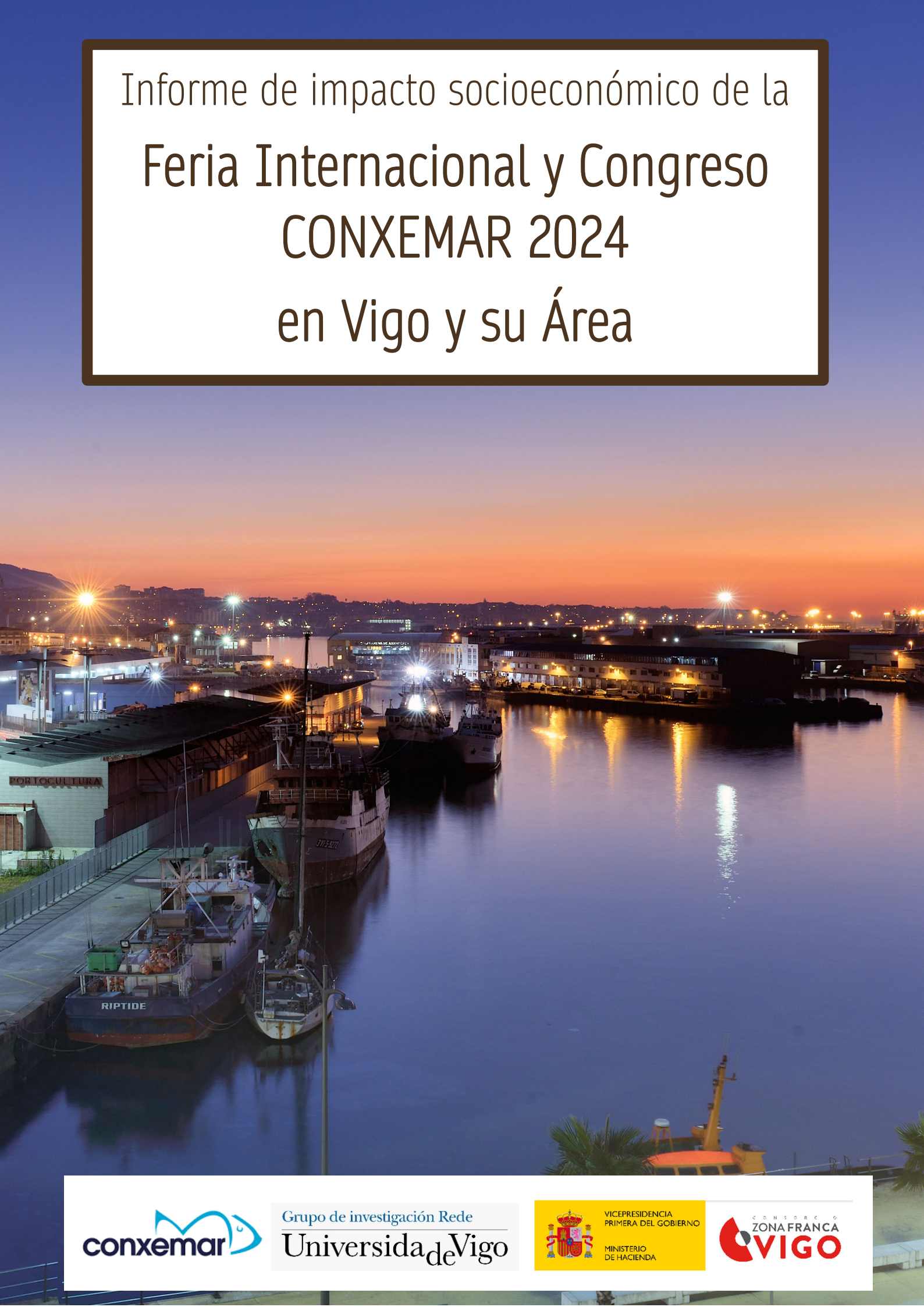
Informe de impacto socioeconómico de la

Feria Internacional y Congreso CONXEMAR 2024 en Vigo y su Área



conxemar

Grupo de investigación Rede
Universidade de Vigo

VICEPRESIDENCIA PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO DE HACIENDA

CONSORCIO ZONA FRANCA VIGO

Informe de impacto socioeconómico de la

Feria Internacional y Congreso CONXEMAR 2024 en Vigo y su Área

Universidade de Vigo. Cátedra ARDÁN

Grupo de Investigación REDE

Coordinación:

Carlos Rodríguez García

Equipo técnico:

Andrea Ogando Vidal

Estefanía Couñago Blanco

Fernando León Mateos

Pol Fontanet Pérez

Consorcio de la Zona Franca de Vigo

Susana Lama Docampo

Índice

RESUMEN EJECUTIVO 4

1. INTRODUCCIÓN 7

2. CONTEXTUALIZACIÓN 8

3. METODOLOGÍA 12

3.1. Revisión de literatura 12

3.2. Recopilación de datos 14

3.2.1. Cuestionario para visitantes de la Feria Conxemar 2024 14

3.2.2. Cuestionario para organizaciones expositoras de la Feria Conxemar 2024 15

3.2.3. Cuestionario para asistentes al Congreso Conxemar-FAO 2024 16

3.2.4. Medios de comunicación y redes sociales 17

3.3. Cálculo de impactos 18

3.3.1. Impacto Socioeconómico Feria y Congreso Conxemar 2024 18

3.3.2. Impacto por la creación de negocio en la Feria Conxemar 2024 23

3.3.3. Impacto a través de medios de comunicación y redes sociales 24

3.3.4. Impacto esperado de la demanda no atendida en la Feria Conxemar 2024 25

4. RESULTADOS 26

4.1. Impacto Socioeconómico de la Feria Conxemar 2024 26

4.1.1. Impacto directo, indirecto e inducido por la celebración de la Feria 26

4.1.2. Impacto por la creación de negocio en la Feria 36

4.1.3. Impacto en medios y redes sociales 41

4.1.4. Impacto esperado de la demanda no atendida 42

4.2. Impacto Socioeconómico del Congreso Conxemar-FAO 2024 45

4.2.1. Impacto directo, indirecto e inducido por la celebración del Congreso 46

4.2.2. Impacto en medios y redes sociales 51

5. CONCLUSIONES 53

6. ÍNDICE DE TABLAS 55

7. ÍNDICE DE FIGURAS 57

8. REFERENCIAS 58

9. ANEXOS 62

Resumen ejecutivo

- El **gasto promedio por participante** (visitantes y personas expositoras) de la Feria ascendió a **660 euros**.
- La celebración de la **Feria y el Congreso Conxemar 2024** generó un impacto en términos de **producción de 92,4 millones de euros**, contribuyendo con una **renta de 52,6 millones de euros a la economía de Vigo y su área**. En términos de generación de empleo, **ambos eventos propiciaron la creación de 1.189 puestos de trabajo**.
- La creación de negocio durante la Feria a partir de acuerdos comerciales alcanzó los 847 millones de euros, lo que equivale al 5% del volumen de negocio anual del sector de la industria y comercialización de productos pesqueros a nivel estatal. De esta cifra, 232 millones de euros correspondieron a expositores con sede en Galicia..
- Las empresas expositoras declararon que, en torno a una quinta parte de dichos acuerdos comerciales, 163 millones de euros, tendrían impacto en Vigo y su Área de influencia. El análisis del impacto socioeconómico de este volumen en el área de Vigo reveló una cifra total de 579 millones de euros en términos de producción, 161,8 millones de euros en términos de renta y 4.547 empleos.
- Bajo el supuesto de **poder atender a toda la demanda de espacio**, el incremento del **impacto socioeconómico sería de 8,4 millones de euros en términos de producción, 4,7 millones de euros de renta y 96 empleos** generados por la celebración de la Feria y una **cifra de negocios adicional de 113,6 millones de euros, con 20,4 millones de euros** directamente vinculados a Vigo y su Área. Esta creación de negocio complementaria tendría un **impacto adicional en términos de producción de 72,3 millones de euros** y una contribución a la **renta local de 20,2 millones de euros**, propiciando la creación de **568 empleos**.
- La celebración de la **Feria y el Congreso** genera un **impacto sobre la renta** equivalente a casi un **0,5% del PIB anual de la Comarca de Vigo**.

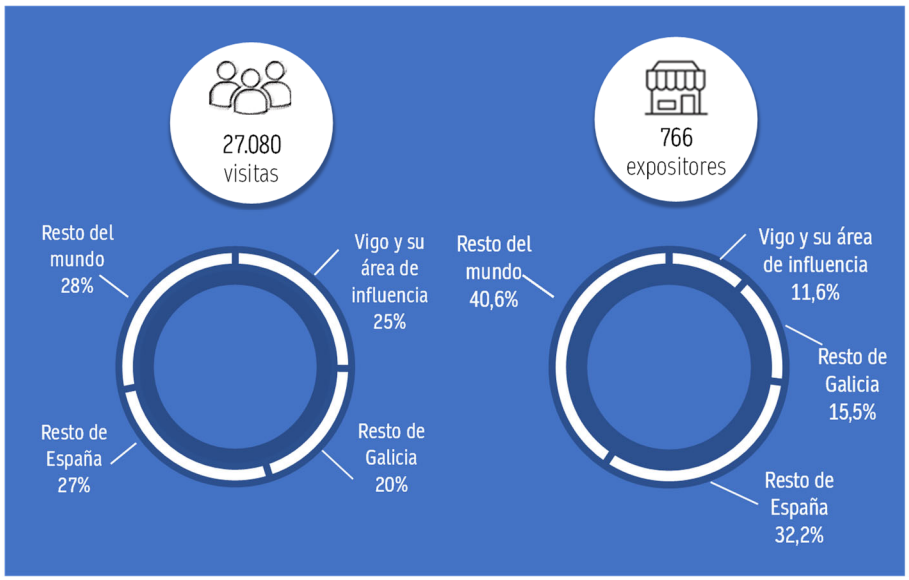
25º FERIA INTERNACIONAL DE PRODUCTOS DEL MAR CONGELADOS CONXEMAR 2024

IMPACTO SOCIOECONÓMICO

INSTITUTO FERIAL IFEVI

Conexión peatonal directa con el Aeropuerto de Peinador y a 10 min de Vigo centro

116.490 m²
44.235,90 m² cubiertos
5 pabellones
1 auditorio
1.407 plazas de aparcamiento



ORGANIZACIÓN Y CELEBRACIÓN DE LA FERIA

GASTO MEDIO

Comercio/Hostelería/Transporte

VISITANTES	EXPOSITORES
370 € DÍA/PERSONA	391 € DÍA/PERSONA

ORGANIZACIÓN + VISITANTES + EXPOSITORES

IMPACTO DIRECTO	INDIRECTO + INDUCIDO
34,9 MILLONES €	56,5 MILLONES €

IMPACTOS POR CELEBRACIÓN FERIA

- PRODUCCIÓN 91,4 MILLONES €
- RENTA 52 MILLONES €
- 1.175 EMPLEOS

CREACIÓN DE NEGOCIO PARA EL SECTOR

847 MILLONES €

A EMPRESAS DE VIGO Y SU ÁREA

163,7 MILLONES €

IMPACTOS POR CREACIÓN DE NEGOCIO

PRODUCCIÓN - 579 MILLONES €

RENTA – 161,8 MILLONES €

4.547 EMPLEOS

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y REDES SOCIALES

VALOR COMUNICACIÓN	RR.SS. (ALCANCE)
6,2 MILLONES EUROS	212.867

IMPACTO ESPERADO DE LA DEMANDA NO ATENDIDA

EXPOSITORES

2.260 M²

83 EXPOSITORES

IMPACTOS POR CELEBRACIÓN FERIA

- PRODUCCIÓN 8,4 MILLONES €
- RENTA 4,7 MILLONES €
- 96 EMPLEOS

CREACIÓN DE NEGOCIO EN VIGO

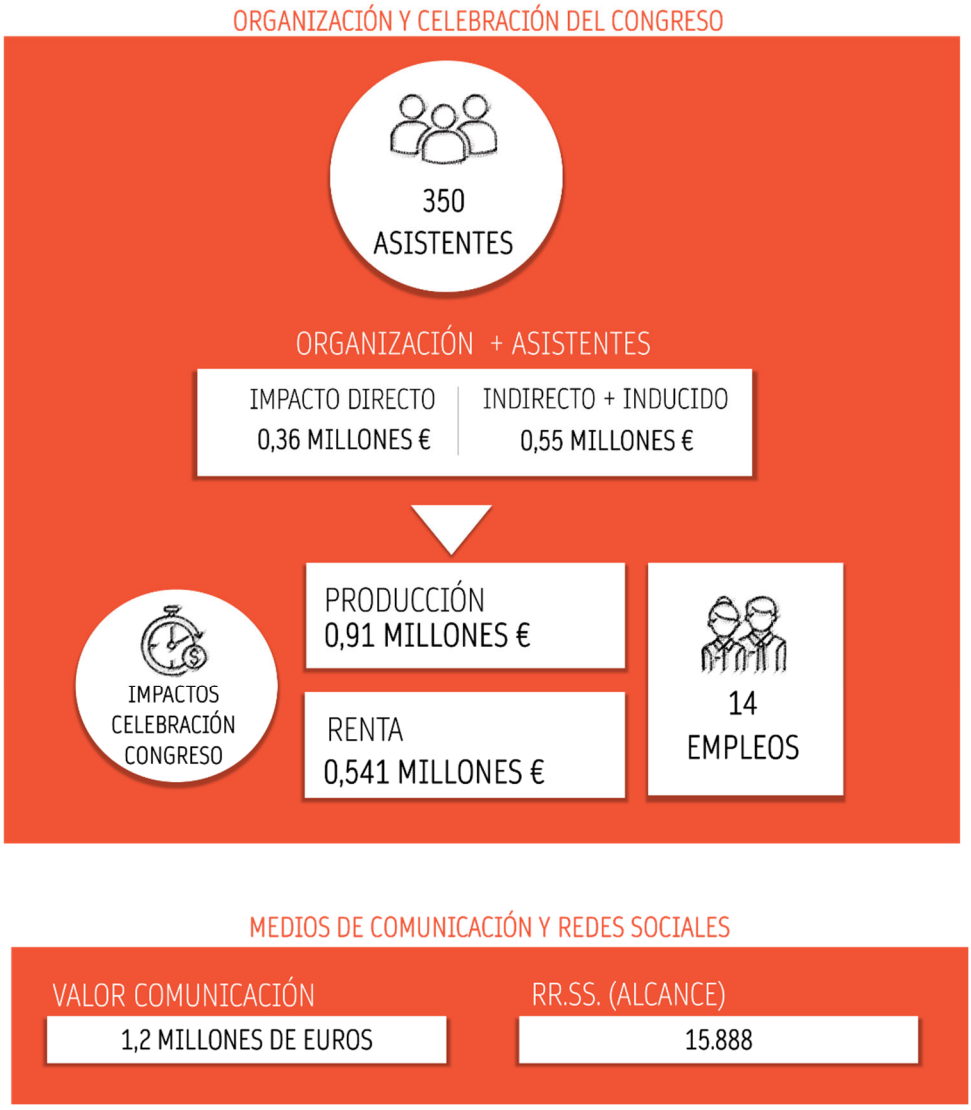
20,4 MILLONES €

IMPACTOS POR CREACIÓN NEGOCIO

- PRODUCCIÓN 72,2 MILLONES €
- RENTA 20,2 MILLONES €
- 567 EMPLEOS

12.º CONGRESO INTERNACIONAL
CONXEMAR-FAO

IMPACTO SOCIOECONÓMICO



1. Introducción

Vigo acoge anualmente la Feria y el Congreso Conxemar, ambos eventos organizados por la Asociación Conxemar. Desde 1999, la Feria Conxemar contribuye a fortalecer la competitividad internacional y la visibilidad del sector de productos del mar congelados, convirtiéndose en un evento de referencia para el sector a nivel internacional. Por su parte, el Congreso Conxemar, organizado conjuntamente con la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), celebró su primera edición en 2012. Con los años se ha consolidado como un foro de encuentro para expertos del sector donde debatir sobre los retos y oportunidades asociados a la gestión sostenible de los recursos pesqueros.

Recién celebrada la 25.ª edición de la Feria, y la 12.ª del Congreso, el presente informe continúa la senda iniciada el año pasado, evaluando la repercusión de ambos eventos en la economía y en la sociedad de Vigo y su área de influencia.

Así, y en el marco de la Cátedra ARDÁN, la Asociación Conxemar, el Consorcio de la Zona Franca de Vigo y la Universidade de Vigo renovaron su acuerdo para elaborar el presente informe, cuyo objetivo no es otro que estimar el impacto socioeconómico que la Feria y el Congreso Conxemar 2024 generaron para Vigo y su área de influencia, así como identificar las diferentes fuentes de valor que su celebración aporta al entorno social.

Con este objetivo, el informe analiza el impacto de estos eventos de forma desagregada y desde diferentes perspectivas. En primer lugar, se analizan los impactos estrictamente socioeconómicos (en términos económicos y de generación de empleo) y se desagregan en tres niveles de impacto: directo, indirecto e inducido. En segundo lugar, se analiza la creación de negocio gracias a los acuerdos comerciales alcanzados durante la Feria, así como su impacto en la economía de la Comarca de Vigo. En tercer lugar, se evalúan los impactos generados por la repercusión de estos eventos en los medios de comunicación y en redes sociales que, sin duda, contribuyen directamente a la visibilidad y potenciación de la imagen, tanto del Congreso y Feria Conxemar, como de Vigo y su área de influencia. Por último, se considera un escenario hipotético en el que la Asociación Conxemar no estuviese limitada por restricciones de superficie de exposición para organizar su Feria. El propósito es cuantificar el impacto socioeconómico de la Feria y el volumen de negocio creado si fuese posible atender toda la demanda de espacio por parte de las organizaciones expositoras.

2. Contextualización

El sector de la industria y comercialización de productos pesqueros en España está representado por 803 empresas. El volumen de ingresos de explotación de estas empresas alcanzó en el ejercicio 2022 los 18.155,1 millones de euros y generó 34.844 empleos directos (CZFV y Conxemar, 2024a).

La Asociación Española de Mayoristas, Importadores, Exportadores y Transformadores de Productos de la Pesca y Acuicultura (Asociación Conxemar) tiene un peso muy relevante dentro de este sector, con 260 empresas asociadas, de las cuales 113 son industriales y 147 comercializadoras. Como se puede ver en la Figura 1, en 2022, las entidades asociadas generaron un volumen de facturación de 11.912,6 millones de euros y emplearon a 20.173 trabajadores, representando el 66% de los ingresos totales de las empresas del sector y el 58% de su fuerza laboral. En otras palabras, casi tres de cada cuatro euros facturados por el sector y seis de cada diez puestos de trabajo de la actividad a nivel nacional se generan en empresas agrupadas bajo el manto de Conxemar (CZFV y Conxemar, 2024a).

FIGURA 1. PRINCIPALES RESULTADOS SOCIOECONÓMICOS DE LOS MIEMBROS DE LA ASOCIACIÓN CONXEMAR, AÑO 2022

Fuente: CZFV y Asociación CONXEMAR (2024a)

Del total de las 260 compañías asociadas, el 96,5% (251) se dedican al producto congelado, actividad principal pero no exclusiva de la Asociación Conxemar. Con el objetivo de fortalecer la competitividad internacional y la visibilidad del sector de productos del mar congelados, la asociación organiza anualmente el Congreso Conxemar-FAO y la Feria internacional de Productos del Mar Congelados (Feria Conxemar). Ambos eventos se han consolidado como una referencia en el sector de productos del mar y productos congelados, tanto por su influencia, como por su capacidad de convocatoria y transacciones económicas a nivel internacional.

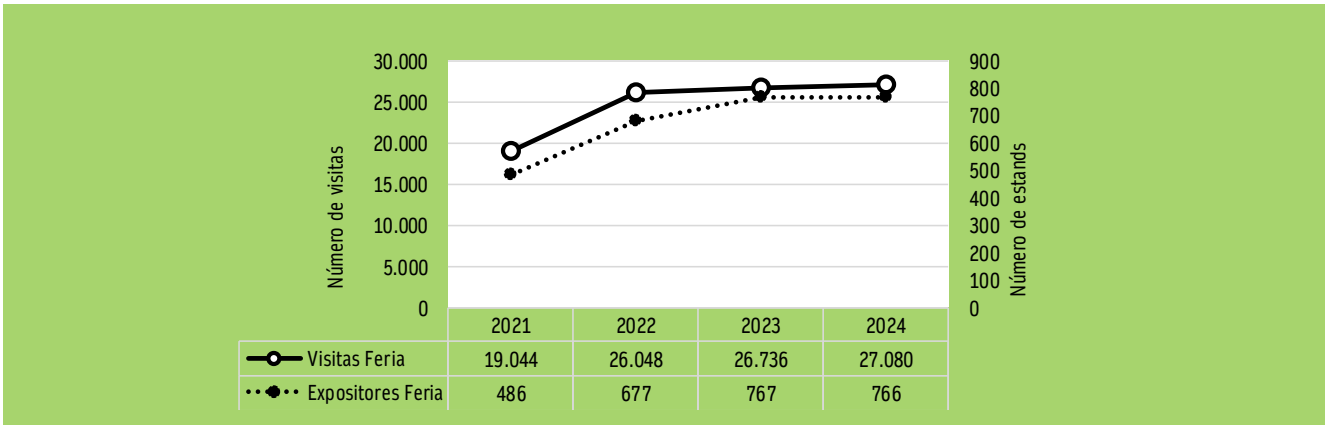
La Feria nace en 1999 de la mano de un grupo de empresarios vigueses decididos a organizar una Feria sectorial de productos pesqueros centrada en los productos congelados del mar, al margen de la World Fishing Exhibition, cuya última edición en Vigo tuvo lugar en 2009.

Se trata de un evento enfocado a un público profesional de carácter internacional (mayoristas, importadores, exportadores, transformadores, fabricantes, distribuidores, frigoríficos, maquinaria e industria auxiliar), que reúne a los agentes más destacados del sector de la transformación y comercialización de productos del mar.

Bajo el título “Responsabilidad para el futuro” se ha celebrado en 2024 la 25.ª edición de la Feria, atrayendo a 766 organizaciones expositoras, con más de 6.432 representantes, y un total de 27.080 visitas. Tal y como se muestra en la

Figura 2, en la que se representa la evolución de visitas y de estands de las cuatro últimas ediciones de la Feria, se puede apreciar un fuerte incremento de las visitas a la Feria y del número de estands entre 2021 y 2023 (un 40%). A partir de 2023, el crecimiento tanto de las visitas como de los estands parece estabilizarse. Este hecho responde, principalmente, a que, tal y como se analizó en el informe del pasado año, es en ese año en el que se alcanzan las capacidades máximas del recinto de exposición IFEVI según indica la Asociación Conxemar.

FIGURA 2. EVOLUCIÓN DE VISITAS Y ESTANDS EN LA FERIA CONXEMAR (2021-2024)



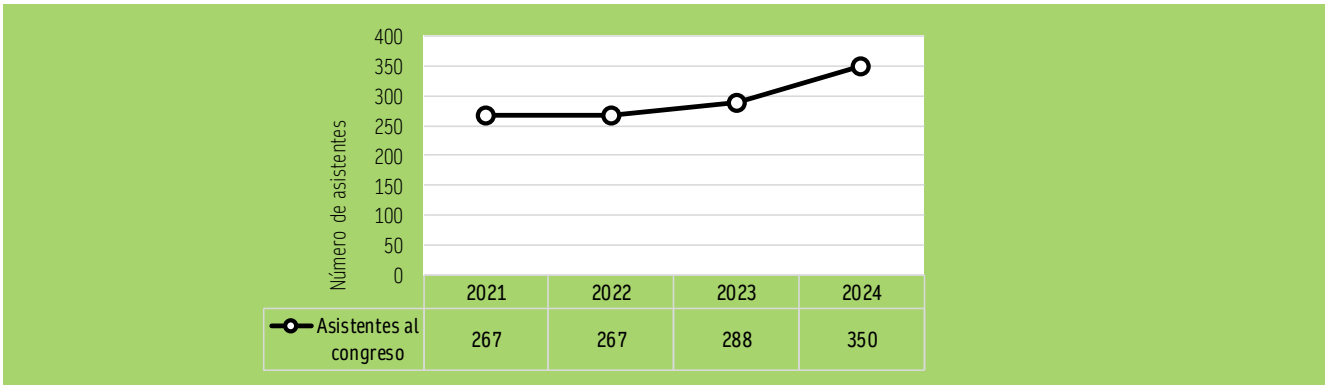
	2021	2022	2023	2024
Visitas Feria	19.044	26.048	26.736	27.080
Expositores Feria	486	677	767	766

Fuente: Elaboración propia a partir de datos proporcionados por la Asociación Conxemar

Además de la Feria, la Asociación Conxemar organiza un Congreso internacional en conjunto con la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO). Este evento se realiza un día antes del comienzo de la Feria. Se trata también de una cita clave para las empresas transformadoras y comercializadoras de productos del mar de todo el mundo. El pasado año 2024 se ha celebrado su 12.ª edición bajo el título "Responsabilidad para el futuro", la cual congregó a 350 asistentes[1], y 23 ponentes internacionales.

En la Figura 3 se puede apreciar la evolución en la asistencia en los cuatro últimos años; en su última edición se observa un aumento del 22% en el número de asistentes, en comparación al año anterior. El número total de personas que acudieron a la Feria y al Congreso difiere habida cuenta del diferente propósito y enfoque de ambos eventos. En términos generales, el Congreso suele estar enfocado a un público más técnico, mientras que las ferias permiten atraer un público más amplio y diverso dada su naturaleza interactiva y comercial.

FIGURA 3. EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE ASISTENTES AL CONGRESO CONXEMAR (2021-2024)



	2021	2022	2023	2024
Asistentes al congreso	267	267	288	350

Fuente: Elaboración propia a partir de datos proporcionados por la Asociación Conxemar

En paralelo a la última edición de Feria y Congreso, la Asociación Conxemar ha promovido en una serie de actividades con el objetivo de acercar al público general el sector, en el marco de la celebración del 25.º aniversario de la Feria.

[1] Estimación proporcionada por la Asociación Conxemar.

Con la finalidad de conectar con el público más joven, se organizaron los siguientes eventos. Por una parte, el primer concurso de artistas gallegos emergentes organizado por Conxemar (**ConxeFest Fish & Hits**). El festival contó con la inscripción de 138 grupos musicales, y las bandas que alcanzaron la semifinal tuvieron la oportunidad de actuar en la Puerta del Sol de Vigo ante más de 600 asistentes. Finalmente, el conjunto ganador actuó en la clausura de la Feria. Por otra parte, y orientado a un público aún más joven, con la finalidad de promover hábitos saludables de alimentación, se organizó **Conxemar Fish & Kids**. Consistió en la organización de una serie de jornadas que incluían talleres de experiencia dirigidos a niños y niñas de entre 9 y 11 años de colegios vigueses, en los que tuvieron la oportunidad de conocer toda la cadena de valor del pescado congelado, desde que se extrae del mar, hasta su consumo final.

Orientada a un público más general, durante tres semanas, **ConxeTapas** promovió una experiencia culinaria basada en productos del sector a través del primer concurso gastronómico impulsado por la Asociación Conxemar. El concurso contó con la participación de 19 locales ubicados en el Casco Vello de Vigo, en los que cerca de 1.200 personas, a un módico precio, pudieron disfrutar, y votar, las propuestas gastronómicas de cada establecimiento.

Tanto la Feria como el Congreso Conxemar han celebrado todas sus ediciones en la ciudad de Vigo, dado el arraigo natural de la Asociación Conxemar con la ciudad. Concretamente, la Feria ha celebrado todas sus ediciones en el Instituto Ferial de Vigo (IFEVI). Se trata de un recinto ferial con 5 pabellones y 44.235,90 m^2 de superficie cubierta (IFEVI, 2024).

La ciudad de Vigo se encuentra en el sudoeste de Galicia, al sur de la provincia de Pontevedra. Con una extensión de 110 km^2 y una población censada de 293.652 (IGE, 2024a), se trata de la ciudad más poblada de Galicia (11% de la población gallega) y la decimocuarta de España (INE, 2024a). La definición del área de influencia de Vigo ha sido objeto de debate, existiendo diferentes interpretaciones de dicha área. A los efectos del presente informe, se ha establecido cómo área de influencia de Vigo, al espacio geográfico de la Comarca de Vigo, con una población total de 423.951 personas, distribuida en los municipios de: Baiona, Fornelos de Montes, Gondomar, Mos, Nigrán, O Porriño, Pazos de Borbén, Redondela, Salceda de Caselas, Soutomaior y Vigo (IGE, 2024a).

Ubicada a orillas del Océano Atlántico y de la ría que comparte su nombre, Vigo se distingue por una posición geográfica privilegiada, caracterizada por su riqueza biológica marina y su importancia estratégica como punto de conexión marítima, tanto en el ámbito comercial como en el transporte de pasajeros, con América y otras regiones del mundo. Estas condiciones han determinado que la historia de la ciudad esté intrínsecamente vinculada, desde sus orígenes, al mar, a la pesca y a las actividades industriales relacionadas. Esta estrecha relación ha moldeado tanto la cultura de sus habitantes como el desarrollo económico de la región.

El desarrollo en paralelo de infraestructuras, muelles y vías de comunicación han permitido el crecimiento rápido y constante de la actividad portuaria y comercial, así como la consolidación del Puerto de Vigo como un referente mundial en el sector de la pesca, encabezando todos los ránquines de tráfico marítimo de productos pesqueros congelados, frescos y en conserva. En 2023, el tráfico en el puerto relacionado con la pesca ha sido de 634.654 toneladas de pescado fresco, congelado y salado (APVIGO, 2023).

Todas estas actividades pesqueras generan una importante dinámica tanto en el ámbito logístico como laboral de Vigo, de su área de influencia y del resto de Galicia. Según datos del CZFV, la actividad pesquera se sitúa como el segundo sector productivo de Vigo, generando el 11,14% del Valor Añadido Bruto (VAB) y una empleabilidad de 9.200 puestos directos y 19.300 indirectos (CZFV, 2017). Dentro del sector, la Comarca de Vigo tiene un papel especialmente relevante en el congelado al facturar en torno al 33% de toda la producción española (CZFV y Conxemar, 2024a).

Todas estas circunstancias han contribuido, sin duda, a que Vigo hospede las sedes de la Agencia Europea de Control de la Pesca (AECP) y de la Asociación Conxemar.

Tanto la Feria como el Congreso Conxemar han potenciado la dinamización sectorial, representando una de las mejores oportunidades de negocio e intercambio de conocimiento para las empresas del sector radicadas en Vigo y su área de influencia. Estos eventos también estimulan la actividad económica en la ciudad. Además de la proyección internacional de Vigo, la celebración de estos eventos genera uno de los períodos de mayor actividad anual en los sectores de la hostelería, la restauración, el transporte y el comercio. Por último, han fomentado el empleo derivado de la organización, logística, montaje y desmontaje de la Feria y del Congreso.

En un contexto internacional con crecientes tensiones comerciales entre las principales potencias económicas, como posible antesala de una guerra arancelaria, la bajada de intereses de los últimos meses, tanto del Banco Central Europeo hasta los 2,90% (BCE, 2025), como de la Reserva Federal de EE.UU. hasta los 4,50% (Federal Reserve, 2025), no ha logrado estabilizar una senda de crecimiento que permita recuperar definitivamente los datos macroeconómicos prepandemia. A pesar de este contexto, la industria de eventos profesionales ha adquirido en los últimos años una notable relevancia y, en especial, el sector del turismo por negocios (MICE, por sus siglas en inglés). En concreto, España se situó en 2023 en tercer lugar, tras EE. UU. e Italia, como destino de este tipo de eventos, según la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA, 2024). Este tipo de reuniones, en España, contaron en 2024 con alrededor de 10,4 millones de participantes y generaron un volumen de negocio de 13.357 millones de euros (SCB, 2025). Estas cifras indican que, por primera vez, se han superado los datos prepandemia, con un 8,5% de volumen de negocio más que en 2019. En términos relativos, el gasto medio por viajero y día fue en 2024 de 378,9 euros (SCB, 2025). Esta cifra es notablemente superior a los 159 euros diarios que el Instituto Nacional de Estadística calculó para el turista convencional (INE, 2024b).

Las previsiones para 2025 indican que el 40% de las empresas planea aumentar sus desplazamientos corporativos, y el 42% incrementará su presupuesto para estos viajes. España se consolida como destino líder en turismo MICE, contribuyendo a la desestacionalización y previendo un récord de hasta 95 millones de visitantes en 2025 (FCM Travel, 2024).

En definitiva, las cifras del sector, así como el efecto desestacionalizador del turismo, le confieren un carácter estratégico, de ahí la necesidad de contar con un análisis que permita conocer la realidad de la industria de reuniones y sus retos de futuro. Sin duda, el acelerado proceso de digitalización que estamos experimentando capitaliza los nuevos desafíos y tendencias del sector. Así, el uso de tecnologías avanzadas que faciliten a las empresas atraer a sus audiencias, tanto en persona como de forma telemática, o la incorporación de realidad virtual y otras tecnologías innovadoras puede contribuir a ofrecer una representación más completa y atractiva, brindando una experiencia visual más cautivadora para los participantes.

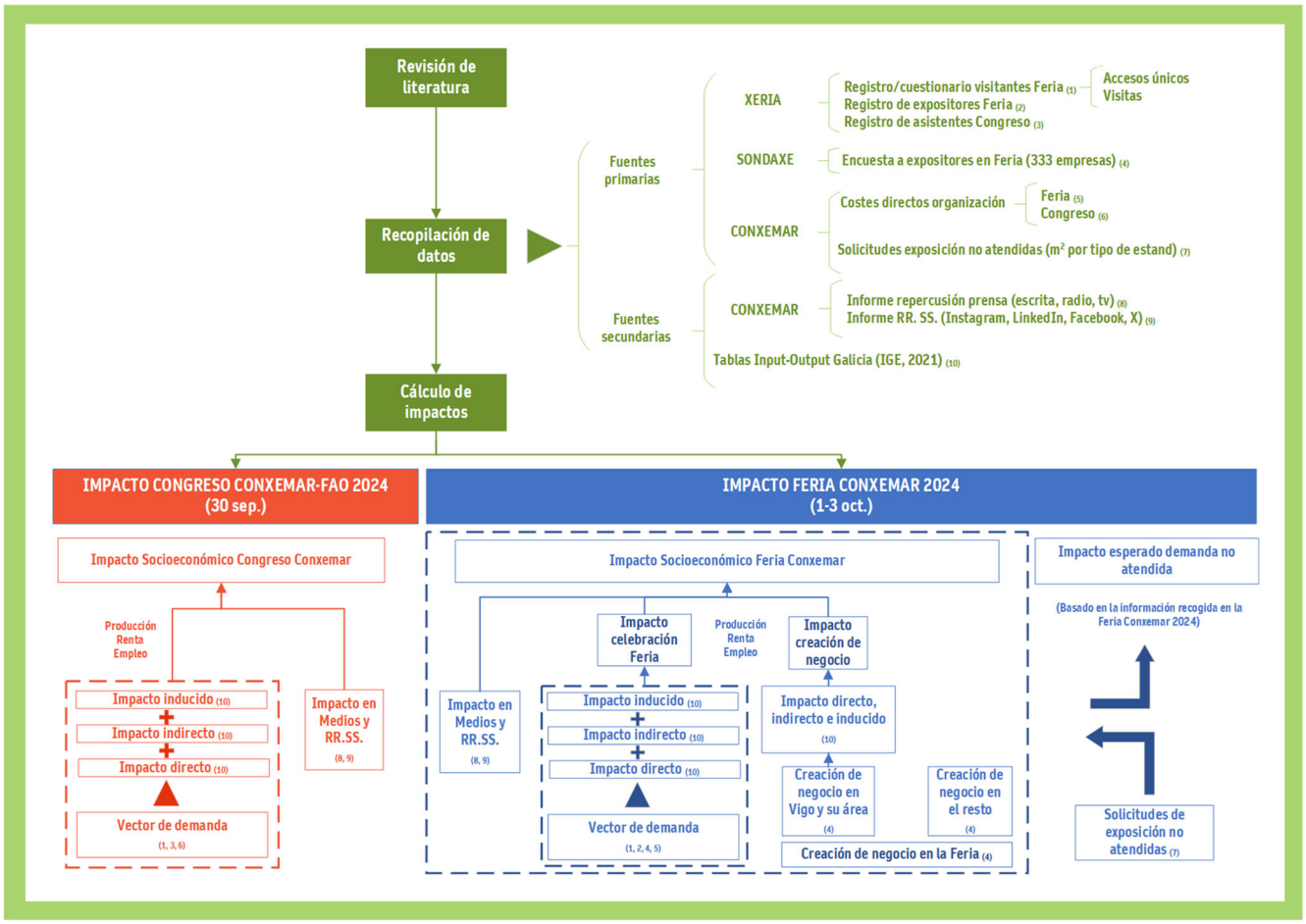
En este desafiante contexto, el presente informe se presenta como una oportunidad de actualizar y ampliar el análisis sobre el impacto socioeconómico de la Feria y Congreso Conxemar en Vigo y su área de influencia. Esta línea de estudios aspira a constituirse como una base sólida sobre la cual fundamentar procesos de toma de decisiones y planificación estratégica de los principales actores involucrados para los próximos años.

3. Metodología

El presente apartado describe en detalle la metodología seguida para la cuantificación del impacto socioeconómico de la Feria y Congreso Conxemar 2024 en Vigo y su área de influencia.

La Figura 4 muestra el esquema metodológico seguido, estructurado en tres grandes fases: en primer lugar, una revisión de literatura para la identificación de métodos de recopilación de datos y de cuantificación de impactos socioeconómicos; en segundo lugar, el proceso llevado a cabo para la recopilación de datos; y, finalmente, el procedimiento que permitió el cálculo de impactos.

FIGURA 4. ESQUEMA METODOLÓGICO PARA LA CUANTIFICACIÓN DEL IMPACTO SOCIOECONÓMICO DE LA FERIA Y CONGRESO CONXEMAR 2024 EN VIGO Y SU ÁREA DE INFLUENCIA



Fuente: Elaboración propia

Con el objetivo de que este informe sea auto explicativo, y no requiera de la lectura del elaborado el año anterior (CZFV y Conxemar, 2024b), a continuación, se incluye la metodología detallada, resaltando las ligeras variaciones llevadas a cabo respecto a la anterior edición.

3.1. Revisión de literatura

El sector del turismo MICE es uno de los principales motores de desarrollo del sector servicios (WTO, 2006). MICE es el acrónimo en inglés utilizado para definir el turismo de reuniones (*Meetings*, *Incentives, Conventions and Exhibitions/Events*), es decir, se catalogan como MICE aquellos viajes motivados por la realización de actividades, por la asistencia a reuniones de negocio, congresos, convenciones, viajes de incentivo y cualquier otro evento organizado con

motivos profesionales. Este tipo de reuniones están vinculadas con la realización de actividades laborales, profesionales y/o asociativas convocadas con diferentes propósitos y magnitudes. Se trata de encuentros que reúnen a diez o más participantes por un mínimo de cuatro horas en un espacio contratado al efecto.

Las actividades relacionadas con el sector MICE se han convertido en los últimos años en un importante elemento dinamizador de enclaves urbanos, teniendo en cuenta el carácter desestacionalizador de este segmento de actividad, y el aumento de la demanda de servicios de alta gama, lo que conlleva un gasto medio relativamente elevado por visitante, superior al de otros segmentos turísticos. De hecho, el segmento del turismo de negocios resulta muy atractivo para las ciudades que lo acogen, ya que, a pesar de la inversión en infraestructuras, promoción y captación de candidaturas, capacitación de recursos humanos, etc., el impacto económico y en imagen sigue resultando especialmente atractivo para las ciudades. Además, supone una oferta complementaria a la ya existente, dado que los eventos se concentran generalmente en los meses de otoño y primavera. El mercado del sector MICE se configura como una actividad sumamente compleja, tanto por el gran número de agentes que intervienen en él como por la diversidad de eventos, a lo que se une la ausencia de un marco conceptual definido, con criterios y definiciones consensuadas.

Dadas estas circunstancias, la primera fase de la metodología empleada consistió en una revisión de la literatura con el objetivo de identificar los métodos de cuantificación del impacto socioeconómico más acorde con el objeto del estudio. En primer lugar, se observó que existe un amplio consenso en la literatura en definir al menos tres tipos de impactos (e.g., Oxford Economics, 2012; Iacus et al., 2020; Raffray et al., 2022): directos, indirectos e inducidos. A efectos de este informe, y con base en la literatura mencionada, se considerarán impactos directos aquellos derivados de la celebración de la Feria y el Congreso Conxemar 2024, es decir, la creación de empleo y la actividad económica generada de manera inmediata por dichos eventos. Por otra parte, el impacto indirecto será el derivado del gasto relacionado con los proveedores necesarios para el desarrollo de los eventos, considerando toda la cadena de valor y su impacto en la economía de la Comarca de Vigo. Por último, los impactos inducidos serán la consecuencia de los consumos y empleos adicionales, en diversos sectores, originados por la ocurrencia de los impactos directos e indirectos. Este último efecto incluye la consideración de las actividades económicas debido al aumento de los ingresos de los hogares. Esta perspectiva integral, proporcionará una visión completa de la repercusión económica de la Feria y el Congreso Conxemar 2024 en Vigo y su área de influencia.

En cuanto al tipo de multiplicadores necesarios para el cálculo de estos efectos indirectos e inducidos, la mayoría de los autores (e.g., Frechtling and Horváth, 1999; Miller and Blair, 2009; Keček et al., 2016; Surís y Santiago, 2018; Li et al., 2013) recomiendan el uso de multiplicadores *input-output*, por tener en cuenta que los efectos sobre la renta, producción o empleo varían de acuerdo con el sector donde se produzca el incremento inicial del gasto. El análisis *input-output* permite observar los efectos de retroalimentación que un shock inicial en la demanda final produce sobre las diferentes ramas productivas como consecuencia de las interrelaciones entre ellas. En este sentido, las tablas *input-output* (TIO) ofrecen una visión cuantitativa de las interdependencias entre los diferentes agentes económicos (empresas, familias, administraciones públicas) que tienen lugar en el territorio de referencia analizado.

El modelo *input-output* fue desarrollado en la década de 1930 por Wasley Leontief, ganador del Premio de Ciencias Económicas del Banco de Suecia en Memoria de Alfred Nobel. Este modelo fue desarrollado para evaluar el vínculo industrial y calcular el efecto multiplicador. Una de las ventajas del modelo I-O es su capacidad para monitorear el impacto económico de grupos individuales que tienen distintos patrones de gasto; convirtiéndolo en una herramienta útil para estudiar el gasto de cada visitante, una nueva infraestructura o los eventos que afectan a la economía de una determinada zona objeto de estudio.

3.2. Recopilación de datos

En cuanto a la recopilación de la información necesaria, la Organización Mundial de Turismo (WTO, por sus siglas en inglés) establece una serie de recomendaciones. Desde el punto de vista de la demanda, los principales datos requeridos son los gastos de los participantes en la reunión (i.e., visitantes y personas expositoras). Cubrirá los gastos de inscripción, más todos los demás gastos de bienes y servicios recibidos en el país/región de destino relacionados con el viaje realizado. Desde el punto de vista de la oferta, los principales datos necesarios son el valor agregado bruto (i.e., ingresos y gastos) y el empleo resultante de la organización del evento. La misma entidad incide en la importancia de, al menos, diferenciar los participantes en al menos tres rangos de procedencia: locales, domésticos (dentro de la región, pero fuera del área de estudio) y fuera de la región/país (WTO, 2006).

De acuerdo con estas recomendaciones, a continuación, se detallan los diferentes procesos que se han llevado a cabo para la recopilación de los datos que nos permitieron estimar el impacto económico tanto de la Feria como del Congreso Conxemar 2024.

3.2.1. Cuestionario para visitantes de la Feria Conxemar 2024

El cuestionario para visitantes de la Feria (Anexo I) se estructura fundamentalmente en dos apartados; aquellos datos imprescindibles para la inscripción como visitantes (datos personales y profesionales) y una serie de cuestiones específicas para el informe de impacto (gastos, días de estancia, medio de transporte empleado…). El objetivo fue en todo momento obtener un equilibrio entre sencillez en la cumplimentación y obtención de datos imprescindibles para el análisis de impacto. Considerando a los visitantes como particulares, y con el objetivo de facilitarles la cumplimentación del cuestionario, los datos económicos recogidos en este cuestionario se consideran a precio de venta al público, esto es, incluyendo el IVA.

La recopilación de datos se realizó aprovechando el registro online que los visitantes debían realizar previamente a la Feria para obtener acceso gratuito. Está recopilación fue llevada a cabo por la Asociación Conxemar, a través de la empresa Xeria, SL., entre el 11/06/2024 y el 03/10/2024.

Finalmente, durante la Feria se realizó un proceso de confirmación del registro a partir de las lecturas en los tornos de entrada del recinto ferial, a partir de las cuales se obtuvo el número total de visitas. El resultado de este proceso derivó en la recopilación de 10.986 inscripciones de visitantes, de los cuales, 8.372 asistieron finalmente a la Feria, conformando la población de visitantes. Esta población fue estratificada en cuatro áreas geográficas: Vigo y su área de influencia, resto de Galicia, resto de España e internacional. Conviene aclarar que un visitante es una persona que cada vez que accede al recinto (en diferentes días) se contabiliza como una visita, por lo que un visitante puede haber realizado 1, 2 o 3 visitas a la misma feria (no se computan reentradas en el mismo día). En este informe se ha empleado el dato de visitantes, puesto que utilizar los datos del número de visitas conllevaría una sobreestimación de los gastos asociados a los visitantes.

Finalmente, tras un proceso de depuración en el que se revisaron errores de coherencia en las respuestas, posibles valores atípicos y datos ausentes, se terminó configurando una muestra útil de 7.458 visitantes repartidos según la configuración de estratos anteriormente definida (ver Tabla 1). Este resultado muestral supera con creces la muestra mínima estándar (error muestral 5%; nivel de confianza 95%), reduciendo el error muestral a un 0,5%.

TABLA 1. POBLACIÓN Y MUESTRA DE VISITANTES DE LA FERIA CONXEMAR 2024

Procedencia	Población	Muestra mínima	Muestra real
Vigo y su área de influencia	2.125	94	1.893
Resto de Galicia	2.244	99	1.999
Resto de España	1.631	72	1.453
Resto del mundo	2.372	104	2.113
TOTAL	8.372	369	7.458

Fuente: Elaboración propia a partir de datos proporcionados por la Asociación Conxemar

A partir de las respuestas obtenidas en cuanto a viajes y transportes, la base de datos de visitantes se complementó con los campos calculados "gasto de viaje" y "gasto en desplazamiento interno". El primero correspondería a los gastos derivados del viaje realizado para acceder hasta Vigo desde el lugar de residencia, mientras el segundo abarcaría los gastos derivados de los desplazamientos internos realizados en Vigo y su Área durante la celebración de la Feria y Congreso. Cabe mencionar, que en el primer caso no se consideran los gastos de viaje de personas procedentes de fuera de Galicia, puesto que se considera que no tienen impacto en el área objeto del estudio. Por último, estos campos calculados (gastos de viaje y desplazamiento interno) se integran en un único campo, "transporte".

En primer lugar, cabe señalar que los importes que se muestran a continuación incluyen IVA, tal y como se obtienen de las diferentes fuentes empleadas. Para el primer caso (residentes en Galicia, pero fuera de Vigo y su Área de influencia), se calcula el gasto medio de viaje desde municipios gallegos hasta la región objeto del estudio. Se adoptó el criterio de que todos los desplazamientos se realizan en vehículo propio desde la capital de provincia. Mediante la calculadora de Vía Michelín, se obtuvieron los siguientes valores (ida y vuelta) por vehículo y día: 82€ desde A Coruña, 46€ desde Lugo, 24€ desde Ourense y 18€ desde Pontevedra (Vía Michelín, 2024).

Para el segundo caso (desplazamientos internos de todos los asistentes), se han tenido en cuenta las tarifas del servicio de autobús urbano de Vigo, la calculadora de costes de trayecto de Vía Michelín, las tarifas de Radio Taxi Vigo y las tarifas medias de alquiler de vehículos del comparador de precios Rentalcars. De este modo, los gastos obtenidos fueron los siguientes (Radio taxi Vigo, 2024; Rentalcars, 2024; Vía Michelín, 2024; VITRASA, 2024):

- Vehículo propio (ida y vuelta): 4€/vehículo.

- Vehículo alquilado: 59,50 €/día.

- Taxi (ida y vuelta): 38,36 €/vehículo.

- Autobús: 3,14 € por trayecto individual de ida y vuelta.

Por último, cabe destacar que esta metodología ha sido revisada y ajustada con respecto a la edición anterior de este informe. El objetivo de estos cambios ha sido mejorar la precisión del análisis y reflejar de manera más realista las necesidades y gastos asociados al desplazamiento.

3.2.2. Cuestionario para organizaciones expositoras de la Feria Conxemar 2024

En primer lugar, durante los meses previos a la Feria, mediante el proceso de inscripción online de expositores, se configuró la población de empresas expositoras. Así, partiendo de una población total de expositores de 766 estands, se diseñó una muestra aleatoria con asignación proporcional según el estrato "tamaño del estand", con el objetivo de obtener un mejor reflejo del comportamiento de la población (Tabla 2). Con un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95%, el cálculo del tamaño muestral mínimo arrojó un resultado de 256 estands, correspondiendo 182 a

los de pequeño tamaño (hasta 25 m^2 de superficie), 54 a los de tamaño medio (hasta 50m^2) y 20 a los de gran tamaño (más de 50m^2). A continuación, se procedió a una asignación aleatoria de números por medio del software Microsoft Excel a cada estand según estrato, generando un listado del que fueron seleccionados los estands a encuestar según orden de aparición, asegurando así la aleatoriedad de la muestra.

TABLA 2. POBLACIÓN Y TAMAÑO MUESTRAL DE EXPOSITORES

Tamaño	Grupo	Población	Muestra mínima	Muestra obtenida
Pequeños	$Xs \leq 25\ m^2$	547	182	227
Medianos	$26\ m^2 < Xs \leq 50\ m^2$	159	54	74
Grandes	$Xs > 50\ m^2$	60	20	32
TOTAL		766	256	333

$Xs = Tamaño\ del\ estand\ en\ m^2$

Fuente: Elaboración propia a partir de datos proporcionados por la Asociación Conxemar

El cuestionario para expositores (Anexo II) se estructuró fundamentalmente en tres apartados; (1) información general (datos relativos a la empresa, medios de transporte empleados, noches de estancia, etc.); (2) Gastos de participación y asistencia (gastos de participación como expositor, de alojamiento, de manutención, etc.); y (3) un último apartado específico para las empresas en el que se pregunta por las oportunidades de negocio que la Feria ofrece.

La recopilación de esta información se llevó a cabo in situ durante los tres días en los que celebró el evento (1, 2 y 3 de octubre de 2024). Fue llevada a cabo por la empresa Sondaxe, S.L y se organizó por equipos desplegados en los diferentes halls del recinto ferial IFEVI. Se emplearon dos sistemas de recogida; por una parte, la persona encuestadora accedía a los estands seleccionados aleatoriamente según el diseño de la muestra y explicaba a la persona responsable del mismo el objetivo del estudio. Si era posible en ese momento, se cumplimentaba la encuesta en formato digital (y online). Si la persona responsable del estand no estaba disponible en ese momento, se le proporcionaba una copia impresa que era recogida más tarde. Un equipo de soporte analizaba en todo momento los resultados totales y orientaba a los equipos desplegados según la evolución del cumplimiento de los objetivos definidos por estrato para la muestra.

El resultado de este trabajo derivó en la recopilación de 384 registros que, tras un proceso de depuración de errores de coherencia en las respuestas, posibles valores atípicos y datos ausentes, terminó configurando una muestra útil de 333 registros (95% nivel de confianza; 4,03% de error muestral), correspondiendo 227 a los stands de pequeño tamaño, 74 a los de tamaño medio y 32 a los de gran tamaño.

Por último, además de la información proporcionada a nivel empresa, las personas representantes de dichas empresas en la Feria, realizaron un registro online donde proporcionaron datos sobre su procedencia. La recopilación de estos datos fue llevada a cabo por la Asociación Conxemar, a través de la empresa Xeria, SL., entre el 31/05/2024 y el 03/10/2024. Se obtuvieron un total de 9.052 registros, de los cuales, únicamente 6.432 confirmaron su asistencia. Cabe destacar que, con el objetivo de realizar una imputación lo más precisa posible, el cálculo de los gastos de transporte de las personas expositoras se basó en el número de vehículos necesarios por estand. Se asumió que por cada cinco personas sería suficiente un vehículo (propio o alquilado), mientras que para grupos de cuatro se consideró el uso de un taxi. En el caso del autobús, al no ser posible compartir el gasto de manera proporcional, se tuvo en cuenta el coste individual de cada trayecto.

3.2.3. Cuestionario para asistentes al Congreso Conxemar-FAO 2024

La recopilación de datos de asistentes se realizó aprovechando el registro online (Anexo III) que debían realizar previamente al Congreso para obtener acceso gratuito. Está recopilación fue llevada a cabo por la Asociación Conxemar

entre el 27/07/2024 y el 27/09/2024.

Finalmente, la Asociación Conxemar estimó en 350 las personas que asistieron a alguna de las sesiones del Congreso. En cuanto al patrón de gasto, se asumió que el comportamiento y características de la población de asistentes al Congreso (Tabla 3) era equiparable al de la población de visitantes de la Feria.

TABLA 3. POBLACIÓN DE ASISTENTES AL CONGRESO CONXEMAR-FAO 2024 SEGÚN PROCEDENCIA

Procedencia	Nº de asistentes
Vigo y su área de influencia	103
Resto de Galicia	77
Resto de España	85
Resto del mundo	85
TOTAL	350

Fuente: Elaboración propia a partir de datos proporcionados por la Asociación Conxemar

3.2.4. Medios de comunicación y redes sociales

En este apartado se describe el proceso de recopilación de datos sobre medios de comunicación y redes sociales. En cuanto a los medios de comunicación tradicionales en su versión escrita y digital, se realizó una recopilación de impactos (*clipping* de medios) a lo largo de la campaña de observación (01/09/2024 – 28/10/2024). Está recopilación fue realizada por la Asociación Conxemar a través de una herramienta externa contratada para tal fin. Los datos mostrados en el presente informe han sido obtenidos a partir de *Graphic Automatic Evaluation*, el servicio de la plataforma contratada que ofrece los datos de audiencia y la valoración económica de los impactos.

Se recogieron aquellos impactos de medios en los que Conxemar aparece en el titular o en el subtítulo; impactos 100% relacionados con la Feria y el Congreso; impactos en los que la marca Conxemar figura en más de dos ocasiones debido a su Feria o Congreso; impactos sobre el plan de tráfico o la ampliación de IFEVI; impactos sobre las actividades paralelas vinculadas a la semana Conxemar (Conxemar Fish & Kids, ConxeFest y ConxeTapas); impactos sobre la situación del sector cuyas conclusiones han sido obtenidas en los eventos de Conxemar, etc.

A nivel prensa, para medir el impacto se han tenido en cuenta los siguientes parámetros:

- Número de impactos: Número de apariciones en medios (medios offline-online, radio y TV).
- Audiencia potencial acumulada: Cantidad de personas que han podido ser alcanzadas, por lo menos una vez, por cada impacto en los distintos medios.
- Valor publicitario equivalente (VPE): Valor económico de las piezas de cobertura obtenidas. La cifra se calcula reflejando el coste que tendría ese mismo espacio en ese mismo medio si, en lugar de haberse conseguido a partir de una campaña de comunicación, se hubiese pagado como *branded content*.
- Valor de comunicación o PR *value*: El valor informativo es siempre mayor que el valor publicitario, ya que se consigue mucho más impacto sobre la audiencia cuando es un impacto orgánico que cuando el público lo percibe como un *branded content* o contenido de pago. Para ello, se ha calculado el VPE (Valor Publicitario Equivalente), y multiplicado por 3. Este valor asume que una noticia en prensa vale el triple de lo que costaría si fuese en formato publicitario porque tienen mucho más valor desde el punto de vista comunicativo.

En cuanto a redes sociales, a lo largo del periodo de análisis se tuvieron en cuenta los siguientes indicadores de 4 de las redes sociales de Conxemar (LinkedIn, Instagram, X y Facebook):

- *Posts*: Número de publicaciones.
- Alcance: Número total de usuarios únicos que han visto un contenido específico.
- Interacciones: Número de acciones que realizan los usuarios en una publicación (*likes, shares*, comentarios, reacciones, guardados, clic en el link...).
- *Engagement rate*: Indicador que sirve para conocer el nivel de compromiso e interacción que tiene la audiencia con el contenido publicado.

En cuanto a la cobertura en redes sociales, Conxemar cuenta con una agencia externa para el apoyo en la gestión de contenidos y *community management*, la cual se ocupa de generar informes de seguimiento y evolución de las distintas redes de Conxemar: LinkedIn, Instagram, Facebook, X y TikTok (esta última, desde la puesta en marcha del perfil en junio de 2024).

3.3. Cálculo de impactos

3.3.1. Impacto Socioeconómico Feria y Congreso Conxemar 2024

A continuación, se detalla la metodología seguida para determinar los efectos socioeconómicos de la celebración de la Feria y Congreso Conxemar 2024 sobre Vigo y su área de influencia. Para ello se analizan los efectos sobre la producción, la renta y el empleo asociados a las inversiones o al gasto realizado por los agentes involucrados.

En primer lugar, se deben identificar las distintas categorías de gasto, así como los diferentes agentes implicados. El gasto realizado, en este caso como consecuencia de la organización de eventos (congresos, convenciones, jornadas, etc.), supone un aumento de la demanda en aquellos sectores que participan en el desarrollo de tales eventos, siendo necesario aumentar la producción. En la Tabla 4 se puede observar el esquema para el cálculo de las medias muestrales de los visitantes de la Feria y Congreso Conxemar 2024 para cada uno de los segmentos de gasto analizados.

TABLA 4. ESQUEMA DE CÁLCULO DE LAS MEDIAS MUESTRALES DIARIAS DE VISITANTES A LA FERIA POR ESTRATO

Estrato$_a$		Días de estancia	Gasto total en alojamiento	Gasto total en manutención	Gasto total en compras	Gasto total en ocio	Gasto total en transporte
	Registro 1	d_1	Xa_1	Xma_1	Xc_1	Xo_1	Xd_1
	Registro 2	d_2	Xa_2	Xma_2	Xc_2	Xo_2	Xd_2
	Registro 3	d_3	Xa_3	Xma_3	Xc_3	Xo_3	Xd_3
	...	...	...	...	...	...	...
	Registro n	d_n	Xa_n	Xma_n	Xc_n	Xo_n	Xd_n
	Medias muestrales diarias		$\frac{\sum_{i=1}^{n} x_{a_i}}{\sum_{i=1}^{n} di}$	$\frac{\sum_{i=1}^{n} x_{ma_i}}{\sum_{i=1}^{n} di}$	$\frac{\sum_{i=1}^{n} x_{c_i}}{\sum_{i=1}^{n} di}$	$\frac{\sum_{i=1}^{n} x_{o_i}}{\sum_{i=1}^{n} di}$	$\frac{\sum_{i=1}^{n} x_{d_i}}{\sum_{i=1}^{n} di}$

Fuente: Elaboración propia

Finalmente, basadas en los datos de las respectivas muestras, estas medias diarias se infieren al total de la población de visitantes y empresas expositoras de la Feria, así como a la de asistentes del Congreso.

En segundo lugar, a partir de esta información, se procede a definir los diferentes tipos de impacto:

Efectos directos. Se trata de la producción, la renta y el empleo generados en sectores que son directamente impactados por las inversiones o el gasto asociado a la organización de un evento particular.

Efectos indirectos. Se refieren a la producción, la renta y el empleo que surgen en los sectores que proveen[2] a aquellos directamente impactados por la realización de eventos. En este contexto, los sectores que experimentan directamente un aumento en la demanda generan repercusiones en otras áreas de actividad, dado que necesitan adquirir más bienes y servicios de sus proveedores para satisfacer el aumento en su producción.

Efectos inducidos. Los impactos directos e indirectos mencionados previamente ejercerán un efecto arrastre o inducido sobre el conjunto de la actividad económica del territorio objeto de estudio, o lo que se conoce como "efecto multiplicador". El gasto realizado en un evento específico genera ingresos para los residentes y empresas locales, lo que resulta en un aumento del consumo, generando así una sucesión adicional de efectos.

Tras la revisión de literatura realizada en el apartado 3.1, en el presente estudio se ha optado por el uso de los modelos *input-output* para el cálculo de estos impactos. El análisis *input-output* proporciona una metodología para examinar las repercusiones de retroalimentación que resultan de un estímulo inicial en la demanda final sobre las diversas ramas productivas, como consecuencia de las interconexiones existentes entre ellas (véase la Tabla 5). En este contexto, las tablas *input-output* (TIO) presentan una perspectiva cuantitativa de las interdependencias entre los distintos agentes económicos (empresas, familias y administraciones públicas) que se manifiestan en el ámbito geográfico de interés, ya sea a nivel estatal, regional, provincial o municipal. Los efectos multiplicadores generados por el consumo en el conjunto del entramado económico se obtienen como consecuencia de estas interrelaciones a través de las TIO. Dichas tablas, caracterizadas por su estructura bidimensional, comprenden diferentes matrices (e.g., la matriz de consumos intermedios o relaciones intersectoriales, la matriz de *inputs* primarios, la matriz de demanda final). Para el objeto de nuestro estudio, se ha empleado la matriz simétrica de la producción interior a precios básicos.

Ya que no es el objeto del presente informe profundizar en el detalle metodológico de la construcción de las TIO, este apartado se centrará en sintetizar los pasos seguidos para el cálculo de los multiplicadores necesarios que aportarán los diferentes efectos[3].

[2] Debido a la no disponibilidad de un mayor detalle de información, se asume que la demanda generada será satisfecha por proveedores de Vigo y su Área.
[3] Se recomienda consultar IGE (2021) para más información sobre la metodología de construcción de las TIO.

TABLA 5. MATRIZ SIMÉTRICA DE LA PRODUCCIÓN INTERIOR A PRECIOS BÁSICOS

Código	Ramas homogéneas	R01	...	R97														
Código	Ramas homogéneas	Agricultura, ganadería, caza y servicios relacionados con ellas	...	Actividades de los hogares como empleadores de personal doméstico	**CONSUMOS INTERMEDIOS a precios básicos**	Gasto en consumo final interior de los hogares	Gasto en consumo individual de las AAPP y ISFLSF	Gasto en consumo colectivo	**Total gasto en consumo final**	Formación bruta de capital fijo	Variación de existencias	**Formación bruta de capital**	Exportaciones al resto de España	Exportaciones al resto de la U.E.27	Exportaciones al resto del mundo	**Total Exportaciones**	**Total demanda final**	**Total empleos a precios básicos**
R01	Agricultura, ganadería, caza y servicios relacionados con ellas																	
...	...																	
R97	Actividades de los hogares como empleadores de personal doméstico																	
	TOTAL A PRECIOS BÁSICOS																	

Fuente: IGE (2021)

A pesar de la amplia utilización del análisis *input-output* como herramienta para evaluar el impacto económico de diversos proyectos de inversión o eventos, es imperativo reconocer las limitaciones inherentes a los multiplicadores asociados. Entre ellas, destaca la consideración de coeficientes técnicos constantes, lo cual presupone que la producción tiene rendimientos de escala invariables y que los *inputs* son perfectamente complementarios. Este enfoque implícitamente asume una respuesta lineal de la oferta ante variaciones en la demanda, así como la presunción de que las empresas operan con capacidad excedente y recursos desempleados.

Adicionalmente, se advierte que la elección inapropiada de multiplicadores, especialmente aquellos que no reflejan adecuadamente las relaciones internas, conduce a resultados distorsionados y potencialmente exagerados en la evaluación del impacto económico.

Al mismo tiempo, resulta un análisis muy costoso, de forma que cuanto menor es el área geográfica considerada más complicada resulta la estimación de las TIO, de ahí que no existan, en general, tablas para provincias ni para territorios de menor tamaño. En el presente trabajo se ha optado por un supuesto de homogeneidad entre las condiciones económicas de la Comunidad Autónoma de Galicia, y las de Vigo y su Área de influencia. Así, se ha adoptado el Marco *Input-Output* de Galicia (MIOGAL) como referencia. Concretamente, se ha considerado para este estudio el MIOGAL 2018 (IGE, 2021).

A pesar de publicarse recientemente las tablas para el año de referencia 2021 (IGE, 2024), se entiende que MIOGAL 2018 refleja de forma más adecuada las relaciones intersectoriales en el año 2024, a pesar de la distancia temporal. Pese a ello, el análisis *input-output* continúa siendo la mejor herramienta disponible para la estimación de impactos económicos.

El concepto de "multiplicador" ocupa un lugar preferente en la literatura sobre tablas I-O. Las razones son, tanto de tipo teórico, al servir de una manera muy simple para esquematizar el tipo de impactos que se pueden producir en un sistema ante variaciones de determinados elementos exógenos, como de tipo práctico, dada su utilidad para realizar análisis empíricos.

El antecedente directo de los multiplicadores *Input-Output* es el "multiplicador" Keynesiano, de amplia utilización en la teoría económica y que hace referencia a la variación que se produce en el nivel de renta de una economía cuando se modifica el valor de la inversión autónoma.

Esta concepción de medición de los impactos de la inversión u otra variable exógena puede examinarse a nivel del modelo *Input-Output* mediante la conocida expresión:

$$\mathrm{O} = (1 - \mathrm{A})^{-1}\mathrm{D}$$

Para variaciones en alguno de los componentes de la demanda final (D), suponiendo la constancia de los coeficientes técnicos[4], recogidos en la matriz A, se puede estimar la variación que se da en el *output* O. La clave para determinar el impacto de la demanda D sobre el *output* O es la matriz inversa de los coeficientes técnicos $(1 - A)^{-1}$ o matriz inversa de Leontief. La matriz inversa es la que nos va a dar, por tanto, el efecto multiplicador sobre la economía de una variación en alguno o varios de los componentes de la demanda D.

Por tanto, los multiplicadores miden la relación entre un gasto inicial y los efectos totales generados por el mismo. Teniendo en cuenta, tal y como se ha señalado, que al considerar la relación entre demanda y efecto total se pueden considerar o no los efectos inducidos, da lugar a dos tipos de multiplicadores según se consideren los efectos directos e indirectos (Tipo I) o también los inducidos (Tipo II). El trabajo pionero sobre el tema de los multiplicadores regionales obtenidos a partir del modelo interindustrial de Leontief es el de Moore y Petersen (1955), si bien es en el de Hirsch (1959) donde se recoge la clasificación de los multiplicadores entre Tipo I y Tipo II, que es la que permite diferenciar si se recogen los efectos inducidos o no (Morillas, 2009, 455).

Este efecto multiplicador se puede calcular para la Producción, para la Renta o Valor Añadido, o para el Empleo, dependiendo sobre qué variable se vaya a calcular el efecto de multiplicación. De esta manera es posible calcular varios tipos de multiplicadores. Basándonos en el clásico manual análisis *Input-Output* de Miller y Blair (2009) se pueden concretar los multiplicadores en:

1. Multiplicadores Tipo I.

Si se considera la matriz inversa de Leontief:

$$(1 - \mathrm{A})^{-1} = \mathrm{A}' = \begin{bmatrix} \mathrm{A}_{11} & \cdots & \mathrm{A}_{1\mathrm{N}} \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ \mathrm{A}_{\mathrm{N}1} & \cdots & \mathrm{A}_{\mathrm{NN}} \end{bmatrix}$$

cada elemento α_{ij} de la matriz es el incremento, directo e indirecto, en la producción del sector i necesario para satisfacer un incremento de una unidad en la demanda final del sector j, por lo que la suma de una columna de la matriz A'´indica la producción necesaria de todos los sectores de la economía para satisfacer un incremento de una unidad en la demanda final del sector j, por el que el multiplicador de la producción Tipo I será:

$$MP_j^I = \sum_{i=1}^{n} \alpha_{ij}$$

en términos matriciales:

$$MP^I = A'$$

[4] El coeficiente técnico es un indicador que refleja los *inputs* intermedios (tangibles o servicios) que demanda una actividad para, mediante un proceso productivo, generar una unidad de otro bien.

Y el correspondiente de Renta (Valor Añadido) es

$$MR_j^I = \sum_{i=1}^{n} v_i \, \alpha_{ij}$$

donde v_i es la capacidad para generar renta por unidad de *output* en el sector i, calculada la renta (Valor Añadido) en el sector i dividido por la producción en el sector i. En términos matriciales:

$$MP^I = v'A'$$

Donde v' es el vector que contiene la capacidad de generar renta (valor añadido) por unidad de *output* en los distintos sectores.

El correspondiente al Empleo es:

$$ME_j^I = \sum_{i=1}^{n} l_i \, \alpha_{ij}$$

donde l_i es el coeficiente de empleo por unidad de *output* en el sector i, calculado como el cociente entre el empleo y la producción sector i.

En términos matriciales:

$$MP^I = \mathrm{l}'A'$$

Donde l´ es el vector que contiene los coeficientes de empleo y producción de todos los sectores.

2. Multiplicadores Tipo II

Los multiplicadores Tipo II son los que consideran dentro del efecto total de multiplicación el efecto inducido por el consumo adicional que generan las rentas de las familias. Este multiplicador refleja el concepto de multiplicador Keynesiano, en la medida que endogeniza el consumo de las familias, lo que significa su consideración como una variable endógena más al igual que el resto.

Para calcular los coeficientes técnicos se amplía la matriz de consumos intermedios con una fila y una columna más. La columna corresponde al consumo de las familias recogido en las Tablas *Input-Output* y la fila la totalidad de las rentas percibidas por las mismas; información esta última que no se recoge en las tablas y se necesita estimar.

Si se considera ahora la nueva matriz de coeficientes técnicos, expresada como matriz particionada:

$$A^* = \begin{bmatrix} A & c \\ r & \theta \end{bmatrix}$$

Donde A^* es la matriz de coeficientes técnicos, c es el vector de coeficientes de consumo y renta, r es el vector de coeficientes de renta y producto del sector familias, y θ es una escalar. Si se invierte esta matriz particionada para obtener la inversa de Leontief ampliada el resultado es:

$$(1 - A^*)^{-1} = A^{*\prime} = \begin{bmatrix} K & q \\ z & \mu \end{bmatrix}$$

donde K es la matriz que contiene los nuevos α_{ij}^* que recogen los efectos de las nuevas relaciones intersectoriales incluidos los efectos inducidos en consumo familiar además de los efectos directos e indirectos de motivación tecnológica

recogidos en la inversa original, por lo que se puede definir los indicadores de la siguiente manera:

Multiplicador de la Producción Tipo II

$$MP_j^{II} = \sum_{i=1}^{n} \alpha_{ij}^*$$

el correspondiente de Renta (Valor Añadido) será

$$MR_j^{II} = \sum_{i=1}^{n} v_i \, \alpha_{ij}^*$$

Donde v_i es, al igual que en el tipo I, la capacidad de generar renta por unidad de *output* en el sector i, calculada como la renta (Valor Añadido) en el sector i dividido por la producción en el sector i.

Finalmente, el multiplicador de empleo Tipo II será:

$$ME_j^{II} = \sum_{i=1}^{n} l_i \, \alpha_{ij}^*$$

Donde l_i es el coeficiente de empleo por unidad de *output* en el sector i, calculado como el cociente entre el empleo y la producción del sector i. Siendo las expresiones matriciales las equivalentes con la matriz $A^{*\prime}$

3.3.2. Impacto por la creación de negocio en la Feria Conxemar 2024

Su cálculo se realiza a partir de los datos depurados recogidos en el Cuestionario para expositores de la Feria (Anexo II) en el apartado "Oportunidades de negocio", concretamente bajo las preguntas: "¿Qué volumen estimado de negocio ha generado/espera generar durante la Feria?" y "¿Qué porcentaje de volumen de negocio considera que tendrá impacto sobre Vigo y/o su área de influencia?".

Para cada estrato de la muestra de expositores (según tamaño de estand) se calcula la media del volumen de negocio generado por metro cuadrado de estand de exposición (ver Tabla 6). Se realiza un proceso análogo para estimar el volumen de negocio sobre Vigo y/o su Área a partir del dato de porcentaje (Xl_n). Los resultados obtenidos se extrapolan a toda la población de expositores por estrato muestral.

TABLA 6. ESQUEMA DE CÁLCULO DE LAS MEDIAS MUESTRALES RELACIONADAS CON EL IMPACTO POR LA CREACIÓN DE NEGOCIO EN LA FERIA POR ESTRATO

Estrato$_a$		Superficie estand	Volumen de negocio total estimado	Porcentaje de volumen de negocio con impacto en Vigo y/o Área	Volumen de negocio con impacto en Vigo y/o Área
	Registro 1	Xs_1	Xv_1	Xl_1	$Xv_1 * Xl_1$
	Registro 2	Xs_2	Xv_2	Xl_2	$Xv_2 * Xl_2$
	Registro 3	Xs_3	Xv_3	Xl_3	$Xv_3 * Xl_3$
	...	...	...	...	...
	Registro n	Xs_n	Xv_n	Xl_n	$Xv_n * Xl_n$
	Medias muestrales por m^2		$\frac{\sum_{i=1}^{n} X_{v_i}}{\sum_{i=1}^{n} Xs_i}$		$\frac{\sum_{i=1}^{n} Xv_i * Xl_i}{\sum_{i=1}^{n} Xs_i}$

Fuente: Elaboración propia

Por otra parte, se asume que la cifra de negocio correspondiente a Vigo y su Área genera un impacto directo, indirecto e inducido en el área. A través de las tablas *Input-Output* de la economía gallega, tal y como se detalla en el apartado anterior, se calcula el efecto económico directo, indirecto e inducido de estos impactos en el resto de los sectores para Vigo y su área de influencia en términos de producción, renta y empleo, tal y como se detalla en el apartado anterior.

3.3.3. Impacto a través de medios de comunicación y redes sociales

En cuanto al impacto generado en prensa escrita y digital, a partir del *clipping* de medios se realiza una cuantificación del impacto de forma individual en términos de valor publicitario y valor de comunicación, tal y como se describe en el apartado 3.2.4. Finalmente se realiza un cálculo agregado de los mismos, diferenciando los correspondientes para la Feria de los del Congreso.

En cuanto a la evaluación del impacto en redes sociales, se ha elaborado una metodología que permita la estimación cuantitativa del impacto en redes sociales a través del crecimiento orgánico.

De esta manera, se llevó a cabo una simulación de campañas de crecimiento inorgánico (*pay per view*) en Linkedln (Linkedln, 2025), Instagram (Instagram, 2025) y Facebook (Facebook, 2025), que permitieron estimar el coste de una campaña publicitaria con un alcance equivalente al que se obtuvo de forma orgánica para la Feria y el Congreso. Para ejemplificar, sabiendo que se ha obtenido un alcance total de 31.394 en Linkedln para la Feria Conxemar 2024 en un lapso de dos meses con diez *posts*, se ha procedido a simular una campaña de *ads* hasta obtener un resultado, en término de alcance, similar. Este proceso de simulación permite aproximar lo que se define como Valor Publicitario Equivalente (Henry and Harte, 2012), cuantificación monetaria del costo en el cual se debería haber incurrido para una campaña publicitaria con el impacto generado en redes gracias a la Feria y Congreso Conxemar 2024 en redes sociales.

Se realizaron seis simulaciones (dos de ellas en Linkedln, dos de ellas en Instagram y dos en Facebook) para la obtención del Valor Publicitario Equivalente de las campañas en dichas redes sociales para la Feria y para el Congreso. La simulación arroja como resultado un coste diario de campaña y una audiencia potencial, en base a lo cual se estima el

Valor Publicitario Equivalente para las impresiones obtenidas orgánicamente.

3.3.4. Impacto esperado de la demanda no atendida en la Feria Conxemar 2024

El volumen potencial de negocio generado total, y sobre Vigo y/o su área de influencia, se calcula a partir de las ratios obtenidas según el apartado anterior, aplicándolos a la demanda no atendida, en metros cuadrados y por tipo de estand, proporcionada por la Asociación Conxemar (Tabla 7).

TABLA 7. NÚMERO DE ESTANDS Y METROS CUADRADOS DE EXPOSICIÓN NO ATENDIDOS EN LA 25.ª EDICIÓN DE LA FERIA CONXEMAR

Tipo de estand	Nº de estands	m^2 netos
Pequeños	69	1.199
Medianos	10	640
Grandes	4	421

Fuente: Asociación Conxemar

Por otra parte, se procede a calcular el impacto potencial que generaría esa demanda de exposición en el caso de haber sido atendida. Para ello se utilizan las ratios de gasto por metro cuadrado calculados según el apartado 3.3.2 y se aplican también a la demanda no atendida. Finalmente, a través de las tablas *Input-Output* de la economía gallega, se calcula el efecto económico directo, indirecto e inducido de estos impactos potenciales en el resto de los sectores para Vigo y su área de influencia en términos de producción, renta y empleo.

4. Resultados

El presente apartado recoge la estimación del impacto socioeconómico de la Feria y el Congreso Conxemar 2024 obtenido tras aplicar la metodología descrita en el apartado anterior.

La celebración de estos eventos anuales no solo contribuye a la consolidación de la región como referente en el sector de la transformación y comercialización de productos del mar, sino que también supone un importante impacto, o contribución (WTO, 2006), socioeconómica para Vigo y su área de influencia.

En este contexto, los siguientes subapartados presentan la estimación de ese impacto de forma independiente tanto para la Feria como para el Congreso Conxemar 2024.

4.1. Impacto Socioeconómico de la Feria Conxemar 2024

En este apartado se realiza el cálculo del impacto socioeconómico de la 25.ª edición de la Feria Conxemar, celebrada entre los días 1 y 3 de octubre de 2024. En primer lugar, se analizan los impactos directos, indirectos e inducidos en términos de producción, renta y empleo. En segundo lugar, se evalúan los impactos derivados de la creación de negocio local durante la Feria, considerando también los efectos directos, indirectos e inducidos en producción, renta y empleo. En tercer lugar, se analiza el impacto generado en prensa y redes sociales. Por último, dado que el número de solicitudes por parte de los expositores, en términos de estands y superficie, superó la capacidad disponible del recinto ferial en la última edición de la Feria, según la entidad organizadora, se recoge una estimación del impacto potencial que se habría generado en caso de haber podido cubrir la totalidad de la demanda, incluyendo el análisis de los impactos directos, indirectos e inducidos en términos de producción, renta y empleo.

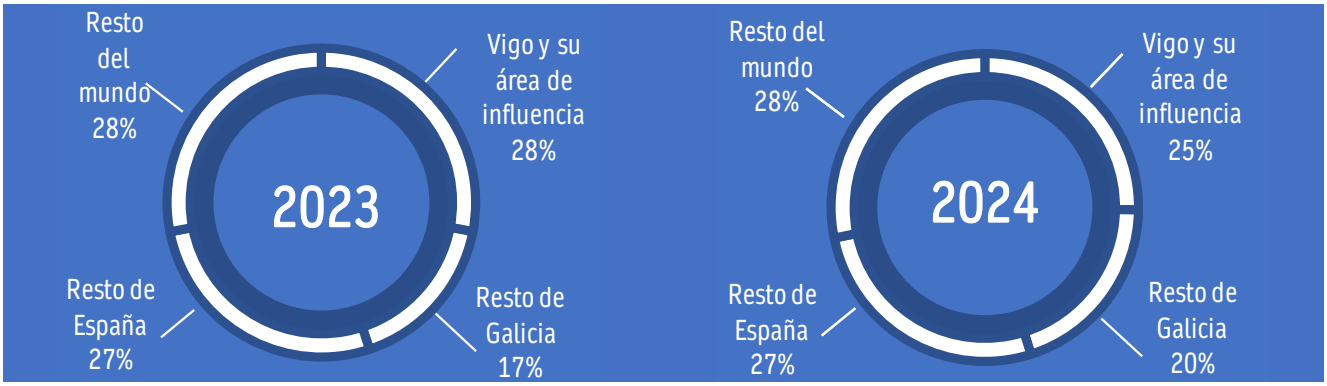
4.1.1. Impacto directo, indirecto e inducido por la celebración de la Feria

Tal y como se detallaba en el apartado 3.3.1, el gasto directo está compuesto por los gastos asociados a la organización del evento, así como al de ciertas instituciones u organizaciones a través de patrocinios. También se incluyen los gastos de las empresas expositoras y de las personas que desplazan, además de quienes visitan la Feria.

Existe cierta discrepancia en la literatura en cuanto a contemplar o no a los actores procedentes del área objeto de estudio. Si bien Johnson y Moore (1993), así como Hjerpe y Kim (2007), consideran clave su inclusión para contabilizar la retención del gasto de los residentes en la economía local, otros autores como, por ejemplo, Frechtling (2006) o Figueroa (2014) entienden que esos gastos se realizarían de igual forma, aunque el evento no hubiese tenido lugar, suponiendo además una recirculación del dinero para la economía local. La interpretación en el presente informe es más próxima a la primera corriente, ya que se supone que, si Conxemar no se celebrase en Vigo, los gastos de residentes se trasladarían al nuevo lugar de celebración y se hubiesen perdido de la economía de Vigo y su área de influencia. A continuación, se comienza analizando de forma independiente el impacto de visitantes y expositores.

En un primer análisis descriptivo, se analiza la distribución de visitantes en función de su procedencia (Figura 5). Comparando los resultados con los de la anterior edición, tan solo se observa una cierta variación entre las personas visitantes procedentes de Galicia, concretamente un 3% en favor de quienes proceden de fuera de Vigo. Las visitas internacionales representan el mayor porcentaje, con un 28%.

FIGURA 5. EVOLUCIÓN DE LA PROCEDENCIA DE VISITANTES DE LA FERIA



Fuente: Elaboración propia a partir de CZFV y Conxemar (2024b) y datos proporcionados por Xeria Digital S.L.

Con la muestra útil de visitantes obtenida tras la depuración de los registros (apartado 3.2.1), se procedió a calcular las medias muestrales para cada uno de los estratos de la población con el objetivo de cuantificar los gastos atribuibles a los visitantes. La Tabla 8 recoge esas medias de gasto, en euros por visitante, desagregadas según tipología. Los datos parecen sugerir una cierta asociación directa entre la lejanía del lugar de origen de quienes visitan la Feria, y un mayor promedio de gasto en prácticamente todas las partidas.

TABLA 8. MEDIAS DE GASTO TOTAL POR VISITANTE DURANTE LA FERIA CONXEMAR

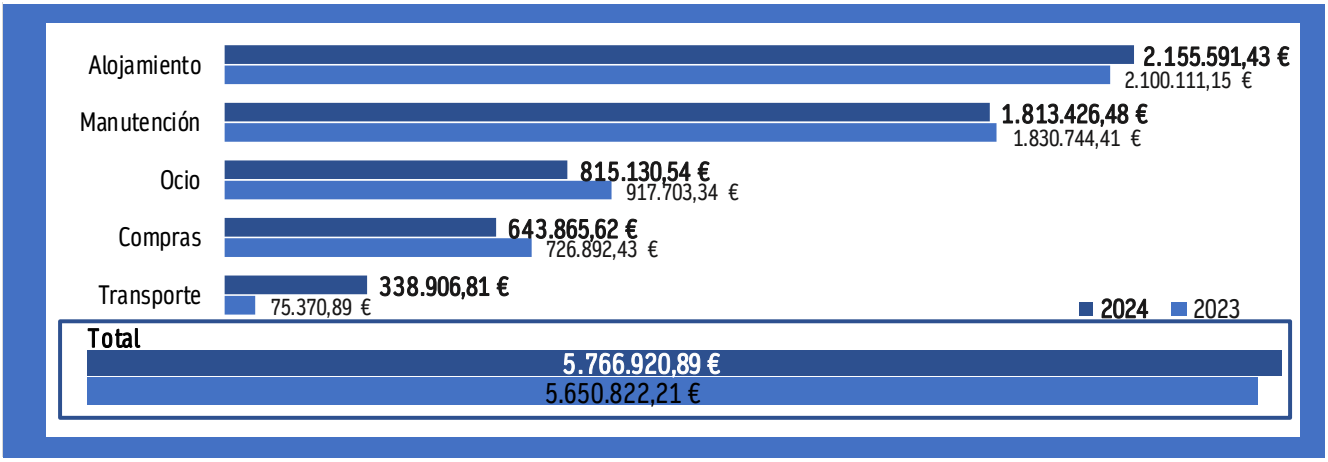
Media del gasto total	Vigo y su área de influencia	Resto de Galicia	Resto de España	Resto del mundo
Alojamiento	67,74 €	68,39 €	351,48 €	468,54 €
Manutención	100,74 €	105,55 €	287,67 €	329,54 €
Compras	43,64 €	40,71 €	80,15 €	128,52 €
Ocio	66,45 €	59,66 €	112,94 €	136,25 €
Transporte	8,17 €	6,68 €	52,97 €	80,85 €

Nota: las medias de gasto se calculan a precios básicos.

Fuente: Elaboración propia

En cuanto al total de gasto de las 8.372 personas que visitaron la Feria en 2024, en la Figura 6 se muestra los datos desagregados por tipología de gasto y su comparación con los obtenidos en la edición anterior (8.455 visitantes). Como se puede observar, el gasto total de visitantes ha sido mayor en esta última edición de la Feria, suponiendo un aumento de en torno a 116.000 euros con respecto a 2023. Nuevamente, el mayor volumen de gasto estaría asociado con el alojamiento, con un 37,4% del total. A continuación, se situarían la restauración con un 31,4%; el ocio con un 14,1%; las compras con 11,2% y, finalmente, los gastos asociados al transporte con un 5,9%.

FIGURA 6. GASTO TOTAL DE VISITANTES A LA FERIA POR TIPOLOGÍA DE GASTO. COMPARATIVA 2023-2024



Fuente: Elaboración propia a partir de CZFV y Conxemar (2024b) y datos proporcionados por Xeria Digital S.L.

En la Tabla 9 se representan los promedios de gasto diario por visitante, así como los gastos totales, en función de las cuatro procedencias analizadas. Se puede apreciar como visitantes del resto España y del mundo, han efectuado un volumen de gasto mayor que aquellos procedentes de la Comarca de Vigo y del resto de Galicia. Los resultados obtenidos indican que, un año más, alrededor del 82% del total del volumen de gasto de visitantes de la Feria en Vigo y su área de influencia, procedería de fuera de Galicia; concretamente, un 34,5% del resto de España y un 47% del resto del mundo.

En la misma tabla se puede ver el promedio de días de estancia, observando una diferencia de en torno a un día entre los visitantes procedentes de fuera de Galicia y los procedentes de la región.

TABLA 9. ESTIMACIONES DE VISITANTES A LA FERIA EN FUNCIÓN DE LA PROCEDENCIA

	Vigo y su área de influencia	Resto de Galicia	Resto de España	Resto del mundo	Total visitantes
Gasto medio diario	226,43 €	239,20 €	417,14 €	436,71 €	370,13 €
Número de visitantes	2.125	1.631	2.244	2.372	8.372
Días de estancia	1,27	1,17	2,12	2,62	1,80
GASTO TOTAL	609.327,78 €	458.307,01 €	1.986.421,42 €	2.712.864,68 €	5.766.920,89 €

Fuente: Elaboración propia a partir de datos proporcionados por Xeria Digital S.L.

A continuación (Tabla 10), se puede ver el detalle de tipo de gasto según procedencia expresado en valores medios diarios. Son estas medias de gasto diario las que se utilizan para inferir al total de la población de visitantes.

De nuevo se establece una notable diferencia en prácticamente todas las partidas entre visitantes procedentes de fuera de Galicia y visitantes locales. Destacan especialmente las diferencias en los apartados de alojamiento y manutención, llegando el gasto de visitantes internacionales a cuadruplicar el de visitantes procedentes de Galicia.

TABLA 10. GASTO MEDIO DIARIO DE VISITANTES POR TIPOLOGÍA DE GASTO Y PROCEDENCIA

Gasto medio diario	Vigo y su área de influencia	Resto de Galicia	Resto de España	Resto del mundo	Promedio visitantes
Alojamiento	53,49 €	58,22 €	165,63 €	178,91 €	138,35 €
Manutención	79,55 €	89,85 €	135,56 €	125,83 €	116,39 €
Compras	34,46 €	34,66 €	37,77 €	49,08 €	41,32 €
Ocio	52,47 €	50,79 €	53,22 €	52,02 €	52,32 €
Transporte	6,45 €	5,69 €	24,96 €	30,87 €	21,75 €

Fuente: Elaboración propia a partir de datos proporcionados por Xeria Digital S.L.

Analizando ahora el patrón de comportamiento de gasto según procedencia (Tabla 11), las personas visitantes muestran una pauta similar en todos los apartados, con excepción del alojamiento. Es en este apartado donde se encuentran las mayores diferencias, especialmente entre las personas residentes en Galicia, y las que proceden de fuera de la Comunidad Autónoma.

TABLA 11. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DEL PATRÓN DE GASTO DE VISITANTES POR TIPOLOGÍA DE GASTO Y PROCEDENCIA

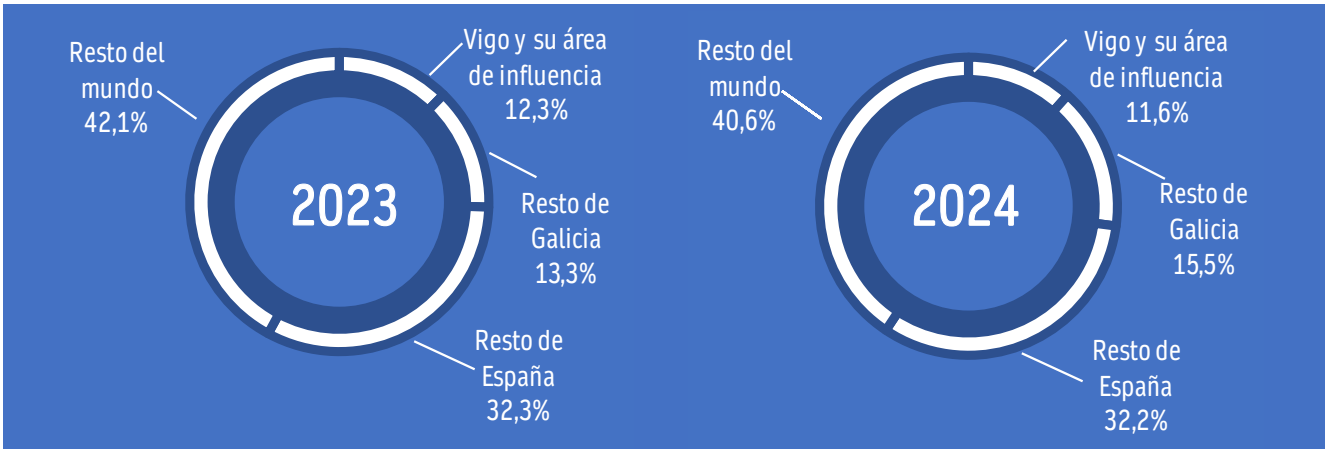
	Vigo y su área de influencia	Resto de Galicia	Resto de España	Resto del mundo
Alojamiento	23,62%	24,34%	39,71%	40,97%
Manutención	35,13%	37,56%	32,50%	28,81%
Compras	15,22%	14,49%	9,05%	11,24%
Ocio	23,17%	21,23%	12,76%	11,91%
Transporte	2,85%	2,38%	5,98%	7,07%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos proporcionados por Xeria Digital S.L.

Una vez finalizado el análisis de quienes visitan la Feria, se procede ahora a estudiar el comportamiento de la población de **organizaciones expositoras** en la Feria, así como el de las personas que éstas desplazan el evento, que denominaremos **personas expositoras**.

En primer lugar (Figura 7), se puede observar la distribución porcentual de las organizaciones según su procedencia. Si bien se observa en 2024 un descenso de 2 puntos porcentuales en la asistencia de las organizaciones extranjeras en favor de las del resto de Galicia, las tres cuartas partes del total de organizaciones continúa procediendo de fuera del territorio gallego, representando las extranjeras más de un 40% en ambas ediciones.

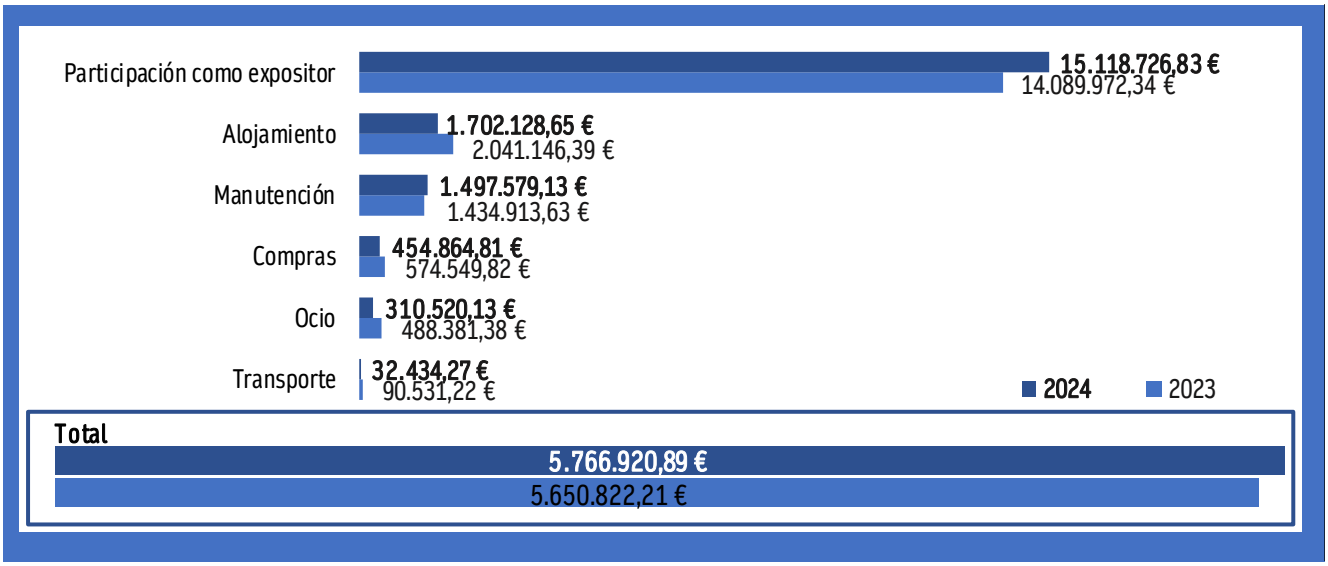
FIGURA 7. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LAS ORGANIZACIONES EXPOSITORAS SEGÚN SU PROCEDENCIA. COMPARATIVA 2023-2024



Fuente: Elaboración propia a partir de CZFV y Conxemar (2024b) y datos proporcionados por Asociación Conxemar

En cuanto al cálculo del volumen de gasto, se ha tomado como unidad de análisis el estand. Se parte de la hipótesis, al igual que en la anterior edición de este informe, de que la característica diferenciadora que condiciona el patrón de gasto e inversión que siguen las organizaciones expositoras es el tamaño en superficie del estand. La Figura 8 presenta una comparativa entre las dos últimas ediciones de la Feria en cuanto a partidas de gasto; se comparan los datos del 2024, con 766 estands y 6.432 personas desplazadas, con los datos de 2023, con 767 estands y 6.537 personas expositoras.

FIGURA 8. GASTOS TOTALES DE LAS ORGANIZACIONES EXPOSITORAS POR TIPOLOGÍA DE GASTO. COMPARATIVA 2023-2024



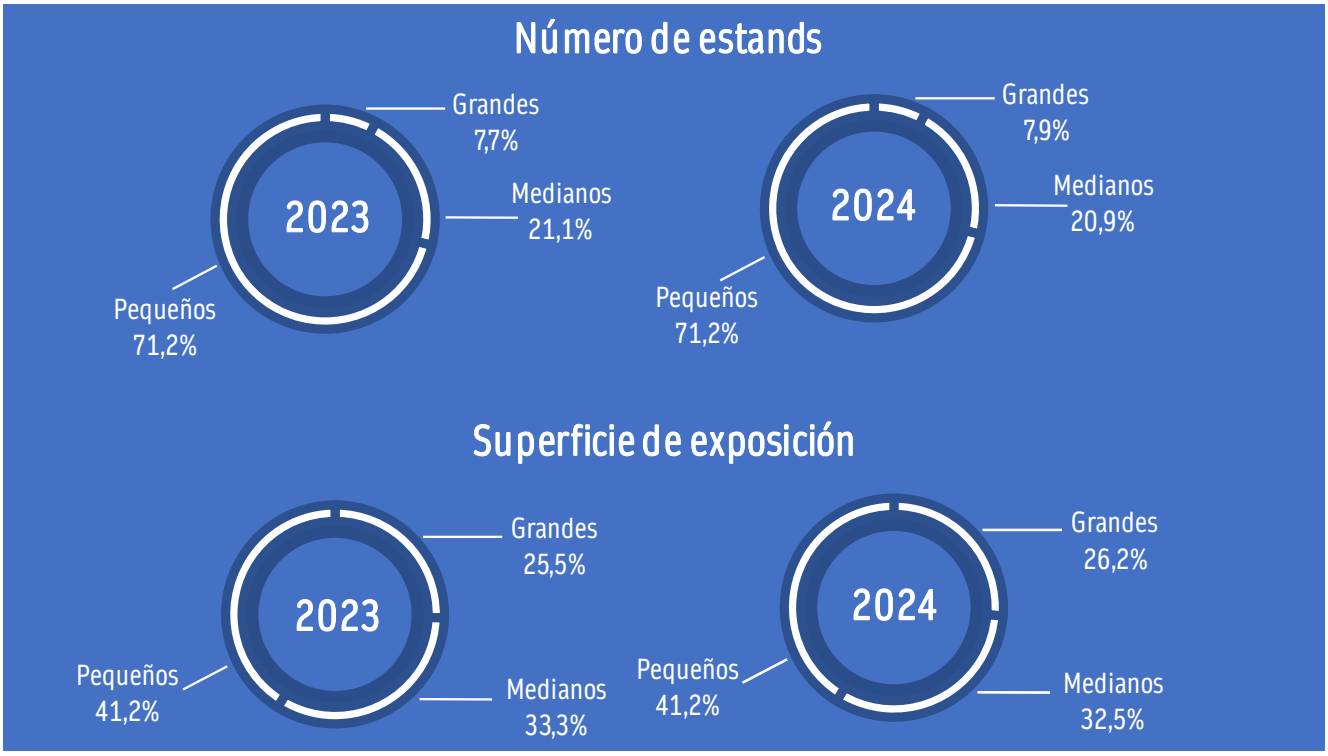
Fuente: Elaboración propia a partir de CZFV y Conxemar (2024b) y datos proporcionados por Asociación Conxemar

En primer lugar, cabe destacar el volumen de los gastos derivados de la participación como expositor, que suponen más de un 75% del total en ambas ediciones, y que muestra un crecimiento de un 7,3% respecto al año anterior. En segundo

lugar, se encuentran los gastos en alojamiento, que suponen un 8,9% del gasto total. A continuación, estarían los gastos de manutención, con un 7,8%. El balance global indica que el volumen de gasto total de las organizaciones expositoras se ha incrementado ligeramente respecto a la edición de 2023. Sin embargo, se observa una cierta contracción del gasto relacionado con las personas que las empresas desplazan a la Feria.

Tal y como se detallaba en el apartado 3.2.2, la población de estands se encuentra estratificada en 3 categorías: Estands grandes, medianos y pequeños. Iniciando el análisis según este estrato, la Figura 9 nos muestra como la distribución según tipo de estand se mantiene prácticamente sin variaciones entre ambas ediciones, tanto en número de estands, como en superficie ocupada. En esta última edición, la inmensa mayoría de los estands, el 71,2% (541), corresponden al estrato "pequeños". A continuación, se encuentran los estands medianos, que representan el 20,9% (159) y, por último, los grandes que constituyen el 7,9% (60). En términos de superficie total de exposición, la mayor parte corresponde a los estands pequeños, con un 41,2% (7.879 m^2), seguidos de los de tamaño medio, con un 32,5% (6.217 m^2) y, finalmente, los grandes, con un 26,2% (5.008 m^2).

FIGURA 9. DISTRIBUCIÓN DE ESTANDS SEGÚN TAMAÑO (NÚMERO Y SUPERFICIE DE EXPOSICIÓN OCUPADA). COMPARATIVA 2023-2024



Fuente: Elaboración propia a partir de CZFV y Conxemar (2024b)

Pasando al análisis detallado de gastos, en la Tabla 12 se puede observar que el gasto promedio de participación como expositor por metro cuadrado es significativamente mayor en los estands pequeños.

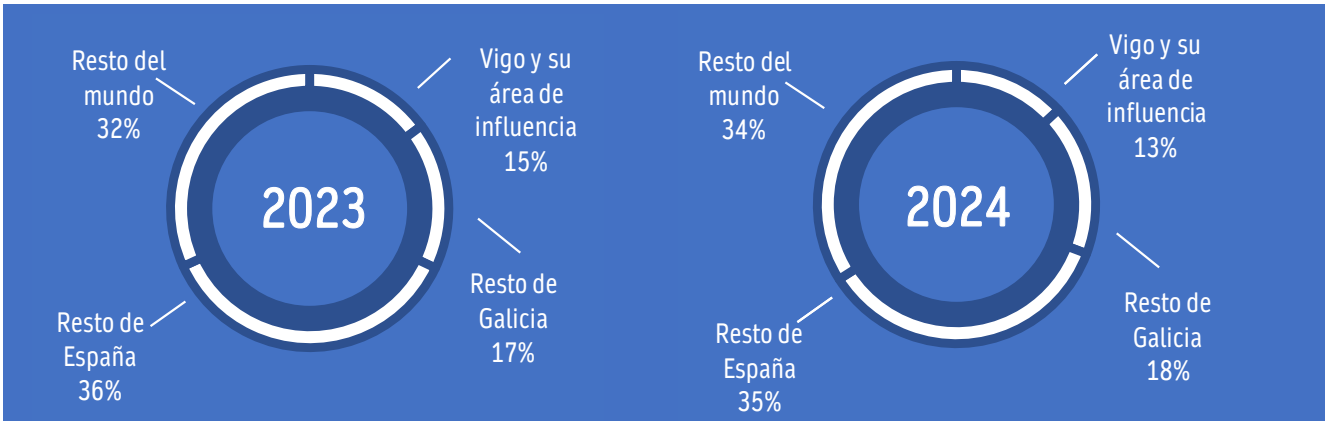
TABLA 12. PROMEDIO DE GASTO DE PARTICIPACIÓN COMO EXPOSITOR EN LA FERIA (€/ M^2)

Tipos de estand	Participación como expositor
Pequeños	991
Medianos	684
Grandes	528

Fuente: Elaboración propia

En la Figura 10, se realiza una comparativa entre las dos últimas ediciones de la Feria en cuanto al gasto total realizado por las organizaciones para participar como expositoras en función de su lugar de origen. Por un lado, se observa un leve aumento en la proporción de gasto de aquellas empresas que proceden del resto de Galicia, que pasa del 17% al 18%, y de los expositores internacionales, pasando del 32% al 34%. Por otro lado, se aprecia un ligero descenso en la proporción del gasto que representan las empresas originarias de Vigo y su área de influencia, que pasa del 15% al 13%, así como en las organizaciones procedentes del resto de España, cuyo porcentaje baja del 36% al 35%. A pesar de ello, éstas últimas continúan siendo el grupo con mayor peso en el gasto total.

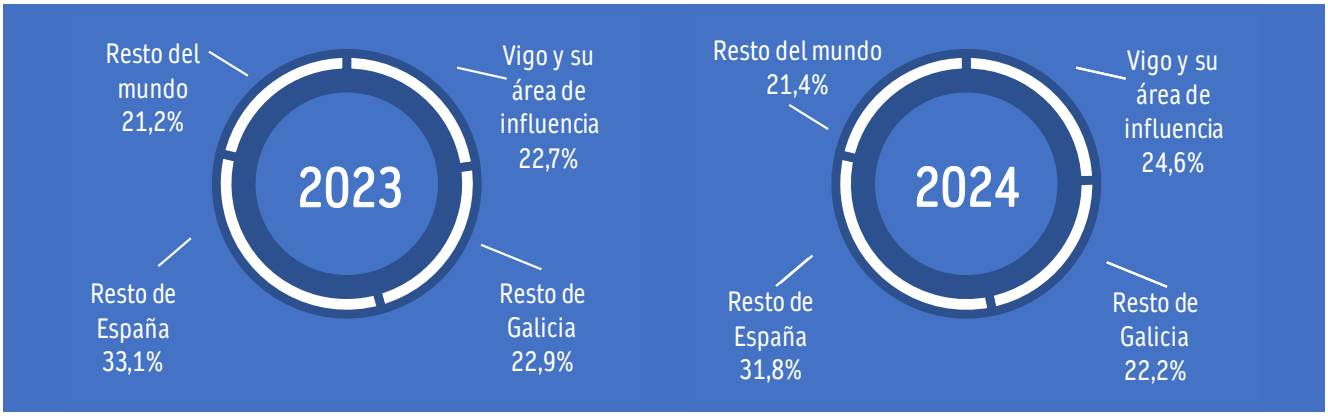
FIGURA 10. GASTO TOTAL DE LAS EMPRESAS PARA PARTICIPAR COMO EXPOSITOR. DISTRIBUCIÓN SEGÚN PROCEDENCIA PARA LAS EDICIONES DE 2023 Y 2024



Fuente: Elaboración propia a partir de CZFV y Conxemar (2024b)

En relación con las 6.432 **personas** que las **organizaciones expositoras** desplazaron a la última edición de la Feria, la Figura 11 recoge el porcentaje de personas de cada uno de los cuatro estratos de procedencia analizados, así como su comparativa con las 6.537 personas desplazadas en 2023. La distribución que se observa es muy similar a la del año anterior. Las personas expositoras procedentes del resto de España continúan siendo el estrato con mayor representación, aunque muestran un leve descenso en favor de las personas expositoras de Vigo y su área de influencia. Esto hace que estas últimas pasen a ocupar el segundo lugar este año. Les siguen, en tercera posición, las procedentes del resto de Galicia y, en último lugar, las del ámbito internacional.

FIGURA 11. DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN DE PERSONAS EXPOSITORAS SEGÚN PROCEDENCIA



Fuente: Elaboración propia a partir de CZFV y Conxemar (2024b) y datos proporcionados por Xeria Digital, S.L.

Profundizando ahora en el patrón de gasto de las personas que las empresas expositoras desplazan a la Feria Conxemar, en la Tabla 13 se puede apreciar como las personas expositoras procedentes del resto España y del mundo, al igual que ocurría con quienes visitan la Feria, son quienes han incurrido en un mayor volumen de gasto, con una cifra diaria sustancialmente superior al de quienes proceden de Vigo y su área de influencia.

Por último, el número de días de estancia de quienes proceden de fuera de Galicia es también muy superior al de locales, superando los 3 días, mientras que los dos estratos restantes no superan 1,2 días.

TABLA 13. ESTIMACIONES DE LAS PERSONAS EXPOSITORAS EN FUNCIÓN DE LA PROCEDENCIA

	Vigo y su área de influencia	Resto de Galicia	Resto de España	Resto del mundo	Total personas expositoras
Gasto medio diario	269,43 €	287,72 €	346,99 €	590,64 €	391,34 €
Número de personas expositoras	1.580	1.429	2.047	1.376	6.432
Días de estancia	1,22	1,18	3,41	3,83	2,89
GASTO TOTAL	402.535,18 €	454.310,53 €	1.534.727,58 €	1.605.953,71 €	3.997.526,99 €

Fuente: Elaboración propia a partir de datos proporcionados por Sondaxe S.L.

Profundizando en el análisis, la Tabla 14 recoge el gasto medio diario por persona expositora según tipología de gasto y procedencia. En promedio, la principal partida corresponde a los gastos de alojamiento, siendo las personas expositoras de origen internacional quienes dedican más recursos a este apartado. En segundo lugar, se sitúa la partida de manutención, siendo, quienes proceden del resto de España, quienes realizan un mayor esfuerzo económico. El promedio de las restantes partidas (compras, ocio y transporte), salvo para quienes proceden del resto del mundo, es bastante similar entre sí.

TABLA 14. GASTO MEDIO DIARIO DE LAS PERSONAS EXPOSITORAS POR TIPOLOGÍA DE GASTO Y PROCEDENCIA

Gasto medio diario	Vigo y su área de influencia	Resto de Galicia	Resto de España	Resto del mundo
Alojamiento	13,79 €	44,63 €	70,80 €	117,33 €
Manutención	48,83 €	36,15 €	87,19 €	42,14 €
Compras	5,09 €	8,33 €	5,04 €	51,53 €
Ocio	7,33 €	9,01 €	5,50 €	27,01 €
Transporte	6,45 €	5,69 €	24,96 €	30,87 €

Fuente: Elaboración propia a partir de datos proporcionados por Sondaxe S.L.

En cuanto a la distribución por tipo de gasto (Tabla 15), los datos confirman dos patrones de gasto previsibles. Por una parte, las personas expositoras procedentes de fuera de Vigo y su Área gastan fundamentalmente en alojamiento, mientras que quienes proceden del área objeto de estudio, dedican la mayor parte de su gasto a la manutención. El comportamiento de gasto para el resto de partidas es muy similar, independientemente de su procedencia.

TABLA 15. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DEL PATRÓN DE GASTO DE LAS PERSONAS EXPOSITORAS POR TIPOLOGÍA DE GASTO Y PROCEDENCIA

	Vigo y su área de influencia	Resto de Galicia	Resto de España	Resto del mundo
Alojamiento	16,92%	43,00%	36,59%	43,64%
Manutención	59,92%	34,82%	45,06%	15,67%
Compras	6,24%	8,02%	2,60%	19,16%
Ocio	8,99%	8,68%	2,84%	10,05%
Transporte	7,92%	5,48%	12,90%	11,48%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos proporcionados por Sondaxe S.L.

Una vez analizado en profundidad el comportamiento de gasto de visitantes y personas expositoras, se procede ahora a calcular su impacto económico (directo, indirecto e inducido) en el área objeto del estudio. Para ello, es necesario estructurar dichos gastos según la configuración sectorial de las tablas *input-output* de la economía gallega. A estos gastos, también se han agregado los gastos de organización de la Feria y de otras instituciones/organizaciones a través de patrocinios. Una vez estructurados por ramas todos los gastos directos, es necesario realizar una serie de ajustes.

En primer lugar, se corrigen los márgenes de impuestos para adaptar el vector de gasto al tipo de valoración con la que se publica la tabla *input-output*, esto es, a precios básicos. Por último, los sueldos y salarios, las indemnizaciones laborales, las cotizaciones sociales u otro tipo de remuneración que recibe el personal contratado para organizar la Feria Conxemar se asigna a un sector ficticio denominado economías domésticas[5], que agrupa la parte de los gastos de la Feria que van directamente a manos de los hogares. De esta forma, queda configurado el vector de demanda, tal y como se muestra en la siguiente Tabla 16.

TABLA 16. VECTOR DE DEMANDA GENERADO POR LA FERIA CONXEMAR 2024 DETALLADO POR EPÍGRAFES SEGÚN LAS TABLAS *INPUT-OUTPUT* DE GALICIA 2018

Código	Descripción rama homogénea	Vector de demanda
R35	Suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado	12.205,38 €
R36_39M	Suministro de agua, actividades de saneamento, gestión de residuos y descontaminación de	4.919,49 €
R41_43	Construcción	12.399.873,18 €
R47	Comercio al por menor, salvo de vehículos de motor y motocicletas	1.098.730,43 €
R49	Transporte terrestre y por tubería	371.341,09 €
R52	Almacenamento y actividades anexas al transporte	42.927,05 €
R55	Servicios de alojamiento	3.857.720,08 €
R56	Servicios de comidas y bebidas	3.312.045,51 €
R59_60	Actividades cinematográficas de video y televisión, grabación de sonido y edición musical; actividades de programación y emisión de radio y televisión	23.149,27 €
R62_63	Programación, consultoría y otras actividades relacionadas con informática; servicios de	4.195,15 €
R65	Seguros, reaseguros y fondos de pensiones excepto Seguridad Social obligatoria	3.785,60 €
R73	Publicidad y estudios de mercado	349,80 €
R77	Actividades de alquiler	2.801.666,10 €
R80_82	Actividades de seguridad e investigación; servicios a edificios y actividades de jardinería; actividades administrativas de oficina y otras actividades auxiliares de las empresas	370.431,72 €
R86_88M	Actividades sanitarias y de servicios sociales de mercado	1.760,00 €
R90_93M	Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento de mercado	1.125.650,68 €
R96	Otros servicios personales	9.673,67 €
Ec. Dom.	Economías domésticas	214.271,00 €
	TOTAL	25.654.695,19 €

Fuente: Elaboración propia incluyendo datos proporcionados por Asociación Conxemar

Antes de proceder al cálculo de los multiplicadores directos, indirectos e inducidos, que permitirán calcular el correspondiente impacto, es necesario llevar a cabo un ajuste adicional; el "sector" de economía doméstica se redistribuye a las ramas sectoriales según el patrón de gasto medio que indica la columna "Gasto en consumo interior final de los hogares" de la tabla simétrica interior *input-output*.

Es en este momento, en el que se puede proceder al cálculo del impacto directo. Para ello, se debe aplicar un multiplicador para convertir el vector de demanda en un vector de producción (V_P), que nos permita estimar el impacto directo. Este multiplicador se calcula de acuerdo con la siguiente fórmula:

[5] Se dispone una explicación detallada en el apartado 3 de metodología.

$$V_P=V_D*(I+A)$$

Dónde V_D es el vector de demanda; A es la matriz de coeficientes técnicos interiores e I es la matriz de identidad de esa matriz de coeficientes técnicos interiores.

Tras realizar el análisis *input-output* (detallado en el apartado 3.3.1), la Tabla 17 muestra el impacto directo en Vigo y su área de influencia en términos de producción, renta y empleo. Esto se traduce en un total estimado de 34.904.275,06 euros de impacto directo sobre la producción de la Comarca de Vigo, 19.898.715,18 euros sobre la renta y una generación de 449,90 empleos. En este último caso, en términos de empleos equivalentes a jornada completa (EJC)/año.

Profundizando en el análisis por sector, en primer lugar, los datos sugieren que en torno a la mitad del impacto directo sobre la producción y la renta proviene del sector de la "construcción" (al que se le han asignado los gastos de las organizaciones para participar como expositoras, excluyendo el alquiler del espacio), así como un 40,5% del impacto sobre el empleo.

En segundo lugar, se encontraría el sector de "servicios de alojamiento", representando el 14,6% del impacto sobre la producción, el 16,4% sobre la renta y el 19,3% sobre el empleo. En tercer lugar, se situaría el sector "servicios de comidas y bebidas", representando un 12,5% del impacto sobre la producción, un 13,9% del impacto sobre la renta y un 12,6% del impacto sobre el empleo.

TABLA 17. IMPACTO DIRECTO DE LA FERIA CONXEMAR 2024, DETALLADO POR EPÍGRAFES SEGÚN LAS TABLAS *INPUT-OUTPUT* DE GALICIA 2018 TRAS REDISTRIBUIR EL IMPORTE DE "ECONOMÍAS DOMÉSTICAS"

Sectores de actividad	Producción		Renta		Empleo	
	Euros	%	Euros	%	EJC/año	%
Agricultura, ganadería, caza y servicios relacionados	7.520,91	0,02%	3.943,03	0,02%	0,10	0,02%
Silvicultura y explotacion forestal	53,93	0,00%	26,21	0,00%	0,00	0,00%
Pesca	721,71	0,00%	437,40	0,00%	0,02	0,00%
Acuicultura	454,20	0,00%	349,58	0,00%	0,01	0,00%
Industrias extractivas	0,18	0,00%	0,09	0,00%	0,00	0,00%
Procesamiento y conservación de carne y elaboración de produtos cárnicos	6.220,69	0,02%	1.685,15	0,01%	0,04	0,01%
Procesamiento y conservación de pescado, crustáceos y moluscos	1.653,59	0,00%	462,20	0,00%	0,01	0,00%
Fabricación de productos lácteos	4.224,19	0,01%	614,78	0,00%	0,01	0,00%
Fabricación de productos paral a alimentación animal	46,41	0,00%	9,27	0,00%	0,00	0,00%
Otras industrias alimentarias	2.059,66	0,01%	846,02	0,00%	0,03	0,01%
Fabricación de bebidas e industria del tabaco	1.383,74	0,00%	704,15	0,00%	0,01	0,00%
Industria téxtil	39,13	0,00%	23,04	0,00%	0,00	0,00%
Confección de ropa de vestir e industria del coiro y del calzado	664,30	0,00%	354,22	0,00%	0,01	0,00%
Industria de la madeira y del corcho, excepto muebles; cestería y espartería	16,29	0,00%	4,58	0,00%	0,00	0,00%
Industria del papel	139,82	0,00%	68,75	0,00%	0,00	0,00%
Artes gráficas y reprodución de soportes grabados	8,42	0,00%	4,41	0,00%	0,00	0,00%
Coquerías y refino de petróleo	3.520,14	0,01%	1.550,68	0,01%	0,00	0,00%
Industria química y fabricación de produtos farmacéuticos	333,38	0,00%	137,27	0,00%	0,00	0,00%
Fabricación de produtos de caucho y plásticos	36,45	0,00%	14,97	0,00%	0,00	0,00%
Fabricación de otros produtos minerales no metálicos	140,79	0,00%	42,96	0,00%	0,00	0,00%
Metalurgia; fabricación de productos de hierro, acero y herrajes	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
Fabricación de productos metálicos, excepto maquinaria y equipamento	15,85	0,00%	7,91	0,00%	0,00	0,00%
Fabricación de productos informáticos, electrónicos y ópticos	9,92	0,00%	5,80	0,00%	0,00	0,00%
Fabricación de material y equipamento eléctrico	19,21	0,00%	11,06	0,00%	0,00	0,00%
Fabricación de maquinaria y equipamento n.c.n.	13,88	0,00%	6,96	0,00%	0,00	0,00%
Fabricación de vehículos de motor, remolques y semirremolques	116,46	0,00%	38,37	0,00%	0,00	0,00%
Fabricación de otro material de transporte	126,41	0,00%	28,37	0,00%	0,00	0,00%
Fabricación de muebles	310,95	0,00%	150,76	0,00%	0,00	0,00%
Otras industrias manufactureras	326,04	0,00%	172,53	0,00%	0,01	0,00%
Reparación e instalación de maquinaria y equipamento	242,77	0,00%	135,45	0,00%	0,00	0,00%
Suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado	28.400,64	0,08%	13.821,72	0,07%	0,01	0,00%
Suministro de auga, actividades de saneamiento, gestión de residuos y descontaminación de mercado	9.663,96	0,03%	4.138,27	0,02%	0,07	0,02%
Actividades de saneamiento y gestión de residuos de no mercado	2.028,85	0,01%	267,71	0,00%	0,01	0,00%
Construcción	17.465.350,41	50,04%	9.516.557,56	47,82%	182,32	40,52%
Venta y reparación de vehículos de motor	8.402,61	0,02%	4.663,14	0,02%	0,16	0,03%
Comercio al por mayor e intermediarios de comercio, excepto de vehículos de motor	11.526,70	0,03%	5.639,92	0,03%	0,09	0,02%
Comercio al por menor, salvo de vehículos de motor y motocicletas	1.456.738,29	4,17%	997.582,57	5,01%	39,32	8,74%
Transporte terrestre y por tubería	558.225,35	1,60%	234.803,82	1,18%	5,71	1,27%
Transporte marítimo y por vías navegables interiores; transporte aéreo	999,80	0,00%	272,78	0,00%	0,00	0,00%
Almacenamientoye actividades anexas al transporte	64.782,05	0,19%	27.970,80	0,14%	0,34	0,08%
Actividades postales y de correo	169,96	0,00%	114,50	0,00%	0,00	0,00%
Servicios de alojamiento	5.082.290,17	14,56%	3.258.981,80	16,38%	86,80	19,29%
Servicios de comidas y bebidas	4.348.041,66	12,46%	2.767.707,31	13,91%	56,67	12,60%
Edición	485,88	0,00%	253,76	0,00%	0,01	0,00%
Actividades cinematográficas de video y televisión, grabación de sonido y edición musical; actividades de programación y emisión de radio e televisión	26.684,78	0,08%	16.928,27	0,09%	0,36	0,08%
Telecomunicaciones	6.068,30	0,02%	3.091,17	0,02%	0,01	0,00%
Programación, consultoría y otras actividades relacionadas con la informática; servicios de información	4.872,63	0,01%	2.852,44	0,01%	0,07	0,01%
Servicios financeiros, excepto seguros y fondos de pensiones	4.607,65	0,01%	2.925,58	0,01%	0,02	0,00%
Seguros, reaseguros e fondos de pensiones excepto Seguridad Social obrigatoria	11.215,90	0,03%	4.193,39	0,02%	0,01	0,00%
Actividades auxiliares a los servicios financeiros y a los seguros	2.877,81	0,01%	1.337,57	0,01%	0,02	0,01%
Actividades inmobiliarias	43.404,07	0,12%	40.151,22	0,20%	0,05	0,01%
Actividades jurídicas y de contabilidad; actividades de las sedes centrais; actividades de consultoría y de gestión empresarial	1.060,91	0,00%	649,37	0,00%	0,02	0,00%
Servicios técnicos de arquitectura e ingeniería; ensayos y análisis técnicos	389,06	0,00%	206,31	0,00%	0,01	0,00%
Investigación y desarrollo	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
Publicidad y estudos de mercado	495,11	0,00%	160,39	0,00%	0,01	0,00%
Otras actividades profesionais, científicas, técnicas y veterinarias	357,63	0,00%	280,52	0,00%	0,00	0,00%
Actividades de alquiler	3.661.381,20	10,49%	1.869.704,85	9,40%	31,12	6,92%
Actividades relacionadas con el empleo	2,16	0,00%	2,03	0,00%	0,00	0,00%
Actividades de las agencias de viajes, operadores turísticos, servicios de reservas y actividades relacionadas	1.076,36	0,00%	313,69	0,00%	0,01	0,00%
Actividades de seguridad e investigación; servicios a edificios y actividades de jardinería; actividades administrativas de oficina y otras actividades auxiliares de las empresas	474.436,42	1,36%	318.746,71	1,60%	19,06	4,24%
Administración pública y defensa; Seguridad Social obligatoria	343,98	0,00%	253,84	0,00%	0,00	0,00%
Educación de mercado	2.956,11	0,01%	2.515,11	0,01%	0,08	0,02%
Educación de no mercado	397,18	0,00%	367,48	0,00%	0,01	0,00%
Actividades sanitarias y de servicios sociales de mercado	16.290,14	0,05%	9.936,32	0,05%	0,37	0,08%
Actividades sanitarias y de servicios sociales de no mercado	196,99	0,00%	124,02	0,00%	0,00	0,00%
Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento de mercado	10.947,98	0,03%	6.564,95	0,03%	0,14	0,03%
Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento de no mercado	1.544.371,99	4,42%	757.476,65	3,81%	25,69	5,71%
Actividades asociativas	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
Reparación de ordenadores, efectos personales y artículos de uso doméstico	379,56	0,00%	232,90	0,00%	0,01	0,00%
Otros servicios personales	18.437,23	0,05%	11.590,60	0,06%	0,67	0,15%
Actividades de los hogares como empleadores de persoal doméstico	3.498,15	0,01%	3.498,15	0,02%	0,37	0,08%
TOTAL	34.904.275,06		19.898.715,18		449,90	

Fuente: Elaboración propia incluyendo datos proporcionados por Asociación Conxemar

Tal y como se comentaba anteriormente, el análisis *input-output* también permite estimar el impacto indirecto e inducido generado por la Feria en Vigo y su área de influencia. Para ello, se calculan los multiplicadores tipo I (directos+indirectos) y II (directos+indirectos+inducidos), tal y como se detalla en el apartado 3.3.1.

De este modo, la Tabla 18 nos muestra el resumen de la producción, renta y empleo total generado por cada tipo de impacto. El efecto inducido se muestra como el de mayor importancia, suponiendo en torno al 40% del total en los apartados de producción y empleo, y a un 43% en el apartado de renta. A continuación, se sitúa el efecto directo, con un peso de en torno al 38% en todos los apartados. En último lugar, se situaría el efecto indirecto, representando en torno a un 22% del total de la producción y del empleo, y a un 18,9% del total de la renta.

A la vista de estos resultados, podemos concluir que la celebración de la Feria Conxemar 2024 generó un impacto sobre la renta equivalente a casi un 0,5% del PIB anual de la Comarca de Vigo (IGE, 2022).

TABLA 18. RESUMEN DE IMPACTOS DIRECTOS, INDIRECTOS E INDUCIDOS DE LA FERIA CONXEMAR

Tipos de impactos	Producción		Renta		Empleo	
	Euros	%	Euros	%	EJC/año	%
Directos	34.904.275,06	0,38	19.898.715,18	0,38	449,90	0,38
Indirectos	20.119.727,79	0,22	9.816.368,97	0,19	248,42	0,21
Inducidos	36.428.812,68	0,40	22.345.267,23	0,43	476,72	0,41
TOTAL	91.452.815,52		52.060.351,38		1.175,03	

Fuente: Elaboración propia incluyendo datos proporcionados por Asociación Conxemar

4.1.2. Impacto por la creación de negocio en la Feria

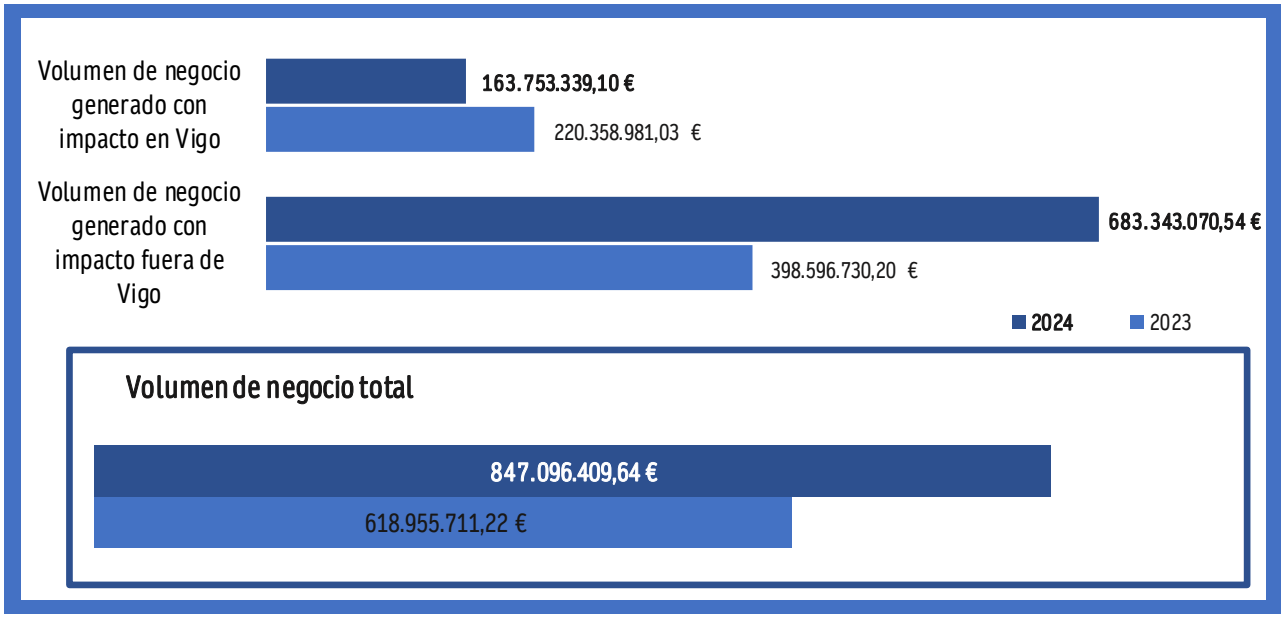
Además de los impactos socioeconómicos ya analizados, la celebración de la Feria Conxemar impulsa un incremento en la demanda en el sector debido a los acuerdos comerciales que en ella se alcanzan. Dado el protagonismo de Vigo y su Área en el sector de productos elaborados del mar, una parte relevante de este estímulo de la demanda tiene un efecto directo en las cifras de negocio de las empresas locales.

Volumen de negocio creado

En la Figura 12 se puede observar que la creación de negocio durante la Feria a partir de los acuerdos comerciales entre los diferentes actores alcanzó en su última edición más de los 847 millones de euros, lo que supone un notable incremento respecto la edición anterior. Esta cifra equivale casi al 5% del volumen de negocios anual del sector de la industria y comercialización de productos pesqueros a nivel estatal (CZFV y Conxemar, 2024a). De esta cifra, 231.912.334,68 euros correspondieron a expositores con sede en Galicia.

En cuanto a la creación de negocio con impacto directo en la Comarca de Vigo, ésta ha experimentado un cierto retroceso respecto al volumen obtenido en la edición anterior. En la reciente edición de la Feria se alcanzaron casi los 164 millones de euros, suponiendo un 19% de la creación de negocio total. Parte de este descenso podría estar relacionado con la difícil situación que han atravesado importantes empresas viguesas del sector, así como con un leve descenso en el número de empresas expositoras procedentes de Vigo y su área.

FIGURA 12. CREACIÓN DE NEGOCIO POR PARTE DE LAS EMPRESAS EXPOSITORAS DURANTE LA FERIA CONXEMAR 2024

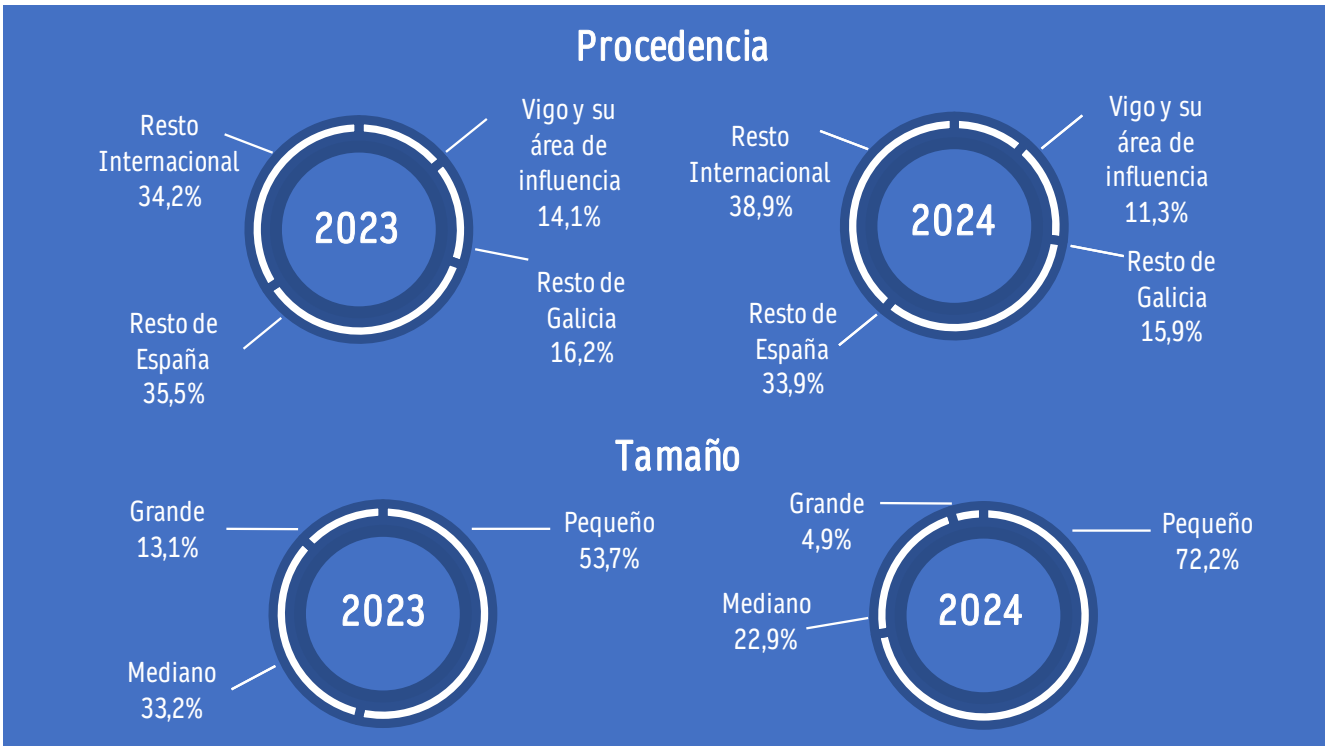


Fuente: Elaboración propia incluyendo datos proporcionados por Asociación Conxemar

Analizando esta información de manera más detallada, se observa que la mayor parte de la creación de negocio con impacto en la Comarca de Vigo parece provenir de las organizaciones del resto de España (33,9%) y del mundo (38,9%), las cuáles, en conjunto representan cerca de las tres cuartas partes del volumen de negocio creado con impacto en Vigo y su Área. Esto supone un ligero incremento porcentual respecto a la edición del 2023.

Por otra parte, en relación con el tamaño del estand, son los de pequeño tamaño los que continúan generando la mayor parte de dicho volumen de negocio, pasando de más de la mitad en 2023 a casi las tres cuartas partes en 2024 (Figura 13).

FIGURA 13. PORCENTAJE DE CREACIÓN DE NEGOCIO CON IMPACTO EN VIGO Y SU ÁREA DE INFLUENCIA EN FUNCIÓN DE LA PROCEDENCIA DE LAS EMPRESAS EXPOSITORAS Y EL TAMAÑO DEL ESTAND



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de CZFV y Conxemar (2024b)

A continuación, en la Tabla 19 se pueden visualizar los indicadores relacionados con la creación de negocio en función de las dimensiones del estand. Los estands de pequeño tamaño (541), suponen, en número, más del triple que los medianos (159) y casi nueve veces más que los grandes (60). Los datos indican que, tanto a nivel global, como a nivel del impacto en la Comarca de Vigo, el mayor volumen de negocio medio por metro cuadrado se ha generado en este tipo de estands. En términos totales, el volumen de negocio generado por los estands pequeños es aproximadamente seis veces superior al de los medianos y grandes. Si centramos el análisis en el volumen de negocio creado en Vigo y su Área, los estands pequeños multiplican por 15 el negocio creado en los estands grandes, y por 3 el correspondiente a los estands de tamaño medio.

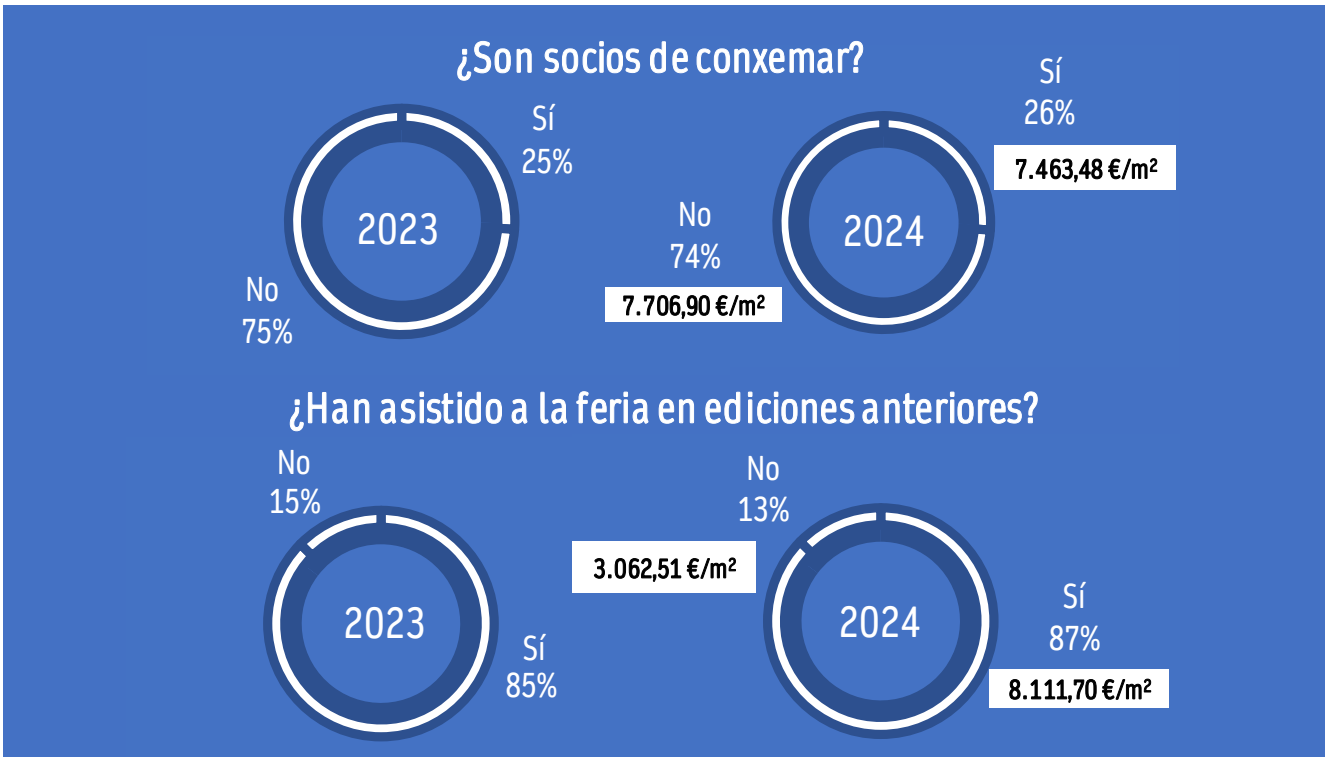
TABLA 19. PRINCIPALES INDICADORES SOBRE LA CREACIÓN DE NEGOCIO EN FUNCIÓN DEL TIPO DE ESTAND

	Pequeño	Mediano	Grande
Volumen de negocio medio por m^2	77.804,92 €	17.877,30 €	21.185,10 €
Volumen de negocio medio por m^2 con impacto en Vigo y su Área	13.519,69 €	5.549,15 €	1.616,48 €
Nº de estands	541	159	60
Volumen de negocio total	630.903.159,93 €	114.700.704,84 €	101.492.544,87 €
Volumen de negocio total con impacto en Vigo y su Área	118.265.385,90 €	37.466.673,40 €	8.021.279,80 €

Fuente: Elaboración propia

Por último, más allá de los estratos de tamaño y procedencia, en la Figura 14 también se puede observar un análisis sobre la creación de negocio según la pertenencia a la Asociación Conxemar y según haya sido o no la primera participación en la Feria Conxemar.

FIGURA 14. CREACIÓN DE NEGOCIO POR METRO CUADRADO CON IMPACTO EN VIGO Y SU ÁREA DE INFLUENCIA EN FUNCIÓN DE LA ASOCIACIÓN A CONXEMAR Y DE LA ASISTENCIA EN EDICIONES ANTERIORES



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de CZFV y Conxemar (2024b)

El 26% de los estands incluidos en la muestra se correspondían con organizaciones que son socias de Conxemar, un punto porcentual por encima de la edición anterior. Por otra parte, en relación con la asistencia a la Feria en ediciones anteriores, aquellos que repiten participación, y que suponen la inmensa mayoría (87%, frente al 85% en 2023), generan por metro cuadrado casi 5 mil euros más que los que asisten por primera vez (Figura 14).

Impacto directo, indirecto e inducido por la creación de negocio

Los acuerdos comerciales alcanzados durante la Feria con impacto en Vigo (163.753.339,10 euros) también generarán efectos directos, indirectos e inducidos en las ramas sectoriales interrelacionadas. A diferencia de las estimaciones hechas en los apartados 4.1.1 y 4.2.1, estos impactos no se materializan inmediatamente; estos acuerdos alcanzados deben concretarse en pedidos, y éstos en órdenes de producción. No es sencillo, por lo tanto, determinar el plazo exacto en el que estos efectos impactarán en la economía local. No obstante, según estudios previos del Consorcio de la Zona Franca de Vigo y de la Asociación Conxemar sobre el sector, el periodo medio desde que se confirma un pedido hasta que se entrega al cliente es inferior a un año.

Otra dificultad estriba en definir en qué sector/es exactamente se ha generado este volumen de negocio, al objeto de calcular a través de las tablas *input output* los efectos directos, indirectos e inducidos en la economía local. Con el objetivo de evitar una segmentación arbitraria de esta cifra de negocio, se asume que corresponde a la rama de actividad más equiparable a la temática principal de la Feria Conxemar: "Procesamiento y conservación de pescados, crustáceos y moluscos".

Tras convertir el vector de demanda en producción, y aplicar a ésta el análisis *input-output*, en la Tabla 20 se puede observar un resumen del efecto total generado según las tres tipologías de impacto analizadas: producción, renta y empleo en EJC/año.

De este modo, se estima que los acuerdos comerciales con impacto en Vigo alcanzados en la Feria Conxemar 2024, generarán en el año siguiente a la Feria 4.547 empleos, una contribución en la renta local de casi 162 millones de euros y un impacto en la producción próximo a los 579 millones de euros. Estos datos convierten a la actividad comercial en la principal vía por la que Feria Conxemar genera riqueza en la economía local.

En términos de producción y empleo, el impacto directo, con un 39,3%, es el que representa una mayor repercusión socioeconómica de los tres. A continuación, en términos de producción, se situaría el impacto inducido, con un 36,4%, y, por último, el impacto indirecto con un 24,2%. Sin embargo, en términos de renta, es el efecto inducido el que tiene una mayor repercusión, con un 54%.

TABLA 20. RESUMEN DE IMPACTOS DIRECTOS, INDIRECTOS E INDUCIDOS DE LA FERIA CONXEMAR POR LA CREACIÓN DE NEGOCIO

Tipos de impactos	Producción		Renta		Empleo	
	Euros	%	Euros	%	EJC/año	%
Directos	227.787.059,30	0,39	63.670.021,22	0,39	1.788,65	0,39
Indirectos	140.290.038,74	0,24	10.798.043,77	0,07	1.101,60	0,24
Inducidos	210.873.365,85	0,36	87.357.582,32	0,54	1.655,84	0,36
TOTAL	578.950.463,89		161.825.647,31		4.546,09	

Fuente: Elaboración propia incluyendo datos proporcionados por Asociación Conxemar y Xeria Digital S.L.

Una vez analizados los impactos por la celebración de la Feria y por la creación de negocio local en la misma, resulta apropiado realizar una breve reflexión sobre los resultados obtenidos. Tras realizar una exhaustiva búsqueda, se ha recopilado valiosa información sobre diferentes eventos de negocios, tanto a nivel estatal, como internacional. Además,

este año contamos con la anterior edición de este informe como referencia directa para realizar un balance global. Toda esta información nos permite realizar la siguiente comparativa (véase Tabla 21).

En España podemos destacar ferias como Seafood Expo Global Barcelona, con 2.244 expositores y 156 millones de euros de impacto económico local (SeafoodExpo, 2024); FITUR Madrid, con 806 expositores y 430 millones de euros de impacto económico en la economía local (IFEMA, 2024); o el Mobile World Congress Barcelona, con 2.700 expositores, 502 millones de euros de impacto económico local, así como la generación de 9.200 empleos a tiempo parcial (MWC Barcelona, 2024). A nivel internacional, se pueden resaltar la Gulf Information and Technology Exhibition GLOBAL Dubai, con 5.000 expositores y 394 millones de dólares de impacto local (GITEX, 2022); la Feria Internacional de Electrónica de Consumo, con 4.300 expositores y 291 millones de dólares de gasto (Comiskey and Pannett, 2024); o la Geneva International Motor Show, con 184 expositores y 212 millones de euros de impacto económico (Ahuja, 2020). Sin duda, las cifras arrojadas por la última edición de la Feria Conxemar parecen mantenerla en la órbita de los grandes eventos feriales a nivel internacional, no solo de su sector.

TABLA 21. COMPARATIVA ENTRE LA FERIA CONXEMAR Y OTROS EVENTOS COMERCIALES DE RELEVANCIA

Feria	País	Visitas	Expositores	Impacto económico local anual estimado (millones de euros)	Empleo generado	Volumen de negocio (millones de euros)	Creación de negocio local (millones de euros)
Conxemar 2024	España	27.080	766	91,4(1) + 579,0(2)	1.175(1) +4.547(2)	847,00	163,70
Conxemar 2023	España	26.736	767	87,4(1) + 662,5 (2)	1.149(1) + 5.203(2)	619,00	220,40
FITUR Madrid 2024	España	250.000	806	430,0(3)	-	-	-
FITUR Madrid 2023	España	222.000	755	400,0(3)	-	-	-
Mobile World Congress Barcelona 2024	España	101.000	2.700	502,0(3)	9.200 (Tiempo parcial)	-	-
Mobile World Congress Barcelona 2023	España	88.500	2.400	461,0(3)	9.100 (tiempo parcial)	-	-
Seafood Expo Global Barcelona 2024	España	35.000	2.244	156,0(3)	-	-	-
Seafood Expo Global Barcelona 2023	España	34.000	2.078	150,0(3)	-	-	-
Infoagro Exhibition 2024	México	20.000	500	-	-	-	-
Infoagro Exhibition 2023	España	44.500	600	-	-	18,00	-
Gulf Information and Technology Exhibition GLOBAL Dubai 2024	Emiratos Árabes Unidos	200.000	6.500	-	-	-	-
Gulf Information and Technology Exhibition GLOBAL Dubai 2022	Emiratos Árabes Unidos	170.000	5.000	($394) (3)	9.600 (3)	-	-
Geneva International Motor Show 2024	Suiza	168.000	37	-	-	-	-
Geneva International Motor Show 2020	Suiza	602.511	184	211,6 (3)	-	-	-
Expoalimentaria 2024	Perú	30.000	629	-	-	661,80	-
Expoalimentaria 2023	Perú	20.000	580	-	-	501,01	-
BIOFACH 2024	Alemania	34.626	2.550	-	-	-	-
Feria Internacional de Electrónica de Consumo (CES) 2024	Estados Unidos	135.000	4.300	($291) (gasto directo)	-	-	-

(1) Suma del impacto directo, indirecto e inducido generado por la celebración de la Feria. Para el caso de impacto económico, en términos de producción. Para el caso de empleo, en EJC/año.

(2) Suma del impacto directo, indirecto e inducido, en términos de producción, generado por la creación de negocio local en la Feria. Para el caso de impacto económico, en términos de producción. Para el caso de empleo, en EJC/año.

(3) La fuente no detalla los tipos de impacto ni la metodología de cálculo.

Fuente: Elaboración propia incluyendo datos de Expansión (2023), Ajuntament de Barcelona (2023), SeafoodExpo (2023, 2024), IFEMA (2024), MWC Barcelona (2024), Infoagro (2023, 2024), GITEX (2022, 2024), Ahuja (2020), Agraria.pe (2023), Geneva International Motor Show (2024), ICEX Lima (2024), ICEX Düsseldorf (2024) y Comiskey and Pannett (2024).

4.1.3. Impacto en medios y redes sociales

Nunca antes la repercusión mediática tuvo tanta importancia como en el contexto de mundo interconectado en el que vivimos. Es por ello por lo que resulta un aspecto clave a la hora de abordar el análisis de impacto, no solo económico, sino, muy especialmente, social.

En este apartado se aborda el análisis del impacto generado por la repercusión de la 25.ª edición de la Feria Conxemar y actividades complementarias (Conxemar Fish & Kids, ConxeFest y ConxeTapas) en medios de comunicación (prensa escrita, prensa digital, radio y televisión) y en redes sociales (Facebook, LinkedIn, Instagram y X).

En cuanto a los medios de comunicación en su versión escrita y digital, tal y como se muestra en la Tabla 22, se han obtenido a lo largo de la campaña de observación (01/09/2024 – 28/10/2024) un total de 1.224 impactos en los que se mencionaba la 25.ª edición de la Feria Conxemar, correspondiendo la mayoría a la prensa digital (73%). En cuanto al resto de medios de comunicación tradicionales, en el mismo periodo de observación, se registraron un total de 355 entrevistas o reportajes con la Feria Conxemar, o actividades complementarias, de protagonista, correspondiendo 241 de ellos a prensa escrita, 74 de ellos a radio, y los 40 restantes a televisión.

Atendiendo a los indicadores detallados en el apartado 3 de metodología, se ha estimado para los mismos un valor publicitario equivalente conjunto de 2.069.135 €, y un valor de comunicación de 6.207.405 €.

TABLA 22. PRINCIPALES IMPACTOS E INDICADORES GENERADOS POR LA CELEBRACIÓN DE LA 25.ª EDICIÓN DE LA FERIA CONXEMAR

	Total	Papel	Digital	Radio	Televisión
Impactos	1.244	241	889	74	40
Audiencia Potencial Equivalente (personas)	116.038.436,00	4.277.596,00	24.571.011,00	11.469.500,00	75.720.329,00
Valor Publicitario Equivalente	2.069.135,00 €	284.554,00 €	1.178.921,00 €	386.246,00 €	219.414,00 €
Valor de Comunicación	6.207.405,00 €	853.662,00 €	3.536.763,00 €	1.158.738,00 €	658.242,00 €

Fuente: Asociación Coxemar

En cuanto a la cuantificación económica del impacto generado en redes sociales, concretamente en redes LinkedIn, Instagram y Facebook, por la celebración de la 25.ª edición de la Feria Conxemar, se ha procedido a realizar un análisis basado en el impacto mediante el crecimiento orgánico, tal y como se detallaba en el apartado 3.3.3.

En primer lugar, la Tabla 23 muestra los principales indicadores obtenidos en cada red durante el periodo de observación.

TABLA 23. PRINCIPALES RESULTADOS OBTENIDOS EN CADA RED SOCIAL EN EL PERIODO DE OBSERVACIÓN (01/09/2024-28/10/2024)

	LINKEDIN	INSTAGRAM	INSTAGRAM (COLABORACIONES)	X	FACEBOOK
Posts/publicaciones	10	121	11	12	15
Alcance	31.394	174.615	-	-	6.858
Visualizaciones	-	-	313.086	-	-
Impresiones	-	-	-	3.048	-
Interacciones	4.472	8.009	5.628	134	132

Fuente: Asociación Conxemar

A continuación, se realizaron simulaciones en Instagram, Facebook y LinkedIn para obtener el Valor Publicitario Equivalente de las campañas orgánicas, entendiéndose campaña orgánica como el proceso de crecimiento e interacción en redes sociales generado a causa de publicaciones no pagadas. La tabla 24 muestra los resultados obtenidos en dichas simulaciones. Es importante aclarar que los resultados que aquí se declaran son estimados en base a los costes y predicción de impacto ofrecidos por cada red social. Por lo tanto, los resultados finales de la realización efectiva de dichas campañas podrían variar.

Instagram

Para alcanzar 174.615 usuarios en una campaña de Instagram Ads, según Instagram (2025) se necesitarían 2.842 euros, con un coste por usuario alcanzado de 0,016 euros. Es esencial tener en cuenta que esta cifra es meramente una estimación, y los resultados reales pueden variar debido a diversos factores que afectan el rendimiento de la campaña publicitaria.

Facebook

En base a la información y cálculos proporcionados, el costo estimado para llegar a 6.858 usuarios a través de esta red social sería de 232 euros, con un coste por usuario alcanzado de 0,034 euros. Sin embargo, es crucial tener presente que esta es una estimación y que los resultados reales pueden fluctuar según diversos factores.

LinkedIn

Considerando la información proporcionada por LinkedIn (2025), el costo estimado para alcanzar 31.394 usuarios sería de aproximadamente 580 euros, con un coste por usuario alcanzado de 0,018 euros. Se subraya la importancia de reconocer que esta cifra es una estimación y que los resultados reales pueden variar según diversos factores.

Así, el gasto total ahorrado al no incurrir en campañas inorgánicas (Tabla 24), para un alcance total de 212.867 usuarios, sería de 3.654 euros.

TABLA 24. ESTIMACIÓN COSTES AHORRADOS EN PUBLICIDAD DE LA FERIA EN BASE AL ALCANCE EN LAS REDES SOCIALES INSTAGRAM, FACEBOOK Y LINKEDIN

	Alcance usuarios	Costes	Valor Publicitario Equivalente (VPE)
Instagram	174.615	2.842,00 €	0,016 €
Facebook	6.858	232,00 €	0,034 €
LinkedIn	31.394	580,00 €	0,018 €
TOTAL	212.867	3.654,00 €	-

Fuente: Elaboración propia a partir de Instagram (2025), Facebook (2025) y LinkedIn (2025)

4.1.4. Impacto esperado de la demanda no atendida

La Feria Conxemar ha experimentado un continuo crecimiento desde la inesperada interrupción provocada en 2020 por la pandemia de COVID-19, alcanzando, en esta última edición, 766 expositores y un área dedicada a estands de 19.103 m^2.

El Instituto Ferial de Vigo (IFEVI) hospeda la Feria Conxemar desde su inicio en 1999. A pesar de sus sucesivas ampliaciones en los últimos años, en las últimas ediciones de la Feria Conxemar, la Asociación Conxemar afirma que no se ha podido satisfacer todas las demandas de espacio por parte de las empresas interesadas en participar como expositor, bien las de aquellas que solicitaban estands de mayor tamaño, bien las de aquellas empresas que solicitaban

un espacio mínimo de exposición.

Así, tal y como se puede observar en la Tabla 25, la superficie total no atendida en la última edición de la Feria equivalió a 2.260 m^2 (83 estands), frente a los 2.049m^2 (65 estands) no atendidos en 2023. Esto supone un incremento en la demanda de superficie de exposición no atendida de más de 10% (18 estands más). Respecto a la edición de 2023, en esta última edición de la Feria se ha incrementado notablemente la demanda de estands pequeños y medianos, en detrimento de los estands grandes.

TABLA 25. NÚMERO DE ESTANDS Y METROS CUADRADOS DE EXPOSICIÓN NO ATENDIDOS EN LA 25.ª EDICIÓN DE LA FERIA CONXEMAR

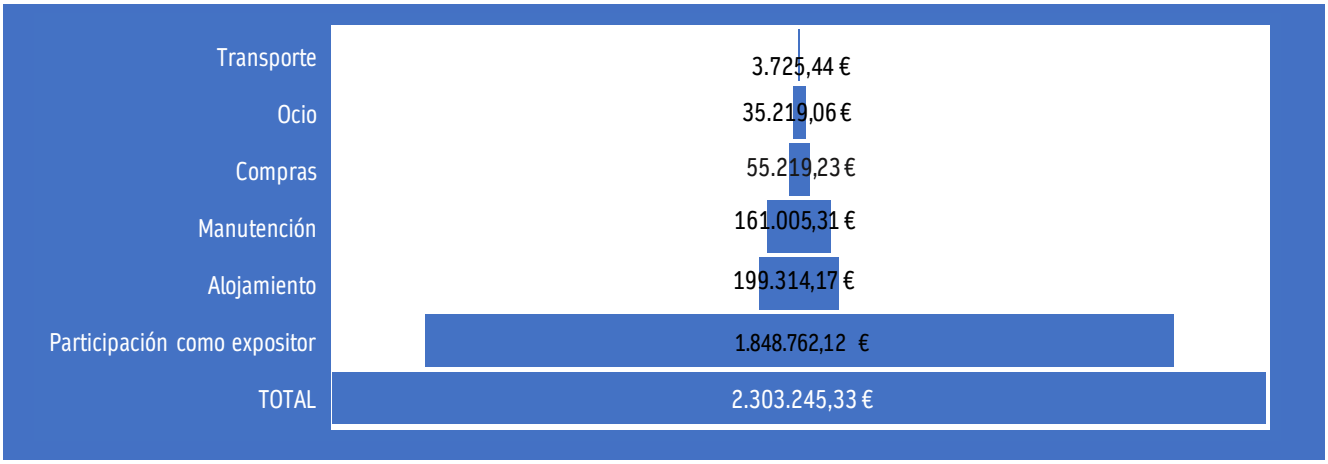
	2023		2024	
Tipo de estand	Nº de estands	m^2 netos	Nº de estands	m^2 netos
Pequeños	50	804	69	1.199
Medianos	7	230	10	640
Grandes	8	1.015	4	421

Fuente: Elaboración propia a partir de datos proporcionados por Asociación Conxemar

Para llevar a cabo este análisis en el que se supone que es posible atender toda la demanda de exposición, es necesario realizar una serie de asunciones. En primer lugar, se asume que los gastos de organización, así como el número de visitantes, permanecen constantes. Por otra parte, se asumen como referencia las medias de gasto de organizaciones y personas expositoras de la Feria Conxemar 2024.

En este contexto, la Figura 15 muestra los gastos totales acumulados por tipología de gasto. El mayor impacto económico se correspondería con los gastos de las organizaciones para participar como expositoras, el cual representa un 80,3% de los gastos potenciales totales. En segundo lugar, alineado con los resultados obtenidos hasta el momento, se encontrarían los gastos de alojamiento, representando un 8,7% del total, seguidos de los de manutención (7%), los de compras (2,4%), ocio (1,5%) y, en último lugar, los de transporte (0,2%).

FIGURA 15. GASTOS POTENCIALES TOTALES DE LOS ESTANDS POR TIPOLOGÍA DE GASTO



Fuente: Elaboración propia a partir de datos proporcionados por Asociación Conxemar y Sondaxe S.L.

Si se analizan estos datos según el origen de la empresa expositora (Tabla 26), se observa como la mayor parte del gasto potencial provendría de los estands pertenecientes a las empresas de fuera de Galicia, representando un 73,1% del gasto potencial total.

TABLA 26. GASTOS TOTALES POTENCIALES DE LOS EXPOSITORES POR PROCEDENCIA Y TIPOLOGÍA DE GASTO

Tipo de estand	Alojamiento	Manutención	Compras	Ocio	Transporte	Participación como expositor
Vigo y su área de influencia	4.955,11 €	17.547,35 €	1.828,10 €	2.633,91 €	41,06 €	235.702,76 €
Resto de Galicia	14.250,53 €	11.542,46 €	2.659,13 €	2.876,52 €	463,56 €	324.457,29 €
Resto de España	77.068,24 €	94.909,64 €	5.482,37 €	5.985,69 €	991,28 €	652.415,68 €
Resto del mundo	103.040,29 €	37.005,86 €	45.249,63 €	23.722,95 €	2.229,54 €	636.186,39 €
TOTAL	199.314,17 €	161.005,31 €	55.219,23 €	35.219,06 €	3.725,44 €	1.848.762,12 €

Fuente: Elaboración propia incluyendo datos proporcionados por Asociación Conxemar y Xeria Digital S.L.

En la Tabla 27 se recoge el impacto directo que se podría haber generado durante la Feria en caso de poder hacer frente a la totalidad de la demanda. Se calcula que el efecto potencial total generado en la producción podría haber alcanzado los 3.679.235,80 euros, 2.063.216,82 euros en el caso de la renta y la creación de 44,16 empleos equivalentes a jornada completa (EJC)/año más.

Desde la perspectiva sectorial, los resultados sobre el potencial impacto directo obtenido, indican que el sector de la "Construcción" es el que produciría un mayor impacto, representando el 62,3% del impacto sobre el empleo y más del 66% sobre la producción y la renta. En cuanto a los sectores restantes, en términos de producción, únicamente "Actividades de alquiler" superaría el 10%.

TABLA 27. INCREMENTOS POTENCIALES DEL IMPACTO DIRECTO SOBRE LA PRODUCCIÓN, LA RENTA Y EL EMPLEO A PARTIR DE LA POTENCIAL ACTIVIDAD DE GASTO QUE GENERARÍA LA FERIA CONXEMAR EN ESTE SUPUESTO

Sectores de actividad	Producción		Renta		Empleo	
	Euros	%	Euros	%	EJC/año	%
Construcción	2.150.529,68	0,68	1.171.785,22	0,66	22,45	0,62
Comercio al por menor, salvo de vehículos de motor y motocicletas	71.539,47	0,02	48.990,63	0,03	1,93	0,05
Transporte terrestre y por tubería	5.541,59	0,00	2.330,94	0,00	0,06	0,00
Servicios de alojamiento	262.396,67	0,08	168.259,96	0,10	4,48	0,12
Servicios de comidas y bebidas	208.727,88	0,07	132.863,88	0,08	2,72	0,08
Actividades de alquiler	420.316,53	0,13	214.637,00	0,12	3,57	0,10
Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento de no merca	48.316,56	0,02	23.698,09	0,01	0,80	0,02
TOTAL	3.167.368,38		1.762.565,71		36,01	

Fuente: Elaboración propia incluyendo datos proporcionados por Asociación Conxemar y Xeria Digital S.L.

A modo de resumen, la Tabla 28 muestra el importe potencial total que se podría haber generado sobre la producción, la renta y el empleo durante la Feria en función de las tres tipologías de impacto analizadas. La estimación arroja un total de 95 empleos, un impacto próximo a los 8,4 millones de euros sobre la producción y de casi 4,7 millones de euros sobre la renta.

Desagregado ahora por tipología de impacto, es el inducido el que refleja la mayor repercusión socioeconómica, con en torno a un 40% del impacto potencial total sobre la producción y el empleo y más del 42% sobre la renta. A continuación, en términos de producción, se encontraría el impacto directo (en torno al 38% del impacto económico potencial total) y, finalmente, representando menos del 23% para todas las magnitudes, el indirecto.

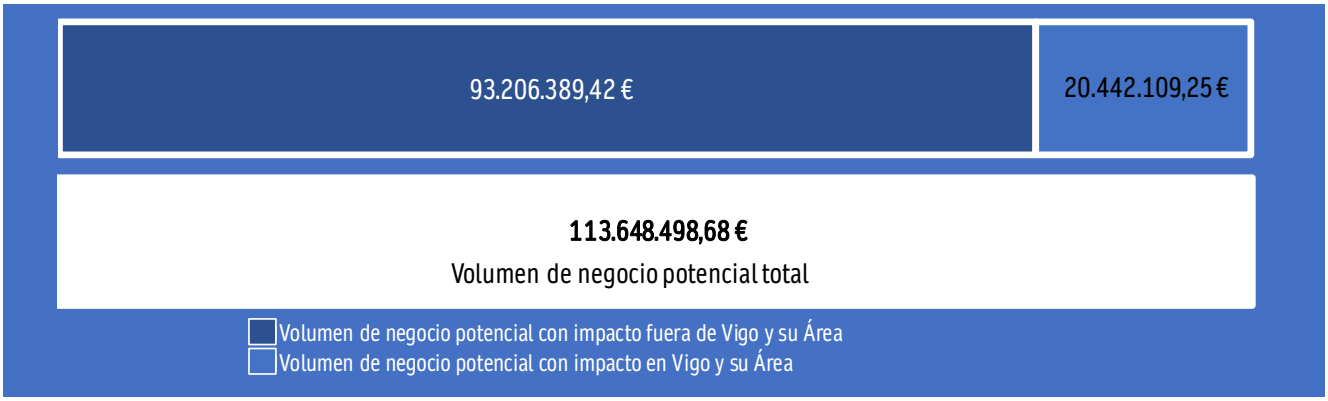
TABLA 28. RESUMEN DEL INCREMENTO POTENCIAL DE LOS IMPACTOS DIRECTOS, INDIRECTOS E INDUCIDOS POR LA CELEBRACIÓN DE LA FERIA EN ESTE SUPUESTO

Tipos de impactos	Producción		Renta		Empleo	
	Euros	%	Euros	%	EJC/año	%
Directos	3.167.368,38	37,76%	1.762.565,71	37,78%	36,01	37,81%
Indirectos	1.923.394,39	22,93%	924.976,93	19,83%	21,43	22,50%
Inducidos	3.298.328,16	39,32%	1.977.832,87	42,39%	37,80	39,69%
TOTAL	8.389.090,94		4.665.375,52		95,24	

Fuente: Elaboración propia incluyendo datos proporcionados por Asociación Conxemar

Pasando ahora al análisis de la creación de negocio, y aplicando las medias obtenidas en el apartado 4.1.2, se obtiene un incremento potencial total superior a los 113 millones de euros; el 18% permanecería en la Comarca de Vigo mientras que el restante pasaría a repercutir en otras regiones (Figura 16).

FIGURA 16. INCREMENTO POTENCIAL DE LA CREACIÓN DE NEGOCIO EN ESTE SUPUESTO



Fuente: Elaboración propia a partir de datos proporcionados por Asociación Conxemar

Al igual que en el apartado 4.1.2, este volumen de negocio generaría un impacto sobre la producción, la renta y en el empleo. De forma resumida, la Tabla 29 muestra el incremento potencial de los impactos directos, indirectos e inducidos de la Feria Conxemar 2024 en este supuesto. En conjunto, se estima una repercusión en torno a los 72 millones de euros sobre la producción y a los 20 millones de euros sobre la renta, además de la generación de 567 empleos.

TABLA 29. RESUMEN DEL INCREMENTO DE IMPACTOS DIRECTOS, INDIRECTOS E INDUCIDOS POTENCIALES DE LA FERIA CONXEMAR POR LA CREACIÓN DE NEGOCIO EN ESTE SUPUESTO

Tipos de impactos	Producción		Renta		Empleo	
	Euros	%	Euros	%	EJC/año	%
Directos	28.435.743,53	39,34%	7.948.232,00	39,34%	223,29	39,34%
Indirectos	17.513.073,72	24,23%	1.347.971,23	6,67%	137,52	24,23%
Inducidos	26.324.326,62	36,42%	10.905.263,07	53,98%	206,71	36,42%
TOTAL	72.273.143,86		20.201.466,31		567,51	

Fuente: Elaboración propia incluyendo datos proporcionados por Asociación Conxemar

4.2. Impacto Socioeconómico del Congreso Conxemar-FAO 2024

En este apartado se analiza el impacto del 12.º Congreso internacional Conxemar-FAO celebrado el 30 de septiembre de 2024. Este análisis abarca, por una parte, el impacto directo sobre Vigo y su área de influencia producido por los gastos de organización, así como el derivado por la llegada a Vigo de 350 personas con motivo del Congreso. Por otra parte, incluye el impacto indirecto e inducido generado en las diferentes ramas de actividad interrelacionadas. También se

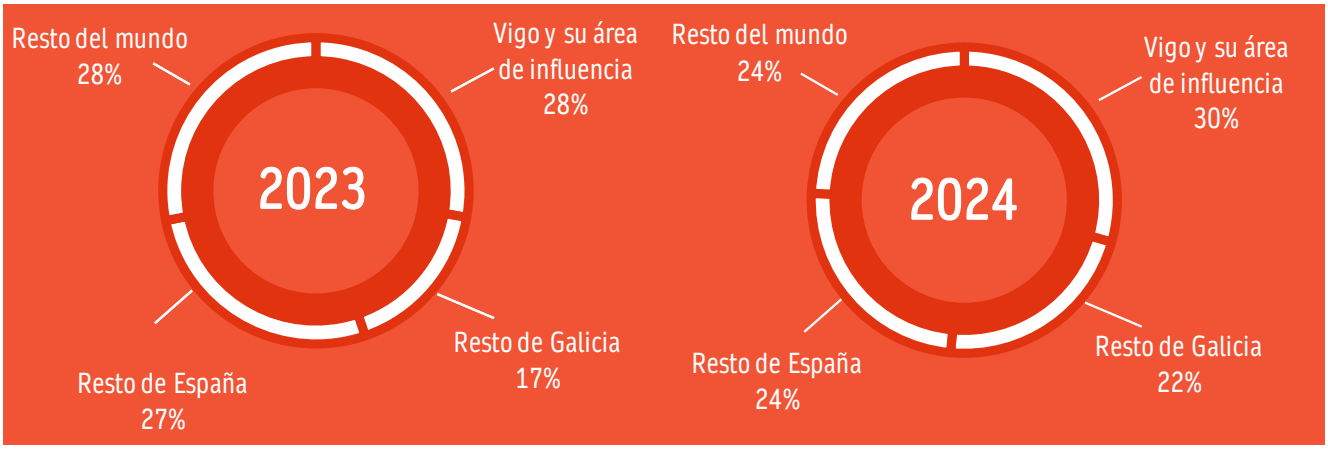
incluye una estimación de la repercusión a nivel mediático del evento.

4.2.1. Impacto directo, indirecto e inducido por la celebración del Congreso

Se entiende como impacto directo generado por el Congreso Conxemar-Fao, aquel derivado de los gastos asociados a la celebración del Congreso, i.e., aquellos gastos en los que no se incurrirían si el Congreso no hubiera tenido lugar. Estos gastos son soportados por la entidad organizadora, Asociación Conxemar (alquileres, cáterin, servicios auxiliares…) y por las personas que asisten al Congreso (alojamiento, compras, ocio…).

Se comienza analizando la estructura de la población de asistentes en función de su procedencia (Figura 17). Se observa un cierto incremento del porcentaje de asistentes de Galicia, así como un consecuente descenso del porcentaje de asistentes de fuera de Galicia. De este modo, más de la mitad de los asistentes procedería de Galicia en esta última edición.

FIGURA 17. PROCEDENCIA DE ASISTENTES AL CONGRESO CONXEMAR 2023-2024



Fuente: Elaboración propia a partir de CZFV y Conxemar (2024b) y datos proporcionados por Asociación Conxemar

Tal y como se argumenta en el apartado 3.2.3, a la población de asistentes al Congreso, previamente identificada según su procedencia, se le aplican las medias muestrales diarias de los visitantes a la Feria para inferir los gastos directamente relacionados con la celebración del Congreso. Para el transporte, se ha seguido la misma metodología empleada en el apartado 3.2.1.

En la Tabla 30 se pueden observar las medias obtenidas por tipología de gasto y procedencia. En líneas generales, se distingue un mayor gasto promedio para todas las categorías para quienes asisten desde el resto del mundo y el resto de España, que en los estratos restantes.

TABLA 30. MEDIAS POR TIPOLOGÍA DE GASTO Y PROCEDENCIA DE ASISTENTES AL CONGRESO CONXEMAR-FAO 2024

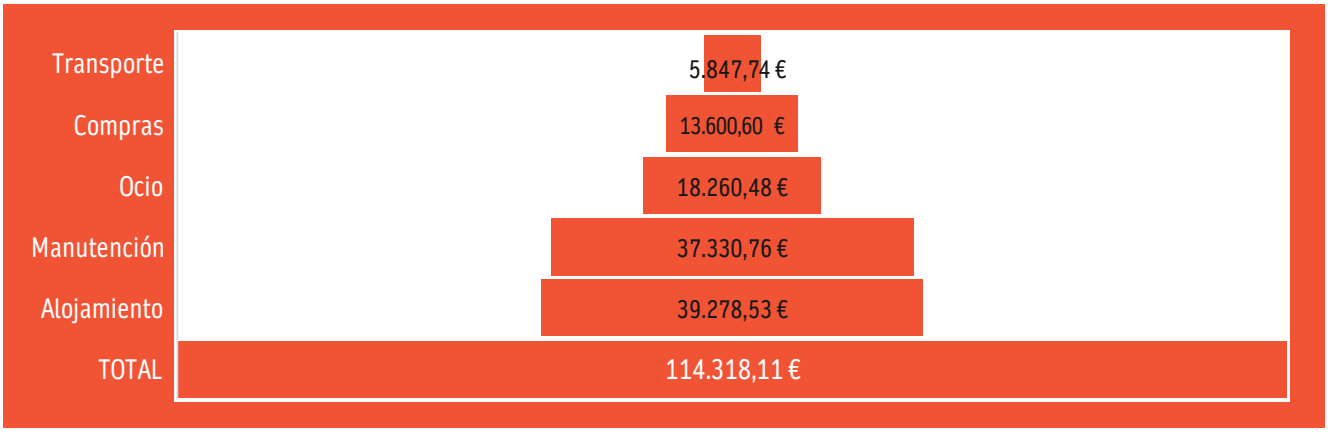
Medias muestrales	Vigo y su área de influencia	Resto de Galicia	Resto de España	Resto del mundo
Alojamiento	53,49 €	58,22 €	165,63 €	178,91 €
Manutención	79,55 €	89,85 €	135,56 €	125,83 €
Compras	34,46 €	34,66 €	37,77 €	49,08 €
Ocio	52,47 €	50,79 €	53,22 €	52,02 €
Transporte	6,45 €	5,69 €	24,96 €	30,87 €

Nota: las medias de gasto se calculan a precios básicos.

Fuente: Elaboración propia

Las medias recogidas en el apartado 3.3.1, inferidas a la totalidad de la población de asistentes al Congreso Conxemar-FAO, han permitido estimar el gasto derivado del Congreso. Así, la Figura 18 muestra, desglosado por partida, el volumen de gasto que los asistentes al Congreso realizan en el Área de Vigo. Se puede observar que más de dos tercios del gasto se concentra en manutención (32,7%) y alojamiento (34,4%). A continuación, se situaría ocio (16%), compras (11,9%) y, por último, transporte (5,1%).

FIGURA 18. GASTO TOTAL DE ASISTENTES AL CONGRESO POR TIPOLOGÍA DE GASTO



Fuente: Elaboración propia a partir de datos proporcionados por Asociación Conxemar

En la Tabla 31 se representan los principales indicadores sobre asistentes al Congreso en función de las cuatro procedencias analizadas. Prácticamente dos tercios del gasto realizado por asistentes al Congreso corresponde a personas procedentes de fuera de Galicia, concretamente, el 32,5% corresponde a personas procedentes del resto del mundo y el 31% a asistentes del resto de España. En cuanto a los asistentes gallegos, el 20,4% de los gastos corresponderían a los asistentes del Área de Vigo, y el 11,1% restante a los procedentes del resto de Galicia.

En cuanto a las medias de gasto diario por asistente, los datos indican que las personas procedentes de fuera de Galicia gastan al menos el doble por día que los asistentes gallegos.

TABLA 31. PRINCIPALES INDICADORES SOBRE ASISTENTES AL CONGRESO EN FUNCIÓN DE LA PROCEDENCIA

	Vigo y su área de influencia	Resto de Galicia	Resto de España	Resto del mundo	Total asistentes
Gasto medio diario	226,43 €	239,20 €	417,14 €	436,71 €	326,62 €
Número de asistentes	103	77	85	85	350
Días de estancia	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
GASTO TOTAL	23.322,47 €	18.418,39 €	35.456,90 €	37.120,35 €	114.318,11 €

Fuente: Elaboración propia incluyendo datos proporcionados por Asociación Conxemar

El siguiente cuadro (Tabla 32) nos da más información sobre los patrones de comportamiento de asistentes. Las principales diferencias se observan en el gasto de alojamiento, en el que quienes proceden de fuera de Galicia invierten, como parecería lógico pensar, en torno al doble que quienes residen en Galicia. El comportamiento en el resto de las tipologías de gasto es similar.

TABLA 32. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DEL PATRÓN DE GASTO DE ASISTENTES AL CONGRESO POR TIPOLOGÍA DE GASTO Y PROCEDENCIA

	Vigo y su área de influencia	Resto de Galicia	Resto de España	Resto del mundo
Alojamiento	23,62%	24,34%	39,71%	40,97%
Manutención	35,13%	37,56%	32,50%	28,81%
Compras	15,22%	14,49%	9,05%	11,24%
Ocio	23,17%	21,23%	12,76%	11,91%
Transporte	2,85%	2,38%	5,98%	7,07%

Fuente: Elaboración propia

Una vez analizado en profundidad el comportamiento de gasto de asistentes, se procede ahora a calcular su impacto económico (directo, indirecto e inducido) en el área objeto del estudio. Para ello, es necesario estructurar dichos gastos según la configuración sectorial de las tablas *input-output* de la economía gallega. A estos gastos, también se han agregado los gastos de organización del Congreso y de otras instituciones/organizaciones a través de patrocinios. Una vez estructurados por ramas todos los gastos directos, es necesario realizar una serie de ajustes.

En primer lugar, se corrigen los márgenes de impuestos para adaptar el vector de gasto al tipo de valoración con la que se publica la tabla *input-output*, esto es, a precios básicos. Por último, los sueldos y salarios, las indemnizaciones laborales, las cotizaciones sociales u otro tipo de remuneración que recibe el personal contratado para organizar el Congreso Conxemar-FAO se asigna a un sector ficticio denominado economías domésticas, que agrupa la parte de los gastos de la Feria que van directamente a manos de los hogares. De esta forma, queda configurado el vector de demanda, tal y como se muestra en la siguiente Tabla 33.

Los sectores asociados a manutención y alojamiento ocupan las dos primeras posiciones en cuanto a volumen de gasto, con un 26,9% y un 25,3%, respectivamente. El sector del ocio se sitúa en tercera posición con un 13,6% del total.

TABLA 33. VECTOR DE DEMANDA DEL CONGRESO CONXEMAR-FAO 2024 DETALLADO POR EPÍGRAFES SEGÚN LAS TABLAS *INPUT-OUTPUT* GALICIA 2018

Código	Descripción rama homogénea	Vector de demanda
R47	Comercio al por menor, salvo de vehículos de motor y motocicletas	13.600,60 €
R49	Transporte terrestre y por tubería	5.847,74 €
R55	Servicios de alojamiento	70.935,53 €
R56	Servicios de comidas y bebidas	75.443,26 €
R73	Publicidad y estudios de mercado	2.155,00 €
R74_75	Otras actividades profesionales, científicas, técnicas y veterinarias	15.750,00 €
R77	Actividades de alquiler	1.275,00 €
R79	Actividades de las agencias de viajes, operadores turísticos, servicios de reservas y actividades relacionadas	21.684,46 €
R90_93M	Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento de mercado	38.122,98 €
Ec. Dom	Economías domésticas	35.450,00 €
	TOTAL	280.264,57 €

Fuente: Elaboración propia incluyendo datos proporcionados por Asociación Conxemar

Antes de proceder al cálculo de los multiplicadores directos, indirectos e inducidos, que permitirán calcular el correspondiente impacto, es necesario llevar a cabo un ajuste adicional; el "sector" de economía doméstica se redistribuye a las ramas sectoriales según el patrón de gasto medio que indica la columna "Gasto en consumo interior final de los hogares" de la tabla simétrica interior *input-output*.

A continuación, aplicando el análisis *input-output*, se obtiene el impacto directo generado por el Congreso en Vigo y su área de influencia en términos de producción, renta y empleo (Tabla 34). El efecto total estimado es de 365.973,57 euros sobre la producción, 216.197,24 euros sobre la renta y una generación de 5,5 empleos equivalentes a jornada completa (EJC)/año.

De forma más específica, los resultados muestran que el sector "Servicios de comidas y bebidas" es el que produce el mayor impacto, teniendo más peso sobre la renta (31,4%) que sobre la producción (29,2%) y el empleo (25,5%). Posteriormente, se encontrarían los sectores de "Servicios de alojamiento" y "Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento de no mercado" como los que producen un mayor impacto sobre las variables socioeconómicas analizadas. En conjunto, estos tres sectores representarían el 69,2% del impacto directo sobre la producción, el 71,2% sobre la renta y el 70,9% sobre el empleo.

TABLA 34 . IMPACTO DIRECTO EN TÉRMINOS DE PRODUCCIÓN, RENTA Y EMPLEO DEL CONGRESO CONXEMAR-FAO 2024, DETALLADO POR EPÍGRAFES SEGÚN LAS TABLAS *INPUT-OUTPUT* DE GALICIA 2018 TRAS REDISTRIBUIR EL IMPORTE DE "ECONOMÍAS DOMÉSTICAS"

Sectores de actividad	Producción		Renta		Empleo	
	Euros	%	Euros	%	EJC/año	%
Agricultura, ganadería, caza y servicios relacionados	1.244,29	0,34%	652,35	0,30%	0,02	0,31%
Silvicultura y explotacion forestal	8,92	0,00%	4,34	0,00%	0,00	0,00%
Pesca	119,40	0,03%	72,36	0,03%	0,00	0,05%
Acuicultura	75,15	0,02%	57,84	0,03%	0,00	0,03%
Industrias extractivas	0,03	0,00%	0,01	0,00%	0,00	0,00%
Procesamiento y conservación de carne y elaboración de produtos	1.029,18	0,28%	278,80	0,13%	0,01	0,11%
Procesamiento y conservación de pescado, crustáceos y moluscos	273,58	0,07%	76,47	0,04%	0,00	0,04%
Fabricación de productos lácteos	698,87	0,19%	101,71	0,05%	0,00	0,03%
Fabricación de productos paral a alimentación animal	7,68	0,00%	1,53	0,00%	0,00	0,00%
Otras industrias alimentarias	340,76	0,09%	139,97	0,06%	0,00	0,09%
Fabricación de bebidas e industria del tabaco	228,93	0,06%	116,50	0,05%	0,00	0,02%
Industria téxtil	6,47	0,00%	3,81	0,00%	0,00	0,00%
Confección de ropa de vestir e industria del coiro y del calzado	109,90	0,03%	58,60	0,03%	0,00	0,02%
Industria de la madeira y del corcho, excepto muebles; cestería y	2,69	0,00%	0,76	0,00%	0,00	0,00%
Industria del papel	23,13	0,01%	11,37	0,01%	0,00	0,00%
Artes gráficas y reprodución de soportes grabados	1,39	0,00%	0,73	0,00%	0,00	0,00%
Coquerías y refino de petróleo	582,39	0,16%	256,55	0,12%	0,00	0,01%
Industria química y fabricación de produtos farmacéuticos	55,16	0,02%	22,71	0,01%	0,00	0,00%
Fabricación de produtos de caucho y plásticos	6,03	0,00%	2,48	0,00%	0,00	0,00%
Fabricación de otros produtos minerales no metálicos	23,29	0,01%	7,11	0,00%	0,00	0,00%
Metalurgia; fabricación de productos de hierro, acero y herrajes	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
Fabricación de productos metálicos, excepto maquinaria y equipamento	2,62	0,00%	1,31	0,00%	0,00	0,00%
Fabricación de productos informáticos, electrónicos y ópticos	1,64	0,00%	0,96	0,00%	0,00	0,00%
Fabricación de material y equipamento eléctrico	3,18	0,00%	1,83	0,00%	0,00	0,00%
Fabricación de maquinaria y equipamento n.c.n.	2,30	0,00%	1,15	0,00%	0,00	0,00%
Fabricación de vehículos de motor, remolques y semirremolques	19,27	0,01%	6,35	0,00%	0,00	0,00%
Fabricación de otro material de transporte	20,91	0,01%	4,69	0,00%	0,00	0,00%
Fabricación de muebles	51,45	0,01%	24,94	0,01%	0,00	0,01%
Otras industrias manufactureras	53,94	0,01%	28,54	0,01%	0,00	0,02%
Reparación e instalación de maquinaria y equipamento	40,17	0,01%	22,41	0,01%	0,00	0,01%
Suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado	1.791,53	0,49%	871,88	0,40%	0,00	0,01%
Suministro de auga, actividades de saneamiento, gestión de residuos y descontaminación de mercado	364,43	0,10%	156,05	0,07%	0,00	0,05%
Actividades de saneamiento y gestión de residuos de no mercado	335,66	0,09%	44,29	0,02%	0,00	0,02%
Construcción	556,60	0,15%	303,28	0,14%	0,01	0,11%
Venta y reparación de vehículos de motor	1.390,17	0,38%	771,49	0,36%	0,03	0,48%
Comercio al por mayor e intermediarios de comercio, excepto de	1.907,03	0,52%	933,10	0,43%	0,02	0,28%
Comercio al por menor, salvo de vehículos de motor y motocicletas	23.125,35	6,32%	15.836,37	7,32%	0,62	11,44%
Transporte terrestre y por tubería	9.667,17	2,64%	4.066,26	1,88%	0,10	1,81%
Transporte marítimo y por vías navegables interiores; transporte aéreo	165,41	0,05%	45,13	0,02%	0,00	0,01%
Almacenamientoye actividades anexas al transporte	373,38	0,10%	161,21	0,07%	0,00	0,04%
Actividades postales y de correo	28,12	0,01%	18,94	0,01%	0,00	0,01%
Servicios de alojamiento	93.983,75	25,68%	60.266,40	27,88%	1,61	29,42%
Servicios de comidas y bebidas	106.787,51	29,18%	67.974,64	31,44%	1,39	25,51%
Edición	80,39	0,02%	41,98	0,02%	0,00	0,02%
Actividades cinematográficas de video y televisión, grabación de sonido y edición musical; actividades de programación y emisión de radio y	9,33	0,00%	5,92	0,00%	0,00	0,00%
Telecomunicaciones	1.003,97	0,27%	511,42	0,24%	0,00	0,03%
Programación, consultoría y otras actividades relacionadas con la informática; servicios de información	3,27	0,00%	1,92	0,00%	0,00	0,00%
Servicios financeiros, excepto seguros y fondos de pensiones	762,31	0,21%	484,02	0,22%	0,00	0,07%
Seguros, reaseguros e fondos de pensiones excepto Seguridad Social	907,14	0,25%	339,16	0,16%	0,00	0,01%
Actividades auxiliares a los servicios financeiros y a los seguros	476,12	0,13%	221,29	0,10%	0,00	0,07%
Actividades inmobiliarias	7.180,97	1,96%	6.642,81	3,07%	0,01	0,16%
Actividades jurídicas y de contabilidad; actividades de las sedes centrais; actividades de consultoría y de gestión empresarial	175,52	0,05%	107,43	0,05%	0,00	0,07%
Servicios técnicos de arquitectura e ingeniería; ensayos y análisis	64,37	0,02%	34,13	0,02%	0,00	0,02%
Investigación y desarrollo	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
Publicidad y estudos de mercado	3.038,24	0,83%	984,21	0,46%	0,04	0,72%
Otras actividades profesionais, científicas, técnicas y veterinarias	18.425,77	5,03%	14.452,77	6,68%	0,21	3,78%
Actividades de alquiler	1.728,23	0,47%	882,53	0,41%	0,01	0,27%
Actividades relacionadas con el empleo	0,36	0,00%	0,34	0,00%	0,00	0,00%
Actividades de las agencias de viajes, operadores turísticos, servicios de reservas y actividades relacionadas	27.848,56	7,61%	8.115,96	3,75%	0,29	5,30%
Actividades de seguridad e investigación; servicios a edificios y actividades de jardinería; actividades administrativas de oficina y otras	27,88	0,01%	18,73	0,01%	0,00	0,02%
Administración pública y defensa; Seguridad Social obligatoria	56,91	0,02%	42,00	0,02%	0,00	0,01%
Educación de mercado	489,07	0,13%	416,11	0,19%	0,01	0,25%
Educación de no mercado	65,71	0,02%	60,80	0,03%	0,00	0,02%
Actividades sanitarias y de servicios sociales de mercado	2.328,29	0,64%	1.420,16	0,66%	0,05	0,97%
Actividades sanitarias y de servicios sociales de no mercado	32,59	0,01%	20,52	0,01%	0,00	0,01%
Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento de mercado	1.811,29	0,49%	1.086,14	0,50%	0,02	0,43%
Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento de no mercado	52.318,11	14,30%	25.660,75	11,87%	0,87	15,96%
Actividades asociativas	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
Reparación de ordenadores, efectos personales y artículos de uso	62,80	0,02%	38,53	0,02%	0,00	0,03%
Otros servicios personales	988,78	0,27%	621,60	0,29%	0,04	0,66%
Actividades de los hogares como empleadores de persoal doméstico	578,75	0,16%	578,75	0,27%	0,06	1,13%
TOTAL	365.973,57		216.197,24		5,46	

Fuente: Elaboración propia incluyendo datos proporcionados por Asociación Conxemar y Xeria Digital S.L.

Tras aplicar el análisis *input-output*, y la obtención de los multiplicadores tipo I y tipo II, la Tabla 35 muestra los impactos directos, indirectos e inducidos sobre la economía de Vigo y su área de influencia. Las distintas columnas del cuadro muestran los impactos en términos de producción, renta y empleo.

El efecto inducido se muestra como el de mayor relevancia, suponiendo en torno al 40% del total en cada uno de los apartados. A continuación, se sitúa el efecto directo, con un porcentaje muy similar. Finalmente, se encuentra el impacto indirecto con un peso en torno al 19% en todos los apartados.

TABLA 35. RESUMEN DE IMPACTOS DIRECTOS, INDIRECTOS E INDUCIDOS DEL CONGRESO CONXEMAR-FAO 2024

Tipos de impactos	Producción		Renta		Empleo	
	Euros	%	Euros	%	EJC/año	%
Directos	365.973,57	40,14%	216.197,24	39,95%	5,46	39,84%
Indirectos	172.936,89	18,97%	98.553,80	18,21%	2,55	18,65%
Inducidos	372.815,33	40,89%	226.379,71	41,83%	5,68	41,51%
TOTAL	911.725,79		541.130,76		13,69	

Fuente: Elaboración propia incluyendo datos proporcionados por Asociación Conxemar

4.2.2. Impacto en medios y redes sociales

En este apartado se abordará el impacto generado por el 12.º Congreso Conxemar-FAO, tanto por su repercusión en medios de comunicación tradicionales (prensa escrita, radio, televisión), como en redes sociales (Instagram, LinkedIn, X).

En cuanto a los medios de comunicación en su versión escrita y digital, tal y como se muestra en la Tabla 36, se han obtenido a lo largo de la campaña de observación (01/09/2024 – 28/10/2024) un total de 218 impactos en los que se mencionaba el 12.º Congreso Conxemar-FAO, correspondiendo 162 a ediciones digitales de prensa, 35 a prensa escrita, 12 a radio y, los 9 restantes, a televisión. Atendiendo a los KPI´s detallados en el apartado 3 de metodología, se ha estimado para los mismos un valor publicitario equivalente de 357.371 euros, y un valor de comunicación de 1.072.113 euros.

TABLA 36. IMPACTOS Y PRINCIPALES KPI´S GENERADOS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN POR LA CELEBRACIÓN DEL CONGRESO CONXEMAR-FAO 2024

	Total	Papel	Digital	Radio	Televisión
Impactos	218	35	162	12	9
Audiencia Potencial Acumulada (personas)	23.916.798	743.289	4.965.606	922.400	17.285.503
Valor Publicitario Equivalente	357.371,00 €	73.387,00 €	240.936,00 €	15.495,00 €	27.553,00 €
Valor de Comunicación	1.072.113,00 €	220.161,00 €	722.808,00 €	46.485,00 €	82.659,00 €

Fuente: Asociación Conxemar

En cuanto a la cuantificación económica del impacto generado en redes sociales, concretamente en las redes LinkedIn, Instagram y Facebook, por la celebración de la 12.ª edición del Congreso Conxemar-FAO, se ha procedido a realizar un análisis basado en el impacto mediante el crecimiento orgánico, tal y como se detallaba en el apartado 3.3.3.

En primer lugar, la Tabla 37 muestra los principales indicadores obtenidos en cada red durante el periodo de observación.

TABLA 37. PRINCIPALES RESULTADOS OBTENIDOS EN CADA RED SOCIAL EN EL PERIODO DE OBSERVACIÓN (01/09/2024-28/10/2024)

FERIA	LINKEDIN	INSTAGRAM	X	FACEBOOK
Post	4	2	9	4
Alcance	12.645	1.153	-	2.090
Visualizaciones	-	-	-	-
Impresiones	-	-	5.517	-
Interacciones	2.146	88	387	21

Fuente: Asociación Conxemar

A continuación, se realizaron simulaciones en Instagram, Facebook y LinkedIn para obtener el Valor Publicitario Equivalente de las campañas orgánicas, entendiéndose campaña orgánica como el proceso de crecimiento e interacción en redes sociales generado a causa de publicaciones no pagadas. La tabla 38 muestran los resultados obtenidos en dichas simulaciones. Es importante aclarar que los resultados que aquí se declaran son estimados en base a los costes y predicción de impacto ofrecidos por cada red social, dicho esto, los resultados finales de la realización efectiva de dichas campañas podrían variar.

Instagram

Para alcanzar 1.153 usuarios en una campaña de Instagram Ads, según Instagram (2025) se necesitarían 58 euros, con un coste por usuario alcanzado de 0,050 euros. Es esencial tener en cuenta que esta cifra es meramente una estimación, y los resultados reales pueden variar debido a diversos factores que afectan el rendimiento de la campaña publicitaria.

Facebook

En base a la información y cálculos proporcionados, el costo estimado para llegar a 2.090 usuarios a través de esta red social sería de 116 euros, con un coste por usuario alcanzado de 0,056 euros. Sin embargo, es crucial tener presente que esta es una estimación y que los resultados reales pueden fluctuar según diversos factores.

LinkedIn

Considerando la información proporcionada por LinkedIn (2025), el costo estimado para alcanzar 12.645 usuarios sería de aproximadamente 580 euros, con un coste por usuario alcanzado de 0,046 euros. Se subraya la importancia de reconocer que esta cifra es una estimación y que los resultados reales pueden variar según diversos factores.

Así, el gasto total ahorrado al no incurrir en campañas inorgánicas, para un alcance total de 15.888 usuarios, sería de 754 euros.

TABLA 38. ESTIMACIÓN DE COSTES AHORRADOS EN PUBLICIDAD DE LA FERIA EN BASE AL ALCANCE EN LAS REDES SOCIALES INSTAGRAM, FACEBOOK Y LINKEDIN

	Alcance usuarios	Costes	Valor Publicitario Equivalente (VPE)
Instagram	1.153	58,00 €	0,050 €
Facebook	2.090	116,00 €	0,056 €
LinkedIn	12.645	580,00 €	0,046 €
TOTAL	15.888	754,00 €	—

Fuente: Elaboración propia a partir de Instagram (2025), Facebook (2025) y LinkedIn (2025)

5. Conclusiones

En un contexto internacional caracterizado por las crecientes tensiones comerciales entre las principales potencias económicas, con una guerra arancelaria en ciernes, la bajada de tipos de interés de los últimos meses no ha logrado estabilizar una senda de crecimiento que permita recuperar definitivamente los datos macroeconómicos prepandemia.

A pesar de este contexto, la industria de eventos profesionales continúa adquiriendo en los últimos años una notable relevancia, particularmente en nuestro país. En concreto, España se situó en 2023 en tercer lugar, tras EE. UU. e Italia, como destino de este tipo de eventos. Además, España contó en 2024 con alrededor de 10,4 millones de participantes, generando un volumen de negocio de 13.357 millones de euros. Estas cifras indican que, por primera vez, se han superado los datos prepandemia, con un 8,5% de volumen de negocio más que en 2019. Las previsiones para 2025 indican que el 40% de las empresas planea aumentar sus desplazamientos corporativos, y el 42% incrementará su presupuesto para estos viajes. España se consolida, así, como destino líder en turismo MICE, contribuyendo a la desestacionalización y previendo un récord de hasta 95 millones de visitantes en 2025.

La Feria Conxemar es una clara muestra de esta tendencia. El presente estudio, en su segunda edición, ha permitido confirmar la senda de crecimiento de la Feria y del Congreso Conxemar. La cuantificación de los diversos impactos generados por ambos eventos en sus últimas ediciones, prestando una atención especial a aquellos con una influencia directa en la economía de Vigo y su Área, ha permitido confirmar la dinámica de crecimiento sostenido en la era postpandemia.

En una evaluación global, el análisis del impacto socioeconómico por la creación de negocio local durante la Feria reveló una cifra total de 579 millones de euros en términos de producción, 161,8 millones de euros en términos de renta y 4.547 empleos. Por otra parte, la organización y celebración de ambos eventos generó una producción de 92,4 millones de euros y contribuyó con una renta de 52,6 millones de euros a la economía de Vigo y su Área. En términos de generación de empleo, la celebración de ambos eventos propició la creación de 1.189 puestos de trabajo. En términos relativos, el gasto promedio diario por visitante de la Feria ascendió a 370 euros, en la órbita de los 379 euros que Spain Convention Bureau indicó como promedio diario de gasto de los viajeros que asistieron a los eventos de negocios celebrados en España en 2024. Estas cifras son notablemente superiores a los 159 euros de gasto diario del turista convencional que publica el Instituto Nacional de Estadística. Esto subraya la relevancia del turismo MICE como segmento de alto valor añadido para la economía local.

Así pues, los resultados presentados en este estudio sitúan a la Feria y al Congreso Conxemar entre los eventos de negocios más destacados a nivel internacional, tanto en términos de participación como en impacto económico y volumen de negocio creado. En este contexto, la Asociación Conxemar, lleva años señalando que el actual recinto ferial (IFEVI) ha alcanzado su capacidad máxima de exposición. Por lo tanto, en esta nueva edición, también se ha explorado el impacto potencial que se habría logrado si se contara con la superficie de exposición necesaria para atender todas las solicitudes de los expositores. Este análisis revela una cifra de negocios adicional de más de 113,6 millones de euros que podría haberse sumado a la ya obtenida, con 20,4 millones de euros directamente vinculados a Vigo y su Área. En términos de impacto socioeconómico potencial en la región, las cifras también son significativas; se proyecta un incremento del impacto por la celebración de la Feria de 8,4 millones de euros en términos de producción, 4,7 millones de euros de renta y 96 empleos generados. En cuanto al impacto por la creación de negocio local, se generaría una producción suplementaria de 72,3 millones de euros, 20,2 millones de renta y 568 empleos.

En síntesis, los resultados evidencian que los turistas que visitan Vigo con motivo del Congreso y la Feria Conxemar generan, diariamente, un impacto económico superior al de los turistas de ocio. En términos generales, el perfil del

turista profesional se caracteriza por un alto poder adquisitivo y una marcada preferencia por servicios de calidad en sectores como la restauración, la hostelería, el transporte, el entretenimiento y la oferta cultural.

Más allá de su contribución económica, la Feria y el Congreso Conxemar desempeñan un papel fundamental en la desestacionalización del turismo en Vigo y su área metropolitana, al celebrarse fuera de la temporada estival, cuando predominan otros eventos y atractivos en la región. Asimismo, fortalecen la proyección internacional de la Comarca de Vigo, incrementando su atractivo como destino de inversión extranjera.

Concluyendo, la Feria y el Congreso Conxemar se convierten en un escaparate excepcional para las empresas en el que poder dar a conocer sus productos y fortalecer su imagen de marca. De hecho, la Feria facilita la celebración de acuerdos comerciales que equivalen a 847 millones de euros, aproximadamente el 5% del volumen de negocios anual del sector de la industria y comercialización de productos pesqueros a nivel estatal. Además, en torno a la quinta parte de estos acuerdos tienen impacto directo en Vigo y su Área, convirtiéndose así en la principal vía por la que Feria Conxemar genera riqueza en la economía local.

Por último, la celebración de la Feria y el Congreso genera un impacto sobre la renta equivalente a casi un 0,5% del PIB anual de la Comarca de Vigo. Estos factores subrayan la importancia estratégica de la Feria y el Congreso Conxemar, no solo como un motor económico de la región, sino también como un instrumento de proyección y competitividad internacional para Vigo y su área de influencia.

6. Índice de Tablas

TABLA 1. POBLACIÓN Y MUESTRA DE VISITANTES DE LA FERIA CONXEMAR 2024 15
TABLA 2. POBLACIÓN Y TAMAÑO MUESTRAL DE EXPOSITORES 16
TABLA 3. POBLACIÓN DE ASISTENTES AL CONGRESO CONXEMAR-FAO 2024 SEGÚN PROCEDENCIA 17
TABLA 4. ESQUEMA DE CÁLCULO DE LAS MEDIAS MUESTRALES DIARIAS DE VISITANTES A LA FERIA POR ESTRATO 18
TABLA 5. MATRIZ SIMÉTRICA DE LA PRODUCCIÓN INTERIOR A PRECIOS BÁSICOS 20
TABLA 6. ESQUEMA DE CÁLCULO DE LAS MEDIAS MUESTRALES RELACIONADAS CON EL IMPACTO POR LA CREACIÓN DE NEGOCIO EN LA FERIA POR ESTRATO 24
TABLA 7. NÚMERO DE ESTANDS Y METROS CUADRADOS DE EXPOSICIÓN NO ATENDIDOS EN LA 25.ª EDICIÓN DE LA FERIA CONXEMAR 25
TABLA 8. MEDIAS DE GASTO TOTAL POR VISITANTE DURANTE LA FERIA CONXEMAR 27
TABLA 9. ESTIMACIONES DE VISITANTES A LA FERIA EN FUNCIÓN DE LA PROCEDENCIA 28
TABLA 10. GASTO MEDIO DIARIO DE VISITANTES POR TIPOLOGÍA DE GASTO Y PROCEDENCIA 28
TABLA 11. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DEL PATRÓN DE GASTO DE VISITANTES POR TIPOLOGÍA DE GASTO Y PROCEDENCIA 28
TABLA 12. PROMEDIO DE GASTO DE PARTICIPACIÓN COMO EXPOSITOR EN LA FERIA (€/ M^2) 30
TABLA 13. ESTIMACIONES DE LAS PERSONAS EXPOSITORAS EN FUNCIÓN DE LA PROCEDENCIA 32
TABLA 14. GASTO MEDIO DIARIO DE LAS PERSONAS EXPOSITORAS POR TIPOLOGÍA DE GASTO Y PROCEDENCIA 32
TABLA 15. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DEL PATRÓN DE GASTO DE LAS PERSONAS EXPOSITORAS POR TIPOLOGÍA DE GASTO Y PROCEDENCIA 32
TABLA 16. VECTOR DE DEMANDA GENERADO POR LA FERIA CONXEMAR 2024 DETALLADO POR EPÍGRAFES SEGÚN LAS TABLAS *INPUT-OUTPUT* DE GALICIA 2018 33
TABLA 17. IMPACTO DIRECTO DE LA FERIA CONXEMAR 2024, DETALLADO POR EPÍGRAFES SEGÚN LAS TABLAS *INPUT-OUTPUT* DE GALICIA 2018 TRAS REDISTRIBUIR EL IMPORTE DE "ECONOMÍAS DOMÉSTICAS" 35
TABLA 18. RESUMEN DE IMPACTOS DIRECTOS, INDIRECTOS E INDUCIDOS DE LA FERIA CONXEMAR 36
TABLA 19. PRINCIPALES INDICADORES SOBRE LA CREACIÓN DE NEGOCIO EN FUNCIÓN DEL TIPO DE ESTAND 38
TABLA 20. RESUMEN DE IMPACTOS DIRECTOS, INDIRECTOS E INDUCIDOS DE LA FERIA CONXEMAR POR LA CREACIÓN DE NEGOCIO 39
TABLA 21. COMPARATIVA ENTRE LA FERIA CONXEMAR Y OTROS EVENTOS COMERCIALES DE RELEVANCIA 40
TABLA 22. PRINCIPALES IMPACTOS E INDICADORES GENERADOS POR LA CELEBRACIÓN DE LA 25.ª EDICIÓN DE LA FERIA CONXEMAR 41
TABLA 23. PRINCIPALES RESULTADOS OBTENIDOS EN CADA RED SOCIAL EN EL PERIODO DE OBSERVACIÓN (01/09/2024-28/10/2024) 41
TABLA 24. ESTIMACIÓN COSTES AHORRADOS EN PUBLICIDAD DE LA FERIA EN BASE AL ALCANCE EN LAS REDES SOCIALES INSTAGRAM, FACEBOOK Y LINKEDIN 42
TABLA 25. NÚMERO DE ESTANDS Y METROS CUADRADOS DE EXPOSICIÓN NO ATENDIDOS EN LA 25.ª EDICIÓN DE LA FERIA CONXEMAR 43
TABLA 26. GASTOS TOTALES POTENCIALES DE LOS EXPOSITORES POR PROCEDENCIA Y TIPOLOGÍA DE GASTO 44

TABLA 27. INCREMENTOS POTENCIALES DEL IMPACTO DIRECTO SOBRE LA PRODUCCIÓN, LA RENTA Y EL EMPLEO A PARTIR DE LA POTENCIAL ACTIVIDAD DE GASTO QUE GENERARÍA LA FERIA CONXEMAR EN ESTE SUPUESTO 44
TABLA 28. RESUMEN DEL INCREMENTO POTENCIAL DE LOS IMPACTOS DIRECTOS, INDIRECTOS E INDUCIDOS POR LA CELEBRACIÓN DE LA FERIA EN ESTE SUPUESTO 45
TABLA 29. RESUMEN DEL INCREMENTO DE IMPACTOS DIRECTOS, INDIRECTOS E INDUCIDOS POTENCIALES DE LA FERIA CONXEMAR POR LA CREACIÓN DE NEGOCIO EN ESTE SUPUESTO 45
TABLA 30. MEDIAS POR TIPOLOGÍA DE GASTO Y PROCEDENCIA DE ASISTENTES AL CONGRESO CONXEMAR-FAO 2024 46
TABLA 31. PRINCIPALES INDICADORES SOBRE ASISTENTES AL CONGRESO EN FUNCIÓN DE LA PROCEDENCIA 47
TABLA 32. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DEL PATRÓN DE GASTO DE ASISTENTES AL CONGRESO POR TIPOLOGÍA DE GASTO Y PROCEDENCIA 48
TABLA 33. VECTOR DE DEMANDA DEL CONGRESO CONXEMAR-FAO 2024 DETALLADO POR EPÍGRAFES SEGÚN LAS TABLAS *INPUT-OUTPUT* GALICIA 2018 48
TABLA 34 . IMPACTO DIRECTO EN TÉRMINOS DE PRODUCCIÓN, RENTA Y EMPLEO DEL CONGRESO CONXEMAR-FAO 2024, DETALLADO POR EPÍGRAFES SEGÚN LAS TABLAS *INPUT-OUTPUT* DE GALICIA 2018 TRAS REDISTRIBUIR EL IMPORTE DE "ECONOMÍAS DOMÉSTICAS" 50
TABLA 35. RESUMEN DE IMPACTOS DIRECTOS, INDIRECTOS E INDUCIDOS DEL CONGRESO CONXEMAR-FAO 2024 51
TABLA 36. IMPACTOS Y PRINCIPALES KPI´S GENERADOS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN POR LA CELEBRACIÓN DEL CONGRESO CONXEMAR-FAO 2024 51
TABLA 37. PRINCIPALES RESULTADOS OBTENIDOS EN CADA RED SOCIAL EN EL PERIODO DE OBSERVACIÓN (01/09/2024-28/10/2024) 52
TABLA 38. ESTIMACIÓN DE COSTES AHORRADOS EN PUBLICIDAD DE LA FERIA EN BASE AL ALCANCE EN LAS REDES SOCIALES INSTAGRAM, FACEBOOK Y LINKEDIN 52

7. Índice de Figuras

FIGURA 1. PRINCIPALES RESULTADOS SOCIOECONÓMICOS DE LOS MIEMBROS DE LA ASOCIACIÓN CONXEMAR, AÑO 2022 8
FIGURA 2. EVOLUCIÓN DE VISITAS Y ESTANDS EN LA FERIA CONXEMAR (2021-2024) 9
FIGURA 3. EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE ASISTENTES AL CONGRESO CONXEMAR (2021-2024) 9
FIGURA 4. ESQUEMA METODOLÓGICO PARA LA CUANTIFICACIÓN DEL IMPACTO SOCIOECONÓMICO DE LA FERIA Y CONGRESO CONXEMAR 2024 EN VIGO Y SU ÁREA DE INFLUENCIA 12
FIGURA 5. EVOLUCIÓN DE LA PROCEDENCIA DE VISITANTES DE LA FERIA 27
FIGURA 6. GASTO TOTAL DE VISITANTES A LA FERIA POR TIPOLOGÍA DE GASTO. COMPARATIVA 2023-2024 27
FIGURA 7. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LAS ORGANIZACIONES EXPOSITORAS SEGÚN SU PROCEDENCIA. COMPARATIVA 2023-2024 29
FIGURA 8. GASTOS TOTALES DE LAS ORGANIZACIONES EXPOSITORAS POR TIPOLOGÍA DE GASTO. COMPARATIVA 2023-2024 29
FIGURA 9. DISTRIBUCIÓN DE ESTANDS SEGÚN TAMAÑO (NÚMERO Y SUPERFICIE DE EXPOSICIÓN OCUPADA). COMPARATIVA 2023-2024 30
FIGURA 10. GASTO TOTAL DE LAS EMPRESAS PARA PARTICIPAR COMO EXPOSITOR. DISTRIBUCIÓN SEGÚN PROCEDENCIA PARA LAS EDICIONES DE 2023 Y 2024 31
FIGURA 11. DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN DE PERSONAS EXPOSITORAS SEGÚN PROCEDENCIA 31
FIGURA 12. CREACIÓN DE NEGOCIO POR PARTE DE LAS EMPRESAS EXPOSITORAS DURANTE LA FERIA CONXEMAR 2024 37
FIGURA 13. PORCENTAJE DE CREACIÓN DE NEGOCIO CON IMPACTO EN VIGO Y SU ÁREA DE INFLUENCIA EN FUNCIÓN DE LA PROCEDENCIA DE LAS EMPRESAS EXPOSITORAS Y EL TAMAÑO DEL ESTAND 37
FIGURA 14. CREACIÓN DE NEGOCIO POR METRO CUADRADO CON IMPACTO EN VIGO Y SU ÁREA DE INFLUENCIA EN FUNCIÓN DE LA ASOCIACIÓN A CONXEMAR Y DE LA ASISTENCIA EN EDICIONES ANTERIORES 38
FIGURA 15. GASTOS POTENCIALES TOTALES DE LOS ESTANDS POR TIPOLOGÍA DE GASTO 43
FIGURA 16. INCREMENTO POTENCIAL DE LA CREACIÓN DE NEGOCIO EN ESTE SUPUESTO 45
FIGURA 17. PROCEDENCIA DE ASISTENTES AL CONGRESO CONXEMAR 2023-2024 46
FIGURA 18. GASTO TOTAL DE ASISTENTES AL CONGRESO POR TIPOLOGÍA DE GASTO 47

8. Referencias

Agraria.pe (2023). Expoalimentaria 2023 genera expectativas de negocios por US$ 540 millones. Agencia Agraria de Noticias. Recuperado el 20/12/2023 de: https://agraria.pe/noticias/expoalimentaria-2023-genera-expectativas-de-negocios-por-us--33358

Ahuja, K. (2020). Next year´s Geneva Motor Show could be cancelled. Driving at The Sunday Times. Recuperado el 04/12/2023 de: https://www.driving.co.uk/news/next-years-geneva-motor-show-cancelled/

Ajuntament de Barcelona (2023). El impacto económico del Mobile World Congress 2023, en datos. Recuperado el 04/12/2023 de: https://www.barcelona.cat/infobarcelona/es/el-impacto-economico-del-mobile-world-congress-2023-en-datos_1319020.html

APVIGO (2023). Memoria Anual 2023. Autoridad Portuaria de Vigo. España.

BCE (2025). Banco Central Europeo. Recuperado de: https://www.ecb.europa.eu/ecb/html/index.es.html

Comiskey, B., & Pannett, P. (2024). By the numbers, CES 2024 was ALL ON, and way up. Consumer Technology Association. Recuperado el 20 de diciembre de 2024 de: https://www.ces.tech/articles/2024/january/by-the-numbers-ces-2024-was-all-on-and-way-up/

CZFV (2017). Oportunidades de negocio en Vigo: Pesca. Consorcio de la Zona Franca de Vigo. Recuperado el 22/11/2024 de: http://www.zfv.es/negociosenvigo/index.php?option=com_content&task=view&id=172&Itemid=32&idth311=10

CZFV y Conxemar (2024a). Informe Sectorial de la Industria y Comercialización de Productos Pesqueros en España 2024. Consorcio de la Zona Franca de Vigo y Asociación Conxemar. España. Recuperado de: https://www.conxemar.com/wp-content/uploads/2024/06/Informe_CONXEMAR_2024-1.pdf

CZFV y Conxemar (2024b). Informe de impacto socioeconómico de la Feria Internacional y Congreso CONXEMAR 2023 en Vigo y su Área. Consorcio de la Zona Franca de Vigo y Asociación Conxemar. España. Recuperado de: https://www.conxemar.com/wp-content/uploads/2025/01/Informe_IMPACTO_CONXEMAR_23.pdf

Expansión (2023). Fitur 2023 cierra sus puertas con cifras cercanas a su récord: 222.000 asistentes. Expansión. Recuperado el 20/12/2023 de: https://www.expansion.com/sociedad/2023/01/22/63cd4070468aebee1f8b4645.html

FCM Travel (2024). Panorama Global de Viajes Corporativos 2024-2025. FCM Travel. Recuperado de: https://www.fcmtravel.com/es-es/travel-insights/travel-hub/guias/panorama-global-sobre-los-viajes-corporativos

Facebook (2025). Recuperado el 10/02/2025 de: https://www.facebook.com

Federal Reserve (2025). Selected interest rates. Recuperado el 09/02/2025 de: https://www.federalreserve.gov/releases/h15/

Figueroa, P. (2014). Propuesta definitiva del modelo de medición del impacto socioeconómico de la actividad de ferias y eventos en Galicia.

Frechtling, D. C., y Horváth, E. (1999). Estimating the multiplier effects of tourism expenditures on a local economy

through a regional input-output model. Journal of travel research, 37(4), 324-332.

Frechtling, D. C. (2006). An assessment of visitor expenditure methods and models. Journal of travel research, 45(1), 26-35.

Geneva International Motor Show (2024). A successful and promising fresh start for the Geneva International Motor Show 2024. Geneva International Motor Show. Recuperado el 27 de diciembre de 2024 de: https://genevamotorshow.com/a-successful-and-promising-fresh-start-for-the-geneva-international-motor-show-2024/

GITEX (2022). GITEX 2022 generates record $698m in economic output. Gulf Information and Technology Exhibition. Recuperado el 04/12/2023 de: https://www.gitex.com/News/gitex-2022-generates-record-698m-economic-output

GITEX (2024). The Biggest and Most Global Tech Event Ever. Recuperado el 19 de diciembre de 2024 de: https://www.gitex.com/

Henry, M., y Harte, B. (2012). A new model for assessing the value of social media activity. Journal of Brand Strategy, 1(3), 234-239.

Hirsch, W.Z. (1959). Interindustry Relations of a Metropolitan Area. The Review of Economics and Statistics, 41, (pp. 360-369).

Hjerpe, E. E., y Kim, Y. S. (2007). Regional economic impacts of Grand Canyon river runners. Journal of environmental management, 85(1), 137-149.

Iacus, S. M., Natale, F., Santamaria, C., Spyratos, S., y Vespe, M. (2020). Estimating and projecting air passenger traffic during the COVID-19 coronavirus outbreak and its socio-economic impact. Safety Science, 129, 104791.

ICCA (2024). ICCA Statistics Report. Country and City Rankings. International Congress and Convention Association. Recuperado de: https://www.slovenia-convention.com/wp-content/uploads/ICCA-Rankings-2023_080524.pdf

ICEX (Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Lima) (2024). Informe de Feria: Expoalimentaria 2024. ICEX España Exportación e Inversiones. Recuperado el 26 de diciembre de 2024 de: https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/065/documentos/2024/10/anexos/IF_EXPOALIMENTARIA_2024%20.pdf

ICEX (Oficina Económica y Comercial de España en Düsseldorf) (2024). Informe de Feria: BIOFACH Núremberg 13 - 16 de febrero de 2024. ICEX España Exportación e Inversiones. Recuperado el 27 de diciembre de 2024 de: https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/043/documentos/2024/06/anexos/IF_Biofach_2024.pdf

IFEMA (2024). FITUR 2024 refleja el crecimiento del sector turístico global con cifras récord. Recuperado el 19 de diciembre de 2024, de: https://www.ifema.es/fitur/noticias/fitur-presentacion-general-24

IFEVI (2024). Descubre IFEVI. Recuperado el 8 de octubre de 2024 de: https://ifevi.eu/el-recinto/

IGE (2021). Marco Input-Output. Recuperado de: https://www.ige.gal/web/mostrar_actividade_estatistica.jsp?idioma=es&codigo=0307007003

IGE (2022). Producto interior bruto (PIB) por municipio. Revisión Estadística 2019. Serie 2010-2020. Recuperado de: https://www.ige.gal/igebdt/esqv.jsp?idioma=es&c=0307007007&ruta=verTabla.jsp?OP=1&B=1&M=&COD=9958&R=9915[3610];0[2020]&C=1[0]&F=&S=2:0&SCF=

IGE (2024a). Cifras oficiais da poboación a 1 de xaneiro. Ano 2023. Recuperado el 03/12/2024 de: https://www.ige.gal/igebdt/esq.jsp?c=0201001002&ruta=verPpalesResultados.jsp?OP=1&B=1&M=&COD=589&R=9913[all]&C=0[all]&F=T[1:0]&S=&c=0201001002

INE (2024a). Demografía y población. Padrón. Cifras oficiales de la Revisión anual del Padrón municipal a 1 de enero de cada año. Recuperado el 04/12/2024 de: https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=29005

INE (2024b). Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR). Instituto Nacional de Estadística. Recuperado de: https://www.ine.es/dyngs/Prensa/es/EGATUR1224.htm#:~:text=El%20gasto%20total%20realizado%20por,anual%20del%205%2C9%25.

Infoagro (2023). La feria Infoagro Exhibition 2023 rompe récords con un volumen de negocios de 18 millones de euros y 44.500 asistentes. Infoagro. Recuperado el 20/12/2023 de: https://www.infoagro.com/noticias/2023/la_feria_infoagro_exhibition_2023_rompe_records_con_un_volumen_de_nego.asp

Infoagro (2024). Recuperado del 19 de diciembre de 2024, de: https://mexicoinfoagroexhibition.com/2023/05/30/infoagro-exhibition-se-consolida-como-feria-profesional-de-la-produccion-intensiva-y-de-la-industria-auxiliar-en-mexico/

Instagram (2025). Descubre todo lo que puedes hacer con los anuncios de instagram. Publicidad en Instagram. Recuperado el 10/02/2025, de https://business.instagram.com/advertising?locale=es_ES

Johnson, R. L., y Moore, E. (1993). Tourism impact estimation. Annals of Tourism Research, 20(2), 279-288.

Keček, D., Žajdela Hrustek, N., y Dušak, V. (2016). Analysis of multiplier effects of ICT sectors–a Croatian case. Croatian Operational Research Review, 7(1), 129-145.

Li, S., Bowdin, G., Heslington, E., Jones, C., Jones, S., Mulligan, J., ... y Jago, L. (2013). The economic impact of the UK meeting & event industry. Meeting Professionals International Foundation.

LinkedIn (2025). Recuperado el 10/02/2025 de https://business.linkedin.com/es-es/marketing-solutions/cx/21/12/ads?src=go-pa&trk=sem-ga_campid.20554476424_asid.155133386564_crid.674005607515_kw.marketing%20en%20linkedin_d.c_tid.kwd-383545118116_n.g_mt.p_geo.1005424&mcid=7110350909246701607&cid=&gclid=

MWC Barcelona (2024). MWC24 Post Event Report. Recuperado el 19 de diciembre de 2024, de: https://www.mwcbarcelona.com/post-event-report

Miller, R. y Blair, P., (2009), Input–Output Analysis. Foundations and Extensions, Seconds Editions, Cambrige. Cambrige University Press.

Moore, F. y Petersen, J. (1955), Regional Analysis: An Interindustry Model of Utah, The Review of Economics and Statistics, 37, (pp. 363-383).

Morillas, A., (2009), Los Efectos Inducidos del Turismo sobre Economía Andaluza, en Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía, Informe Anual del Sector Turístico de Andalucía 2008. Unicaja y Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, (pp. 446-478).

Oxford Economics (2012). The economic impact of the UK exhibitions industry. A FaceTime report by Oxford Economics. Recuperado de: https://insights.eventscouncil.org/Portals/0/CIC%20Meetings%20ESS%20Update%20Full%20Report%20FINAL%20FINAL.pdf

Radio Taxi 470000 (2024). Tarifas Servicio de Taxi ciudad de Vigo. Radio Taxi 470000. Recuperado el 14/10/2024 de: https://radiotaxi470000.com/w/tarifas/.

Raffray, M., Martin, J. C., y Jacob, C. (2022). Socioeconomic impacts of seafood sectors in the European Union through a multi-regional input output model. Science of The Total Environment, 850, 157989.

Rentalcars (2024). Coches de alquiler: busca, compara y ahorra. Recuperado el 14/10/2024 de: https://www.rentalcars.com/.

SCB (2025). Avance del informe sobre la evolución de la industria MICE en España, FITUR 2025. Spain Convention Bureau. Recuperado de: https://scb.es/presentacion-fitur-informe-evolucion-industria-mice-y-proyecto-experiencias-turismo-espana/

SeafoodExpo (2023). Seafood Expo Global/Seafood Processing Global bate récords en Barcelona. Recuperado el 04/12/2023 de: https://www.seafoodexpo.com/global/seafood-expo-global-seafood-processing-global-bate-records-en-barcelona/

SeadoodExpo (2024). Seafood Expo Global News: All the latest from the event. Recuperado el 19 de diciembre de 2024, de: https://www.seafoodexpo.com/global/seafood-expo-global-seafood-processing-global-breaks-records-with-more-than-35000-seafood-professionals-making-it-the-largest-edition-in-the-events-history/?utm_source=chatgpt.com

Surís-Regueiro, J. C., y Santiago, J. L. (2018). A methodological approach to quantifying socioeconomic impacts linked to supply shocks. Environmental Impact Assessment Review, 69, 104-110.

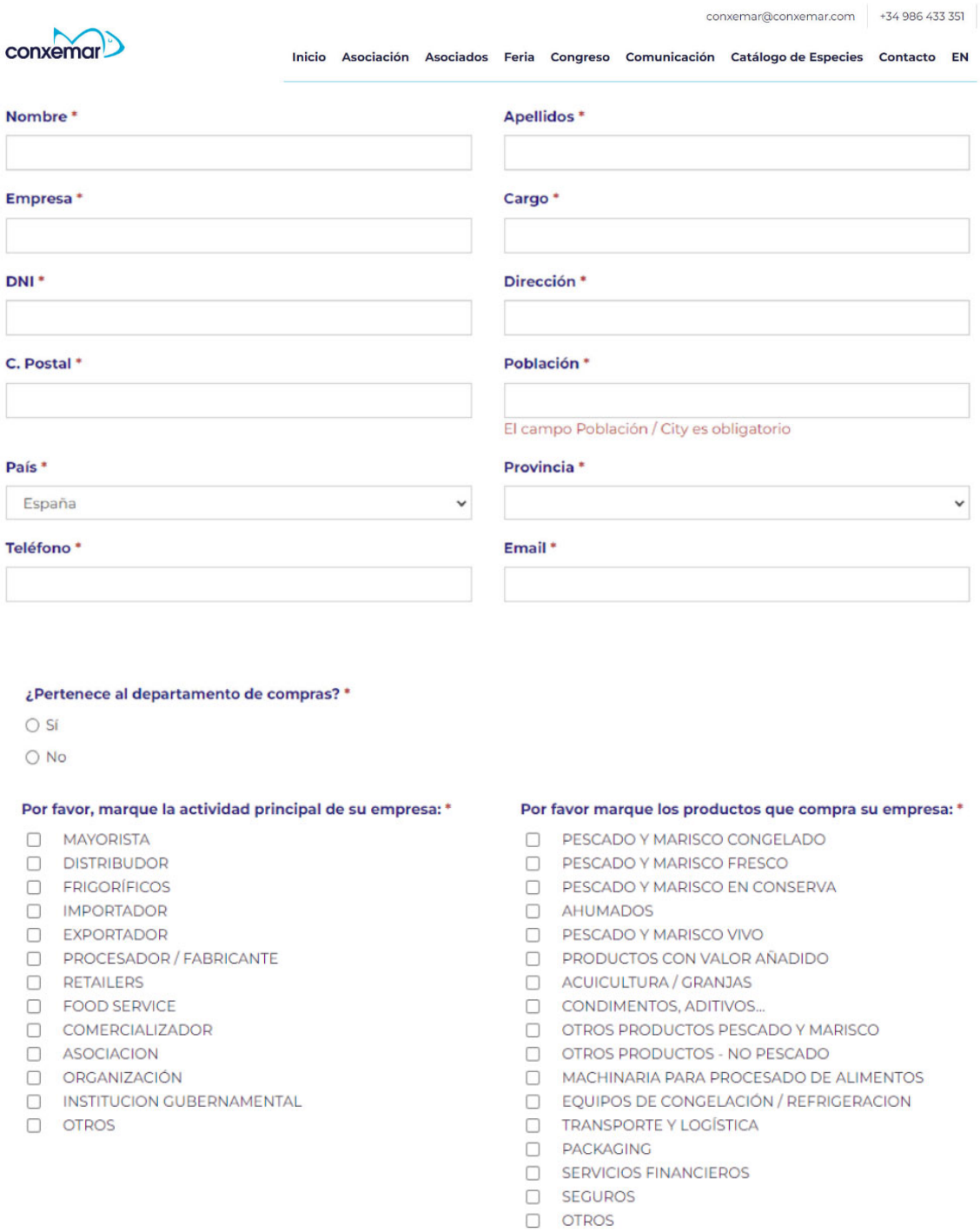
Vía Michelín (2024). Cálculo de rutas en España y fuera de ella con Vía Michelín. Vía Michelín. Recuperado el 14/10/2024 de: www.viamichelin.es.

VITRASA (2024). Tarifas 2024 VITRASA. Viguesa de Transportes S.L. Recuperado el 14/10/2024 de: https://www.vitrasa.es/php/index.php?pag=tarifas/tarifas&tarifa=17

World Tourism Organization (WTO) (2006). Measuring the Economic Importance of the Meetings Industry: Developing a Tourism Satellite Account Extension.

9. Anexos

I. Cuestionario para visitantes de la Feria Conxemar 2024



conxemar@conxemar.com | +34 986 433 351

conxemar

Inicio Asociación Asociados Feria Congreso Comunicación Catálogo de Especies Contacto EN

Nombre *

Apellidos *

Empresa *

Cargo *

DNI *

Dirección *

C. Postal *

Población *

El campo Población / City es obligatorio

País *

España

Provincia *

Teléfono *

Email *

¿Pertenece al departamento de compras? *

- ○ Sí
- ○ No

Por favor, marque la actividad principal de su empresa: *

- ☐ MAYORISTA
- ☐ DISTRIBUDOR
- ☐ FRIGORÍFICOS
- ☐ IMPORTADOR
- ☐ EXPORTADOR
- ☐ PROCESADOR / FABRICANTE
- ☐ RETAILERS
- ☐ FOOD SERVICE
- ☐ COMERCIALIZADOR
- ☐ ASOCIACION
- ☐ ORGANIZACIÓN
- ☐ INSTITUCION GUBERNAMENTAL
- ☐ OTROS

Por favor marque los productos que compra su empresa: *

- ☐ PESCADO Y MARISCO CONGELADO
- ☐ PESCADO Y MARISCO FRESCO
- ☐ PESCADO Y MARISCO EN CONSERVA
- ☐ AHUMADOS
- ☐ PESCADO Y MARISCO VIVO
- ☐ PRODUCTOS CON VALOR AÑADIDO
- ☐ ACUICULTURA / GRANJAS
- ☐ CONDIMENTOS, ADITIVOS...
- ☐ OTROS PRODUCTOS PESCADO Y MARISCO
- ☐ OTROS PRODUCTOS - NO PESCADO
- ☐ MACHINARIA PARA PROCESADO DE ALIMENTOS
- ☐ EQUIPOS DE CONGELACIÓN / REFRIGERACION
- ☐ TRANSPORTE Y LOGÍSTICA
- ☐ PACKAGING
- ☐ SERVICIOS FINANCIEROS
- ☐ SEGUROS
- ☐ OTROS

Suba una imágen de su tarjeta de visita o firma de correo de empresa
La imágen no puede ser superior a 500Kb. *

Seleccione...

Ficheros aceptados:
.jpg
.png
.jpeg
.doc
.docx
.pdf

Adicionalmente, con el objetivo de poder estimar el impacto económico de la celebración de Conxemar en Vigo y su área de influencia, le agradecemos su respuesta a las siguientes cuestiones con la mayor precisión que le sea posible

¿Cuántas noches tiene previsto permanecer en la ciudad de Vigo o en su área de influencia? *
(En caso de que resida en Vigo o su área de influencia, indique 0 noches)

¿Es la primera vez que asiste a Conxemar? *
- ○ Sí
- ○ No

¿Cuánto estima que será su gasto total en alojamiento? *
(En caso de que resida en Vigo o su área de influencia, indique 0 en gastos de alojamiento)
€

¿Cuánto estima que será su gasto total en manutención (comida, cena...)? *
€

¿Cuánto estima que será su gasto total en compras (regalos, souvenirs...)? *
€

¿Cuánto estima que será su gasto total en ocio (actividades culturales, cafeterías, pubs...)? *
€

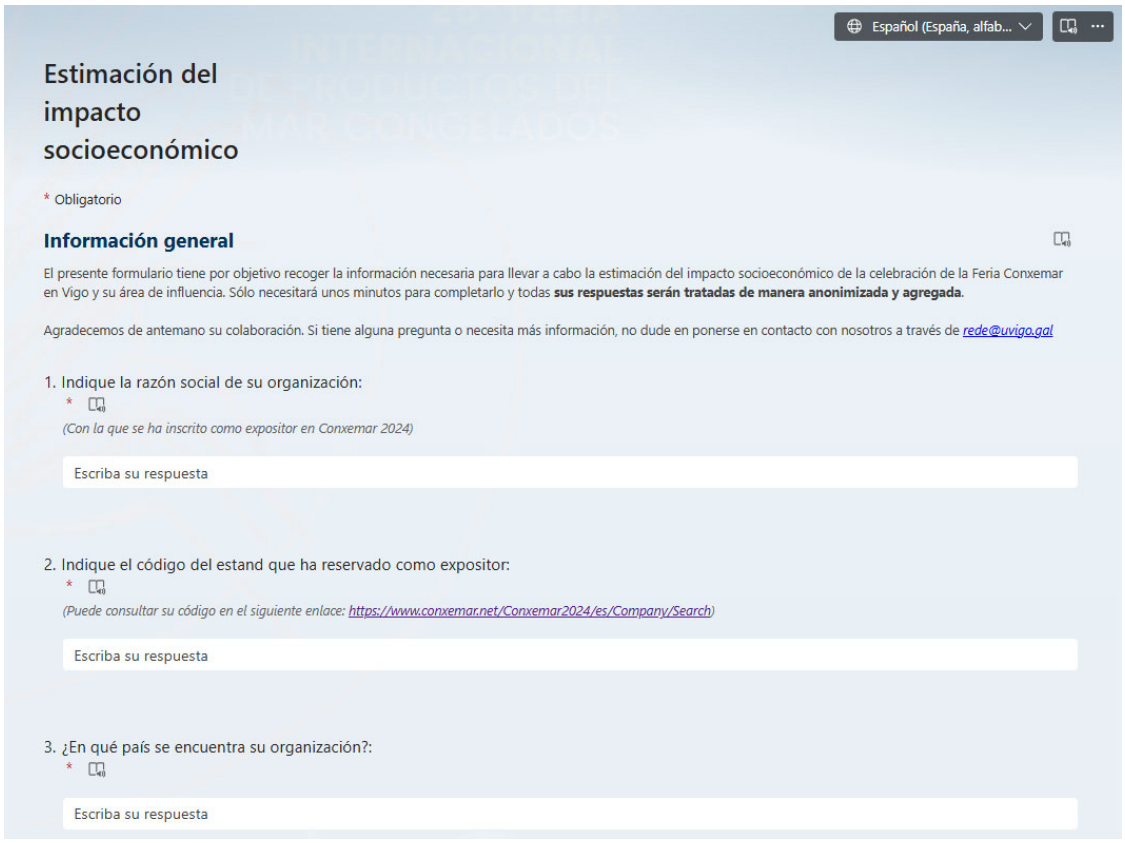
¿Qué medio de transporte empleará para llegar a Vigo? *
- ○ Vehículo propio
- ○ Vehículo alquilado
- ○ Autobús
- ○ Tren
- ○ Avión

¿Qué medio de transporte empleará principalmente durante su estancia en Vigo? *
- ○ Vehículo propio
- ○ Vehículo alquilado
- ○ Autobús
- ○ Taxi

☐ **El usuario confirma haber leído la presente política de privacidad y consiente expresamente lo aquí descrito.**
De conformidad con lo establecido en el Reglamento General Europeo de Protección de Datos 2016/679 y la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, le informamos que sus datos personales forman parte de una base de datos gestionada bajo la responsabilidad de CONXEMAR y serán objeto de tratamiento con la finalidad de realizar estudios estadísticos sobre los visitantes a la " Feria de Conxemar 2024 " así como para el envío de información relacionada con la misma quedando incorporados a un Registro de Actividades de Tratamiento, tal y como establece la normativa legal, a este respecto.
Igualmente le comunicamos que los datos no se cederán a terceros salvo en los casos en que exista una obligación legal.
CONXEMAR ha adoptado las medidas de índole técnica y organizativa necesarias para garantizar la seguridad e integridad de los datos de carácter personal que trate, confidencialidad y privacidad de las mismas, así como evitar su pérdida, alteración y/o acceso por parte de terceros no autorizados.
CONXEMAR como Responsable del Tratamiento, le informa que puede ejercitar sus Derechos de acceso, rectificación, oposición, supresión, portabilidad, limitación del tratamiento y a no ser objeto de decisiones individuales automatizadas, mediante comunicación en la siguiente dirección de correo electrónico: "conxemar@conxemar.com", o en la dirección de correo postal: "Avda. Beiramar Nº 29 - 36.202 - Vigo (Pontevedra)".

ENVIAR

II. Cuestionario para expositores de la Feria Conxemar 2024



4. ¿Cuál es el código postal de su organización?
*
(Por favor, en caso de no conocer el código, indique la ciudad)

Escriba su respuesta

5. ¿Cuál es la actividad principal de su organización? *
(Por favor, indique un máximo de 3 opciones)

Seleccione como máximo 3 opciones.

- [ ] Mayorista
- [ ] Distribuidor
- [ ] Frigoríficos
- [ ] Importador
- [ ] Exportador
- [ ] Procesador / Fabricante
- [ ] Retailers
- [ ] Food Service
- [ ] Comercializador
- [ ] Asociación
- [ ] Organización
- [ ] Institución Gubernamental
- [ ] Otros

6. ¿Pertenece su organización a la Asociación Conxemar? *

- ( ) Sí
- ( ) No

7. ¿Han asistido anteriormente a la feria Conxemar? *

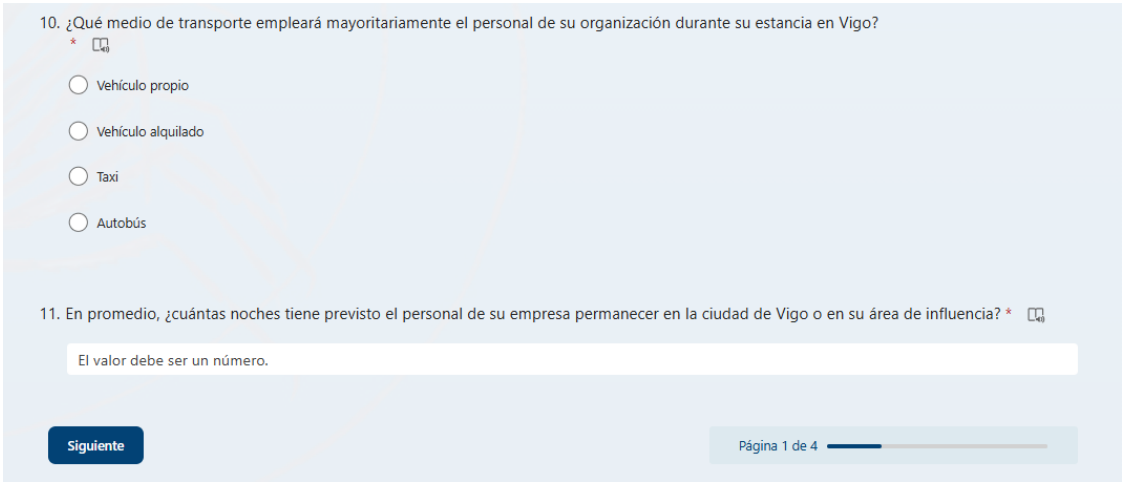
- ( ) Sí
- ( ) No

8. ¿Cuántas personas de su organización (incluido usted) se desplazarán con motivo de la feria? *

El valor debe ser un número.

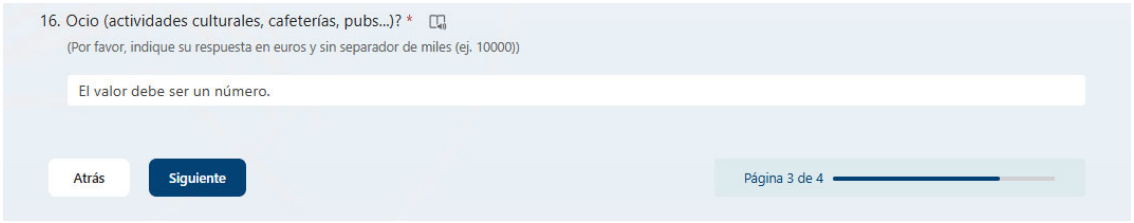
9. ¿Qué medio de transporte empleará mayoritariamente el personal de su organización para llegar a Vigo?
*
(Por favor, indique únicamente la opción correspondiente al trayecto más largo realizado)

- ( ) Vehículo propio
- ( ) Vehículo alquilado
- ( ) Tren
- ( ) Autobús
- ( ) Avión

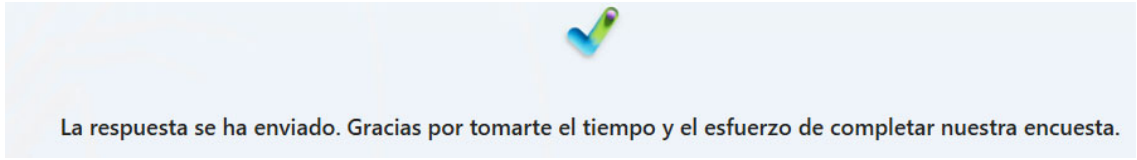

10. ¿Qué medio de transporte empleará mayoritariamente el personal de su organización durante su estancia en Vigo? *
Vehículo propio
Vehículo alquilado
Taxi
Autobús
11. En promedio, ¿cuántas noches tiene previsto el personal de su empresa permanecer en la ciudad de Vigo o en su área de influencia? *
El valor debe ser un número.
Siguiente
Página 1 de 4

Español (España, alfab...
Estimación del impacto socioeconómico
* Obligatorio
Gastos de participación y asistencia
Los importes no deben contener IVA
12. ¿Cuál es el gasto estimado por su organización para participar como expositor?
Tipos de gasto:
- Stand (excepto alquiler de espacio e inscripción)
- Logística
- Catering
- Personal (azafatos/as imagen, camareros/as...)
- Publicidad (Rollers, trípticos...) *
(Por favor, indique su respuesta en euros y sin separador de miles (ej. 10000))
El valor debe ser un número.
Atrás
Siguiente
Página 2 de 4

Español (España, alfab...
Estimación del impacto socioeconómico
* Obligatorio
¿Cuál estima que será el gasto total del personal desplazado por su organización en...
13. Alojamiento? *
(Por favor, indique su respuesta en euros y sin separador de miles (ej. 10000))
El valor debe ser un número.
14. Manutención (comida, cena...)? *
(Por favor, indique su respuesta en euros y sin separador de miles (ej. 10000))
El valor debe ser un número.
15. Compras (regalos, souvenirs...)? *
(Por favor, indique su respuesta en euros y sin separador de miles (ej. 10000))
El valor debe ser un número.


16. Ocio (actividades culturales, cafeterías, pubs...)? *
(Por favor, indique su respuesta en euros y sin separador de miles (ej. 10000))
El valor debe ser un número.
Atrás
Siguiente
Página 3 de 4

Español (España, alfab...
Estimación del impacto socioeconómico
* Obligatorio
Oportunidades de negocio
Le recordamos que:
la siguiente información será tratada de manera anonimizada y agregada
los importes no deben contener IVA
17. ¿Qué volumen estimado de negocio espera generar/ha generado durante la feria? *
(Por favor, indique su respuesta en euros y sin separador de miles (ej. 10000))
El valor debe ser un número.
18. ¿Qué porcentaje aproximado de dicho vulumen de negocio considera que tendrá impacto sobre Vigo y/o su área de influencia? *
El número debe estar comprendido entre 0 y 100
Puede imprimir una copia de su respuesta después de enviarla
Atrás
Enviar
Página 4 de 4
Microsoft 365
Este contenido lo creó el propietario del formulario. Los datos que envíes se enviarán al propietario del formulario. Microsoft no es responsable de las prácticas de privacidad o seguridad de sus clientes, incluidas las que adopte el propietario de este formulario. Nunca des tu contraseña.
Microsoft Forms | Encuestas, cuestionarios y sondeos con tecnología de inteligencia artificial Crear mi propio formulario
El propietario de este formulario no ha proporcionado una declaración de privacidad sobre cómo utilizarán los datos de tus respuestas. No proporciones información personal o confidencial. | Términos de uso


La respuesta se ha enviado. Gracias por tomarte el tiempo y el esfuerzo de completar nuestra encuesta.

III. Cuestionario para asistentes al Congreso Conxemar-FAO 2024

Nombre / Name * | **Apellidos / Surname** *

Empresa / Company Name * | **Cargo / Position** *

Dirección / Address *

C. Postal / Post Code * | **País / Country** * (España)

Provincia / Province * | **Población / City** *

Teléfono / Telephone * | **CIF/DNI** *

Fecha de Nacimiento (dd/mm/aaaa) | Date of birth (dd/mm/aaaa) *

Email *

Categoría / Category *

- ☐ Agentes/Traders
- ☐ Asociaciones/Associations
- ☐ Distribuidores/Distributors
- ☐ Envases y Embalajes/Packaging
- ☐ Exportadores/Exporters
- ☐ Frigoríficos/Coldstores
- ☐ Importadores/Importers
- ☐ Maquinaria/Machinery
- ☐ Mayoristas/Wholesalers
- ☐ Organismos/Organizations
- ☐ Restauración/Food service
- ☐ Supermercado/Supermarket
- ☐ Transformadores/Processors
- ☐ Transporte & Logística/Transport & Logistics
- ☐ Varios/Vaious

Por qué medio conoció el Congreso? / How did you know about the Congress? *

- ○ Información CONXEMAR / CONXEMAR information
- ○ Publicidad en medios / Advertising in the media

Facturación / Turnover *

Nº Empleados / Employees *

Descripción de la actividad / Description of the business *

Este año, con el objetivo de promover el consumo responsable y reducir el desperdicio alimentario, cada congresista deberá abonar una tasa simbólica de 25 euros para tener acceso al lunch que se hará en el área de restauración y networking.
Elija a continuación su opción de asistencia:

This year, with the aim of promoting responsible consumption and reducing food waste, attendees must pay a symbolic fee of 25 euros to have access to the lunch that will take place in the catering and networking area.
Choose your option below:

- ○ Acceso completo (Congreso + coffe break + lunch) / Full access (Congress + coffe break + lunch) — 25,00€
- ○ Acceso simple (Congreso + coffe break) / Simple Access (Congress + coffe break) — 0,00€

Si tiene un código de descuento, indíquelo aquí

Aplicar descuento

Concepto	Precio	Cantidad	Descuento	Total
Total				0,00 €

☐ **El usuario confirma haber leído la presente política de privacidad y consiente expresamente lo aquí descrito.** De conformidad con lo establecido en el Reglamento General Europeo de Protección de Datos 2016/679 y la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, le informamos que sus datos personales forman parte de una base de datos gestionada bajo la responsabilidad de CONXEMAR y serán objeto de tratamiento con la finalidad de realizar estudios estadísticos sobre los asistentes al "XI Congreso Conxemar FAO " y gestionar el cobro de 25 euros para aquellos congresistas que quieran acceder al Área de Restauración y Networking del "XI Congreso Internacional Conxemar FAO ", así como para el envío de información relacionada con la finalidad, quedando incorporados a un Registro de Actividades de Tratamiento, tal y como establece la normativa legal, a este respecto. La base legal para el tratamiento de los datos es la prevista en los artículos 6.1.a) y 6.1.b) del Reglamento General Europeo de Protección de Datos 2016/679. Los datos no serán utilizados con la finalidad de elaborar perfiles. Igualmente le comunicamos que los datos no se cederán a terceros, salvo en los casos en que exista una obligación legal. Los datos se conservarán durante el tiempo necesario para cumplir con la finalidad para la que se recabaron, o en los plazos establecidos en la legislación vigente. CONXEMAR ha adoptado las medidas de índole técnica y organizativa necesarias para garantizar la seguridad e integridad de los datos de carácter personal que trate, confidencialidad y privacidad de las mismas, así como evitar su pérdida, alteración y/o acceso por parte de terceros no autorizados. CONXEMAR como Responsable del Tratamiento, le informa que puede ejercitar sus Derechos de acceso, rectificación, oposición, supresión, portabilidad, limitación del tratamiento y a no ser objeto de decisiones individuales automatizadas, mediante comunicación en la siguiente dirección de correo electrónico: "conxemar@conxemar.com", o en la dirección de correo postal: "Avda. Beiramar Nº 29 - 36.202 - Vigo (Pontevedra)". Asimismo, le informamos que puede ponerse en contacto con la Agencia Española de Protección de Datos (C/Jorge Juan, 6, 28001- Madrid).

Enviar / Submit