

Estimado colega de la Industria de Reuniones:

En este segundo levantamiento del PEiIR, realizado durante mayo del 2016, se recaban los resultados comparados entre el segundo bimestre del año en curso, respecto al primero, al mismo periodo del año pasado y se miden las expectativas para el 3er bimestre. Al igual que la medición pasada, se analizan las situaciones coyunturales que explican el crecimiento o decremento de las reuniones en nuestro país. Se mide, en particular, el efecto que ha tenido el tipo de cambio en la industria de reuniones.

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 recaba 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:

Principales Resultados

- La industria reporta un 16% de incremento en la actividad de reuniones del segundo bimestre del 2016 respecto al mismo periodo del 2015. El 56% de los actores encuestados de la industria de reuniones, consideran que el 2do bimestre del 2016 fue mejor que el mismo periodo del 2015 (17% mucho mejor y 39% mejor).
 - Se mantiene la tendencia positiva del primer bimestre del 2016 en donde también fue mejor que el del 2015, sin embargo se reportan mejores resultados en el segundo (131 vs 121).
 - Los recintos y OCVs son los que reportan mejores resultados. Los Meeting planners, sin reportar decremento, son los más moderados en sus evaluaciones.
- El 67% opina que al comparar el segundo bimestre del 2016 respecto al primero, los resultados son mejores y mucho mejores. Esto debido a que el primer bimestre de cada año se caracteriza por una baja realización de reuniones históricamente.
- Las expectativas de los encuestados acerca de los resultados del tercer bimestre de 2016 en comparación con el segundo bimestre de 2016, muestran que el 48% considera que los resultados serán mejores o mucho mejores (37% mejores y 11% mucho mejores). El 15% considera que este bimestre será peor o mucho peor que el que acaba de pasar. Resultado con menos optimismo que el realizado en la medición anterior (62%)
- El 42% de los encuestados consideran que la depreciación del peso frente al dólar, ha provocado efectos negativos en sus resultados. El 19% considera que ha sido benéfico y el resto no reporta afectaciones.
 - El grupo que mayores beneficios ha recibido por el tipo de cambio son los recintos, al mencionar que se abarataron sus precios de venta hacia el mercado internacional y que han captado más grupos nacionales, que optaron por no salir al extranjero. El grupo más perjudicado fueron los meeting planners, por el encarecimiento de los insumos y los recortes presupuestales en grupos corporativos.
- Por un lado se menciona la reducción de presupuestos de empresas para la realización de reuniones y las afectaciones por la incertidumbre de la situación económica y el tipo de cambio. Por otro lado, se reconoce el esfuerzo que están haciendo los gobiernos locales en la promoción y la maduración de los esfuerzos de prospección realizados en el pasado.

Es una iniciativa de:



GLOBAL MEETINGS
AND TOURISM SPECIALISTS



Segundo Bimestre del 2016 (Mar-Abr)

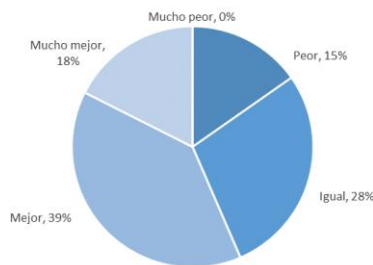
CONTRA EL MISMO PERIODO DEL AÑO PASADO

La industria reporta un crecimiento del 16% en la actividad de reuniones respecto al mismo periodo del año anterior. El 57% de los encuestados considera que el segundo bimestre del 2016 fue mejor o mucho mejor que el del 2015. En tanto que, el 15% considera que este bimestre fue peor que aquel del año previo.

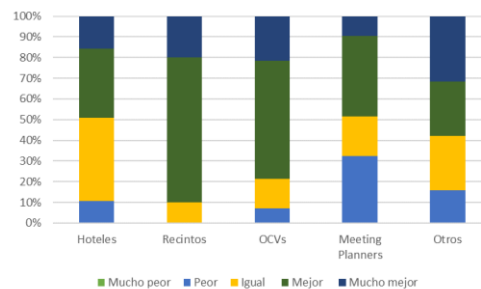
El promedio de los respondientes al segundo levantamiento del PEiIR opina que los resultados de este bimestre también fueron en general mejores que el segundo bimestre de 2015; otorgándole al presente bimestre una calificación de 131. En este sentido se mantiene la tendencia de este año ya que el primer bimestre también obtuvo una calificación positiva al comparar contra el mismo periodo del año pasado (obteniendo una calificación de 121).

Los recintos y las Oficinas de Congresos y Visitantes, fueron notoriamente más optimistas al otorgar calificaciones de 155 y 146 respectivamente. En contraste, los meeting planners consideraron que este bimestre se comportó relativamente igual que aquel de 2015, otorgando una calificación de 113, siendo este el grupo menos optimista. Ningún grupo encuestado promedió una calificación “peor”, inferior a 100.

Gráfica 1: Resultados de la industria de reuniones durante 2do bimestre del 2016 en comparación con 2015 (Mar-Abr).



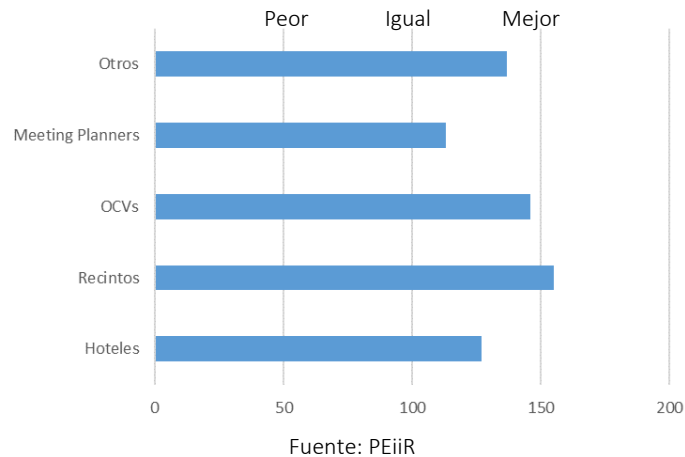
Gráfica 2: Valoración por tipo de actor sobre los resultados del 2do bimestre del 2016 en comparación con 2015 (Mar-Abr).



Fuente: PEiIR

Es una iniciativa de:

Gráfica 3: Calificación otorgada a los resultados del segundo bimestre de 2016 en comparación con el segundo bimestre de 2015.



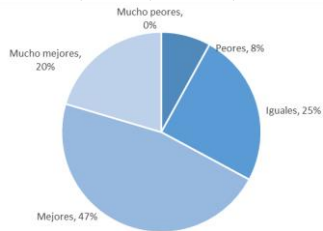
Segundo Bimestre del 2016 (Mar-Abr) CONTRA EL BIMESTRE INMEDIATO ANTERIOR (ENE-FEB)

El 67% de la industria de reuniones en México considera que en general, los resultados de la actividad del sector durante el segundo bimestre de 2016 fueron mejores o mucho mejores que el bimestre inmediato previo; mientras que el 8% considera que los resultados fueron peores. En general, los respondientes durante este segundo levantamiento dieron una calificación de 139 al segundo bimestre de 2016.

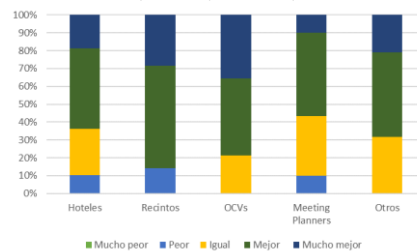
El grupo más optimista al calificar este bimestre fue el de las Oficinas de Convenciones y Visitantes, seguido por los recintos, quienes otorgaron calificaciones de 157 y 150 respectivamente. Los meeting planners fueron el grupo que otorgaron la calificación promedio inferior, con 128, sin embargo, esta aún refleja un resultado muy positivo.

Es una iniciativa de:

Gráfica 4: Resultados de la industria de reuniones durante 2do bimestre del 2016 en comparación con el bimestre previo (Ene-Feb).

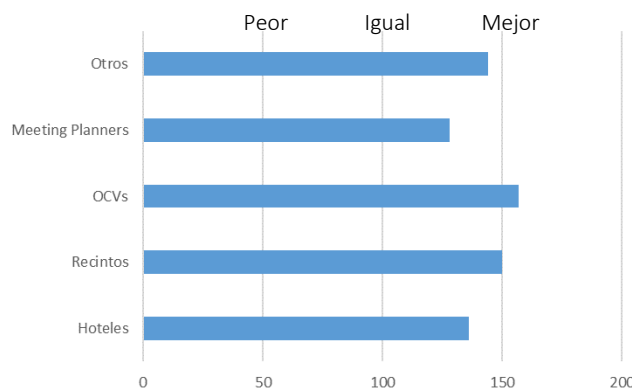


Gráfica 5: Valoración por tipo de actor sobre los resultados del 2do bimestre del 2016 en comparación con el bimestre previo (Ene-Feb).



Fuente: PEiir

Gráfica 6: Calificación otorgada a los resultados del segundo bimestre de 2016 en comparación con el bimestre previo (Ene-Feb 2016).



Fuente: PEiir

Expectativas para los próximos 2 meses

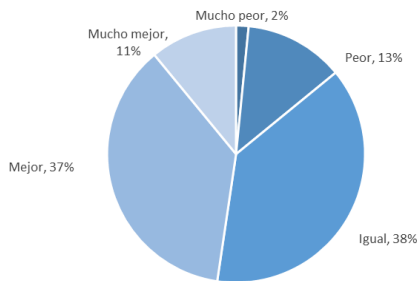
Las expectativas de los encuestados acerca de los resultados del tercer bimestre de 2016 en comparación con el segundo bimestre de 2016, muestran que el 48% considera que los resultados serán mejores o mucho mejores (37% mejores y 11% mucho mejores). El 15% considera que este bimestre será peor o mucho peor que el que acaba de pasar. Estas expectativas son menos optimistas que aquellas que se obtuvieron durante la primera medición del PEiir para el primer bimestre de 2016, en la cual, el 62% de los respondientes esperaba resultados mejores o mucho mejores durante el siguiente bimestre, pero aún positivas.

Los encuestados en general opinan que se obtendrán resultados mejores, y otorgaron una calificación promedio de 121 para sus expectativas. Los recintos y las Oficinas de

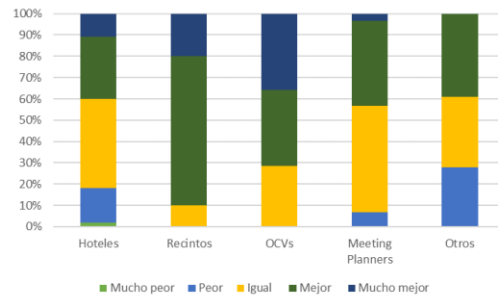
Es una iniciativa de:

Convenciones y Visitantes otorgaron calificaciones notoriamente más optimistas, alcanzando los 155 y 154 puntos respectivamente. Mientras que el grupo de “otros actores” (funcionarios públicos, otro tipo de recintos y otro tipo de prestadores de servicios) presentan las calificaciones más pesimistas, con 100 puntos, siendo éstos los únicos que en promedio consideran que el siguiente bimestre no será mejor al que acaba de pasar.

Gráfica 7: Expectativas del tercer bimestre del 2016 (May-Jun) en comparación con 2do bimestre (Mar-Abr).

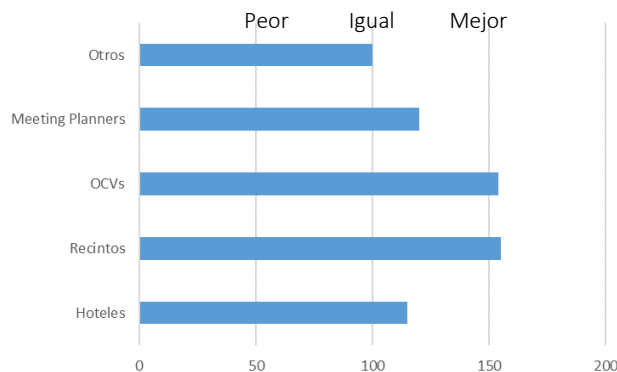


Gráfica 8: Valoración por tipo de actor sobre las expectativas del tercer bimestre del 2016 (May-Jun) en comparación con 2do bimestre (Mar-Abr).



Fuente: PEiR

Gráfica 9: Opinión general de las expectativas del tercer bimestre del 2016 (May-Jun) en comparación con 2do bimestre (Mar-Abr)



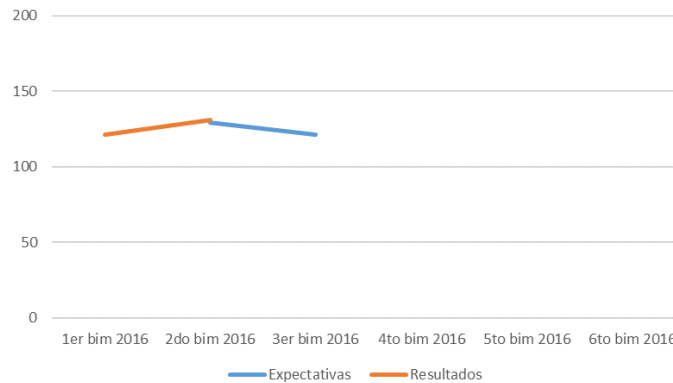
Fuente: PEiR

En la gráfica 10, 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 2do bimestre del año, los resultados fueron ligeramente mejores a las expectativas de los

Es una iniciativa de:

actores. Con forme se vaya enriqueciendo el modelo, se podrán obtener gráficas más complejas que puedan explicar la dinámica anual de la industria en México.

Gráfica 10: Análisis de la opinión bimensual de los encuestados (resultados contra expectativas).



Fuente: PEiir

Análisis coyuntural

EFFECTOS DEL TIPO DE CAMBIO

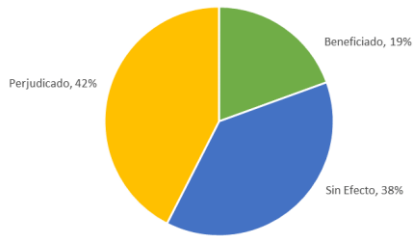
Durante la primera medición que realizó el PEiir, el bimestre pasado, resaltó la presencia del “tipo de cambio” como el elemento con mayor impacto en la industria de reuniones en México. Sin embargo, este tuvo un impacto tanto positivo, como negativo, dependiendo del grupo encuestado.

En la actual medición se realizó la pregunta expresa del impacto del tipo de cambio en las actividades de reuniones de cada grupo. Se encontró que en general, el 42% de los encuestados considera que la depreciación del peso ante el dólar estadounidense, tuvo efectos negativos, en tanto que el 19% considera que tuvo efectos benéficos.

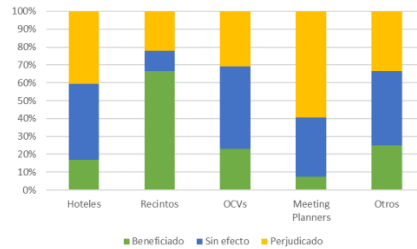
El grupo más beneficiado por las variaciones en el tipo de cambio fue el de los recintos, en el cual 67% comenta que el resultado fue positivo. En contraste, el grupo más perjudicado fue el de los meeting planners, en el cual el 59% comenta que el resultado fue negativo.

Es una iniciativa de:

Gráfica 11: Efecto del tipo de cambio sobre la actividad de reuniones.



Gráfica 12: Valoración por tipo de actor sobre los efectos del tipo de cambio en la actividad de las reuniones.



Fuente: PEiIR

Dentro de los principales efectos que los encuestados reportan derivados de la depreciación del peso frente al dólar se encuentran:

POSITIVOS	NEGATIVOS
<ul style="list-style-type: none"> • Para el mercado extranjero hace más atractivo al país y se convierte en un destino más competitivo vía precio. Sin embargo, existen muchos hoteles que cotizan sus tarifas en dólares, por lo que ellos perciben más en pesos. <ul style="list-style-type: none"> ○ En particular se reporta un mayor número de incentivos. ○ Para aquellas cotizaciones en pesos, el gasto por evento es menor por lo que hay más reuniones, pero menor derrama. ○ Traer oradores internacionales se hace muy caro. • Para el mercado mexicano, salir al extranjero se hace más caro, por lo que optan por organizar sus reuniones dentro del país. En particular los recintos reportan mayor participación de reuniones nacionales derivado de esta situación. <ul style="list-style-type: none"> ○ Los eventos nacionales se hacen más austeros. ○ Afectación por la incertidumbre en el tipo de cambio y se posponer reuniones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Resultan más caros los servicios por el tipo de cambio, lo cual ha provocado una caída en los ingresos por convenciones, congresos y exposiciones. • Los presupuestos asignados, sobre todo de corporativos internacionales, se reducen y se corre el riesgo de cancelar las reuniones. <ul style="list-style-type: none"> ○ Por este aumento en costos (hotelería, alimentos e insumos en general), los organizadores reducen alcances de servicios o inclusive calidad. • Los incentivos hacia destinos internacionales se han visto seriamente afectados. • Perjudica solo en los casos y destinos donde proveedores o recintos cotizan en dólares. <ul style="list-style-type: none"> ○ Polarización en las cotizaciones de proveedores que ante la incertidumbre del tipo de cambio se disparan los precios y las proyecciones.

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.

Un tema mencionado con frecuencia fueron los cambios en los presupuestos asignados a los eventos (influidos también por el tipo de cambio). Será un tema a analizar en la siguiente medición.

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

	Positivos	Negativos
<i>Sectoriales</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Dada la estacionalidad de la industria, en este periodo se retoman los grandes eventos de la industria. • Se reconoce la labor promocional que están realizando algunos estados y que permean en mejores resultados. • Mayor captación de incentivos, congresos y convenciones internacionales provocadas por la competitividad de los precios. • Maduración en los tiempos de prospección y cosecha de esfuerzos realizados en el pasado (incremento de eventos regionales y nacionales así como eventos competidos y ganados hace 3 o 4 años). • Cambio en el patrón de realización de eventos hacia el primer semestre para evitar fluctuaciones en los precios del 2do semestre. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reducción de presupuestos para la promoción y prospección. <ul style="list-style-type: none"> ◦ En particular en estados y destinos donde se celebraron elecciones estatales. • Los presupuestos de los corporativos también se redujeron. • Los grupos buscan cada vez más opciones económicas y con beneficios adicionales • Falta de promoción del destino en general en el año anterior. • Se recibieron pocas solicitudes respecto a años anteriores, en particular se percibe una caída de grupos gubernamentales. • Capacidad instalada insuficiente por lo que se está invirtiendo en ampliación.
<i>Externos</i>	<ul style="list-style-type: none"> • El año anterior, el ajuste presupuestal bloqueó muchos eventos, mismos que se están retomando en este año. • Debido a remodelaciones y ampliación de la capacidad instalada, se pudo obtener un crecimiento en la llegada de nuevos cliente y el regreso de antiguos. • Regreso de la confianza en el destino después de la inseguridad que se tuvo en el 	<ul style="list-style-type: none"> • La percepción de inseguridad en algunos destinos no ayuda en la captación de reuniones. • La incertidumbre económica del país, provoca que muchas empresas pospongan o aplacen sus reuniones. • Algunos destinos reportan afectaciones por remodelaciones y construcciones urbanas, así bloqueos y afectaciones por lluvias. De

Es una iniciativa de:

<p>pasado.</p>	<p>igual manera por la celebración de elecciones.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Preferencia de las empresas por reuniones en las sedes de sus oficinas y reducir costos de viáticos y reuniones en otros destinos. • La industria de reuniones en el mercado nacional está ligada al comportamiento de la economía
----------------	---

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 mayo 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 44% correspondió a hoteles con infraestructura para reuniones, siendo el grupo más numeroso. El 10% de las respuestas correspondió a Oficinas de Congresos y Visitantes; el 7% a organizadores de convenciones; 7% a DMCs; 7% a centros de convenciones; y el 25% restante a otro tipo de actores de la industria de reuniones.

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 julio del 2016 y se recabará información acerca de mayo y junio de 2016.

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

Es una iniciativa de: