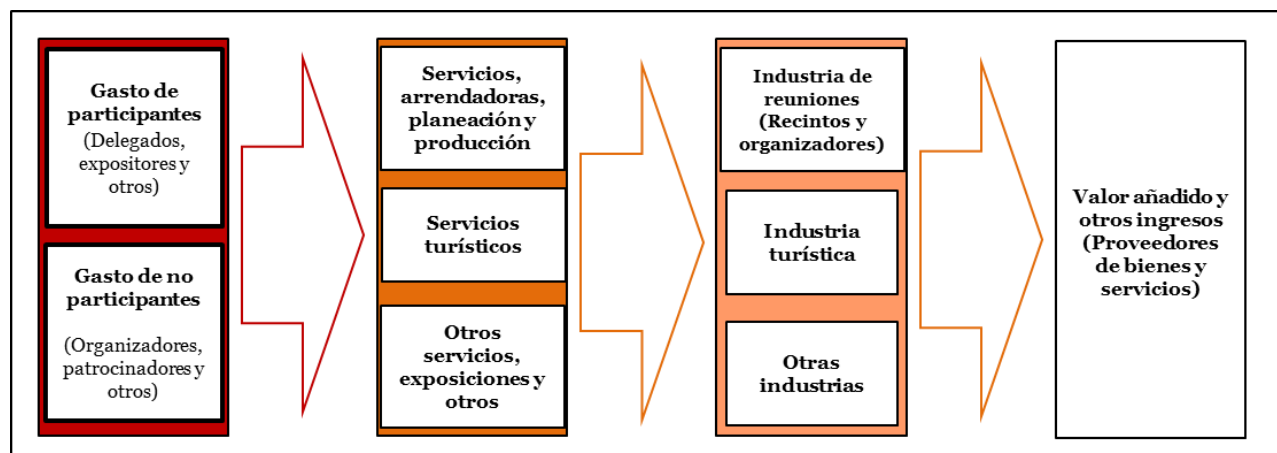
Tabla 5:
Industria de Reuniones. Oferta vs Demanda

	Oferta	Demanda
Definición	<ul style="list-style-type: none"> • Organizaciones y negocios que proporcionan servicios para Reuniones • Las métricas incluyen variables tales como ingreso (representado por honorarios y comisiones), gastos y empleo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Participantes en Reuniones, incluyendo delegados, individuos y negocios que exponen y otros asistentes a Reuniones tales como conferenciantes / instructores, prensa, invitados y otros. • Las métricas incluyen variables tales como gasto por participante en Reuniones es servicios específicos proporcionados por las industrias de Reuniones, turismo y otras. • Variables no económicas relacionadas con el gasto, incluyen: número de participantes, duración de la Reunión, número de noches de hotel u otra forma de alojamiento y otras variables.
Involucramiento	<ul style="list-style-type: none"> • No participantes 	<ul style="list-style-type: none"> • Participantes
Tipos	<ul style="list-style-type: none"> • Instalaciones / recintos • Organizaciones de Mercadotecnia de Destino (OMDs) (OCVs u OCCs) • Organizadores de Reuniones / anfitriones • Otros patrocinadores / contribuyentes a las Reuniones 	<ul style="list-style-type: none"> • Delegados • Expositores • Otros asistentes a reuniones (Conferenciantes/instructores, prensa y otros)

Como se observa en la tabla anterior, desde la perspectiva de la oferta, los recintos, organizaciones de mercadotecnia de destino, organizadores de reuniones/anfitriones y otros contribuyentes son caracterizados como “no participantes”. A pesar de que los no participantes están activamente involucrados en las Reuniones, no son la audiencia primaria para la Reunión en sí misma.

La información fue recabada como parte de un proceso de investigación (descrito en la siguiente sección) que contempló investigación primaria mediante la aplicación de una encuesta y datos de fuentes secundarias sobre el volumen de las Reuniones y el gasto de los participantes (demanda) y no participantes (oferta), lo cual permitió cuantificar la relevancia económica de las Reuniones. El siguiente gráfico ilustra cómo el gasto de los participantes y no participantes en Reuniones, turismo y otros insumos relacionados a las Reuniones afectan a dichas Reuniones, Turismo y otras industrias, lo cual a su vez contribuye al valor agregado y al gasto incremental de otros proveedores de la industria.

Flujo de Gasto



*Nota. Los resultados fueron ajustados para asegurar que el gasto efectuado por los proveedores de bienes y servicios para actividades de Reuniones no fuese contabilizado dos veces.

Sección 3: Metodología de investigación

El equipo de trabajo condujo la investigación a partir de dos áreas principales: la primera implicó la recopilación de datos primarios mediante una encuesta y la segunda consistió en la investigación y análisis de fuentes de la industria, gobierno y propias (a las que colectivamente nos referimos como datos secundarios). Esta investigación y esfuerzos de análisis fueron realizados en forma paralela, de modo que el equipo de investigación analizó los resultados de cada esfuerzo y concilió los datos y el análisis para desarrollar la base de las estimaciones de relevancia económica presentadas en este reporte.

Investigación primaria

La encuesta se aplicó a las audiencias correspondientes a: 1) organizadores de Reuniones, incluyendo tanto “internos” como organizadores “independientes o externos”; 2) administradores de instalaciones o recintos, y 3) oficinas de visitantes u organizaciones de mercadotecnia de destino. Para los propósitos de este estudio, las encuestas se aplicaron para las organizaciones que integran la oferta. Los datos secundarios se utilizaron como fuente de información sobre los grupos participantes clave de delegados y expositores. La información sobre la demanda fue obtenida de las fuentes secundarias descritas en esta sección.

Audiencia encuestada	Descripción
1 Organizadores de Reuniones (meeting planners)	<p>Los organizadores de reuniones incluyeron tanto organizadores “internos” como “independientes/externos” :</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Los organizadores “internos” son responsables de la organización de Reuniones para sus propias empresas o entidad que es anfitriona o patrocinadora de la reunión. b) Los organizadores “independientes/externos” son contratados para organizar la reunión en nombre de la entidad anfitriona o patrocinadora.
2 Administradores de recintos	<p>Administradores de los siguientes tipos de recintos o instalaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Instalaciones ex profeso para Reuniones (sin alojamiento) tales como recintos para conferencias y convenciones. b) Instalaciones para reuniones que cuentan con alojamiento (hoteles, resorts, etc.). c) Instalaciones para reuniones en otras ubicaciones (con base en información proporcionada por SECTUR) tales como universidades, colegios, arenas, estadios, museos, teatros, etc.
3 Organizaciones de mercadotecnia de destino	<p>Típicamente, organizaciones sin fines de lucro responsables de representar a destinos específicos y propiciar el desarrollo de largo plazo de la comunidad a través de los viajes y el turismo, también referidas como Oficinas de Congresos y Visitantes (OCVs) u Oficinas de Congresos y Convenciones (OCCs), etc.</p>

Si bien todas las encuestas generaron insumos importantes para el análisis, la encuesta a los administradores de recintos sirvió como una de las fuentes principales de información para las estimaciones sobre volumen. La encuesta a los organizadores de Reuniones y datos de fuentes secundarias fueron las fuentes principales de información para estimar el gasto en el sector de Reuniones dentro de las perspectivas de oferta y demanda. Cabe hacer notar que mientras ciertos asistentes a Reuniones, tales como oradores/instructores y ciertos proveedores de servicios (vendedores) de la industria como son compañías de producción, banqueteros y empresas de servicios para expositores no fueron encuestadas en forma específica como parte del proceso de investigación primaria. La información sobre el gasto para estos otros actores relevantes fue obtenida a través de la encuesta de las audiencias indicadas.

Distribución de encuestas

Las encuestas a los organizadores de Reuniones fueron aplicadas por correo electrónico en una plataforma basada en internet. Las encuestas para administradores de instalaciones y organizaciones de mercadotecnia de destino fueron distribuidas por correo electrónico. Las respuestas se obtuvieron fundamentalmente durante los meses de abril y mayo del 2011. Los encuestados recibieron por correo electrónico vínculos o los documentos de encuesta en versiones en inglés y español, con la opción de responder en su idioma de preferencia.

Desarrollo de muestra para la Encuesta

Las listas de contactos para la audiencia de cada encuesta fueron proporcionadas por la SECTUR. Los contactos de estas listas fueron el componente principal de la muestra. Dichas listas de contactos fueron complementados con otras fuentes proporcionadas por Meeting Professionals International (MPI) y la Professional Convention Management Association (PCMA), los cuales fueron considerados como muestra complementaria. Estas asociaciones internacionales proporcionaron información de contacto de miembros organizadores domiciliados en México (miembros del Capítulo México), así como organizadores involucrados en reuniones en Estados Unidos, incluyendo organizadores domiciliados en Estados Unidos, Canadá y otras plazas internacionales.

Los listados principal y complementario comprendieron 11,300 contactos de correo electrónico; sin embargo, el listado complementario incluyó algunas duplicidades en la información proporcionada por SECTUR, MPI y PCMA. El equipo de investigación trabajó para mitigar el riesgo de duplicidad haciendo una limpieza y revisión de la base de datos de direcciones de correo electrónico y nombres para identificar y eliminar duplicidades. Este proceso fue importante para asegurar que los participantes individuales no fuesen encuestados más de una vez. El proceso arrojó aproximadamente 10,900 contactos únicos, con los tamaños de muestra presentados en la Tabla 6.

**Tabla 6:
Tamaños de Muestra de la Encuesta**

	Organizadores de Reuniones	Recintos	OCVs
Muestra primaria	88	314	58
Muestra complementaria	10,445	--	--

Secciones del cuestionario por Audiencia encuestada

Un cuestionario único fue desarrollado para cada audiencia, con preguntas específicas sobre el volumen de Reuniones y gastos relacionados. Los cuestionarios se distribuyeron a organizadores de Reuniones y administradores de instalaciones incluyendo una sección que se refería a la actividad general de las Reuniones durante 2010. Se solicitó también a los organizadores de Reuniones proporcionar información sobre Reuniones específicas. A las organizaciones de mercadotecnia de destino se les preguntó sobre su participación en el sector de Reuniones en términos de su presupuesto anual y fuentes de financiamiento. La Tabla 7 resume los elementos clave contemplados en la encuesta para cada audiencia.

**Tabla 7:
Elementos Clave en los Instrumentos de la Encuesta**

	Audiencia encuestada	Actividad Anual de Reuniones	Reuniones Específicas	Número de Reuniones Específicas Consideradas
1	Organizadores de Reuniones	Sí	Sí	Una
2	Administradores de recintos	Sí	No	-
3	Organizaciones de mercadotecnia de destino	No aplicable	No aplicable	-

Datos obtenidos mediante encuestas

Se solicitó a la audiencia de cada encuesta proporcionar tanto datos económicos (ingresos, gastos, etc.) como datos no económicos (volumen de reuniones, asistencia, etc.). Las encuestas incluyeron de manera no limitativa la información que se muestra en la Tabla 8.

Tabla 8:
Datos económicos y no económicos de la actividad de Reuniones

Económicos	Non-Económicos
<ul style="list-style-type: none"> • Costos de asistencia a Reuniones (registro y cuotas). • Gastos de la organización de Reuniones (incluyendo renta de instalaciones, alimentos y bebidas, servicios de proveedores, honorarios de ponentes y otros costos). • Gastos de viaje de delegados. • Ingresos por Reuniones. • Ingresos de operación y gastos de las Instalaciones. • Gasto de capital de las Instalaciones. • Gasto y contribuciones para Reuniones de las OMDs. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tipos de Reuniones. • Número de Reuniones. • Crecimiento de la actividad de Reuniones. • Duración de las Reuniones. • Asistencia por tipo de participante. • Origen de los asistentes. • Cuartos noche.

Cuestionarios Recibidos

La investigación primaria se basó en el contenido de aproximadamente 400 cuestionarios respondidos por las audiencias de organizadores, instalaciones y OMDs, como se detalla en la Tabla 9. Las tasas de respuesta se basaron en las respuestas que completaron el número de preguntas consideradas como necesarios para generar datos útiles para el análisis. Las tasas de respuesta fueron altas para la muestra primaria, con 21 por ciento de los recintos, 43 por ciento de las OCVs u OCCs y 35 por ciento de los organizadores de reuniones habiendo proporcionado respuestas a las encuestas correspondientes. Si bien la respuesta de la muestra complementaria de organizadores de Reuniones resultó baja comparativamente con la muestra primaria, el número de respuestas es considerablemente alto dado el amplio número de organizadores de Reuniones domiciliados en Estados Unidos que fueron parte de la muestra. En otras palabras, la muestra incluyó a organizadores de Reuniones de Estados Unidos sin que sea posible distinguir a aquellos que planean Reuniones fuera de Estados Unidos.

Tabla 9:
Tasa de Respuesta de las Encuestas

	Audiencia encuestada	Tamaño de muestra	Cuestionarios recibidos	Tasa de respuesta
1	Recintos	314	66	21%
2	OCVs y OCCs	58	25	43%
3	Organizadores de Reuniones:			
	Principales	88	31	35%
	Complementarios	10,445	266	3%
Total			388	

Análisis de la encuesta y ajustes

Las respuestas a la encuesta fueron analizadas para asegurar la calidad de los datos. Este proceso incluyó varios pasos, incluyendo los siguientes:

- Para cada encuesta se definió un punto de completación para considerar los datos como útiles. En otras palabras, los cuestionarios que no contaban con el nivel mínimo de respuestas completas no fueron considerados en el análisis.
- Los datos de la encuesta fueron analizados para asegurar que las respuestas cumplieran con la definición de Reuniones. Se eliminaron aquellas respuestas que no correspondían a la clasificación de Reunión – desarrollados en las propias instalaciones o demasiado reducidos en asistencia (no cumpliendo con el número de asistentes establecido por la OMT).
- También se analizaron las respuestas para asegurar que no se incluyeran otros “datos malos”. El equipo de trabajo eliminó respuestas que, con base en la experiencia, aparecieran como inválidas, inconsistentes o contuvieran errores.
- Los resultados atípicos o extremos fueron eliminados del análisis. Se hicieron cálculos de promedio y desviación estándar, de modo que los valores con tres desviaciones estándar a partir del promedio fueron eliminados del grupo de datos para la respuesta en particular, así como para las respuestas que el valor atípico pudiese haber impactado.

Investigación secundaria.

Los datos secundarios tuvieron un papel importante, al igual que la investigación primaria, en el proceso de investigación y análisis. La información económica y no económica relativa al volumen de Reuniones y gasto desde una perspectiva de oferta y demanda fue recopilada y analizada utilizando en este proceso fuentes gubernamentales, de la industria y fuentes propietarias de la firma. Ejemplos de las fuentes de información secundaria incluyeron de manera no limitativa las siguientes:

- **Gobierno:** SECTUR, Cuenta Satélite del Turismo de México 2005-2009 (TSA), Instituto Nacional de Estadística y Geográfica (INEGI), Centro de Estudios Superiores de Turismo (CESTUR), Sistema Integral de Información de Mercado Turísticos (SIIMT), y otros.
- **Industria:** Asociación Nacional de Oficinas de Convenciones y Organismos Similares A.C. (ANDOC), Oficina de Congresos y Convenciones de la Ciudad de México, International Convention and Congress Association (ICCA), Society of Incentive & Travel Executives (SITE), World Travel & Tourism Council (WTTC), Cvent, MCG's *Meetings Tourism Study*, DK Shifflet & Associates' Mexico meetings data, the Center for Exhibition Industry Research's *Exhibition Industry Census*, Smith Travel Research, Trade Show Week, Business Travel News' Corporate Travel Index, y otros.
- **Proprietaria:** Información contenida en el *Convention Center Report*, estudios previos de la firma en relación con el sector de las Reuniones, incluyendo the *Economic Significance of Meetings to the U.S. Economy*, y otras fuentes.

Favor de referirse al Apéndice C para un listado completo de las fuentes secundarias.

Los datos secundarios fueron también utilizados para definir las poblaciones de instalaciones para Reuniones, así como organizadores, a fin de permitir la extrapolación de datos. Adicionalmente los datos secundarios fueron usados en el proceso de conciliación con los resultados de las encuestas y las estimaciones comparativas generales.

Conciliación de datos

Con la cantidad de datos primarios y secundarios recopilados, el proceso de conciliación fue un paso crítico en el análisis. El equipo de investigación comparó los resultados de las encuestas con la información secundaria, identificando discrepancias y potencial sesgo en el muestreo, desarrollando estimaciones de volumen y gasto que incorporaron tanto la información primaria como secundaria, juicio profesional y experiencia en la industria.

Sección 4. Volumen de las Reuniones

Para estimar la contribución económica de las Reuniones, fue importante conducir un análisis volumétrico del sector de las Reuniones y establecer una línea de base para su tamaño en términos del volumen de Reuniones y el total de los participantes en las Reuniones. El proceso dual de investigación a través de datos de fuentes primarias y secundarias permitió el desarrollo de parámetros de población para las instalaciones de Reuniones en México y la extrapolación de datos relativos al volumen a las poblaciones de las instalaciones. Para complementar este análisis se desarrollaron también indicadores de la población de organizadores de Reuniones y los datos relativos al volumen fueron extrapolados de manera similar a la estimación de la población estimada de organizadores de Reuniones.

La población de instalaciones fue estimada utilizando la lista de contactos para la encuesta así como fuentes de la industria y propietarias. Estas fuentes incluyeron al SIIMT, INEGI, Cvent, M&C's *Meetings Facilities Search*, CST de México, Tradeshow Week's *Major Exhibit Hall Directory*, Smith Travel Research, las bases de información propietaria de la firma y otras fuentes utilizadas para desarrollar estimaciones de la población.

La población de instalaciones fue segmentada por tipo de recinto (instalaciones construidas ex profeso, facilidades con servicios de alojamiento, etc.). Los indicadores de volumen tales como el número de eventos, asistencia (por tipo de Reunión y origen) y los cuartos noche se aplicaron a las poblaciones de los recintos y se ponderaron los datos en forma apropiada al tipo y tamaño del recinto.

Estimaciones sobre el volumen de las Reuniones

Con base en el análisis de volumen descrito, se estima que 197,400 Reuniones se celebraron en México en 2010. Como se ilustra en la Tabla 10, 131,000 Reuniones correspondieron a reuniones corporativas y de negocios, las cuales representaron la mayoría del total (66 por ciento). Las convenciones, conferencias y congresos sumaron 28,000 o 14 por ciento del total de Reuniones en 2010. Estas Reuniones principalmente representaron a asociaciones y otras reuniones no corporativas. La categoría de otras Reuniones alcanzó 27,700, lo cual correspondió a todos aquellos eventos que cumplieron con la definición de una Reunión pero no corresponden a alguna de las categorías establecidas. Otras Reuniones probablemente incluyen a eventos que quienes respondieron las encuestas no se sintieron cómodos clasificando dentro de un tipo en particular de las categorías y definiciones proporcionadas debido a su naturaleza dual (i.e. reuniones corporativas o convenciones que incluyen un componente de exposición). Adicionalmente, con base en las características de gasto y origen de otros eventos, que se describen más adelante en el reporte, pareciera que esta categoría, relativa a otros, pudiese incluir eventos con una mayor proporción de asistentes locales, duraciones más cortas (i.e. menos de un día) y con pernoctas limitadas. Para un listado completo de las definiciones de Reuniones, por favor ver el Apéndice A.

Tabla 10:
Número de reuniones y participantes por tipo de Reunión

Tipo de Reunión	Total de Reuniones	Total de Asistentes	Porcentaje de Asistencia del Total
Reuniones corporativas y de negocios	131,000	10,210,000	44%
Ferias y exposiciones de negocios	4,400	5,360,000	23%
Congresos/Convenciones/Conferencias	28,000	5,070,000	22%
Eventos de incentivo	6,300	560,000	2%
Otras Reuniones	27,700	1,860,000	8%
Total	197,400	23,060,000	100%

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

Otra segmentación útil del total de las Reuniones es el tipo de recinto. La Tabla 11 presenta un desglose de las 197,400 Reuniones por tipo de recinto utilizado para las Reuniones celebradas en 2010. Los tipos de recintos incluyen las instalaciones construidas ex profeso (centros de convenciones, centros de conferencias sin servicios de alojamiento, etc.) recintos para Reuniones con alojamiento (hoteles, resorts, centros de conferencia con servicios de alojamiento, etc.) y otros (salones de universidades, teatros, estadios, museos, etc.). Como se ilustra, la mayoría de las Reuniones (81 por ciento) se realizaron en hoteles y otros recintos con servicios de alojamiento.

Tabla 11:
Volumen de Reuniones por Instalación

Tipo de instalación	Reuniones	Porcentaje
Recintos de Reuniones con alojamiento	159,900	81%
Recintos feriales (construidos ex profeso)	25,700	13%
Otras	11,800	6%
Total	197,400	100%

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

Participantes en Reuniones

Como se muestra en la Tabla 12, en 2010 se estima que 23.1 millones de personas asistieron a Reuniones en México. Las Reuniones corporativas y de negocios generaron la mayor proporción de participantes (44 por ciento), seguidos por exhibiciones comerciales y de negocios (23 por ciento) y convenciones, conferencias y congresos (22 por ciento). En relación con el tipo de participante (delegados, expositores, otros) los delegados a las Reuniones constituyeron el mayor grupo, con una estimación de 19.5 millones u 85 por ciento del total de participantes. Los expositores totalizaron aproximadamente 2.2 millones ó 9 por ciento de los participantes.

Tabla 12:
Volumen de participantes por tipo de Reunión y tipo de participante

Tipo de Reunión	Tipo de Participante			Total	Porcentaje
	Delegados	Expositores	Otros		
Reuniones corporativas/negocios	9,190,000	510,000	510,000	10,210,000	44%
Exposiciones comerciales/negocios	3,750,000	1,070,000	540,000	5,360,000	23%
Congresos/Congresos/Conferencias	4,310,000	510,000	250,000	5,070,000	22%
Reuniones de incentivo	500,000	0	50,000	560,000	2%
Otras Reuniones	1,770,000	60,000	40,000	1,860,000	8%
Total	19,520,000	2,150,000	1,390,000	23,060,000	100%
Porcentaje	85%	9%	6%	100%	

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

Además del tipo de participante, la asistencia a Reuniones fue también analizada por tipo de origen y presentada en la Tabla 13. Para propósitos de este estudio, los orígenes de los participantes se definieron como sigue:

- **Local:** Asistentes que viajaron menos de 75 kilómetros para asistir a la Reunión y no pernoctaron en un establecimiento de alojamiento pagado.
- **Doméstico:** Asistentes que viajaron más de 75 kilómetros para asistir a la Reunión o que pernoctaron en un establecimiento de alojamiento pagado (turistas nacionales).
- **Internacional:** Asistentes que viajaron desde fuera de México para asistir a la Reunión (turistas internacionales).

Los participantes locales representaron el 49 por ciento de los asistentes, mientras los participantes domésticos e internacionales representaron el 47 por ciento y 4 por ciento, respectivamente, de la asistencia total. Los participantes que viajaron a Reuniones (turistas) constituyeron la mayoría de los participantes (51 por ciento). De los participantes turistas, los participantes internacionales representaron el 7 por ciento.

Tabla 13:
Volumen de participantes por tipo de Reunión y origen

Tipo de Reunión	Tipo de origen			Total	Porcentaje
	Local	Doméstico	Extranjero		
Reuniones corporativas/negocios	5,410,000	4,600,000	200,000	10,210,000	44%
Exposiciones comerciales/negocios	2,360,000	2,920,000	80,000	5,360,000	23%
Congresos/Congresos/Conferencias	2,030,000	2,870,000	170,000	5,070,000	22%
Reuniones de Incentivo	20,000	170,000	370,000	560,000	2%
Otras Reuniones	1,490,000	360,000	10,000	1,860,000	8%
Total	11,310,000	10,920,000	830,000	23,060,000	100%
Porcentaje	49%	47%	4%	100%	

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

Cuartos noche

Los cuartos noche son otra medida importante para el volumen de la actividad de Reuniones. Como se muestra en la Tabla 14, la actividad de Reuniones generó un estimado de 24.3 millones de cuartos noche de alojamiento en 2010. Los participantes en reuniones corporativas o de negocios, así como en convenciones, conferencias y congresos fueron los principales motores de esta actividad, correspondiéndoles el 46 por ciento y 26 por ciento, respectivamente.

Tabla 14:
Cuartos noche generados por Reuniones

Tipo de Reunión	Total de Cuartos Noche	Porcentaje
Reuniones corporativas/negocios	11,040,000	46%
Exposiciones comerciales/negocios	6,390,000	26%
Congresos/Congresos/Conferencias	4,800,000	20%
Reuniones de incentivo	1,350,000	6%
Otras Reuniones	670,000	3%
Total	24,250,000	100%

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

Sección 5: Gasto directo en Reuniones

El gasto directo sirve como indicador principal de la relevancia económica de las Reuniones. El gasto directo se define como aquel gasto dentro de la economía de México resultante de compras de bienes y servicio, empleo a residentes y salarios pagados a empleados como resultado de la actividad.

Para estimar los gastos directos relacionados con la actividad de Reuniones, los resultados de la encuesta y datos secundarios fueron utilizados para desarrollar las características de gasto de los participantes (incluyendo delegados y expositores) y de los no participantes (organizadores de Reuniones, recintos, oficinas de congresos y visitantes y otros). Las estimaciones de Reuniones y volumen de asistencia fueron aplicados a las características asociadas con el gasto en Reuniones de los participantes y los no participantes para estimar el gasto directo.

Al desarrollar las estimaciones de gasto directo total, fue importante asegurarse de no duplicar el conteo y el gasto total fue ajustado para reflejar el monto “neto” de gasto inyectado en la economía. Por ejemplo, las cuotas de registro de los participantes sirvieron como base para los costos de la organización de los congresos. Así, el gasto directo de los organizadores de Reuniones reflejó los costos adicionales para celebrar una Reunión que no fueron financiados a través de los participantes y otras fuentes de no participantes.

Adicionalmente, el gasto por parte de otros grupos de la industria involucrados en el sector de Reuniones, incluyendo proveedores como empresas de servicio para expositores, banqueteros, renta de equipo, etc. fueron considerados como secundarios y por tanto no fueron incluidos en el análisis del gasto directo. Este tipo de gasto secundario es normalmente captado a través de las contribuciones indirectas e inducidas a la industria.

Las fuentes de la industria también jugaron un papel importante en el análisis comparativo del gasto directo, particularmente en lo relacionado con el turismo. Por ejemplo la CST de México proporcionó análisis comparativos clave para el gasto turístico a nivel total y por categorías clave de gasto.

Gasto de los participantes

Los participantes en Reuniones incurrieron en gastos asociados con su asistencia a dichas Reuniones, tales como registro, viaje y costos de exposición. Como se presenta en las Tablas 15 y 16, \$10.5 mil millones de dólares constituyeron el gasto directo de los delegados, expositores y otros participantes en Reuniones en el 2010. Las principales categorías de gasto fueron las cuotas de registro y otros (42 por ciento) alojamiento (18 por ciento) y alimentos y bebidas (15 por ciento).

Tabla 15:
Gasto de participantes por tipo (en miles de dólares americanos)

Categoría de gasto	Tipo de participante			Total	Porcentaje
	Delegados	Expositores	Otros		
Cuotas de registro y otros gastos	\$1,204,600	\$3,091,800	\$121,200	\$4,417,600	42%
Alojamiento	1,555,800	182,700	185,900	1,924,400	18%
Alimentos y bebidas	1,303,600	149,900	156,500	1,610,000	15%
Transportación aérea	731,400	85,000	86,500	902,900	9%
Transportación terrestre	673,100	78,400	82,500	834,000	8%
Otra transportación	151,600	18,700	22,100	192,400	2%
Menudeo	233,500	27,400	27,800	288,700	3%
Recreación y entretenimiento	93,100	10,500	12,500	116,100	1%
Servicios de viaje y otros	186,200	19,100	19,200	224,500	2%
Total	\$6,132,900	\$3,663,500	\$714,200	\$10,510,600	100%

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

Las cuotas de registro y otros gastos incluyen las cuotas de participación, eventos opcionales, renta de piso, patrocinios y otros gastos relacionados. Para muchos tipos de Reunión, tales como las convenciones y las exposiciones comerciales, son estos gastos de participación los que ayudan a cubrir los costos de planeación y producción de la Reunión. Los expositores incurren en gastos adicionales asociados con la presentación de sus ofertas de bienes y servicios en la Reunión. Estos gastos, que pueden incluir diseño y construcción de pabellón, servicios de apoyo, empaque y transportación y otros gastos, también se incluyen dentro de la categoría de cuotas de registro y otros gastos. Esta categoría de gasto incluye también gastos asociados con los asistentes locales.

Los gastos de participantes relativos a viaje incluyen los gastos del grupo de viaje, lo cual incluye a invitados y gasto asociado con cualquier actividad pre o post Reunión. Es importante notar que el gasto de los participantes incluye solamente las cantidades pagadas directamente por los participantes. No incluye el gasto efectuado por el organizador de la Reunión u organización anfitriona en favor de los participantes. Por ejemplo, los costos de alojamiento pagados directamente por la compañía anfitriona para una reunión corporativa o de incentivos a través de una cuenta maestra no son incluidos en estas cifras.

El gasto de los participantes se desglosa también por origen en la Tabla 16. La tabla muestra que el gasto mayor (aproximadamente el 70 por ciento) es el generado por los participantes domésticos.

Tabla 16:
Gasto de participantes por origen (en miles de dólares americanos)

Categoría de gasto	Tipo de origen			Total	Porcentaje
	Local	Doméstico	Extranjero		
Cuotas de registro y otros gastos	\$2,292,600	\$2,049,300	\$75,700	\$4,417,600	42%
Alojamiento	Incluido arriba	1,635,800	288,700	1,924,500	18%
Alimentos y bebidas	Incluido arriba	1,368,500	241,500	1,610,000	15%
Transportación aérea	Incluido arriba	767,600	135,500	902,900	9%
Transportación terrestre	Incluido arriba	789,900	44,100	834,000	8%
Otra transportación	Incluido arriba	176,300	16,100	192,400	2%
Menudeo	Incluido arriba	256,200	32,400	288,700	3%
Recreación y entretenimiento	Incluido arriba	58,700	57,400	116,100	1%
Servicios de viaje y otros	Incluido arriba	209,200	15,300	224,500	2%
Total	\$2,292,600	\$7,311,500	\$906,700	\$10,510,600	100%

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

Gastos en planeación y producción

La producción de las Reuniones incluye los costos incurridos por los organizadores de la Reunión/anfitriones, instalaciones, OCVs u OCCs y otros contribuyentes/patrocinadores. El organizador/anfitrión incurre en costos asociados con la planeación y la producción de la Reunión. Algunos de estos costos pueden ser cubiertos por los asistentes a través de cuotas de participación, mientras otros son cubiertos mediante patrocinios, contribuciones de no participantes y mediante gastos del propio “bolsillo” del organizador/anfitrión. El gasto neto asociado con organizar Reuniones en México en 2010 se estima aproximadamente en \$5.1 mil millones de dólares. Esta cifra es “neta” es decir que excluye los costos de producción que fueron cubiertos en parte a través de las cuotas de participantes y las contribuciones incluidas en las Tablas 15 y 16.

En la Tabla 17, el gasto asociado con la producción de Reuniones es detallada por categoría de gasto. Como se muestra, la mayor categoría individual de gasto fue alimentos y bebidas, con 24 por ciento del total del gasto total en organización de Reuniones.

Tabla 17:
Gasto en Producción de Reuniones (en miles de dólares americanos)

Categoría de gasto	Monto	Porcentaje
Alimentos y bebidas	\$1,623,900	24%
Renta de instalaciones para la Reunión	1,233,300	18%
Servicios de producción/entretenimiento	363,100	5%
Servicios audiovisuales/escenarios	322,000	5%
Honorarios por organización de Reunión	274,100	4%
Publicidad y promoción	233,000	3%
Administración	205,600	3%
Transportación grupal	198,700	3%
Decoración	185,000	3%
Personal de organización	150,700	2%
Oradores/instructores y otros asistentes patrocinados	143,900	2%
Mano de obra	116,500	2%
Renta de equipo	102,800	2%
Transportación de mercancías	95,900	1%
Servicios de touroperadores	82,200	1%
Impresión	61,700	1%
Registro	48,000	1%
Servicios tecnológicos	41,100	1%
Servicios de reservaciones	34,300	1%
Señalización	20,600	<0.5%
Responsabilidad social corporativa	13,700	<0.5%
Seguros	6,900	<0.5%
Otros	1,295,000	19%
Subtotal	\$6,852,000	100%
Menos: Costos cubiertos por las cuotas de participantes y contribuciones	(\$1,776,300)	
Gasto Neto de Producción	\$5,075,700	

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

Otros gastos directos

Otros gastos en actividades de Reuniones no contabilizados dentro de los gastos de los participantes (Tablas 19 y 20) incluyen los gastos de viaje efectuados por los organizadores de las Reuniones/anfitriones, que hicieron pagos en beneficio de delegados para su asistencia a la Reunión, gastos de los administradores de instalaciones relativos a inversiones de capital en infraestructura (construcción de nuevas instalaciones, expansiones, trabajos mayores de mantenimiento, etc.), y por las OCVs u OCCs en apoyo a la actividad de Reuniones. Para evitar duplicación, el gasto de las OCVs u OCCs incluyó solamente el apoyo adicional para el sector de las Reuniones que no fue financiado de otra forma a través de la industria. En total estos otros gastos fueron de aproximadamente \$2.5 mil millones de dólares.

Gasto directo total

Como se describe en las secciones precedentes y se ilustra en la Tabla 18, el gasto total en la actividad de Reuniones efectuado por participantes y no participantes en 2010 se estima en \$18.1 mil millones de dólares.

Tabla 18:
Gasto Directo Total en Reuniones (en miles de dólares americanos)

Categoría del gasto	Monto	Porcentaje
Gasto de participantes	\$10,510,600	58%
Gastos netos de producción	5,075,700	28%
Otros gastos directos	2,524,200	14%
Total	\$18,110,500	100%

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

En las siguientes secciones se presenta este gasto desglosado por tipo de Reunión, por participante y por tipo de instalación

Gasto directo por tipo de Reunión

La Tabla 19 muestra la segmentación de los \$18.1 mil millones de dólares de gasto directo total por tipo de Reunión. Como se puede observar, el gasto directo asociado con las Reuniones corporativas y de negocios tuvo la participación más amplia del gasto, con 44% del total.

Tabla 19:
Gasto directo por tipo de Reunión (miles de dólares americanos)

Tipo de Reunión	Total	Porcentaje
Reuniones corporativas/negocios	\$8,031,000	44%
Exposiciones comerciales/negocios	4,656,000	26%
Congresos/Congresos/Conferencias	3,916,000	22%
Reuniones de Incentivo	573,500	3%
Otras Reuniones	934,000	5%
Total	\$18,110,500	100%

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

Gasto directo por participante

En la Tabla 20 el gasto directo se presenta como una métrica que mide el gasto con una base per cápita. El gasto directo total por cada tipo de Reunión fue dividido por el número de participantes en cada tipo de Reunión. Este gasto total directo incluye las compras de los participantes en reuniones relativas a su participación en la Reunión, tales como viaje, materiales de exposición y otros costos; asimismo el gasto de no participantes relativo a la planeación y producción de la Reunión, renta de instalaciones y otras contribuciones. En conjunto, este gasto directo total por parte de participantes y no participantes basado en el gasto por persona, representa el total de dólares de gasto de un participante en la Reunión. En otras palabras la estimación de \$785 dólares de gasto per cápita para los participantes en reuniones resulta de la división del gasto total directo presentado en la Tabla 16 (\$18.1 mil millones de dólares) entre el número total de participantes en Reuniones presentado en la Tabla 12 (23.1 millones de personas).

Tabla 20:
Gasto directo per cápita (en dólares americanos)

Tipo de Reunión	Total
Reuniones corporativas/negocios	\$1,024
Exposiciones comerciales/negocios	\$869
Congresos/Congresos/Conferencias	\$787
Reuniones de Incentivo	\$772
Otras Reuniones	\$502
Promedio	\$785

Independientemente del hecho de que esta métrica representa a todos los participantes (locales, domésticos e internacionales), debe observarse que esta cifra no es específica para una plaza, sino corresponde al monto per cápita a nivel nacional. En otras palabras, los participantes y no participantes gastan antes de que tenga lugar la Reunión (en distintas plazas) en cuotas de registro, gastos de planeación y producción, materiales para exposición, etc., los gastos de viaje desde el lugar de origen del participante y en tránsito a la sede de la

Reunión y en la plaza misma de la Reunión. Como tal, el gasto total efectuado por cada participante refleja el gasto a nivel nacional desde una perspectiva de la oferta y la demanda y no es específico para la plaza en la que se efectuó la Reunión. De esta forma, los estimados per cápita no deben ser utilizados para estimar el impacto económico de una Reunión a nivel local.

Gasto directo por tipo de producto

Las estimaciones del gasto directo se presentan también con base en el tipo de producto de manera coincidente con las agrupaciones que contempla la CST y las cuentas relativas a Reuniones en el Sistema Norteamericano de Clasificación de Productos (NAPCS). En donde resultó apropiado, algunos tipos de producto fueron consolidados. Por ejemplo “Transportación Turística” fue consolidada con la categoría “Otra Transportación”.

- **Productos de Reuniones.** Representan el gasto de los participantes en Reuniones y los no participantes relativos a los costos de organizar y celebrar las Reuniones. Los productos identificados en las cuentas nacionales como organización y planeación de convenciones y exposiciones comerciales y servicios de apoyo fueron agrupados en la categoría de planeación y producción de Reuniones, mientras la renta de espacio para Reuniones, convenciones y usos similares de corto plazo se agruparon como renta de instalaciones.
- **Productos Turísticos.** Representan el gasto de participantes (delegados, expositores y otros) así como el gasto de no participantes (quienes principalmente consisten en los gastos de viaje que hacen los organizadores y anfitriones de Reuniones para delegados y personal y gasto de otros contribuyentes, tales como OCVs y OCCs) en productos turísticos. Los gastos de viaje son con frecuencia pagados por el organizador o anfitrión en el caso de las Reuniones corporativos y eventos de incentivo.
- **Otros productos relacionados con Reuniones.** Estos consisten principalmente del gasto de los participantes por empresas de exposiciones y el gasto que hacen los asistentes locales y no participantes efectuado por otros contribuyentes (no clasificados en otro lugar). Los gastos en empresas de exposiciones incluyen gastos en pabellón, materiales, servicios contratados, transporte, etc. El gasto de otros participantes en otros productos incluyen el gasto de los asistentes locales en artículos tales como comida y bebida, costos de transportación, así como el gasto de la instalación en capital para mejoras relacionadas con su infraestructura de Reuniones.

Como se ilustra, \$8.7 mil millones de dólares, o 48% del gasto directo relativo a la actividad de Reuniones, corresponde a conceptos turísticos, como alojamiento, alimentos y bebidas, transportación, entre otros. Dicha cantidad ya está considerada en la CST de México. Sin embargo, la mayor parte del gasto directo no se relaciona con el viaje, lo cual incluye los costos por planeación y producción, renta de instalaciones y otros conceptos no turísticos, que ascienden a \$9.4 mil millones de dólares, o 52 por ciento y que caen fuera de la CST. Lo anterior sugiere que el alcance del sector de Reuniones afecta a la economía mexicana de manera más amplia.

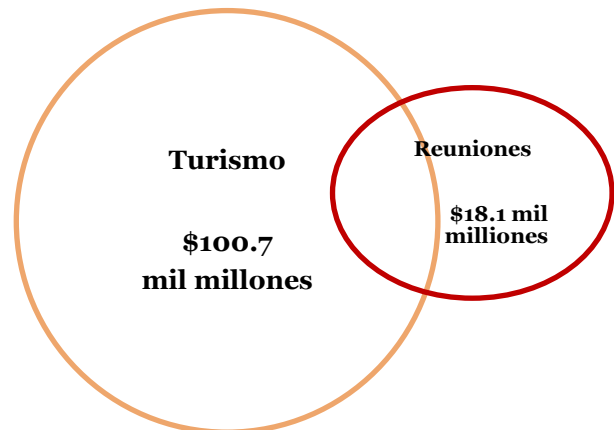
Tabla 21:
Gasto directo por producto (miles de dólares americanos)

Productos	Gasto directo	Porcentaje
<u>Productos turísticos</u>		
Alojamiento	\$2,629,700	15%
Alimentos y bebidas	2,300,000	13%
Transportación aérea	1,289,900	7%
Transportación terrestre	1,148,700	6%
Otra transportación	286,600	2%
Menudeo	423,700	2%
Recreación y entretenimiento	165,900	1%
Servicios de viaje y otros	502,000	3%
Subtotal	\$8,746,500	48%
<u>Productos de Reuniones</u>		
Planeación y Producción	\$5,351,200	30%
Renta de instalaciones	1,243,900	7%
Otros productos relacionados	2,768,900	15%
Subtotal	\$9,364,000	52%
Total	\$18,110,500	100%

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

En otras palabras, el sector de Reuniones puede describirse como integrado por dos porciones: una que se superpone (o es una extensión) del sector turismo y la porción restante que corresponde a otros sectores. El gasto directo por Reuniones para 2010 se compara con el resultado (producción) turístico en 2009. Considerando que el 2009 es el año más reciente para el cual existen datos de la CST de México, la comparación con el gasto directo en Reuniones 2010 es sólo con el propósito de ilustrar en forma general la participación del sector de Reuniones en el Turismo. De los \$100.7 mil millones de producción turística, \$8.7 mil millones, o 9 por ciento, son el resultado del sector de Reuniones (utilizando los resultados de 2009 como símil para 2010).

Participación de Reuniones en Turismo= \$8.7 mil millones USD



Participación de Reuniones en Turismo= \$8.7 mil millones USD

La Tabla 22 presenta el gasto directo de los participantes y no participantes por tipo de producto comparado con la CST de México. Como una extensión de la CST de México, el sector de las Reuniones puede compararse con el sector turismo. El gasto directo en Reuniones en 2010 se compara con la producción turística de 2009. Debido a que el 2009 es el año más reciente para el cual existen datos de la CST de México, se efectuó la comparación con el gasto directo en Reuniones de 2010 para efectos de ilustración exclusivamente, a fin de proporcionar una indicación general sobre las dimensiones del sector de Reuniones en relación con el turismo.

Mientras el tamaño del sector de Reuniones se estimó en \$18.1 mil millones de dólares en términos de su gasto directo, no todo este gasto se incluye dentro de la economía turística. Como se observa, \$9.4 mil millones correspondieron a Reuniones y otros productos, mientras \$8.7 mil millones se asociaron a la actividad turística vinculada con las Reuniones. Utilizando el año 2009 como parámetro para 2010, los \$8.7 mil millones de dólares de gasto directo en Reuniones aproximadamente corresponden al 9 por ciento de los \$100.7 mil millones de producción del sector turismo.

Tabla 22:

Gasto directo total por tipo de producto, comparado a la Cuenta Satélite de Turismo (miles de dólares americanos)

Productos	Participantes	No Participantes	Gasto directo total	Producción en la CST	Participación de las Reuniones en el Producto Turístico
<u>Productos turísticos</u>					
Alojamiento	\$1,924,400	\$705,300	\$2,629,700	\$12,794,035	21%
Alimentos y bebidas	1,610,000	690,000	2,300,000	9,436,710	24%
Transportación aérea	902,900	387,000	1,289,900	5,568,004	23%
Transportación terrestre	834,000	314,700	1,148,700	21,420,529	5%
Otra transportación	192,400	94,200	286,600	2,213,408	13%
Menudeo	288,700	135,000	423,700	13,230,028	3%
Recreación y entretenimiento	116,100	49,800	165,900	1,532,327	11%
Servicios de viaje y otros	224,500	277,500	502,000	34,541,687	1%
Subtotal	\$6,093,000	\$2,653,500	\$8,746,500	\$100,736,729	9%
<u>Productos de Reuniones</u>					
Planeación y Producción	\$1,776,300	\$3,574,900	\$5,351,200	No Aplica	No Aplica
Renta de instalaciones	10,600	1,233,300	1,243,900	No Aplica	No Aplica
Otros productos relacionados	2,630,700	138,200	2,768,900	No Aplica	No Aplica
Subtotal	4,417,600	4,946,400	9,364,000		
Total	\$10,510,600	\$7,599,900	\$18,110,500	\$100,736,729	

¹Otra transportación incluye transportación turística

*Nota: Los totales pueden no sumar debido a redondeo

Comparación entre países

Para efectos de ilustración, la Tabla 23 presenta un resumen comparativo del volumen y gasto directo de la actividad de Reuniones en México y Estados Unidos.

Tabla 23:
Comparación de los estudios para México y Estados Unidos

Categoría	México	Estados Unidos.
Año del estudio	2010	2009
Número de Reuniones	197,400	1,790,800
Asistencia	23,060,000	204,724,000
Cuartos noche	24,250,000	250,000,000
Gasto directo total	\$18,110,500	\$263,444,000
Producto turístico en CST. ²	\$100,736,729	\$708,309,000

¹ Miles de dólares americanos

² La cuenta turística de Turismo es para el año 2009

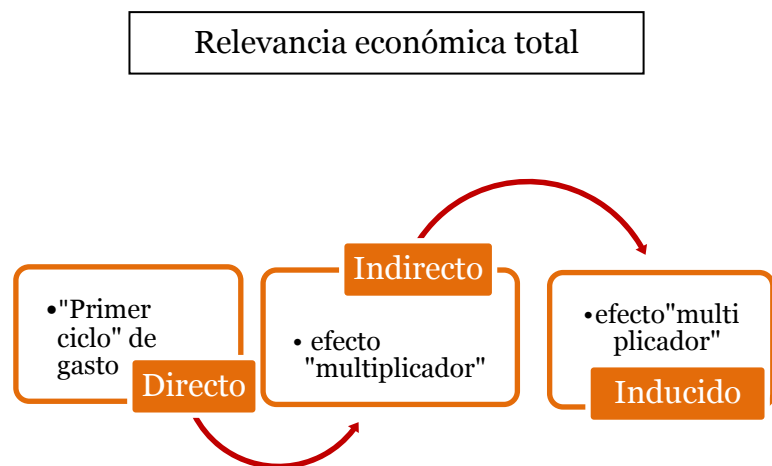
Sección 6: Relevancia económica total

El reporte se enfocó en estimar el volumen de Reuniones y gasto directo derivado de estas. Para desarrollar la relevancia económica total de las Reuniones, hubiese sido requerido un análisis insumo-producto, involucrando cálculos más profundos para producción, empleo y multiplicadores de ingreso, el cual no fue conducido para este Reporte. Este tipo de análisis capturaría flujos a proveedores de la industria, compras de bienes y servicios en México resultantes de los ingresos por trabajo y otros efectos similares indirectos e inducidos. A solicitud de la SECTUR, sin embargo, se ha presentado estimaciones de la relevancia económica total, más allá del gasto directo, los cuales están basados simple y únicamente en proporciones y referencias sobre multiplicadores económicos a partir de otras fuentes de terceros. Como resultado, la ilustración sobre la relevancia económica total, incluyendo la producción total, la contribución al PIB, empleo e ingresos por trabajo son estimados presentados solamente con ese propósito y no como datos precisos y confiables.

El gasto directo refleja el gasto monetario efectuado dentro de las industrias que comprenden el sector de las Reuniones. El gasto indirecto es atribuible a los proveedores del sector de las Reuniones, y el gasto inducido resulta del gasto efectuado por los empleados del sector de Reuniones y sus proveedores. Juntos, el gasto indirecto, directo e inducido contiene la contribución total de la actividad de las Reuniones a una economía.

Indicación general de relevancia total

El gasto directo es considerado como el "primer ciclo" del gasto, mientras que el incremento en la actividad o los beneficios inducidos a partir de ciclos de gasto subsecuentes se conocen como el "efecto multiplicador". Los gastos directos iniciales dan pie a un proceso de gasto en el cual la moneda circula por la economía generando dicho efecto multiplicador que sostiene el gasto adicional (por recipientes del segundo o tercer ciclos) y empleos. Este ciclo de gasto por visitantes, negocios y empleados es cuantificado por los multiplicadores económicos. Juntos, el gasto directo, indirecto e inducido contienen el total de la contribución de la actividad de Reuniones a la economía.



- **Directo:** Los efectos del gasto directo son medidos para las industrias identificadas como “beneficiarios directos” de la actividad de Reuniones con respecto a la fuente de gasto. El gasto directo ocurre al interior de la economía mexicana a partir de las compras de bienes y servicios atribuibles a la actividad de Reuniones.
- **Indirecto:** El gasto indirecto es el gasto adicional que sucede en otras industrias que proveen bienes y servicios a las industrias “directas” involucradas en la actividad de Reuniones.
- **Inducido:** El gasto inducido representa el gasto de los hogares a partir del ingreso obtenido en forma directa o indirecta de la actividad de Reuniones.

A fin de proporcionar una indicación general sobre la relevancia económica total de las Reuniones para la economía mexicana, se desarrollaron estimaciones de producción total, contribución al PIB y productos por salarios, los cuales se definen como sigue:

- **Producción.** Producción es un concepto económico, similar a ventas o ingresos. La suma de la producción de todas las industrias de una economía representa el valor bruto de producción. Sin embargo dicho total no es lo mismo que el PIB, debido a que duplica los valores de los productos e insumos. De hecho, tomadas juntas, la producción total de todas las industrias es significativamente mayor que el PIB de un país. Como tal, la producción total generada por la actividad de Reuniones no puede estar directamente relacionada con el PIB. Con frecuencia se presenta para reflejar el valor bruto de la producción generada en forma directa e indirecta por la actividad de Reuniones.
- **Contribución al PIB:** También conocida como “valor agregado”. Se refiere al valor adicional creado en una etapa particular de la producción. Es la medida de la importancia total de una industria. El valor agregado consiste en la compensación a empleados, ingreso del propietario, ingreso de los dueños del capital de su propiedad e impuestos de negocios indirectos (por ejemplo, aquellos aplicados a consumidores y no a los productores)
- **Empleo:** Consiste en los trabajos de tiempo completo y parcial.
- **Ingreso del trabajo:** Incluye sueldos y salarios, prestaciones e ingreso del propietario.

Efectos directos

Para los efectos económicos directos (en adición al gasto directo) se desarrollaron estimaciones utilizando la razón de contribución al PIB, empleo e ingresos por trabajo a la producción directa con base en la CST de México. Las estimaciones de la contribución directa al PIB, empleo e ingresos por trabajo relacionados con la actividad de Reuniones se presentan en la Tabla 24. La actividad de Reuniones contribuyó directamente al PIB un estimado de \$12.1 mil millones de dólares en 2010. Adicionalmente, aproximadamente 441,000 trabajos fueron soportados por la actividad de Reuniones y \$2.7 mil millones de dólares fueron pagados a empleados que se beneficiaron directamente de la actividad de Reuniones.

Tabla 24:
Efectos económicos directos de las Reuniones en México (miles de dólares americanos)

Contribución económica	Gasto directo (Producción)	Contribución al PIB	Ingresos por trabajo	Empleo
Efectos directos ¹	\$18,110,500	\$12,064,400	\$2,716,700	441,300

¹ La contribución directa al PIB, estimaciones de ingresos por trabajo y empleo se basaron en las relaciones entre la producción turística directa con cada uno de los factores como se ilustra en la CST de México.

Efectos totales

Para estimar los efectos totales de la actividad de Reuniones en México, se aplicaron los multiplicadores a la producción, contribución al PIB, ingresos por trabajo y empleo. Para la contribución al PIB la estimación se basó en el multiplicador derivado del *Travel & Tourism Economic Impact Report: Mexico* de la WTTC. Las estimaciones para producción total, ingresos por trabajo y empleo se basaron en los documentos *Resorts Timesharing in Mexico: Industry Size, Market Characteristics, and Economic Impacts*.

La relevancia económica de la actividad de reuniones en términos de producción, contribución al PIB, empleo e ingresos por trabajo se presentan en la Tabla 25. Como se ilustra, la producción total para 2010 relacionada con la actividad de las Reuniones se estima en \$32.5 mil millones de dólares. La contribución directa al PIB se estima en \$12.1 mil millones de dólares, mientras la contribución total al PIB es de \$25.1 mil millones de dólares. El ingreso directo por trabajo es estimado en \$2.7 mil millones de dólares, mientras el ingreso total por trabajo se estima en \$4.7 mil millones. La actividad de Reuniones genera un estimado de 441 mil empleos directos y un total de 784 mil empleos.

Tabla 25:
Efectos económicos totales de las Reuniones en México (miles de dólares americanos)

Contribución económica	Producción	Contribución al PIB	Ingresos por trabajo	Empleo
Efectos directos ¹	\$18,110,500	\$12,064,400	\$2,716,700	441,300
Efectos directos e inducidos ²	14,381,600	13,021,400	1,958,400	342,400
Efectos totales	\$32,492,100	\$25,085,800	\$4,675,100	783,700

¹ Las estimaciones de contribución directa al PIB, ingresos por trabajo y empleo se basaron en las relaciones entre la producción turística directa con cada factor como se ilustra en la CST de México

² Las estimaciones de producción total, ingresos por trabajo y empleo se basaron en los multiplicadores derivados de los documentos *Resorts Timesharing in Mexico: Industry Size, Market Characteristics, and Economic Impacts*. La contribución total al PIB se basó en el multiplicador derivado del documento de la WTTC *Travel & Tourism Economic Impact Report: Mexico*.

Nota: Los totales pueden no sumar debido a redondeo.

Comparación de la contribución directa de las Reuniones al PIB

En la Tabla 26, se presenta la contribución estimada de las Reuniones al PIB de \$12.1 mil millones y su comparación con la de otras industrias. Debido a que los datos más recientes del PIB disponibles (con base en industrias) son para el año 2009, se hizo la comparación con la contribución de las Reuniones para 2010 con propósitos solamente de ilustración, con el propósito de proporcionar una indicación del sector de las Reuniones en relación con otras industrias. En el contexto de la economía total de México, el PIB de 2009 (sin descontar impuestos ni servicios de intermediación financiera) fue de aproximadamente \$840 mil millones de dólares. Debe observarse que la contribución del sector de Reuniones así como las contribuciones del sector turismo tienen intersecciones y por tanto se duplican con las contribuciones de otras industrias, considerando que el sector de Reuniones y el turismo representan una colección de industrias.

Tabla 26:
PIB por industria (en miles de dólares americanos)

Sector industrial	Contribución al PIB ¹	Porcentaje ²
Manufactura	\$147,257,738	17.5%
Comercio	128,184,930	15.3%
Sector inmobiliario y renta de propiedad e intangibles	90,496,909	10.8%
Turismo	67,105,480	8.0%
Minería	66,567,548	7.9%
Construcción	60,384,893	7.2%
Transportación y almacenamiento	56,881,451	6.8%
Servicios educativos	43,906,308	5.2%
Actividades gubernamentales	37,414,684	4.5%
Servicios financieros y seguros	32,085,057	3.8%
Agricultura, forestal caza y pesca	30,198,987	3.6%
Información en medios de comunicación masiva	28,690,573	3.4%
Profesional, científico y técnico	28,274,641	3.4%
Salud y asistencia social	26,269,404	3.1%
Apoyo a negocios, disposición de desechos y servicios remediales	21,396,790	2.5%
Otros servicios excepto actividades de gobierno	21,324,696	2.5%
Alojamiento y preparación de alimentos y bebidas	19,514,765	2.3%
Reuniones	12,064,400	1.4%
Electricidad, gas y suministro de agua	10,189,370	1.2%
Administración de empresas y entidades	3,571,154	0.4%
Recreación, cultura y deporte	3,181,868	0.4%
Servicios de intermediación financiera (Neto)	(15,931,052)	
PRODUCTO INTERNO BRUTO TOTAL	\$839,860,712	

¹ La contribución de las Reuniones al PIB corresponde al 2010. Las contribuciones de otras industrias corresponden al 2009. El PIB no considera impuestos sobre productos ni servicios de intermediación financiera.

Apéndice A: Glosario

Definición de "Reunión"

La OMT, Reed Travel Exhibitions, ICCA y MPI, definen a las Reuniones como un término general que se refiere a la agrupación de diversas personas en un lugar, para conferenciar o llevar a cabo una actividad en particular. Los principales propósitos de las Reuniones son motivar a los participantes, realizar negocios, compartir ideas y aprender. La frecuencia puede darse sobre una base ad-hoc o de acuerdo con un patrón determinado, como por ejemplo reunión general anual, reuniones de comité, etc.

A partir de un mayor refinamiento por parte de la OMT y para los propósitos de este reporte, el término "Reunión", con su definición arriba expuesta, se acotó para referirse al encuentro de 10 o más participantes por un mínimo de 4 horas en una sede contratada. Las Reuniones incluyen convenciones, conferencias, congresos, ferias comerciales y exposiciones, eventos de incentivo, reuniones corporativas y de negocios, así como otras Reuniones que cumplan con los criterios arriba mencionados. Las Reuniones excluyen actividades sociales (recepciones de boda, fiestas, etc.), actividades educativas formalmente establecidas (primaria, secundaria o educación universitaria) actividades puramente recreativas (tales como conciertos y espectáculos de cualquier tipo), reuniones en campañas políticas, o agrupación de consumidores o prospectos por una empresa con el propósito de presentar para su venta bienes o servicios (ferias al consumidor) los cuales caen más dentro del marco del comercio detallista o al mayoreo.

Objetivo de la Reunión

Reunir a las personas para el propósito común de realizar negocio, compartir ideas, aprender y sostener discusiones sobre temas profesionales, científicos y de negocios.

Especificación de las Reuniones

- Duración de la Reunión: mínimo de 4 días (i.e. medio día)
- Tamaño de la Reunión: mínimo de 10 participantes
- Sede de la Reunión: contratada (sedes internas son excluidas)

Tipos de Reunión

Los tipos de Reunión en esta definición incluyen convenciones, conferencias, congresos, ferias comerciales y exposiciones, eventos de incentivo, reuniones corporativas y de negocio y otras reuniones. Los tipos de reuniones excluidos específicamente de esta definición incluyen los siguientes:

- Actividades sociales (recepciones de boda, fiestas de celebración, etc.).
- Actividades educativas formales permanentemente establecidas (primaria, secundaria o educación universitaria).
- Actividades puramente recreativas y de entretenimiento (tales como conciertos y espectáculos de cualquier clase).
- Eventos de campañas políticas.

- Reuniones de consumidores y prospectos por parte de empresas con el fin de presentar para venta bienes o servicios específicos (ferias al consumidor), las cuales caen en el ámbito del comercio detallista o mayorista.

Tipos de Reunión

Las reuniones deben clasificarse por la actividad principal de la Reunión. Por ejemplo, una convención o conferencia que incluye exposición como actividad secundaria, pero no principal debe ser clasificado como una conferencia/convención/congreso más que una feria comercial o exposición de negocios.

Tipo de Reunión	Definición
Conferencias/ Convenciones/ Congresos	Un término general que cubre todas los encuentros de participantes no de negocios, en un sitio predeterminado para la asistencia a sesiones organizadas en las cuales tienen un papel interactivo, de debate o competitivo y de las cuales el tema o propósito puede ser de cualquier naturaleza. Estas reuniones son organizadas por organizaciones profesionales, comerciales o no lucrativas. Las conferencias/convenciones/congresos pueden incluir seminarios (Favor de referirse a las definiciones de conferencia, convención y congreso abajo).
Conferencia	<ol style="list-style-type: none"> 1) Reunión participativa diseñada para la discusión, intercambio de información, consulta y solución de problemas. 2) Evento usado por las organizaciones para encontrarse a compartir puntos de vista, comunicar mensajes, debatir o promocionar algún tema o punto de opinión. <p>No es necesaria la tradición, continuidad o convención para llevar a cabo una conferencia. Aunque generalmente no están limitados en tiempo, las conferencias generalmente tienen una duración corta, con objetivos específicos. Las conferencias generalmente tienen una escala menor a los congresos.</p>
Convención	<ol style="list-style-type: none"> 1) Una reunión general y formal de un cuerpo legislativo, social o económico, a fin de dar información, deliberar o establecer consenso o políticas por parte de los participantes. En los Estados Unidos el término se usa para describir reuniones grandes, usualmente a nivel nacional, de grupos de negocio, para discusión y/o exposición comercial. 2) Un evento en donde la actividad principal de los participantes es asistir a las sesiones educativas, participar en discusiones, socializar o asistir a otros eventos organizados. También puede contener un componente secundario de exposición.
Congreso	<ol style="list-style-type: none"> 1) El encuentro regular de amplios grupos de individuos, generalmente para intercambiar puntos de vista sobre un tema en particular. Un congreso con frecuencia durará varios días y tendrá varias sesiones simultáneas. El tiempo entre congresos normalmente se establece antes de la etapa de implantación y puede ser multianual o anual. La mayoría de los congresos internacionales o mundiales son del primer tipo, mientras los congresos anuales son con mayor frecuencia sostenidos en forma anual. 2) Reunión de una asociación o delegados o representantes de organizaciones constituyentes. 3) Término europeo para convención.

Tipo de Reunión	Definición
Seminario	<ol style="list-style-type: none"> 1) Presentación y diálogo que permite a los participantes compartir experiencias sobre un tema en particular, bajo la guía de un líder experto. 2) Una reunión o serie de reuniones de 10 a 50 especialistas con diferentes habilidades específicas pero un interés común específico que se reúnen con propósitos de capacitación o aprendizaje. <p>El horario de trabajo de un seminario tiene el objetivo específico de enriquecer las habilidades de los participantes.</p>
Feria comercial/exposición de negocios	<ol style="list-style-type: none"> 1) Una exposición de productos y/o servicios para miembros de una industria común. La actividad primordial de los asistentes es visitar el área de exposición. Estos eventos se enfocan principalmente en relaciones entre negocios, pero parte del evento puede estar abierto al público general. 2) Exhibición de productos o materiales promocionales para el propósito de relaciones públicas, ventas y/o comercialización.
Evento de incentivo	Un evento premio o viaje de incentivo, enfocado en reconocer a las personas que alcanzaron o excedieron objetivos de ventas o producción. Para el propósito de la encuesta, los eventos de incentivo se refieren a la porción de reunión de un programa de incentivo.
Reunión corporativa / de negocio	<ol style="list-style-type: none"> 1) Reunión de negocio normalmente patrocinada por una corporación, en la cual los participantes representan a la misma compañía, grupo corporativo o relaciones de cliente o proveedor. 2) Encuentro de empleados o representantes de una organización comercial. <p>Normalmente la asistencia es obligatoria y el viaje, alojamiento y mayor parte de los gastos de alimentación son pagados por la organización.</p>
Otros tipos de Reuniones	Un encuentro no descrito por los tipos de Reunión expuestos arriba, pero que cumple con los criterios en términos de duración (4 horas o más), número de personas (10 o más) y ubicación (sede contratada).

Origen de asistentes

Origen	Definición
Local	Asistentes que viajaron menos de 75 kilómetros para asistir a la Reunión y no pernoctaron en alojamiento pagado. En cuestiones turísticas se les considera excursionistas.
Domestico	Asistentes que viajaron más de 75 kilómetros para asistir a una Reunión o que pernoctaron en alojamiento pagado. Se les considera turistas (nacionales)
Extranjero	Asistentes que viajaron desde fuera de México para asistir a la Reunión. Se les considera turistas internacionales.

Definiciones turísticas

Término	Definición
Viaje	Para los propósitos de este estudio, asistentes que viajan a Reuniones son aquellos que pernoctan fuera de su domicilio en alojamiento pagado, o que se trasladan más de 75 kilómetros desde su lugar de residencia para asistir a la Reunión. Esta definición de viaje es consistente con las definiciones establecidas por la OMT y la CST de México (ver definiciones abajo).
Turismo (OMT)	La definición de viaje utilizada por este estudio es consistente con las siguientes definiciones establecidas por la OMT y la CST de México: La OMT al turismo como las actividades de las personas que viajan y pernoctan en lugares fuera de su ambiente normal, por no más de un año consecutivo, por motivos de placer, negocios y otros propósitos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada dentro del lugar visitado.
Turismo (CST de México)	De acuerdo con la CST de México, el turismo se refiere a las actividades en las que participan los visitantes. Incluye todas las actividades económicas relacionadas con la satisfacción de las demandas de los turistas. Por tanto el turismo no puede ser definido independientemente de los visitantes y las actividades en las cuales participan durante su viaje. El turismo, visto como las actividades de los turistas, representa una función de consumo que está relacionada con la producción de bienes y servicios que satisfacen las necesidades de los visitantes.
Visitante (CST de México)	La CST de México define como visitante a cualquier persona que viaja fuera de su ubicación usual por un período menor a 12 meses por cualquier razón, con excepción de las personas que participan en actividades que les generarán ingresos en el destino de viaje: refugiados o trabajadores migrantes, diplomáticos, trabajadores fronterizos o estacionales, empleados de turismo, o personas buscando establecer una nueva residencia o empleo. El término, entonces, incluye residentes del país que viajan a otras regiones del país o fuera del país, así como personas que viajan a México desde otros países.

Tipos de Instalación

Tipo de sede	Definición
Facilidad construida ex profeso sin alojamiento	Centro de convenciones, sala de exposiciones, centro de conferencias no-residencial, centro de eventos de usos múltiples, etc. que no ofrece alojamiento. Las instalaciones de alojamiento son normalmente contratadas bajo un contrato independiente.
Instalaciones para Reuniones con alojamiento	Hoteles, resorts, casinos, centros de conferencias residenciales, etc. que incluyen instalaciones para reuniones. Las instalaciones de hospedaje típicamente son parte del inmueble y se venden junto con el espacio de Reunión en un mismo contrato.
Otras instalaciones con facilidades para Reuniones	Otras instalaciones, no específicamente construidas para Reuniones, pero que tienen facilidades que son utilizadas para ello (i.e. universidades, arenas, estadios, parques, pistas de carreras, museos, teatros, restaurantes, etc.). Las instalaciones de hospedaje son típicamente contratadas bajo un contrato separado. Para las universidades y escuelas estas Reuniones deberán incluir facilidades como salas y salones de conferencias, salones de clases, etc. pero excluyen un centro de conferencias u hotel en el interior del campus.

Tipos de audiencias encuestadas

Audiencia encuestada	Descripción
Organizadores de Reuniones	<p>Los organizadores de Reuniones incluyen tanto “internos” como “independientes/externos”:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Los organizadores internos son responsables de la organización de Reuniones para su propia organización como patrocinador o anfitrión de la Reunión. b) Los organizadores independientes/externos son contratados para organizar la Reunión en nombre de la organización anfitriona o patrocinadora.
Administradores de Recintos o instalaciones.	<p>Administradores de los siguientes tipos de instalaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Instalaciones construidas ex profeso para Reuniones (sin alojamiento), tales como centros de conferencias y centros de convenciones: b) Instalaciones para Reuniones con alojamiento (hoteles, moteles, resorts, etc.); c) Instalaciones para Reuniones en otras sedes, tales como universidades/escuelas, arenas, estadios, parques, pistas de carreras, museos, teatros, restaurantes, etc.
Organizaciones mercadotecnia de destino	<p>Organizaciones sin fines de lucro encargadas de representar a un destino específico y ayudar el desarrollo de largo plazo de las comunidades a través de una estrategia enfocada en los viajes y el turismo; también referida como Oficina de Congresos y Visitantes (OCV) u Oficinas de Congresos y Convenciones (OCCs), entre otros.</p>

Apéndice B: Tasas de cambio

Los pesos mexicanos fueron convertidos a dólares americanos en donde fue necesario. Las tasas de cambio fueron utilizadas principalmente para convertir montos en 2009 y 2010. OANDA proporcionó las tasas de cambio anuales como sigue:

- 2009: Un dólar americano = 13.501 pesos mexicanos
- 2010: Un dólar americano = 12.635 pesos mexicanos

Apéndice C: Fuentes de investigación secundaria

Las siguientes fuentes de información secundaria fueron utilizadas en este estudio:

Organizaciones:

- Asociación Nacional de Oficinas de Convenciones y Organismos Similares A.C. (ANDOC)
- Center for Exhibition Industry Research (CEIR)
- Centro de Estudios Superiores de Turismo (CESTUR)
- Convention Industry Council (CIC)
- Collegiate Conference and Events Directors-International (ACCED-I)
- Cvent
- DataTur
- Destination Marketing Association International (DMAI)
- D.K. Shifflet & Associates
- Incentive Federation Inc.
- The Incentive Research Foundation (IRF)
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)
- International Association of Assembly Managers (IAAM)
- International Association of Conference Centers (IACC)
- International Convention and Congress Association (ICCA)
- Meetings & Conventions (M&C)
- Meetings Media
- Meeting Professionals International (MPI)
- Menlo Consulting Group, Inc. (MCG)
- OANDA
- Oficina de Congresos y Convenciones de la Ciudad de México
- Oxford Economics
- PhoCusWright, Inc.
- PricewaterhouseCoopers (PwC)
- Professional Convention Management Association (PCMA)
- Secretaría de Comunicaciones y Transportes
- Secretaría de Turismo (SECTUR)
- Sistema Integral de Información de Mercados Turísticos (SIIMT)
- Smith Travel Research
- Society of Incentive & Travel Executives (SITE)
- Starwood, Allan Duggan
- TNS
- Trade Show Exhibitors Association (TSEA)
- Tradeshow Week
- United Nations World Tourism Organization (UNWTO)
- U.S. Bureau of Economic Analysis (BEA)
- U.S. Office of Travel & Tourism Industries (OTTI)
- U.S. Travel Association
- World Travel & Tourism Council (WTTC)

Los siguientes documentos fueron revisados como parte del análisis conducido en el Desarrollo de estimaciones contenidas en este documento:

- *Análisis de temas seleccionados del segmento de congresos, convenciones y ferias especializadas en México* (CESTUR, SECTUR)
- *Business Travel News' Corporate Travel Index*
- *CIA World Factbook*
- *CEIR Exhibition Industry Census*
- *CEIR Exhibition Industry Index*
- *Destination Marketing: Understanding the Role and Impact of Destination Marketers* (PhoCusWright, Inc.)
- *DMAI MINT data*
- *DMAI convention expenditure data*
- *Doing Business: Country Profile for Mexico* (World Bank)
- *Driving Our Future: The Top 11 Incentive Trends for 2011* (IRF)
- *The Economic Contributions of Anglers to the Los Cabos Economy* (Southwick Associates, Inc, Nelson Resources Consulting, Inc., FIRMUS Consulting)
- *The Economic Contribution of Copyright-Based Industries in Mexico* (StructurA)
- *The Economic Contribution of Meetings Activity in Canada* (Maritz Research Canada and The Conference Board of Canada)
- *Economic Factors Affecting Global Meetings* (PCMA)
- *Effects of a Down Economy on The Incentive Industry* (IRF)
- *EIBTM Industry Trends & Market Share Report*
- *Estudio Estratégico de Viabilidad de Segmento de Congresos y Convenciones* (CESTUR)
- *The Future of Destination Marketing* (DMAI)
- *Groups and Meetings: Market Opportunity Redefined* (PhoCusWright, Inc.)
- *Hotels.com Hotel Price Index*
- *IAAM Statistics Report 2000-2009*
- *ICCA International Association Meetings Market*
- *Las Cámaras y Asociaciones, detonadoras de la Especialización en Turismo de reuniones* (ANDOC)
- *M&C Meeting Facilities Search* (formerly *Official Meeting Facilities Guide*) (online search engine)
- *M&C Meetings Market Report*
- *The Market for Incentive Travel, Motivational Meetings and Special Events* (IRF)
- *Market Study of Incentive Travel in Mexico* (SITE)
- *Meetings Market Trends Survey* (Meetings Media)
- *Meetings Tourism Study* (MCG)
- *Mexico Expands Meetings Space* (SmartMeetings Article)
- *MPI FutureWatch*
- *MPI Meetings and Events Purchasing: An Analysis of Business Relationships in Europe*
- *North American Industry Classification System* (NAICS)
- *North American Product Classification* (NAPCS)
- *PCMA Annual Meetings Market Survey*
- *PCMA Meeting Planner Intentions Survey*
- *People, Plane, Profit and the Quest for Sustainability* (MPI)
- *PwC Convention Center Report*
- *PwC The Economic Significance of Meetings to the U.S. Economy*
- *Oxford Economics' The ROI of Business Travel*
- *Resorts Timesharing in Mexico: Industry Size, Market Characteristics, and Economic Impacts* (Ragatz Associates)
- *Sistema de Cuentas Nacionales de México: Cuentas de bienes y servicios 2005-2009*
- *Site Index* (November 2010, Site International Foundation)
- *Trade Show Week Databook*

- Trade Show Week *Major Exhibit Hall Directory*
- UNWTO *Global Meetings Initiative Volumes 1-3*
- UNWTO Measuring the Economic Importance of the Meetings Industry: Developing a Tourism Satellite Account Extension
- U.S. Travel Association "Travel Economic Impact Model"
- WTTC *Travel & Tourism Economic Impact: Mexico*

Apéndice D: Agradecimientos

Nos gustaría agradecer a los siguientes individuos por su valioso tiempo y apoyo en responder las diversas encuestas. Favor de tomar nota que estos no representan a todos quienes respondieron, ya que aquellos que solicitaron permanecer anónimos no fueron incluidos en esta lista.

- Adriana Ramirez, Excursiones Aca
- Aishah Pacheco, Paycheck Productions
- Alan Bautista Plascencia, Comité De Turismo Y Convenciones De Tijuana
- Alberte LeBlanc, Compart Event Management
- Alberto G Carrillo G, Holiday Inn León
- Alberto Rosenbaum, Intermeeting
- Alfredo Gutierrez, Anfitriones Nacionales
- Ana Guillermina Camarena Sahagun, Oficina De Convenciones Y Visitantes De Ixtapa Zihuatanejo
- Ana Teresa García Sierra, Hotel Melia Azul Ixtapa
- Angela Caraway, The Caraway Management Group, Inc
- Antonio Arelle Barquet, La Casa Del Atrio
- Antonio Hermosilla, GP Destination Management
- Barbara Connell, Solutions by Connell, LLC
- Barry Jones, FamilyLife
- Beatriz Zárate Gutiérrez, Querétaro Centro De Congresos
- Betty Knecht, Apartment Association of Metro Denver
- Brent Moore, Brent Moore & Associates Inc.
- Carlos Mora, Fideicomiso De Promoción Turística De La Riviera Maya
- Carolyn Clark, Minding Your Business, Inc
- Cecilia Santomil, Hotel Casa Cayala
- Cintia Mondragón López, Turotel Queretaro, Sa De Cv
- Cp. Carlos Iván Perez Marrufo, Centro De Convenciones Campeche XXI
- Cynthia Ileri Medina Yepez, Hotel Barcelo Ixtapa Beach
- Daniel Martinez De Pinillos, Fideicomiso Para La Promoción Turística De Acapulco
- Daniela Caputo, Montreal Event Planner Daniela Caputo Event Management
- David O'Connor, Meeting Connections, Inc.
- Dena Rose, Project Management Institute
- Eduardo Seijo, Orbitur Travel Service
- Efraín Rodriguez Espinosa, Centro Vacacional Atlixco Metepec.
- Elisa Haro Ruiz, Oficina De Congresos Y Convenciones Del Estado De Durango
- Elizabeth Tovar, TURENLACES
- Emilia Restelli, Ater
- Enrique Martin Del Campo , Moon Palace Golf & Spa Resort
- F. Selene Salas González, Buro De Convenciones De Michoacán
- Francesca Pezzutto, PRO MEET SRL
- Francisco Cervantes Guerrero , Fideicomiso De Inversión Y Promoción Turística Del Estado De Aguascalientes
- Francisco Vallejo Castellanos, Oficina De Convenciones Y Visitantes De Tampico
- Guadalupe Aide Ortiz Zamora, Centro Vacacional Y De Convenciones Imss Trinidad
- Gustavo Rea Martinez, Crowne Plaza Querétaro
- Gwynn Breckenridge, International Association for Dental Research
- Heber Zúñiga Gil, Poliforum León, Congresos Y Exposiciones
- Hector Giles, EPIC GROUP DMC
- Heidi Longton, Meeting Industry Experts, Inc.
- Hiro Saito, Transcabo Meetings & Incentives
- Hugo Rosas, T Organiza
- Humberto Unna, Mision Carlton Guadalajara
- Ivonne Toquero, Business Congress Mexico
- Jean Rosenberg, American Society of Plant Biologists
- Jessica Antuanette Garza Llave, Oficina De Convenciones Y Visitantes Del Municipio De Celaya, Gto.
- Jo Timmering, Western Growers
- Joann Chmura, ConnectiCare Inc. and Affiliates
- Joel Whitten, Subway World Headquarters
- Jorge Castañeda, Sheraton Hacienda Del Mar Golf & Spa Resort Los Cabos

- Jose Javier Gamez Bautista, Cancún Center Conventions & Exhibitions
- Jose Luis Ornelas Aguilar, Centro De Convenciones Y Exposiciones Expo Tampico
- Juan Carlos Vargas Murueta, Oficina De Convenciones Y Visitantes De Monterrey
- Juan Colin Oliver, Operadora Emporio Zacatecas S.A. de CV
- Juan Pablo Villanueva
- Juan Pedro Falcón, Pacifico Travel Service
- Julie Powers, HelmsBriscoe
- Julio César Castañeda, Imagine eventos S.A de C.V
- Karina Jajan, Pueblo Bonito Los Cabos, Pueblo Bonito Pacifica, Pueblo Bonito Rose, Pueblo Bonito Sunset Beach
- Kent E. Allaway, Produce Marketing Association
- Laura Suárez Ramírez, Centro Internacional De Convenciones De Puerto Vallarta
- Leyla Aguirre Castillo, Oficina De Convenciones Y Visitantes De Tabasco
- Lic Luis Eduardo Ramirez Martinez, Holiday Inn Centro De Convenciones
- Lic. Tina Johnsson, Omni Cancun Hotel & Villas
- Luis Salas Toledo, Fideicomiso Para La Promoción Turística De Acapulco
- Lynn Martin, Brampton Real Estate Board
- Ma. Del Rayo Quezada, Hotel Misión San Gil
- Marcela Altamirano, Gente Como Uno
- Maria Antonieta Gamez Sánchez, Centro Banamex
- Mark A. Lowry, Refrigeration Service Engineers Society
- Marlene Blas, CA Western School of Law
- Martha Mendoza Montes, Comité De Turismo Y Convenciones De Playas De Rosarito
- Melissa York, SMC 3
- Miguel Fuster Romero, Hotel Misión Comanjilla
- Mizaél Gómez Adame, Hotel Las Brisas Acapulco
- Myrna Villanueva Virgen, Hotel La Casa Del Obispo
- Norma Garcia Jiménez, Hacienda Hotel Spa & Beach Club
- Patrice Freeman, National Institute of Governmental Purchasing
- Patricia A. Hastings, Materials Research Society
- Patricia Aguilar Sam
- Patricia Farias-Barlow, Cancunmesse
- Patricia Keeney, Synthes Trauma
- Patricia Martinez Acevedo, Oficina De Convenciones Y Exposiciones De Yucatán
- Patricia Victoria Haro Cruz, Barcelo Puerto Vallarta
- Patrick Culhane, Canadian Payroll Association
- Paula Cassidy, Yeshiva University
- Paulino Estebez, Gray Line
- Rafael Quiroz Reygadas, Centro De Convenciones Puebla
- Robert Gilbert, Hospitality Sales and Marketing Association International
- Roberto Ibarra, Turismo y Convenciones, S.A. de C.V.
- Rubén Sánchez Lizárraga, Oficina De Convenciones y Visitantes De Los Cabos
- Salvador Peña Chavez, Fideicomiso De Turismo Puerto Vallarta
- Sandra Castañeda, Marquis Los Cabos
- Scott Legge, Foodservice Consultants Society International
- Sergio Arnoldo Romo Fonseca, Palacio De Convenciones Zacatecas
- Sharon Schenk
- Soraya Juarez, Hyatt Regency Cancun
- Stephanie Flores, CASSS - An International Separation Science Society
- Terri Crowley, Photizo Group
- Thelma Susana García Siordia, Expo Guadalajara
- Tim Brooks, Meeting Trader Inc.
- Vanessa Kane, Veterans of Foreign Wars of the United States
- William E. Bond, Minnesota Crop Production Retailers
- Yolanda Furbert
- Yorvelit Centeno Cruz, Hotel Florencia
- Zitlaly Patron, Dreams Los Cabos Suites Golf Resort & Spa



Gloria Guevara Manzo
Secretaria de Turismo

Ricardo Anaya Cortés
Subsecretario de Planeación Turística

Fernando Olivera Rocha
Subsecretario de Operación Turística

Héctor de la Cruz Ostos
Subsecretario de Innovación y Calidad

Arik Staropolsky Furszyfer
Director General del CESTUR

Marina Canseco Álvarez
Directora de Investigación

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