

**TURISMO DE REUNIONES:  
CONTEXTUALIZACIÓN Y POTENCIALIDAD.  
CASO CIUDAD DE AGUASCALIENTES  
(MÉXICO).  
TOURISM OF MEETINGS:  
CONTEXTUALIZATION AND POTENTIALITY.  
CASE CITY OF AGUASCALIENTES (MEXICO).**

LETICIA DEL SOCORRO SHAADI RODRÍGUEZ<sup>1</sup>

*Departamento de Turismo, Centro de Ciencias Económicas y  
Administrativas. Universidad Autónoma de Aguascalientes*

JUAN IGNACIO PULIDO FERNÁNDEZ<sup>2</sup>

*Departamento de Economía. Universidad de Jaén*

ISMAEL MANUEL RODRÍGUEZ HERRERA<sup>3</sup>

*Departamento de Turismo, Centro de Ciencias Económicas y  
Administrativas. Universidad Autónoma de Aguascalientes*

## RESUMEN

Este estudio tuvo como objeto la contextualización del turismo de reuniones en los ámbitos internacional, nacional y local, para hacer un reconocimiento de la relevancia de esta tipología turística y los beneficios que puede alcanzar un destino al diversificar su oferta, enfocando sus esfuerzos hacia el turismo de reuniones.

Partiendo de esta contextualización, y dada la falta de información de tipo cuantitativa en el destino objeto de estudio, se realizó una investigación cualitativa y un análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) de la ciudad de Aguascalientes (México), que permitieron dar soporte a la valoración de este lugar como destino propicio para el turismo de reuniones, contando con un panorama de mayor amplitud sobre lo que éste ha realizado respecto a dicha tipología de turismo e identificando si ésta ha sido considerada como una estrategia para fortalecer al destino en el ámbito del sector turístico.

---

Fecha de Recepción 8 de abril de 2017    Fecha de aceptación: 29 de mayo de 2017

<sup>1</sup> Av. Universidad No. 940. C.P. 20131 Ciudad Universitaria Aguascalientes, Aguascalientes, México. Correo electrónico: lsshaadi@hotmail.com

<sup>2</sup> Departamento de Economía. Despacho: D3-273 Paraje de Las Lagunillas, s/n 23071 JAÉN Correo electrónico: jipulido@ujaen.es

<sup>3</sup> Av. Universidad No. 940. C.P. 20131 Ciudad Universitaria Aguascalientes, Aguascalientes, México Correo electrónico: imrodri@correo.uaa.mx

**Palabras clave:** turismo de reuniones, destino turístico, potencialidades, ciudad de Aguascalientes (México).

#### **ABSTRACT**

This study aimed to contextualize the tourism of meetings at the international, national and local levels to recognize the relevance of this tourism typology and the benefits that a destination can achieve by diversifying its offer, focusing its efforts on tourism of meetings. Based on this contextualization and given the lack of quantitative information in the destination under study, a qualitative research and SWOT analysis (strengths, opportunities, weaknesses and threats) of the city of Aguascalientes (Mexico) were carried out, which allowed to support the valuing this place as a suitable destination for tourism of meetings, with a broader picture of what it has done in relation to this type of tourism and identifying whether it has been considered as a strategy to strengthen the destination in the field of the tourism sector.

**Keywords:** meetings tourism, tourist destination, potential, city of Aguascalientes (Mexico).

## **1. INTRODUCCIÓN**

La actividad turística ha obtenido notable importancia en los últimos tiempos, tanto en el desarrollo económico como en el social para gran número de países en el mundo y ha tenido relación principalmente con motivaciones de descanso y recreación. Pero con el paso del tiempo, han surgido otras motivaciones, originándose con ello, diversos tipos de turismo, algunos relacionados con el turismo tradicional, y otros, basados en actuales tendencias y necesidades del consumidor, como el turismo de salud, étnico, de reuniones, de lujo, por mencionar nuevas variantes.

El de reuniones, es un tipo de turismo que ha cobrado interés a nivel mundial en las últimas décadas y, para que los destinos mantengan competitividad a causa de él (Price, Waterhouse y Coopers, 2011), es conveniente que las entidades, que se encargan de darle impulso, consideren diversos beneficios propiciados por éste, como “(...) la desestacionalización, la desmasificación y la consecución de un mayor gasto del turista” (Binimelis y Ordinas, 2003:35), así como el uso de recursos distintos a los que satisfacen las necesidades de este tipo de turismo, incremento del uso de los servicios de hospedaje y un efecto multiplicador por mayor redistribución del ingreso.

Esta clase de turismo, por tanto, “(...) se ha convertido en un contribuyente importante de las economías nacionales. Sin embargo, ha resultado difícil cuantificar el valor del sector del turismo de reuniones debido a la falta de investigación con consistencia interna y entre países” (Price *et al.*, 2011: 5). En

ocasiones, la potencialidad para desarrollarlo se ve limitada por la inexistencia de información y de trabajo integrado que estimulen su crecimiento y, en consecuencia, un progreso para los destinos que se dedican a él.

En México, diversos destinos han comenzado a mirar hacia este tipo de turismo, convirtiéndose en destinos emergentes del mismo, con la finalidad de incrementar su demanda y la derrama económica y, para ello, es de utilidad conocer la evolución que va teniendo el turismo de reuniones, ya que esto permitirá plantear estrategias efectivas que contribuyan a la competitividad del lugar y aprovechamiento de sus recursos.

*“Actualmente México se posiciona como un destino turístico de clase mundial y ofrece opciones variadas al mercado que van desde destinos tradicionales, hasta los que incluyen nuevas alternativas”* (Tamez, Ayala y Hernández, 2010:6) que cuentan con las características propicias para promover el turismo de reuniones en ellos.

Basado en lo anterior, este estudio plantea la siguiente hipótesis de trabajo: “La ciudad de Aguascalientes (México) es un destino con potencial para desarrollar el turismo de reuniones”

Para probar la hipótesis propuesta, se han trazado los siguientes objetivos:

- 1) Contextualizar la relevancia del turismo de reuniones a nivel internacional, nacional y local.
- 2) Analizar la situación del turismo de reuniones en la ciudad de Aguascalientes (México).
- 3) Identificar las fortalezas y oportunidades que posee la ciudad de Aguascalientes (México), como características potenciales para desarrollar el turismo de reuniones.

## **2. REVISIÓN DE LA LITERATURA**

### **2.1 Generalidades del turismo de reuniones**

Uno de los tipos de turismo, que actualmente ha adquirido valor a nivel internacional, es el llamado turismo de reuniones.

“El segmento de la industria de turismo y viajes que representan los eventos de negocios, es un área particular del turismo de reuniones que se ha consolidado en lo que actualmente denominamos *Meeting Tourism*, más conocido por las siglas MICE, que resume todos los tipos de reuniones: *Meetings, Incentives, Conferencing, Exhibitions*” (Chimi, Zúñiga, Medina y Gonclaves 2013: 132).

La Organización Mundial del Turismo (OMT) señala que una de las dificultades que presenta el turismo de reuniones es la abundante cantidad de definiciones que existen en referencia

a él, por lo que “*el sector necesita definiciones y conceptos coherentes que puedan ser ampliamente utilizados por sus miembros*” (OMT, 2007: ix).

Del estudio que realizó en México la firma Price, Waterhouse y Coopers para el Centro de Estudios Superiores en Turismo (CESTUR) sobre la relevancia del turismo de reuniones en el país, se retoma la definición propuesta por la OMT sobre esta tipología turística:

“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” (Price *et al.*, 2011: 6).

En el mismo estudio, se presenta la definición que la OMT hace del término reunión:

“agrupación temporal de un número de personas en un lugar para llevar a cabo una actividad en particular, siendo los principales propósitos de la reuniones motivar a los participantes, conducir negocios, compartir ideas y aprender. Las reuniones incluyen: convenciones, conferencias, congresos, ferias comerciales y exposiciones, eventos de incentivo y reuniones corporativas o de negocios” (Price *et al.*, 2011: 6).

Por su parte la Secretaría de Turismo Federal de México (SECTUR) lo define como “el conjunto de corrientes turísticas cuyo motivo de viaje está vinculado con la realización de actividades laborales y profesionales y se divide en congresos, convenciones, exposiciones, ferias y viajes de incentivo” (SECTUR en Yarto, 2007:12). Binimelis y Ordinas (2003:36) lo delimitan como “*aquel segmento de la demanda turística que, en términos generales, incluye el turismo de convenciones, congresos e incentivos, también conocido como reuniones de empresa.*”

En todas estas definiciones se observan elementos similares, principalmente el motivo de viaje, el cual está relacionado con actividades laborales y profesionales referentes a congresos, convenciones, exposiciones y viajes de incentivos.

En cuanto a su importancia, Rifai (OMT, 2014a) señala que la industria de las reuniones ha alcanzado ya su madurez, posicionándose como motor principal en el desarrollo del sector turístico, al generar ingresos, empleo e inversión. Por su parte, Rodríguez y San Martín (2001), hacen referencia al crecimiento significativo que el turismo de reuniones ha experimentando en el mundo y cómo se ha hecho énfasis en él, como oportunidad de negocio para un destino. Igualmente, Getz (2008) manifiesta que el turismo de reuniones es un motivador trascendente para la actividad turística, teniendo un

lugar destacado en los planes de desarrollo de numerosos destinos.

Para realizar una planificación estratégica del turismo de reuniones, se requiere de un marco de reflexión ante los retos del sector y un punto de encuentro entre la Administración Pública y la Privada (Flamarich y Duro, 2011). Ese marco de reflexión puede partir de uno de los instrumentos básicos que apoyan fuertemente la planificación estratégica: el análisis de fortalezas y debilidades y de oportunidades y amenazas (FODA), pues es apreciable que los destinos interesados en adentrarse en el turismo de reuniones, sepan con qué cuentan y qué les hace falta para enfrentar este reto.

En referencia a los resultados del turismo de reuniones, Jago (2012) señala la importancia de:

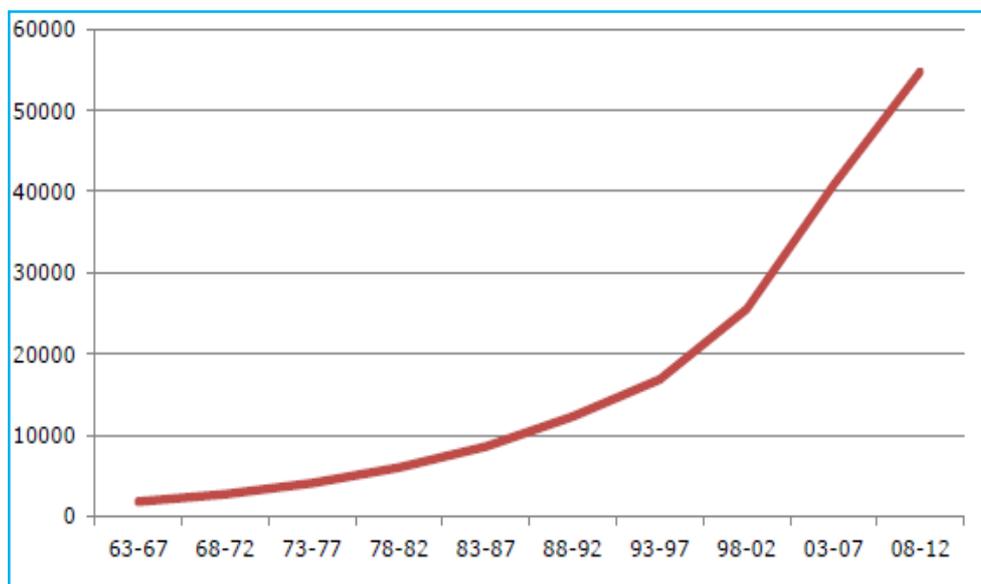
“(…) evaluar la contribución económica del sector de reuniones a nivel nacional y los niveles subnacionales, para identificar similitudes y diferencias y para hacer recomendaciones, que podrían mejorar en un futuro su credibilidad internacional. Si esto no se hace, el sector de reuniones tiene pocas posibilidades de percatarse de su verdadero potencial” (Jago, 2012: 2).

Este señalamiento, permite entender la importancia, no sólo de planificar adecuadamente el turismo de reuniones, sino de valorar debidamente los beneficios que éste puede aportar a un destino y que contribuirán a la competitividad del mismo en el ámbito del sector turístico.

## **2.2 Turismo de reuniones: contextualización internacional**

La International Congress and Convention Association (ICCA), al cumplir 50 años de existencia en 2013, realizó una evaluación del crecimiento del turismo de reuniones en el plano mundial, lo que permite percibir claramente la importancia que ha ido adquiriendo con el paso de los años.

La Figura nº 1 muestra que “(…) desde 1963 el número de reuniones ha crecido aproximadamente un 10% cada año, lo que significa que se duplicó cada 10 años. La base de datos de la ICCA contiene 173.432 reuniones que tuvieron lugar entre 1963 y 2012. En el periodo 1963-1967 tuvieron lugar 1.795 (1%) de estas reuniones, mientras que 58.844 (31,6%) se realizaron en el período 2008-2012” (ICCA, 2013: 12).



*Figura n° 1. Número de reuniones*  
Fuente: ICCA (2013: 12)

La ICCA también valoró cómo se ha ido modificando el número de reuniones por región o continente. Mientras que de 1963 a 1967, Europa se mantenía con un porcentaje alto en el mercado de reuniones con un 72,3%, para 2012 disminuye a 54%, dejando ver claramente que otras regiones, que apenas llegaban a un 4%, en los años 60's, como Latinoamérica, África y Oceanía, para 2012 incrementaron la cantidad de reuniones hasta en un 3% (Figura 2).

Según el informe de la ICCA, Norteamérica sigue siendo uno de los destinos más populares para la industria de reuniones, seguido por Latinoamérica, Asia y Medio Oriente, mientras que África es el continente que mayor crecimiento ha reportado.

Debido a las tendencias del mercado, las temáticas tratadas en los eventos empiezan a diversificarse y, aunque el mayor porcentaje lo tienen las ciencias médicas (19,6%), han comenzado a repuntar el sector tecnológico, el de la educación, economía y gestión, además de otros segmentos que se pueden apreciar en la Figura n° 3.

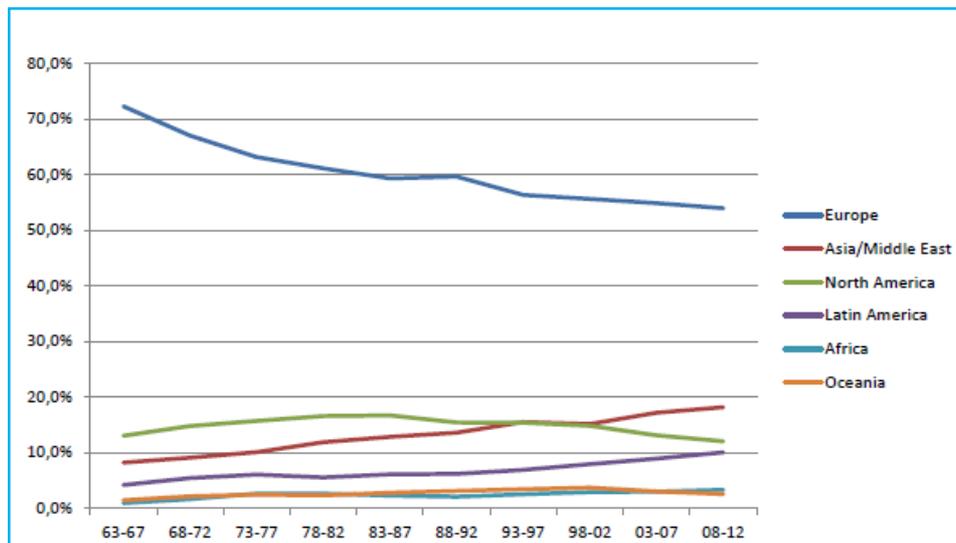


Figura n° 2. Porcentaje de reuniones por región  
Fuente: ICCA (2013: 14).

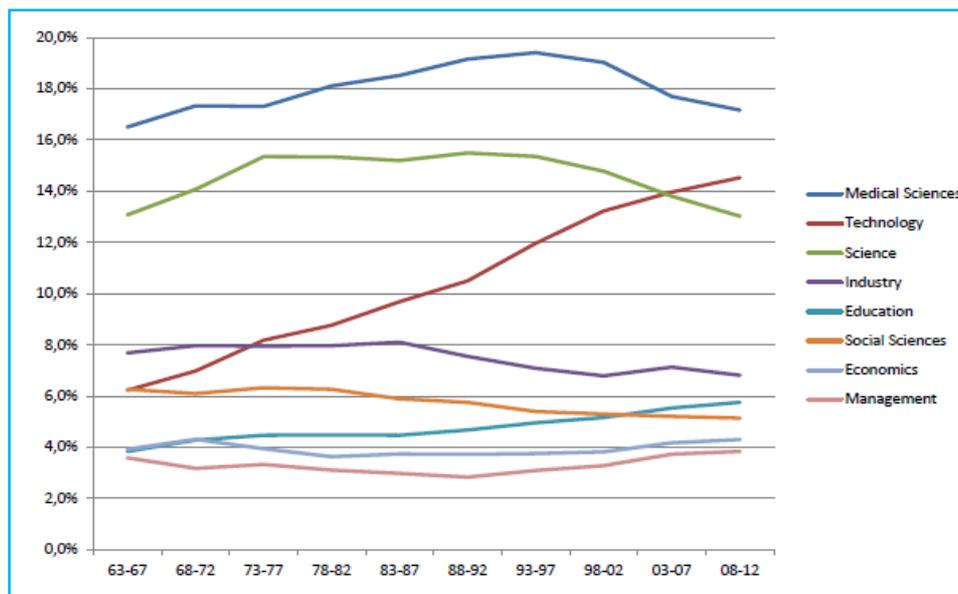


Figura n° 3. Temáticas de reuniones  
Fuente: ICCA (2013: 25).

El último reporte estadístico de la ICCA (2016), presenta pequeñas modificaciones en el ranking de países que realizan reuniones. El top 10 de países que realizaron mayor número de reuniones en 2015 se muestra en la Tabla 1, haciendo un comparativo con 2014. Los movimientos que se observan son indicativos de que un creciente número de países están dando mayor importancia al campo de la industria de reuniones, incrementándose con ello una mayor cantidad de competidores.

**Tabla 1. Comparativo top 10 de países que realizan reuniones**

Rank	2014	2015
1	Estados Unidos	Estados Unidos
2	Alemania	Alemania
3	España	Reino Unido
4	Reino Unido	España
5	Francia	Francia
6	Italia	Italia
7	Japón	Japón
8	China- P.R.	China- P.R.
9	Holanda	Holanda
10	Brasil	Canadá

Fuente: Elaboración propia a partir de ICCA (2015) e ICCA (2016).

Los viajes y el turismo generan el 30% de las exportaciones mundiales del sector de servicios. Dentro de este sector, se encuentra el de reuniones, que es un sustancial contribuyente a los viajes y a los ingresos por turismo, además de que ofrece otros beneficios muy significativos que apoyan económica y socialmente a los países (OMT, 2014b). Lo anterior, pone en valor la importancia del turismo de reuniones y da pauta para motivar a los destinos a establecer objetivos y estrategias que desarrollen su potencialidad para impulsar sostenidamente el sector de reuniones en ellos.

### **2.3 Turismo de reuniones: contextualización en México**

Altés (2008), enmarca a México como un país que ha sabido aprovechar el dinamismo internacional del turismo en las últimas décadas, lo que le ha permitido posicionarse actualmente en el noveno sitio del ranking por llegada de turistas internacionales (SECTUR, 2016).

De acuerdo al diagnóstico del turismo en México, para la elaboración del *Programa Sectorial de Turismo 2013-2018*, las tendencias del mercado turístico van encaminadas hacia la diversificación de la oferta del destino y productos en el sector. Lo anterior, establecería la pauta para abrir nuevos espacios que atraigan a mayor número de turistas internacionales y ser más competitivos. “Actualmente, México es reconocido por el turismo de sol y playa pero existen señales de su agotamiento. Existen áreas de oportunidad para

desarrollar productos turísticos atractivos y sustentables en el campo del turismo cultural, de negocios, ecoturismo y aventura, turismo de salud, deportivo y de lujo” (*Programa Sectorial de Turismo 2013-2018*, SECTUR, 2014a: 25).

Partiendo de este diagnóstico, la SECTUR retomó, a través del CESTUR, el estudio relacionado con la relevancia económica de las reuniones en México (Price *et al.*, 2011), en el que se observó que el turismo de reuniones generó ventas directas e indirectas por 32.5 millones de dólares y creó más de 780.000 empleos. Además, con el apoyo y colaboración de la Asociación Mexicana de Recintos FERIALES A.C. (AMEREF) y el CESTUR, la SECTUR (2011) realizó también un documento que permitiera medir el funcionamiento y operación de los recintos feriales de México.

Con base en los documentos anteriores, la SECTUR elaboró un escrito donde plantea la estrategia para el turismo de reuniones. En una primera parte, muestra la evolución que ha presentado el turismo de reuniones en México: en 1999 con la creación del Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), cuya función principal es la promoción de México a nivel internacional y es el enlace con las Oficinas de Congresos y Visitantes (OCV) en el país y en 2004 con la autorización de la tasa 0% de impuestos para congresos, convenciones, ferias y exposiciones del extranjero. En un segundo apartado, se presentan los objetivos estratégicos para el impulso al turismo de reuniones en el país (SECTUR, 2014b).

Este documento, refuerza el hecho de que la SECTUR tiene marcado interés en la diversificación del producto turístico mexicano, a través del apoyo a la industria de reuniones. Para el 2014, México contaba ya con más de 68 grandes centros para convenciones y exposiciones en todo el país y más de medio millón de cuartos de hotel distribuidos en casi 3.000 hoteles de lujo.

Durante 2015, el país obtuvo resultados positivos como destino de reuniones al ubicarse en el cuarto lugar en América Latina, al realizar 184 congresos; 19 más que el año anterior, después de Brasil y superando a Argentina (ICCA, 2016). En el ranking de la ICCA (2016), México ocupa el lugar 22° como destino para el turismo de reuniones a nivel mundial.

SECTUR continúa mostrando su deseo de conocer lo que sucede dentro de la industria de las reuniones, para lo cual sigue monitoreando la actividad y generando información para fortalecer este sector a través de una planificación y toma de decisiones favorable al mismo.

## **2.4 Turismo de reuniones: contextualización en la ciudad de Aguascalientes**

Aguascalientes es una de las 32 entidades federativas de México. Es un estado con 11 municipios y el municipio de Aguascalientes, donde se localiza la ciudad capital de igual nombre que el estado y el municipio, es donde se concentran la mayoría de las actividades económicas del estado, tanto de tipo empresarial como de servicios, entre las que se encuentra el turismo.

El Gobierno del Estado, en su *plan sexenal 2010-2016*, marcó como uno de sus objetivos “Aprovechar el dinamismo del sector con el desarrollo y promoción de actividades turísticas que potencialicen las características y cualidades del estado a nivel local, nacional e internacional” (*Tercer Informe de Gobierno*, 2013: 58).

Para fortalecer la actividad turística en el estado, el gobierno estatal, con el apoyo de la SECTUR, generó proyectos de infraestructura turística para hacer más competitivo el estado de Aguascalientes, resaltando dos de ellos que favorecen al turismo de reuniones: el Complejo de Congresos y Convenciones Tres Centurias (Primera Etapa) y El Centro de Convenciones y Exposiciones de Aguascalientes Isla San Marcos, ambos ubicados en la ciudad de Aguascalientes.

En el *Cuarto Informe de Gobierno*, en 2014, el gobernador del estado manifestó que Aguascalientes contó con una aportación de 55 millones de pesos para la siguiente etapa del Centro de Convenciones y Exposiciones de la Isla San Marcos, para fortificar al destino y ser el centro del país en materia de congresos y convenciones (*Cuarto Informe de Gobierno*, 2014:68), viéndose este esfuerzo cristalizado en 2016.

La Secretaría de Turismo del Estado de Aguascalientes (SECTURE), tiene establecido, dentro de su misión, el fomentar el desarrollo sustentable y creciente del turismo, especializando la oferta turística en base a las características y cualidades del Estado y así incrementar el número de visitantes y el número de empleos generados en el sector (Gobierno del Estado de Aguascalientes, 2013a).

Para dar alcance a esta misión, ha planteado varios objetivos estratégicos, entre los cuales resalta, en relación con el turismo de reuniones, el siguiente: “Especialización en congresos: Destacar la importancia que el turismo de reuniones y el de negocios suponen para Aguascalientes, potenciándolo con ofertas atractivas, desarrollo de la infraestructura adecuada y gestión persistente para atraer al mercado de convenciones y exposiciones de tipo local, regional e internacional” (Gobierno del Estado de Aguascalientes, 2013b).

Como soporte para el turismo de reuniones, el Gobierno del Estado de Aguascalientes adoptó la figura propuesta por el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), de contar en la entidad, con una Oficina de Congresos y Visitantes (OCV) y a través de la cual se promoció a la ciudad de Aguascalientes como destino para turismo de reuniones. Este organismo trabaja en conjunto con la SECTURE y con la Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles (AMHyM), para analizar los eventos de los cuales Aguascalientes puede ser sede, aunado a ser un facilitador de servicios y un enlace para la atracción de congresos, convenciones, ferias y exposiciones a esta ciudad.

Aunque los últimos datos con respecto a la llegada de turistas a Aguascalientes, muestran un incremento de 9,64%, en comparación con el 2014 (*Quinto Informe de Gobierno*, 2015), estos se presentan sólo de manera general, de tal forma que no se puede determinar la aportación del turismo de reuniones a la economía local por este incremento.

### **3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1 Planteamiento metodológico**

Esta investigación tiene un alcance de tipo exploratorio, con el objeto de indagar la situación y desarrollo del turismo de reuniones, así como la potencialidad que posee la ciudad de Aguascalientes (México) como destino para esta tipología turística.

El diseño fue no experimental, ya que la información se obtuvo mediante la consulta a fuentes secundarias para contextualizar la situación del turismo de reuniones, que permitiera hacer un esclarecimiento y retrospectiva acerca de él y para establecer aquellas circunstancias de potencialidad del destino ciudad de Aguascalientes mediante un análisis FODA.

Dada la inexistencia de datos cuantitativos, también fueron consultadas fuentes primarias para obtener información referente a aspectos cualitativos importantes, que permitiesen conocer la situación del turismo de reuniones en la ciudad de Aguascalientes, siendo analizada con la metodología que se detalla posteriormente.

El estudio es de tipo transversal exploratorio y descriptivo, ya que la información ha sido recabada en un momento único sobre aspectos no estudiados del turismo de reuniones en la ciudad de Aguascalientes y para describir su contextualización (relevancia, desarrollo, aportaciones) en esta ciudad, en México y en el mundo.

### **3.2 Recolección de la información y unidad de análisis**

Las fuentes secundarias consultadas para determinar la contextualización del turismo de reuniones y su potencial en Aguascalientes, fueron los informes y reportes de la ICCA, la OMT, SECTUR/CESTUR e Informes de Gobierno del Estado de Aguascalientes y de la SECTURE.

Las fuentes primarias para obtener datos de tipo cualitativo que permitieran conocer la situación del turismo de reuniones en Aguascalientes, tuvieron como unidad de análisis 11 organismos públicos y 15 entes privados relacionados con el turismo de reuniones en esta ciudad.

### **3.3 Metodología**

Se elaboró un cuadro de concentración para esquematizar la principal información referente a la contextualización del desarrollo y aportaciones del turismo de reuniones en los ámbitos internacional, nacional y local.

La técnica para la recolección de datos cualitativos fue una encuesta aplicada a través de correo electrónico. Los datos obtenidos se analizaron utilizando estadística descriptiva para las preguntas cerradas, al obtener promedios en las respuestas otorgadas a los cuestionamientos planteados. Para las preguntas abiertas, se realizó una concentración de datos que permitieran una apreciación global de la variedad de respuestas, presentándose una síntesis de aportaciones y comentarios relevantes.

En cuanto a la confección del análisis FODA, se recurrió a los diagnósticos situacionales del turismo en Aguascalientes, elaborados por la SECTURE a partir de un foro de consulta ciudadana en 2013 y de los cuales se rescatan escenarios diversos para conformar dicho análisis. Dado que en este foro participaron ciudadanos de diferentes organismos públicos y privados, involucrados o no con el sector turístico, se estructuró con los resultados de este análisis FODA una hoja de validación del mismo, mediante el uso de Escala de Likert, la cual se envió a un grupo de expertos vinculados con la actividad turística, tanto del sector público como del privado y a académicos de educación superior del área de administración, turismo e investigación, de tal forma que el estudio FODA tuviera mayor certidumbre.

Para la conformación de un FODA final, se analizó la información del proceso de validación con estadística descriptiva, mediante la obtención de frecuencias y de porcentajes. Las situaciones validadas para conformar el FODA final se presentan de manera sintética en una tabla.

#### 4. ANÁLISIS DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A partir de un análisis de la contextualización del desarrollo del turismo de reuniones, se presentan en la Tabla 2, las aportaciones principales de éste, en los entornos económico y social para los ámbitos mundial, nacional y local, que permiten conocer cómo los destinos turísticos, pueden beneficiarse y fortalecerse a través de él.

**Tabla nº 2. Aportaciones del turismo de reuniones para los destinos turísticos**

Ámbito/Entorno	Aportaciones relevantes
<b>Mundial</b>	
Económico	Contribución al Producto Interno Bruto, de manera directa e indirecta Incremento en el número de visitantes Mayor gasto del turista en el destino Mayor uso de servicios turísticos Desmasificación de los destinos Generación de inversiones y desarrollo de negocios Diversificación de destinos
Social	Desarrollo de infraestructura en beneficio de la población Generación de empleos directos e indirectos Intercambio de conocimientos Desarrollo de la investigación Incremento en la cultura Mejora de la calidad de vida Progreso tecnológico
<b>Nacional (México)</b>	
Económico	Crecimiento de divisas Contribución al Producto Interno Bruto, de manera directa e indirecta Incremento en el número de llegadas de turistas internacionales Mayor gasto del turista en el destino Mayor uso de servicios turísticos Generación de inversiones
Social	Desarrollo de infraestructura en beneficio de la población Generación de empleos directos e indirectos Elevación del nivel de vida de la población Intercambio de conocimientos. Difusión de la cultura y tradiciones del destino. Enriquecimiento cultural de la población
<b>Local (Ciudad de Aguascalientes)</b>	
Económico	Incremento en el número de llegadas de turistas Generación de inversiones Apoyo económico para mejoramiento de la infraestructura para turismo de reuniones
Social	No se encontraron datos en la revisión del marco teórico y estado de la situación, relacionados con este ámbito

*Fuente: Elaboración propia a partir de ICCA (2013), (2015), (2016), SECTUR/CESTUR (2011), Gobierno del Estado de Aguascalientes (2013), (2014), (2015).*

Los resultados obtenidos en la encuesta realizada a entes públicos y privados, permitieron hacer un diagnóstico más certero de la situación del turismo de reuniones en la ciudad de Aguascalientes. Los aspectos relevantes que arrojó esta encuesta fueron los siguientes:

- El sector empresarial ostenta el primer lugar en generación de reuniones en la ciudad de Aguascalientes.
- El tipo de reunión que más se realiza en este destino, son los congresos, quedando en último lugar los viajes de incentivos.
- Las reuniones de origen nacional ocupan el primer lugar.
- La temporalidad para este tipo de turismo es entre los meses de septiembre y diciembre, que son meses de temporada baja en la ciudad de Aguascalientes.
- Según el 50% de los encuestados, los eventos realizados generan una estadía promedio de entre 1 a 2 días.
- Los medios de promoción más utilizados para la ciudad de Aguascalientes como destino sede para reuniones son: el contacto directo con las personas y las páginas oficiales en internet con 28,57% cada uno y las publicaciones especializadas, redes sociales y folletos con 14,28% cada uno.
- Las actividades de valor agregado mencionadas por el 50% de los encuestados y que pueden incrementar la demanda del destino en este sector, son las relativas a la gestión y organización de la reunión, mientras que la asesoría y difusión se mencionaron en segundo y tercer lugar.
- Las instalaciones y servicios con los que cuenta la ciudad de Aguascalientes para la realización de reuniones fueron calificados en un 35,71%, como buenos, mientras que con porcentajes iguales de 21,42% fueron evaluados como muy buenos o regulares.
- El 50% de los encuestados señalan que la ciudad de Aguascalientes tiene costos aceptables en cuanto a servicios para la organización de una reunión.
- La información obtenida de las preguntas abiertas planteadas en la encuesta se recoge en la Tabla 3.

**Tabla n° 3. Información a considerar para favorecer el desarrollo del Turismo de Reuniones en la Ciudad de Aguascalientes**

ASPECTO PREGUNTADO	RESPUESTAS	COMENTARIOS
<b>Estrategias que se han implementado para incrementar la demanda de la ciudad de Aguascalientes como destino de turismo de reuniones</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Correcta difusión</li> <li>2) Asistencia a eventos especializados</li> <li>3) Entrevistas con Meeting Planners</li> <li>4) Fam trips</li> <li>5) Promoción en páginas oficiales</li> </ol>	Estrategias enfocadas principalmente a actividades de promoción.
<b>Competencia más fuerte para la ciudad de Aguascalientes como destino de turismo de reuniones</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Guadalajara</li> <li>2) Irapuato</li> <li>3) León</li> <li>4) Morelia</li> <li>5) Querétaro</li> <li>6) San Luis Potosí</li> <li>7) Zacatecas</li> </ol>	La competencia que tiene la ciudad de Aguascalientes relacionada con esta tipología de turismo es muy cercana, pues son ciudades que se encuentran ubicadas en la misma región que la ciudad de Aguascalientes.
<b>Ventajas que tiene la ciudad de Aguascalientes frente a su competencia cercana</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Accesibilidad</li> <li>2) Seguridad</li> <li>3) Riqueza histórica</li> <li>4) Limpieza de la ciudad</li> <li>5) Ciudad pequeña</li> <li>6) Ubicación de la entidad</li> <li>7) Gente amable</li> </ol>	La imagen de una ciudad segura y accesible son ventajas que se pueden encontrar en Aguascalientes con respecto a su competencia cercana.
<b>Segmentos de mercado potenciales para generar turismo de reuniones en la ciudad de Aguascalientes</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Automotriz</li> <li>2) Agroindustrial</li> <li>3) Financiero</li> <li>4) Tercera Edad</li> <li>5) Religioso</li> </ol>	Se considera a la industria automotriz como segmento potencial para incrementar la demanda del turismo de reuniones, dado el auge que este está teniendo en la ciudad.
<b>Tipo de reunión potencial para desarrollar en la ciudad de Aguascalientes e incrementar la demanda del destino</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Congresos especializados</li> <li>2) Convenciones temáticas</li> <li>3) Viajes de incentivo</li> <li>4) Exposiciones temáticas</li> </ol>	Los tipos de reuniones potenciales y que pueden incrementar la demanda van enfocados a la especialización por segmentos de mercado y por áreas geográficas, no siendo tan generales.

*Fuente: Elaboración propia.*

A continuación, se presentan los comentarios realizados a las últimas cuatro preguntas de la encuesta:

- Esfuerzos de promoción escasos para atraer turismo de reuniones, específicamente congresos y convenciones. No se han visto resultados.
- Para hacer competitiva en materia de turismo de reuniones, a la ciudad de Aguascalientes, le falta:
  - a) una política clara para el sector de turismo de reuniones.
  - b) un trabajo en conjunto entre los actores involucrados en esta industria, tanto del sector público como del privado.
  - c) utilizar el recurso obtenido del impuesto al hospedaje, para difundir a la ciudad de Aguascalientes como destino para turismo de reuniones.
  - d) capacitación de los prestadores de servicios turísticos.
  - e) contar con un recinto específico para reuniones, con mayor capacidad y con alta tecnología.
- La demanda que actualmente tiene la ciudad de Aguascalientes se debe específicamente a la Feria Nacional de San Marcos.
- Comentarios que se aportaron de manera opcional:
  - a) Destino excepcional para el turismo de reuniones.
  - b) Falta dirección mercadológica.
  - c) Necesidad de profesionalización del sector a través de certificación de los prestadores de servicios.
  - d) Escasa cultura turística en la población.
  - e) Es un producto diferente que puede generar más empleos tanto directos como indirectos.
  - f) Puede generar más inversiones en el estado de Aguascalientes.

La información anterior fue de utilidad, pues permitió conocer en profundidad el panorama de la situación de la ciudad de Aguascalientes en turismo de reuniones. Por último, para determinar mediante evidencia la potencialidad de este destino y evaluar si cuenta, o no, con los elementos necesarios para hacer crecer la actividad turística a través de esta tipología de turismo, se realizó en el estudio un análisis de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (FODA) del destino objeto de investigación.

De la validación hecha a la información obtenida del foro de consulta ciudadana, para conformar el FODA de la ciudad de Aguascalientes como destino potencial para el turismo de reuniones, fueron seleccionadas para concebir el FODA final, aquellas situaciones que obtuvieron el porcentaje de 50 o mayor a 50 en los valores “totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo” en la Escala de Likert con la que se llevó a cabo el proceso de validación y que se presentan de manera sintética en la Tabla n° 4.

**Tabla n° 4. Síntesis del Análisis FODA final del turismo de reuniones en la ciudad de Aguascalientes**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<p>1) Infraestructura carretera de acceso para mercado regional y nacional</p> <p>2) Ubicación geográfica estratégica</p> <p>3) Seguridad y tranquilidad</p> <p>4) Servicios públicos de calidad</p> <p>5) Oferta complementaria</p>	<p>1) Reducida oferta de recintos para turismo de reuniones</p> <p>2) Insuficiente coordinación intersectorial para inversiones y programas promocionales</p> <p>3) Insuficiente coordinación entre los niveles estatal y municipal</p> <p>4) Escasez de servicios de alta tecnología para ser competitivos en turismo de reuniones</p> <p>5) No existe medición y evaluación de la aportación económica de la industria de reuniones</p> <p>6) Falta de compromiso gubernamental con el sector turístico</p> <p>7) Carencia de capacitación del personal vinculado con la organización de turismo de reuniones</p> <p>8) Desvío de recursos asignados a turismo de reuniones hacia otras actividades</p>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<p>1) Inversión de capital en instalaciones para reuniones</p> <p>2) Cooperación regional mediante alianzas estratégicas</p> <p>3) Productos turísticos nuevos y diferenciados</p> <p>4) Posibilidad de aprovechar la industria automotriz para la generación de reuniones</p>	<p>1) Incapacidad de gestión por la falta de medición de la industria de reuniones</p> <p>2) Creciente competencia de ciudades de la región</p> <p>3) Crecimiento de otros destinos turísticos regionales, nacionales e internacionales</p> <p>4) Problemas de delincuencia organizada en los estados vecinos</p> <p>5) Oferta turística de mayor competitividad en otros estados y países</p> <p>6) Estados de la República Mexicana con mayor posicionamiento como destinos para reuniones</p>

*Fuente: Elaboración propia.*

Conforme al análisis de los resultados, cabe reconocer que la industria del turismo de reuniones está marcando la pauta para que diversos destinos desarrollen o fortalezcan la actividad turística que se genera en ellos.

Este producto turístico está siendo el motivador para que los destinos consolidados diversifiquen su oferta y los no consolidados comiencen a cimentar el crecimiento del sector turístico mediante esta industria que, con el paso de los años, está alcanzando su madurez (OMT, 2014a).

Varios autores ya hacen referencia a su notabilidad y al crecimiento que está experimentando y cómo los destinos lo están considerando como una oportunidad de negocio (Rodríguez y San Martín, 2001). Pero el turismo de reuniones requiere llevar consigo un trabajo conjunto entre los actores involucrados, que permita recopilar información de diferentes aspectos, como oferta, demanda y mercadotecnia (Sigala, 2003), para comprender su impacto y generar estrategias que abonen a su evolución.

Diversos organismos internacionales ya realizan estudios donde se presentan datos de contribución económica a los destinos que ejecutan esta actividad y, de igual forma, los países, de manera individual, a través de sus oficinas encargadas del turismo de reuniones, llevan a cabo estudios para recopilar la información que les sea de utilidad en favor de su impulso.

Igual que otros países, México, a través de estudios relacionados con los distintos tipos de reuniones efectuadas en el país, ha visto la conveniencia de insertarse, día a día, en este sector, creando para ello tácticas adecuadas y estructuradas con base en la información existente.

En el caso particular de la ciudad de Aguascalientes, la información respecto al sector de reuniones con la que cuenta la SECTURE como dependencia oficial turística, no es amplia y significativa, pues no hace referencia a cuestiones de medición específica de este tipo de turismo.

Aunque existen fortalezas y oportunidades para estimular esta industria, el hecho de que quienes gestionan el turismo en este destino no conjunten y compendien información y datos básicos para la planificación y toma de decisiones, indica que en la realidad no se ha considerado a este tipo de turismo como una estrategia potencial de desarrollo turístico para la ciudad de Aguascalientes.

## **5. CONCLUSIONES**

El panorama que muestra el turismo de reuniones es muy alentador, pues los datos referenciados por organismos internacionales y diversas oficinas de reuniones en otros países, han permitido hacer un análisis del potencial que este tiene para fortalecer a los destinos, sobre todo a aquéllos insertados en la dinámica de la actividad turística.

La hipótesis planteada para este estudio es aceptada, ya que al haberse analizado la situación del turismo de reuniones en la ciudad de Aguascalientes, se encontraron mediante esta exploración, elementos potenciales (fortalezas y oportunidades) para desarrollarlo, identificándose también debilidades y amenazas, que pueden convertirse, a través del establecimiento de estrategias efectivas, en mayor número de fortalezas y oportunidades, que vigoricen y mejoren el avance de este tipo de turismo en el destino ciudad de Aguascalientes.

La ciudad de Aguascalientes, aunque pequeña geográficamente, posee recursos que le pueden permitir impulsar fuertemente el turismo de reuniones. Uno de ellos es el financiero, pues existe en suficiencia para mejorar e incrementar la infraestructura con que cuenta para la recepción de reuniones, además de contar también con oferta complementaria de otros servicios, con empresas de servicios turísticos y con organismos que gestionan la actividad turística. Sin embargo, carece de un método de recopilación de información y datos relacionados con el sector turístico en general y en especial del sector de las reuniones, los cuales, al existir, pueden ayudar a una mejor planificación y toma de decisiones.

Los actores involucrados en la industria de reuniones trabajan de manera desarticulada, por lo que es aún más complejo obtener información a través de ellos. Mientras que en otros países las oficinas de reuniones locales o nacionales desempeñan su trabajo como gestores de la industria de reuniones, la Oficina de Congresos y Visitantes de la ciudad de Aguascalientes sólo funciona como intermediario para facilitar trámites a los organizadores de eventos.

El turismo es una actividad noble y México cuenta con los recursos para conformar diversos productos y, la ciudad de Aguascalientes, no es la excepción. En general, el turismo de reuniones ha presentado crecimiento de un año a otro, lo que indica que es una tipología potencial que se puede utilizar como estrategia para incrementar el desarrollo turístico de un destino, pero para ello, en lo que respecta a la ciudad de Aguascalientes, se requiere de una estructura administrativa que lo favorezca.

## 6. BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS WEB

- ALTÉS, C. (2008): *Turismo y Desarrollo en México. Nota Sectorial*, Banco Interamericano de Desarrollo, México.
- BINIMELIS, J. Y ORDINAS, A. (2003): “El Turismo de Reuniones y Negocios en Mallorca”. *Cuadernos de Turismo*, (6), pp.: 35-51.
- CHIMI, A. F., ZUÑIGA, J. A., MEDINA, D. R. Y GONCALVES, M. (2013): “La variable competitividad en Meeting Tourism: una visión general de la actualidad” *Escenarios: Empresa y Territorio*, (29), pp. 131-154.
- FLAMARICH, M. Y DURO, J. A. (2011): “Turismo de negocios (eventos) en España: análisis y perspectivas”. *Papers of Tourism*, (50) pp. 59-74.
- GETZ, D. (2008): “Event tourism: Definition, evolution, and research”. *Tourism Management*, (29) pp. 403-428.
- GOBIERNO DEL ESTADO DE AGUASCALIENTES (2013a): *Misión de la Secretaría de Turismo del Estado de Aguascalientes*. México: Gobierno del Estado, (Consulta: 22 de febrero de 2015). Disponible en: <http://www.aguascalientes.gob.mx/SECTURE/>.
- GOBIERNO DEL ESTADO DE AGUASCALIENTES (2013b): *Objetivos estratégicos*. México: Gobierno del Estado, (Consulta: 22 de febrero de 2015). Disponible en: <http://www.aguascalientes.gob.mx/SECTURE/>.
- GOBIERNO DEL ESTADO DE AGUASCALIENTES (2013): *3er. Informe de Gobierno 2013*. México: Gobierno del Estado.
- GOBIERNO DEL ESTADO DE AGUASCALIENTES (2014): *4to. Informe de Gobierno 2014*. México: Gobierno del Estado.
- GOBIERNO DEL ESTADO DE AGUASCALIENTES (2015): *5to. Informe de Gobierno 2015*. México: Gobierno del Estado.
- INTERNATIONAL CONGRESS AND CONVENTION ASSOCIATION (ICCA) (2013): *A Modern History of International Association Meetings*. ICCA.
- INTERNATIONAL CONGRESS AND CONVENTION ASSOCIATION (ICCA) (2015): *The International Association Meeting Market, Statistics Report 2014*. ICCA. (Consultado el 25 de febrero de 2015). Disponible en: [act.gencat.cat/wp-content/uploads/.../public-abstract\\_2014.pdf](http://act.gencat.cat/wp-content/uploads/.../public-abstract_2014.pdf)
- INTERNATIONAL CONGRESS AND CONVENTION ASSOCIATION (ICCA) (2016): *The International Association Meeting Market, Statistics Report 2015*.

- ICCA. (Consultado el 15 de marzo del 2017). Disponible en: [www.iccaworld.org/dcps/doc.cfm?docid=1951](http://www.iccaworld.org/dcps/doc.cfm?docid=1951)
- JAGO, L. (2012): *The Value of Business Events*. Tourism y Business Events International, Estados Unidos.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (2007): *Evaluación de la importancia económica del sector de las reuniones*. OMT, Madrid.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (2014a): AM Reports – Miembros Afiliados. Volumen siete - *Informe global sobre la industria de reuniones*. OMT, Madrid.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO: (2014b): *Joint Statements of UNWTO, WTTC and JIMC*. OMT, Madrid.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (2015): *Ranking Mundial OMT*. (Consultado el 22 de febrero de 2015) Disponible en: <http://siimt.com/en/siimt/ranking-mundial-omt>.
- PRICE, WATERHOUSE Y COOPERS (2011): *La relevancia económica de las reuniones en México*. México: CESTUR/SECTUR.
- RODRÍGUEZ, I. Y SAN MARTÍN, H. (2001): “Turismo de Reuniones: Oportunidad de Negocio”. *Estudios Turísticos*, (147) pp. 121-139.
- SECRETARÍA DE TURISMO DE MÉXICO (2011): *La operación y funcionamiento de los centros de convenciones en México y la estimación de su significancia económica*. México: CESTUR/SECTUR.
- SECRETARÍA DE TURISMO DE MÉXICO (2014a): *Programa Sectorial de Turismo 2013-2018*. SECTUR, México.
- SECRETARÍA DE TURISMO DE MÉXICO (2014b): *Turismo de Reuniones. Estrategia 2014*. SECTUR, México.
- SECRETARÍA DE TURISMO DE MÉXICO (2016): *Boletines de Prensa*. (Consultado el 30 de noviembre de 2016). Disponible en: <http://www.gob.mx/sectur/prensa/asciende-mexico-en-captacion-de-turistas-y-de-divisas-en-el-ranking-de-la-omt>
- SECTURE/UAA. (2013): *Foro de Consulta Ciudadana para la actividad turística en el Estado de Aguascalientes*. Aguascalientes, SECTURE, México.
- SIGALA, M. (2003): “Convention Tourism: International Research and Industry Perspectives”. *Annals of Tourism Research*, (4), pp. 962-963.
- TAMEZ, B.A., AYALA, R. Y HERNÁNDEZ, D.M. (2010): “Una nueva forma de vender paraísos: Turismo de Reuniones”. *Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local*. (3/7), pp.1-10.

YARTO, E. (2007): *Turismo de Convenciones, Incentivos, Congresos y Exposiciones*. Trillas, México.