

Estimado colega de la Industria de Reuniones:

Este cuarto reporte integra información acumulada de bimestres anteriores y se empiezan a determinar tendencias importantes para la industria. A decir de la mayoría de los actores el 2016 está siendo un año positivo sin embargo se enfrentan dificultades que habrá que ir incorporando en la planeación de nuestras actividades. En las siguientes páginas, se podrá encontrar la percepción de los actores de la cadena de valor de la industria de las reuniones en México sobre el 4to bimestre del 2016.

El PEiIR surge de la necesidad de la Industria de Reuniones en México de contar con información clave para la toma de decisiones. Es un sistema diseñado para recabar, analizar y publicar las percepciones, los resultados y situaciones coyunturales que permitan medir el desempeño y evolución de la industria.

Una vez que se cuente con mayor información, y se vayan agregando levantamientos adicionales, robusteciendo el modelo, el PEiIR irá agregando nuevos módulos y tipos de información al portal.

•
El PEiIR es una iniciativa de STA Consultores y Global Meetings and Tourism Specialists para la Industria de Reuniones en México.

•
Si desea participar o requiere mayor información, escriba a peiir@staconsultores.com

•
La información que se obtiene es tratada con absoluta confidencialidad y no se recaba información que las empresas y los actores puedan considerar como sensible.

NOTA METODOLÓGICA

Se le pregunta a los encuestados sobre su percepción del bimestre actual respecto al anterior o sus expectativas para el siguiente. Las respuestas posibles son “Mucho mejor, mejor, igual, peor y mucho peor”. Se le asigna un valor número de 200, 150, 100, 50 y 0 respectivamente. Se promedia y se obtiene un indicador numérico. Cualquier valor superior a 100 indica mejoría, por el contrario, inferior a 100 indica decremento. Estos resultados se plasman a lo largo del documento.

Es una iniciativa de:



GLOBAL MEETINGS
AND TOURISM SPECIALISTS



Principales Resultados

- La industria reporta un crecimiento del 19.1% en la actividad de reuniones respecto al mismo periodo del año anterior, hasta el momento la percepción más alta en lo que va del año (11.2% en el primer bimestre, 16% en el segundo y 16.7% en el tercero). Se reporta la activación de presupuestos dada la incertidumbre provocada por el alza del dólar frente al peso, las elecciones en Estados Unidos y los recortes presupuestales anunciados por el gobierno federal en México.
 - El 46% de los encuestados creen que el cuarto bimestre del 2016 fue mejor o mucho mejor que el mismo periodo del 2015, el 20.2% que fue peor o mucho peor y el 33.3% que la actividad de reuniones fue igual.
 - Se mantiene la tendencia positiva de los primeros tres bimestres del 2016 en donde también fue mejor que el del 2015. En este cuarto bimestre se reportó un valor de 116. En el tercer bimestre el promedio ponderado fue 123, en el segundo bimestre 131 y en el primero de 121.
- Los actores de la industria, en un 41% consideran que el 4to bimestre fue mejor o mucho mejor que el tercero del año. El 36% considera que fue igual y el 23% que empeoraron los resultados de la actividad.
- Las expectativas de una mejora en la actividad son positivas al obtener un ponderado de 125 (contra 110 que se esperaba en el trimestre anterior que involucraba la temporada de verano). 47% opina que el periodo de septiembre y octubre será mejor o mucho mejor que julio y agosto, 41% que será igual y solo 12% que será peor.
- En esta última medición, se les preguntó a los actores de la industria de reuniones sobre los temas requeridos en capacitación para mejorar a la industria de reuniones. Resalta la necesidad de conocer mejor al cliente (sobre todo al extranjero), determinar la vocación del destino y temas de sustentabilidad.
- En cuanto a aspectos coyunturales, resulta revelador que la gran mayoría de los aspectos sectoriales negativos que están afectando el desempeño actual de los destinos tienen que ver con falta de acciones que se pudieran desarrollar (falta de planeación, falta de monitoreo de la competencia, falta de unión entre los actores, entre otros).

Es una iniciativa de:

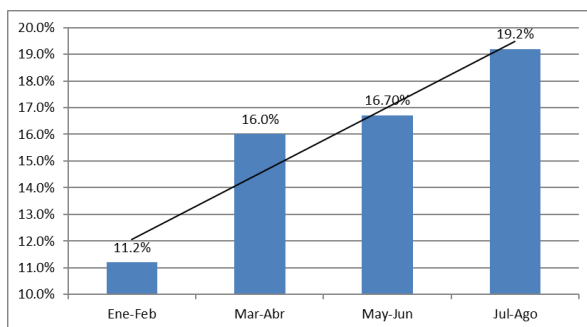
Cuarto Bimestre del 2016 (Jul-Ago) CONTRA EL MISMO PERIODO DEL AÑO PASADO

La industria reporta un crecimiento del 19.1% en la actividad de reuniones respecto al mismo periodo del año anterior, hasta el momento la percepción más alta en lo que va del año (11.2% en el primer bimestre, 16% en el segundo y 16.7% en el tercero). El 46% de los encuestados creen que el cuarto bimestre del 2016 fue mejor o mucho mejor que el mismo periodo del 2015, el 20.2% que fue peor o mucho peor y el 33.3% que la actividad de reuniones fue igual.

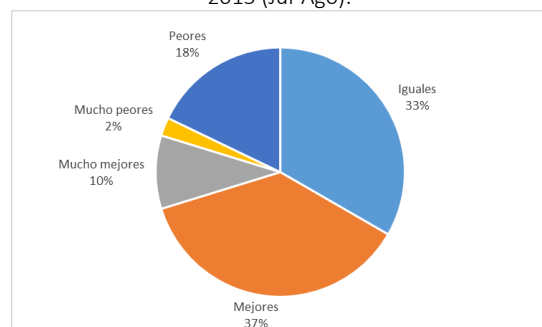
El promedio obtenido de todos los respondientes del PEiR de este cuarto levantamiento se mantiene en una tendencia positiva al asignar un valor de 116 (ver nota metodológica de la segunda página). En el tercer bimestre el promedio ponderado fue 123, en el segundo bimestre 131 y en el primero de 121.

Los recintos, meeting planners y otros actores (consultores, prestadores de servicios, etc.) son los actores que mejores resultados obtuvieron al comparar el 4to bimestre del 2016 respecto al mismo periodo del 2015. Por el contrario, hoteles, DMCS, son los que peores resultados reportan. Las OCVs y funcionarios en mediciones anteriores, se habían ubicado como actores muy optimistas, en esta ocasión se ubican positivos, pero en término medio.

Gráfica 1: Resultados Acumulados de cambios respecto al mismo bimestre del año anterior (2016 vs 2015).

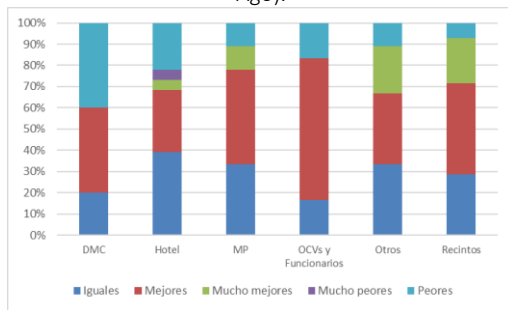


Gráfica 2: Resultados de la industria de reuniones durante 4to bimestre del 2016 en comparación con 2015 (Jul-Ago).

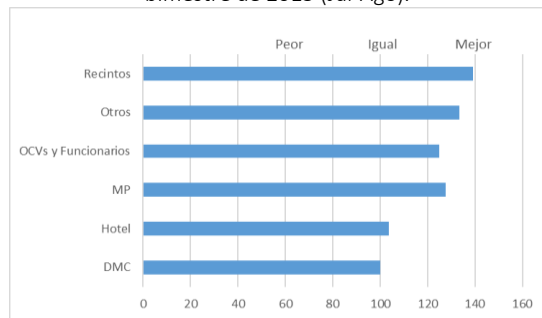


Es una iniciativa de:

Gráfica 3: Valoración por tipo de actor sobre los resultados del 4to bimestre del 2016 en comparación con 2015 (Jul-Ago).



Gráfica 4: Calificación otorgada a los resultados del cuarto bimestre de 2016 en comparación con el cuarto bimestre de 2015 (Jul-Ago).



Fuente: PEiIR

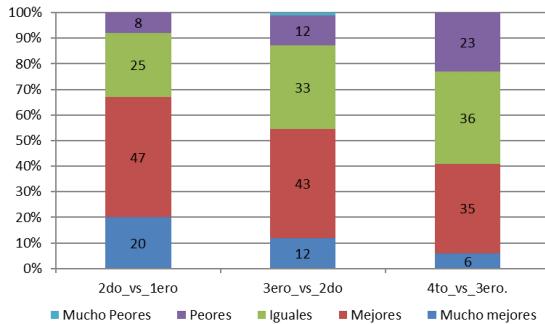
Cuarto Bimestre del 2016 (Jul-Ago) CONTRA EL BIMESTRE INMEDIATO ANTERIOR (May-Jun)

Los actores de la industria, en un 41% consideran que el 4to bimestre fue mejor o mucho mejor que el tercero del año. El 36% considera que fue igual y el 23% que empeoraron los resultados de la actividad. La ponderación de resultados arrojó un valor de 111, mientras que al comparar el 3ero. respecto al segundo hubo un 126 y el segundo respecto al primero 139. Si bien sigue existiendo una tendencia de mejoría respecto al bimestre anterior, el incremento es cada vez menos y cada bimestre se ha crecido menos que el anterior en lo que va del año.

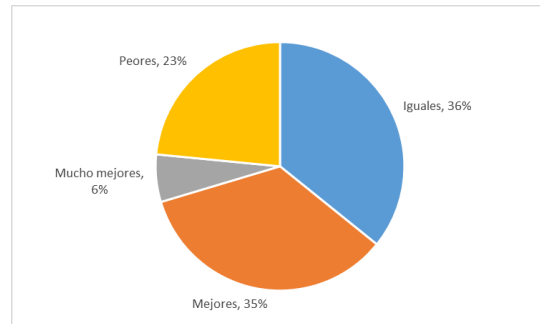
El grupo más optimista al calificar este bimestre estuvo conformado por otros actores (consultores, prestadores de servicios, casas de incentivos) y recintos. Por el contrario, Meeting planners, OCVs, DMCS y hoteles pertenecen al grupo de actores con resultados negativos.

Es una iniciativa de:

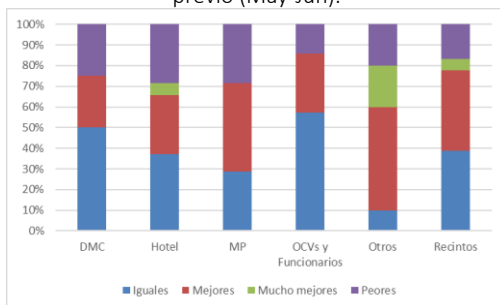
Gráfica 5: Comparativo por bimestre de los resultados obtenidos respecto al bimestre anterior



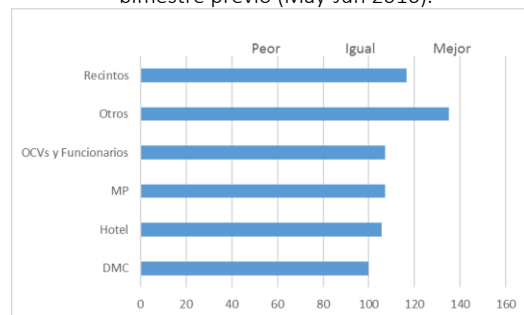
Gráfica 6: Resultados de la industria de reuniones durante 4to. bimestre (Jul-Ago) del 2016 en comparación con el bimestre previo (May-Jun).



Gráfica 7: Valoración por tipo de actor sobre los resultados del 4to bimestre del 2016 en comparación con el bimestre previo (May-Jun).



Gráfica 8: Calificación otorgada a los resultados del cuarto bimestre de 2016 en comparación con el bimestre previo (May-Jun 2016).



Fuente: PEiIR

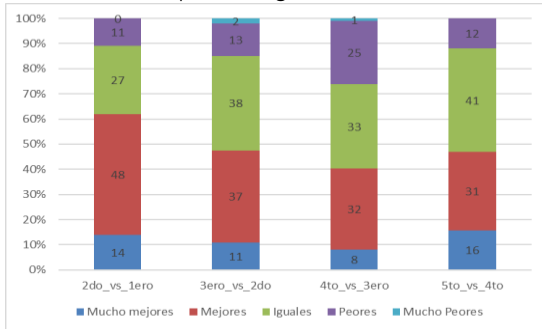
Expectativas para los próximos 2 meses

Con la llegada del último cuatrimestre del año, las expectativas de una mejora en la actividad son positivas al obtener un ponderado de 125 (contra 110 que se esperaba en el trimestre anterior que involucraba la temporada de verano). 47% opina que el periodo de septiembre y octubre será mejor o mucho mejor que julio y agosto, 41% que será igual y solo 12% que será peor. En la medición pasada, se esperaba que el 40% fuera mejor o mucho mejor.

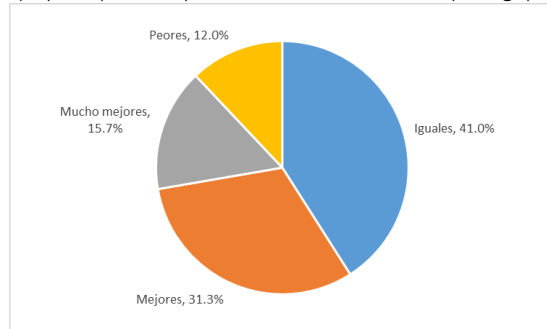
Las DMCs son los más optimistas respecto al siguiente bimestre, seguidos de otros actores, recintos y OCVs y funcionarios. Los Meeting planners son los más pesimistas en esta ocasión.

Es una iniciativa de:

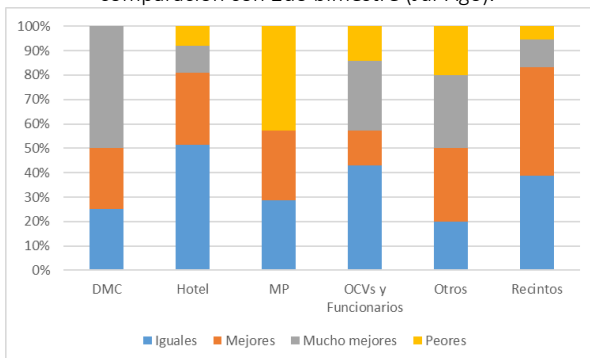
Gráfica 9: Comparativo por bimestre de las expectativas respecto al siguiente bimestre.



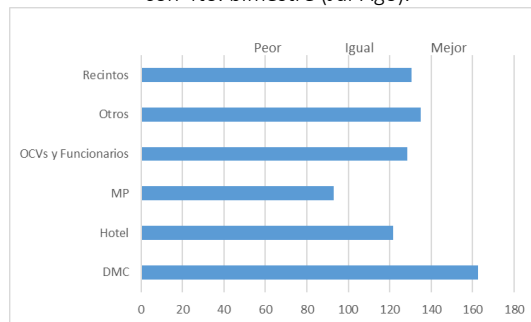
Gráfica 10: Expectativas del quinto bimestre del 2016 (Sep-Oct) en comparación con 4to. bimestre (Jul-Ago).



Gráfica 11: Valoración por tipo de actor sobre las expectativas del quinto bimestre del 2016 (Sep-Oct) en comparación con 2do bimestre (Jul-Ago).



Gráfica 12: Opinión general de las expectativas del quinto bimestre del 2016 (Sep-Oct) en comparación con 4to. bimestre (Jul-Ago).



Fuente: PEiIR

En la gráfica 13, se ejemplifica las expectativas de los actores de la industria de reuniones en México (ex ante) y se compara contra los resultados obtenidos (ex post). Para el 4to bimestre del año, los resultados fueron ligeramente mejores a las expectativas de los actores, de hecho, es el bimestre en donde más se han parecido unas con las otras. Con forme se vaya enriqueciendo el modelo, se podrán obtener gráficas más complejas que puedan explicar la dinámica anual de la industria en México.

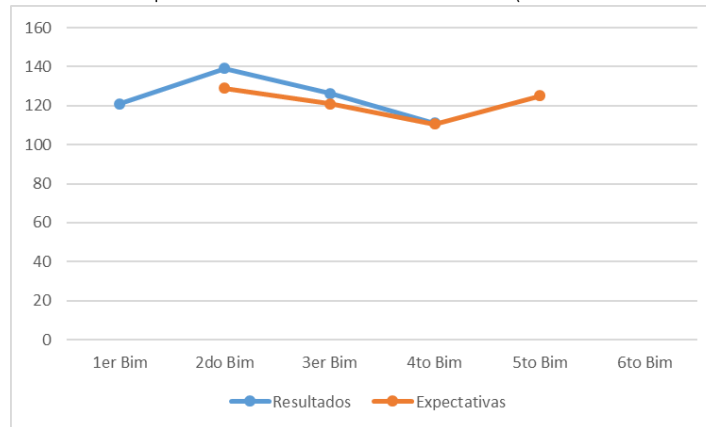
Es una iniciativa de:



GLOBAL MEETINGS
AND TOURISM SPECIALISTS



Gráfica 13: Análisis de la opinión bimensual de los encuestados (resultados contra expectativas).



Fuente: PEiir

Análisis coyuntural

REQUERIMIENTOS DE CAPACITACIÓN Y LAS CERTIFICACIONES INTERNACIONALES.

En esta última medición, se les preguntó a los actores de la industria de reuniones sobre su opinión relativo a los temas prioritarios de capacitación que en los destinos o estados se requieren para mejorar la industria de reuniones, así como si son necesarias las certificaciones internacionales. Los comentarios vertidos se resumen en las siguientes posiciones:

TEMAS PRIORITARIOS DE CAPACITACIÓN EN ESTADOS Y DESTINOS
<ul style="list-style-type: none"> • Cómo determinar la vocación de un destino y lograr el enfoque necesario al nicho de mercado al que deberíamos enfocarnos. • Entender mejor al cliente extranjero, conocer sus necesidades y adecuar nuestras capacidades a sus requerimientos. • Efectos de los factores macroeconómicos en la industria de reuniones con la intención de poder planear y anticipar cambios. • Abordar temas sobre ética y profesionalismo en las reuniones. • Sustentabilidad y cuidado al medio ambiente en las reuniones. • Utilización y aplicación de la tasa cero, cultura y calidad de servicio y capacitación operativa para eventos de gran volumen. • Concientización de otros actores ajenos a la industria sobre la importancia de las reuniones. • Negociación en ventas y finanzas. Atención a clientes. Protocolo e idiomas. • Postulaciones internacionales. • Tecnología e innovación en reuniones.
¿SE REQUIEREN LAS CERTIFICACIONES INTERNACIONALES?
<ul style="list-style-type: none"> • Son necesarias para transmitir a un cliente que se cuenta con cierta capacidad probada en determinado tema. • Las certificaciones internacionales solo funcionan cuando existe un ambiente estable. Han funcionado positivamente estar certificado por SITE como un destino de incentivos. • La gran mayoría de los actores reconoce el valor de las certificaciones, sin embargo, algunos actores reportan su desconocimiento y por ende su utilidad.

Es una iniciativa de:

Análisis coyuntural

SITUACIONES QUE EXPLICAN LOS CAMBIOS

Ante la pregunta expresa de qué motivos pudieron provocar incrementos o decrementos en la actividad de las reuniones, en el siguiente cuadro se presentan las principales menciones.

Los tópicos coyunturales mencionados acerca del cuarto bimestre de 2016 fueron:

	Positivos	Negativos
<i>Sectoriales</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Mayor convencimiento con los clientes y mejor entendimiento de sus necesidades. • Se perciben la maduración de esfuerzos de ventas y promoción durante un periodo considerable y de manera sostenida y congruente. • Consistencia en trabajos de postulación y seguimiento, así como en la operación: clientes satisfechos y por lo tanto repetitivos. • Al ser un destino y recinto de reciente creación, ha habido un crecimiento natural en los primeros años. • El crecimiento de eventos fijos en la plaza, eventos itinerantes ganados, trabajo de promoción y venta. • Trabajo en equipo y coordinación con los distintos sectores de la industria de turismo de reuniones. 	<ul style="list-style-type: none"> • El periodo vacacional de verano no es muy característico para el desarrollo de reuniones. • Derivado de una mayor oferta hotelera en el destino, se ha pulverizado la demanda entre más actores. Se pierde participación de mercado. • Mayor competencia de otros destinos que innovan frente a nosotros (falta de una respuesta efectiva). • Falta de coordinación entre hoteles para manejar tarifas unificadas. • Falta de promoción e inconsistencia en el mensaje.
<i>Externos</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Mejora en la conectividad carretera (se terminaron obras públicas). • Devaluación del dólar americano. 	<ul style="list-style-type: none"> • Depreciación del dólar americano e incertidumbre por las elecciones en Estados Unidos. • Derivado del cambio de gobierno y la incertidumbre generada. • Disminución de la actividad por el periodo vacacional. • Crisis en el sector petrolero. • Percepción de inseguridad en el destino y clima social. • Por mejora de infraestructura, vías de acceso y obras públicas en el destino. • Conflictos magisteriales.

Es una iniciativa de:

Metodología

Mediante un cuestionario en línea por invitación mediante correo electrónico, se consultó a ejecutivos y responsables de empresas e instituciones de la cadena de valor de la industria de reuniones en México. El levantamiento fue realizado la primera quincena de septiembre del 2016 con una cobertura nacional. Los actores invitados se componen de:

- Hoteles con infraestructura para reuniones.
- Centros de convenciones y otros tipos de recintos.
- Oficinas de Convenciones y Visitantes (OCVs).
- Organizadores de congresos, convenciones y exposiciones.
- Casas de incentivos.
- DMCs.
- Otros prestadores de servicios a la industria.
- Funcionarios públicos.

Del total de encuestas recabadas el 46% correspondió a hoteles con infraestructura para reuniones, siendo el grupo más numeroso. 19% a recintos (17 a centros de convenciones y 2% a otro tipo de recintos). El 7.5% a funcionarios públicos o representantes de OCVs o equivalente; el 11% a meeting planners; 5.7% a DMCs y el resto a otro tipo de actores como prestadores de servicios, consultores, entre otros.

Dado lo novedoso de esta iniciativa, el modelo se irá construyendo con cada una de las respuestas de los informantes clave. Estamos seguros que conforme vaya madurando el modelo, la tasa de respuesta será cada vez mayor.

Con el apoyo de fuentes secundarias, se generarán estimaciones que permitirán sondear la opinión y los datos que guían la toma de decisiones de los expertos en el segmento. Este estudio sentará las bases sobre las que podrá modelarse de mejor manera esta problemática.

El siguiente levantamiento de la encuesta se llevará a cabo del 1° al 15 de noviembre del 2016 y se recabará información acerca de septiembre y octubre de 2016.

Si deseas participar, escríbenos a: peir@staconsultores.com

Es una iniciativa de:



GLOBAL MEETINGS
AND TOURISM SPECIALISTS

