BOGOTÁ, 23 DE SEPTIEMBRE DE 2024

CONTRIBUCIÓN DE LA ACTIVIDAD FERIAL DE CORFERIAS EN BOGOTÁ Y COLOMBIA: ESTUDIO DE IMPACTO

Elaborado por: Rafael Puyana, Clara Patricia Martin, José Julián Parra y Stephany Arenas.

Fedesarrollo
Calle 78 # 9 - 91, Bogotá, Colombia.
Teléfono: (601) 3259777

@Fedesarrollo

FEDESARROLLO
Centro de Investigación Económica y Social

70 AÑOS corferias
Generadores de Oportunidades y Progreso

CONTRIBUCIÓN DE LA ACTIVIDAD FERIAL DE CORFERIAS EN BOGOTÁ Y COLOMBIA: ESTUDIO DE IMPACTO

Presentado por Fedesarrollo

Elaborado por:

Rafael Puyana

Clara Patricia Martin

José Julián Parra

Stephany Arenas

FEDESARROLLO
Centro de Investigación Económica y Social

Contenido

1. Introducción 3
2. Importancia de las ferias en el contexto internacional, regional y local 5
2.1. Breve historia de Corferias 5
2.2. Contexto internacional 5
2.3. Contexto regional y local 8
3. Metodología para medir el impacto económico de las ferias comerciales y eventos .10
3.1. Comportamiento de la economía bogotana en los últimos años 10
3.2. Comportamiento del recinto de Corferias en los últimos años 10
3.3. Contextualización y metodologías para medir el impacto económico de las ferias comerciales y eventos 12
3.3.1. Fuentes de información para la estimación del impacto económico de las ferias comerciales y eventos 14
3.4. Medición del impacto económico a nivel de empresas 15
3.5. Medición del impacto económico a nivel agregado 17
3.6. Medición del impacto económico de las ferias comerciales en 2004 20
4. Impacto en las empresas: enfoque microeconómico 21
4.1. Resultados de la encuesta a expositores 21
4.5. Resultados del modelo de inferencia causal 29
5. Impacto económico de Corferias a nivel regional y nacional: enfoque macroeconómico 31
5.1. Transformación de las ventas en valor agregado 31
5.2. Distribución del valor agregado de los expositores y organizadores de eventos.32
5.3. Distribución del valor agregado de Corferias 34
5.4. Distribución del valor agregado de la zona de influencia 34
5.5. Distribución del valor agregado del gasto de los asistentes 36
5.6. Distribución del valor agregado del gasto de los expositores 36
5.7. Efectos directos, indirectos e inducidos de las ferias 37
5.7.1. Resumen e interpretación de los multiplicadores 37
5.7.2. Impacto económico de las ferias 38
6. Conclusiones 45
Referencias 47

1. Introducción

A través de los años, las ferias comerciales han experimentado una amplia evolución. Inicialmente, las ferias comerciales eran concebidas como mecanismos para la exhibición de productos y servicios de las empresas. Sin embargo, con el paso del tiempo, esta percepción ha evolucionado hacia una visión más orientada a la realización de transacciones comerciales directas y acuerdos comerciales durante y después del evento.

De esta forma, algunos autores definen las ferias comerciales como encuentros realizados en fechas específicas, donde las empresas tienen la oportunidad de presentar sus nuevos productos y ofrecerlos a clientes potenciales, con el fin principal de generar ingresos (Kirchgeorg, Springer, & Kastner, 2009). Otros autores conciben a las ferias comerciales no solo como encuentros donde se presentan productos y servicios, sino también donde se difunde y promueve el intercambio de conocimientos (UFI, 2022; Disimulacion, 2020). Por su parte, Huang (2015) destaca el papel que tiene el intercambio de información en esta industria como un factor determinante para el desarrollo económico y la prosperidad a nivel regional.

Berné-Manero y García-Uceda (2007) señalan que las ferias se pueden clasificar en función de varios criterios. La Tabla 1 presenta dicha clasificación, mostrando que estas pueden ser categorizadas como horizontales o verticales, dependiendo del grado de especialización; como ferias de consumo, profesionales o mixtas, según el tipo de visitante; como ferias locales, nacionales o internacionales, basado en el alcance geográfico; y como ferias pequeñas, medianas o grandes, en relación con su tamaño.

Tabla 1. Clasificación de las ferias comerciales

Criterio	Tipo de feria
Grado de especialización	Feria horizontal o multisectorial
	Feria vertical o sectorial
Tipología del visitante	Feria de consumo
	Feria de profesionales
	Feria mixta
Ámbito geográfico	Feria local o regional
	Feria nacional
	Feria internacional
Tamaño	Feria pequeña
	Feria mediana
	Feria grande
	Feria mediana
	Feria grande

Fuente: Tomado de Berné Manero & García Uceda, 2007.

En general, estas definiciones enfatizan a las ferias comerciales como una serie de encuentros, donde no solo se presenta el intercambio de productos y servicios, sino que se promueven espacios integrales que permiten impulsar el crecimiento y la competitividad en las economías y esto se refleja en su contribución a la economía mundial. Para el año 2019,

las ferias comerciales alrededor del mundo contaron con cerca de 353 millones de visitantes y cinco millones de expositores, generando un total de 1,4 millones de empleos directos, USD141 mil millones en gastos directos y USD82 mil millones como aporte directo al PIB mundial (equivalente al 0,09%). De esta forma, el sector se ubicó en el puesto 71 entre los sectores económicos más grandes a nivel mundial (UFI, 2022).

La relevancia de esta actividad contrasta con el nivel de conocimiento sobre su contribución a las economías de cada región. En el año 2019, el 76% de los *stakeholders* del sector de ferias y eventos en América Latina manifestó desconocer la contribución económica de su actividad y el 91% de estos manifestó interés en conocerlo (UFI, 2020). Esto quiere decir que la medición de la contribución económica de esta actividad es particularmente relevante, pues permite a los actores directamente involucrados, y a la sociedad en general, dimensionar su importancia dentro de las economías locales y generar entornos que permitan mantener y fortalecer el sector.

Por esta razón, el presente documento aborda un nuevo cálculo sobre el impacto económico de las ferias comerciales y eventos para Colombia. En este se pretende medir la contribución económica agregada de las ferias comerciales y eventos de Corferias, el principal recinto ferial y propietario de ferias de Colombia y uno de los más importantes de América Latina, con una participación del 46% del mercado nacional y 2% del mercado regional en el año 2019 (UFI, 2020). Esta medición se realiza para las ciudades de Bogotá, Medellín y Barranquilla, donde la corporación tiene participación. Así mismo, esta perspectiva agregada se complementa con la medición del impacto individual tanto cuantitativo como cualitativo de las empresas relacionadas a la industria.

Para presentar los resultados, el documento está estructurado en seis secciones, siendo esta la primera. En la segunda sección se presenta una perspectiva sobre la oferta y la contribución económica de las ferias comerciales en el mundo y en la región, con el fin de motivar la importancia de medir su impacto dinamizador sobre la economía y sobre las prácticas empresariales. En la tercera se describe la metodología implementada para calcular el impacto económico de las ferias y eventos. Posteriormente, se analiza el impacto microeconómico de las ferias y eventos a través de los resultados cualitativos de la encuesta realizada a expositores de Corferias, junto con una aproximación al impacto causal de las ferias y eventos sobre indicadores financieros y de empleo de las empresas. Por su parte, la quinta sección presenta los resultados de la estimación del impacto económico agregado, el cual se calcula a partir del del valor agregado de los diferentes actores y por medio de la aplicación de los multiplicadores del producto, se obtienen los impactos indirectos e inducidos de la actividad ferial y de eventos. Estos cálculos se presentan en términos del PIB de las ciudades donde Corferias realiza actividad ferial: Bogotá, Barranquilla y Medellín. Finalmente, la última sección muestra las conclusiones.

2. Importancia de las ferias en el contexto internacional, regional y local

2.1. Breve historia de Corferias

A propósito de la conmemoración de los setenta años de Corferias, resulta relevante realizar un recuento de los principales hechos que han caracterizado a la corporación, con el objetivo de resaltar sus aportes al crecimiento y desarrollo del país. Vista desde una perspectiva accionaria, la historia de los 70 años de Corferias puede dividirse en tres grandes etapas: primero siendo mayoritariamente privada, en cabeza de ACOPI, hasta abril de 1960; segundo en poder del Estado, por intermedio del Banco Popular, hasta 1989, y tercero, la más importante, cuando vuelve a manos privadas por medio de la Cámara de Comercio de Bogotá, desde 1989 hasta el día de hoy.

En la primera mitad del siglo, Colombia era un país cerrado al exterior, y Bogotá, ubicada en una alta sabana entre las montañas de la cordillera oriental de los Andes, era de difícil acceso, lo que limitaba el contacto con el exterior. Sin embargo, todo esto comenzó a cambiar con el intento de internacionalización a través de la organización de la IX Conferencia Panamericana, que fue asignada por primera vez a Colombia y Bogotá en la VIII Conferencia de Lima de 1938.

A pesar de los desafíos políticos en 1948, que afectaron el primer intento de internacionalización, Bogotá se convirtió en el centro de atención del continente. A partir de la década de los 50, Colombia se convirtió en pionera latinoamericana al organizar una feria internacional. En 1954, se creó la Corporación de Ferias y Exposiciones para organizar la primera Feria Internacional de Bogotá. Esto marcó un renacimiento para la ciudad, demostrando su capacidad de adaptación en un contexto desafiante.

En las décadas siguientes, Corferias, bajo la visión de sus directivas y con el liderazgo del presidente Óscar Pérez, siempre ha apostado por la internacionalización y el pensamiento a gran escala como motores del crecimiento económico. La organización de la Feria Internacional de Bogotá ha sido el centro de esta historia, liderada posteriormente por el presidente Hernando Restrepo.

Bajo el mandato del presidente Andrés López, Corferias ha experimentado un impulso renovado, manteniéndose como una entidad rentable y altamente valorada por gobiernos, empresarios y el público en general, gracias a su visión, compromiso y capacidad de persuasión.

2.2. Contexto internacional

El análisis de los impactos de las ferias comerciales ha sido objeto de estudio por parte de varios autores. Estas, al proporcionar un mecanismo integral para la exhibición y promoción de productos y servicios, así como para el intercambio de información entre los diferentes actores del mercado, desempeñan un papel crucial en el crecimiento económico, ofreciendo numerosas ventajas y oportunidades tanto para las empresas individuales como para la economía en conjunto (Bathelt, Malmberg, & Maskell, 2002). De igual manera, las ferias

comerciales generan un efecto multiplicador de recursos, traduciéndose en la promoción del comercio internacional, atracción de inversión extranjera directa y desarrollo socioeconómico para las comunidades (Muresan & Nistoreanu, 2017). En esta revisión de literatura se examinan los impactos que las ferias comerciales han generado en diversas economías, resaltando su importancia en cada uno de los contextos.

En términos de resultados por regiones del mundo, la industria de las ferias y eventos en Norteamérica presentó la mayor contribución al PIB en el año 2019, con USD37,8 mil millones, seguido por Europa (USD23,3 mil millones) y Asia/Pacífico (USD17,6 mil millones) mientras que los continentes de Centro y Sudamérica, Oriente Medio y África presentaron las menores contribuciones, con USD2,5; USD0,8 y USD0,3 mil millones, respectivamente. Esta categorización ordenada resulta similar para las variables como gasto directo, empleos, visitantes y expositores (Tabla 2).

Tabla 2. Impactos de las ferias comerciales y eventos por continente en 2019

Continente	Visitantes	Expositores	Empleos directos	Gasto directo (USD mil millones)	Contribución al PIB (USD mil millones)
Norteamérica	92.340.000	1.620.000	561.000	USD61	USD37,8
Europa	112.000.000	1.340.000	350.000	USD44,8	USD23,3
Asia/Pacífico	89.700.000	1.332.000	394.000	USD28,7	USD17,6
Centro y Sudamérica	49.970.000	287.000	74.000	USD4,1	USD2,5
Oriente Medio	6.500.000	130.000	15.000	USD1,5	USD0,8
África	2.150.000	43.000	9.000	USD0,6	USD0,3
Mundo	352.660.000	4.752.000	1.403.000	USD140,7	USD82,3

Fuente: Elaboración propia con base en UFI (2022)

A partir de los impactos generados, el potencial de las ferias comerciales y eventos en los mercados internacionales es ampliamente reconocido. En un contexto donde muchas empresas están ajustando sus presupuestos de publicidad, estas emergen como una estrategia esencial de comunicación, pues más allá de simplemente vender productos, las ferias proporcionan una invaluable oportunidad para interactuar directamente con personas altamente calificadas, proveedores clave y otros actores del mercado global, derribando barreras de entrada en el proceso (Kellezi, 2014).

A nivel desagregado, las ferias comerciales y eventos también han generado aportes significativos dentro de las economías locales. En el contexto europeo, estas brindan numerosas ventajas y oportunidades para las empresas participantes, además de los efectos del *marketing* y la venta de productos a los clientes, dado que este tipo de eventos se caracteriza por tener una estructura multidimensional que estimula procesos de creación y difusión de conocimiento (Bathelt, Malmberg, & Maskell, 2002). Desde esta perspectiva, las ferias comerciales en Reino Unido generaron USD33 mil millones de valor agregado bruto, equivalente al 40% del valor agregado del sector de turismo y al 1,24% del PIB británico en 2011, siendo un porcentaje comparable con el sector del transporte y superando a sectores como cine y radiodifusión, y productos farmacéuticos (Jones & Li, 2015). En otro estudio de impacto para Reino Unido, las ferias comerciales generaron un promedio de USD14 mil millones en ventas, 114.000 empleos y una contribución de USD7,2

mil millones al PIB de Reino Unido en 2018 (equivalente al 0,25%) (AEV, AEO, & ESSA, 2019).

Las ferias comerciales y eventos pertenecen a un sector económico con perspectivas de crecimiento y consolidación. Factores como la innovación tecnológica, la formación y la adaptación a nuevas tendencias resultan clave para mantener el crecimiento del sector (Meruelo Monzón, 2017). Tal es el caso de España, donde la Asociación de Ferias Españolas (AFE) (2020) encontró que las ferias comerciales generaron un promedio de USD15 mil millones en ventas comerciales y un total de USD7,4 mil millones de gasto directo, representando el 0,52% del PIB español en el año 2018. Impactos similares se encuentran en Grecia, donde la Asociación Griega la Industria de Exposiciones (SOKEE por sus siglas en inglés) (2024) encontró efectos positivos en variables como producción económica (USD1,13 millones), contribución al PIB (USD533 millones, equivalente al 0,23%) y puestos de trabajo directos en el año 2022 (8.400).

En el continente asiático, características como el tamaño de las empresas, la conexión con asociaciones comerciales, la pertenencia a grupos industriales relevantes y el acceso al transporte público han influido para que esta industria, en las ciudades con mayor población, tenga altas probabilidades de ser exitosa para todos los actores involucrados en ella (He, Lin, & Li, 2020). En Tailandia, esta industria produjo alrededor de USD0,87 mil millones en gastos directos de visitantes, expositores y gastos relacionados, USD2 mil millones en ventas comerciales, USD1,28 mil millones en contribución total al PIB –equivalente al 0,23%– y 18.100 empleos directos promedio en el año 2019 (Thai Exhibition Association, 2022).

Zhang et al. (2018) evidencian que aspectos como el número de salas disponibles, la extensión de las áreas de exposición y la calidad del servicio ofrecido son elementos clave para el desarrollo de las ciudades en China, así como los avances en la investigación en economía, negocios y gestión, y la cantidad de recursos disponibles, ejercen un efecto significativo en las ferias y exposiciones. En Taiwán, (Chen, Chiou, Yeh, & Lai, 2012) encuentran que las ferias comerciales *International Cycle Show* y *Taiwan International Lighting Show* generan una producción anual de USD0,06 mil millones, una producción directa de USD27,2 mil millones –equivalente al 0,23% del PIB– y un total de 12.815 puestos de trabajo en 2011.

La adopción de distintas estrategias de innovación en la industria de ferias y exhibiciones de Norteamérica ha abierto el camino a una mayor globalización, la cual ha sido el resultado de tendencias y políticas que han eliminado las fronteras nacionales y reducido las barreras al crecimiento económico (Pearlman, 2016). En 2012, un estudio realizado en Estados Unidos encontró que la producción total relacionada con la industria de ferias y exhibiciones ascendió a cerca de USD770,4 mil millones, mientras que la contribución total al PIB fue de USD393,8 mil millones –representando el 2,42%–. Este estudio también encontró que esta actividad generó alrededor de 5,3 millones de puestos de trabajo y USD234,6 mil millones en ingresos laborales totales (PwC, 2012).

Así mismo, en Canadá, esta industria también produce impactos económicos importantes. Para el periodo comprendido entre los años 2007 y 2008, generó cerca de USD32 mil millones en gasto directo, USD11 mil millones en contribución directa al PIB –equivalente al 0,7%–, 235.000 empleos y un total de USD1.000 millones en producción industrial (Maritz Research Canada, The Conference Board of Canada & MPI Foundation, 2008).

Aunque en África la contribución económica de las ferias comerciales no ha sido tan relevante, se ha trabajado en la implementación de algunos programas que generan incentivos a esta industria, como Di Buyer´s Day en Ciudad del Cabo, el cual reúne a compradores y expositores en una jornada reservada, con el propósito de que los primeros puedan observar los productos y servicios ofrecidos antes de que el público general asista a la feria de diseño Design Indaba. Se evidenció que tanto para compradores como expositores el programa funcionaba como una forma de consolidación de las marcas y acceso a oportunidades en el futuro (Spencer & Bavuma, 2018). En particular se estima que la Exposición Internacional de El Cairo de 2016 en Egipto generó 6.148 empleos, registrando un gasto total aproximado de USD155 millones, con ingresos personales para los residentes de USD41,2 millones y con valor añadido USD162,1 millones, representando el 0,04% del PIB (Ragab & Wagdy, 2019).

2.3. Contexto regional y local

La riqueza natural y cultural de América Latina genera una ventaja comparativa en la realización de ferias comerciales y eventos, y de forma general en la industria MICE[1]. Según Sirkis et al. (2022) las razones más importantes por las que los turistas visitan las ciudades principales de la región son por su ecosistema turístico, su patrimonio cultural y la oferta MICE. Sin embargo, este potencial ha sido aprovechado de forma heterogénea. De acuerdo con un informe de UFI (2020), entre 2018 y 2019, tan solo cuatro países concentraron el 85% de las 3.008 ferias comerciales y eventos realizados en la región: Brasil con el 48%, México con 17%, Argentina (13%) y Colombia (7%). Durante este periodo, Brasil también registró el mayor número de visitantes atendidos con 29 millones seguido por México (14,5 millones), Argentina (10,5 millones) y Colombia (7 millones).

La oferta de recintos feriales en Brasil se encuentra localizada en Sao Paulo, ciudad que albergó el 25% de los eventos y ferias realizadas en el país entre 2018 y 2019, mientras que las demás ciudades atendieron menos del 6%. Algo similar sucedió en Argentina, donde Buenos Aires concentró el 37% de las ferias y eventos durante esos años, mientras que las demás ciudades atendieron menos del 8%. En México por su parte, el 30% de las ferias y eventos se hicieron en Ciudad de México, y otro 30% se distribuyó en partes iguales entre Guadalajara y Monterrey. En el caso de Colombia, Bogotá registró la concentración más alta con el 46%, sin embargo, ciudades como Medellín y Cali cobijaron el 24% y 11% de las ferias y eventos, respectivamente. En particular en Colombia, Corferias fue la empresa que realizó el mayor número de ferias en el país y en la región entre 2018 y 2019 con una participación del 46% y 2%, respectivamente (UFI, 2020).

Los sectores económicos que más predominaron en las ferias y eventos realizados en los cuatro países entre los años 2018 y 2019 fueron similares con excepción de Brasil, donde el mercado de ferias y eventos del sector agrícola tuvo unas magnitudes no observadas en los demás países. Es así como en Brasil, México y Argentina, la actividad que realizó el

[1] La industria *Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions* (MICE por sus siglas en inglés), incluye las ferias comerciales y eventos al igual que otros tipos de encuentros que no requieren un recinto para realizarse. Cuando sea posible se hablará solo del sector de ferias comerciales y eventos que es el objeto de este estudio, y no de la industria MICE en general.

mayor número de ferias y eventos fue Ocio, pasatiempo y entretenimiento, participación que estuvo entre el 15% y el 25%. En el caso de Colombia, se destacó el sector de Educación con el 14% de las ferias y eventos realizados, seguido por las actividades de Ocio, pasatiempos y entretenimiento con el 13%. El sector de Hogar, regalos y juguetes ocupó el segundo lugar en México (8%), mientras que en Argentina fue Educación (14%) y en Brasil la Agricultura, silvicultura y piscicultura con el 14%. A diferencia de Brasil, este último sector cobró muy poca preeminencia en los demás países (UFI, 2020).

Es importante destacar que Brasil cuenta con la oferta de recintos rurales más alta de la región: 178 los cuales atendieron el 15% de todas las ferias y eventos realizados en ese país. Argentina se encuentra en segundo lugar en este tipo de oferta, con 42 recintos en el año 2019, seguido de México con cinco. En Colombia no existe ningún recinto de estas características (UFI, 2020).

Traducir las cifras de visitantes y eventos a cifras de contribución a la actividad económica permiten dimensionar la importancia del sector en la región. Sin embargo, los estudios de contribución económica de las ferias y eventos en América Latina son escasos, lo cual se refleja en que el 76% de los actores involucrados en la realización de ferias y eventos en la región, afirman no conocer la contribución a la actividad económica que genera su sector (UFI, 2020). Las cifras disponibles se presentan en la Tabla 3, donde se observa que el turismo MICE en Perú tuvo una contribución económica equivalente al 4,6% del PIB del año 2019. Para Guatemala, se encontró que la industria de ferias y eventos produjo una contribución económica del 1,2% del PIB del año 2017 y generó cerca de 27 mil empleos directos e indirectos, y en México, se estimó que esta industria tuvo una contribución de 1,4% del PIB del año 2010 y generó 441.300 empleos directos e indirectos.

Tabla 3. Contribución económica de la industria de ferias y eventos en América Latina

País	Contribución en términos del PIB nacional	Año	Fuente
Perú	4,6 %[1]	2019	(PromPerú, 2020)
Guatemala	1,20%	2017	(Inguat, 2016)
México	1,40%	2010	(CESTUR, 2010)
Colombia	1,04%	2005	(Zuleta y Jaramillo, 2005)
	1,30%	2019	(Procolombia, 2020)

Nota 1. Esta cifra corresponde a la contribución de toda la industria MICE.

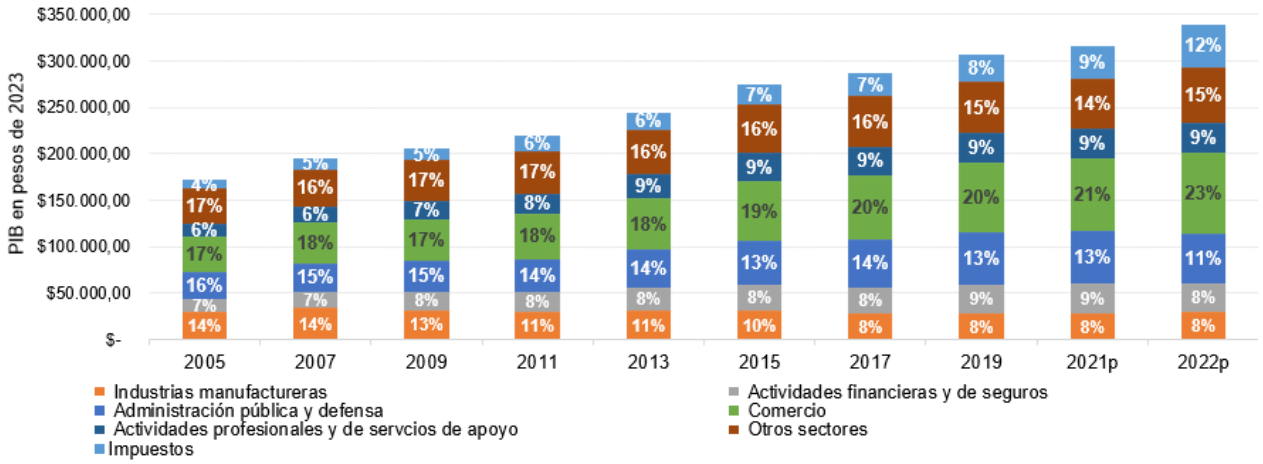
Finalmente, en el caso de Colombia, existen dos estudios que estiman la contribución de la industria de eventos y ferias. Zuleta & Jaramillo (2005) encontraron que las ferias realizadas por Corferias en 2004 generaron cerca de 29 mil empleos directos y tuvieron una contribución de 5,5% en el PIB de la ciudad de Bogotá, lo que se tradujo en un aporte del 1,04% al PIB nacional. Un estudio de PROCOLOMBIA (2020) expandió y actualizó estas cifras, encontrado que el aporte del sector ascendió al 1,3% del PIB nacional del año 2018 y que generó 218 mil empleos directos e indirectos.

3. Metodología para medir el impacto económico de las ferias comerciales y eventos[2]

3.1. Comportamiento de la economía bogotana en los últimos años

Resulta relevante revisar el comportamiento de la economía bogotana en las últimas dos décadas a nivel sectorial, pues así es posible identificar el dinamismo que las ferias comerciales han tenido a lo largo de los años. Para el periodo comprendido entre 2005 y 2022[3], se evidencia que el crecimiento del sector manufacturero fue solo de 0,1%, situación que generó una pérdida de 5,6 puntos porcentuales (pp) en su participación en el PIB. En contraste, el sector de comercio registró un incremento de 4,9% durante el mismo período, ganando 5,2 pp de participación. Siguiendo esta tendencia, se esperaría que las ventas producto de las ferias comerciales estuvieran encaminadas hacia el sector de comercio.

Gráfico 1 Participación por sectores de actividad económica en el PIB de Bogotá, 2005-2022



Fuente: DANE (2024). Elaboración propia. Nota 1: Otros sectores agrupan sectores de la economía de Bogotá con participaciones inferiores al 10% del PIB del respectivo año.

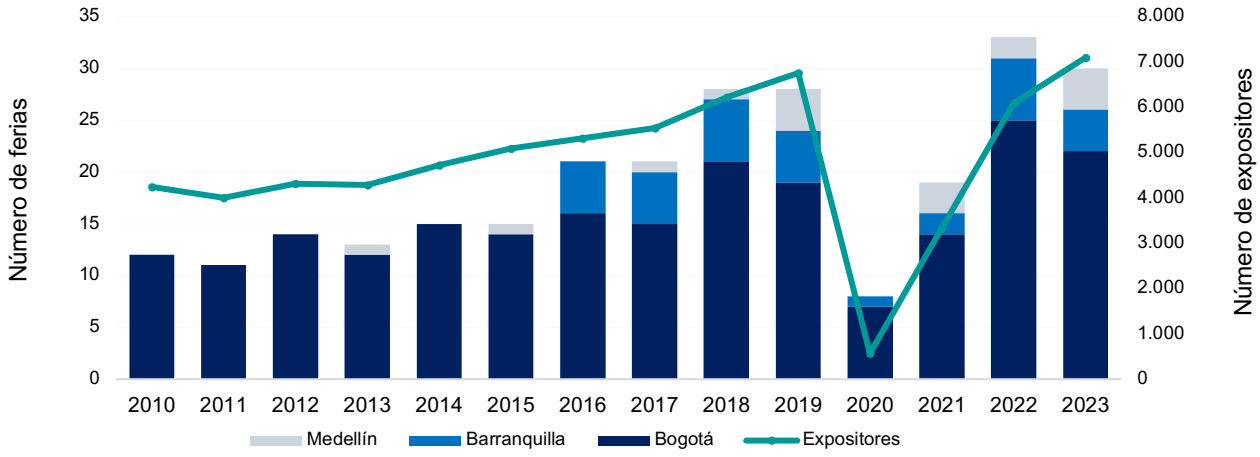
3.2. Comportamiento del recinto de Corferias en los últimos años

A lo largo de los años, Corferias se ha consolidado como el recinto ferial más importante de América Latina, albergando anualmente más de 15 ferias y recibiendo más de 600.000 visitantes promedio. Para el periodo comprendido entre 2010 y 2023, se registró un aumento considerable en la cantidad de ferias realizadas en Bogotá, Medellín y Barranquilla, con excepción del año 2020, debido al cierre de la economía por la pandemia del COVID 19. El recinto de Corferias en Bogotá pasó de tener 12 ferias en 2010 a 22 en 2023. En Medellín, el recinto de Plaza Mayor, que solo tuvo ferias en seis años de los 14

[2] PROCOLOMBIA (2020) señala que cuando el objetivo del estudio es cuantificar las dimensiones de la actividad económica de un sector es más adecuado usar la palabra "contribución". Sin embargo, la palabra impacto es estándar en la literatura en inglés con el mismo objetivo. Aquí ambas palabras se usarán de forma intercambiable, y solo se hará la distinción cuando se trate de un impacto causal.
[3] Este período se escoge por disponibilidad de datos comparables.

analizados, albergó cuatro ferias en 2023. Por su parte, el recinto de Puerta de Oro en Barranquilla, que no contó con ferias hasta 2016, albergó cuatro en 2023. Esta tendencia positiva se refleja también en el número de expositores, el cual pasó de 4.244 en 2010 a 7.094 en 2023 (Gráfico 2).

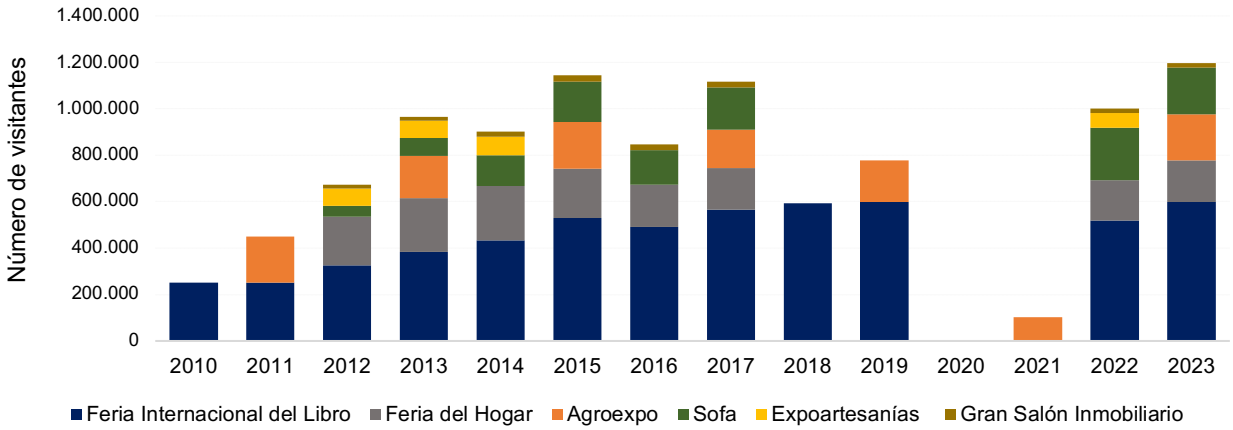
Gráfico 2 Número de ferias y expositores por ciudad, 2010 y 2023



Fuente: Información suministrada por Corferias. Cálculos propios.

El número de visitantes resulta clave para medir la relevancia que cada una de las ferias tiene para el público tanto general como especializado y su potencial para generar impacto económico. El Gráfico 3 muestran los visitantes por año y por feria entre 2010 y 2023, incluyendo las seis ferias con mayor cantidad de visitantes. Durante esos años, la Feria Internacional del Libro presentó la mayor cantidad de visitantes (9.710.487), seguida por la Feria del Hogar (1.969.422), Agroexpo (1.222.616), Sofa (1.188.256), Expoartesanías (537.622) y el Gran Salón Inmobiliario (172.026).

Gráfico 3 Número de visitantes por feria entre 2010 y 2023



Fuente: Información suministrada por Corferias. Cálculos propios.

3.3. Contextualización y metodologías para medir el impacto económico de las ferias comerciales y eventos

Una feria comercial es una reunión donde "productores, distribuidores y otros vendedores enseñan sus productos o describen sus servicios a invitados, incluyendo posibles consumidores, proveedores, otros asociados comerciales o la prensa" (Bonoma, 1983). En este sentido, las ferias comerciales generan relaciones económicas que no solo se limitan al espacio físico y temporal de su realización, sino que también se extienden a los comercios vecinos y a fechas posteriores a la realización de esta. Estas relaciones económicas toman formas particulares dependiendo del tipo de actor que se considere. En general, los actores involucrados directa o indirectamente en las ferias comerciales son: el recinto ferial, el organizador de la feria, las empresas expositoras, las empresas o personas asistentes a la feria, los proveedores externos y las empresas comerciales en la zona de influencia del recinto.

En particular, en Bogotá, Corferias actúa simultáneamente como recinto ferial y es el organizador de las ferias comerciales mientras que, en otras ciudades del país como Medellín y Barranquilla, actúa como organizador. En el marco de la realización de una feria, la principal relación económica en la que participan el organizador y el recinto ferial es en el alquiler de espacios físicos a las empresas expositoras y en la venta del acompañamiento logístico como la provisión de servicios públicos, seguridad, aseo y control de ingreso. En algunas ferias, existe una relación económica secundaria que consiste en la venta de boletería al público externo o especializado para permitir su ingreso al evento. Otras empresas externas también pueden proveer un apoyo logístico u otro tipo de insumos que requiera el expositor en el montaje y desarrollo de su participación en la feria.

Como se mencionó, las empresas expositoras realizan el alquiler del espacio en el recinto ferial, con el objetivo de difundir sus productos o servicios entre un público general o especializado, y generar transacciones durante o de forma posterior a la realización de la feria en virtud de los contactos realizados. Así, la relación económica más importante en la participan los expositores es la venta de productos o servicios a los asistentes a la feria[4]. Sin embargo, los asistentes y otros actores que participan en la feria no solo adquieren bienes o servicios en el mismo recinto en donde esta se realiza, sino que durante su tránsito o estadía en el área de influencia del recinto ferial realizan compras en establecimientos de comercio aledaños. Estas ventas también son contabilizadas como parte de la contribución económica de las ferias comerciales pues son motivadas por el tráfico de los asistentes, expositores y personal de apoyo de la feria en virtud de que esta se está realizando.

Las relaciones económicas descritas anteriormente ocurren en el marco de una feria comercial, pero Corferias no solamente realiza ferias comerciales, sino que también, desde 2011, cuenta con una oferta de espacios para la realización de eventos. Los eventos son reuniones de una escala menor en espacio y duración, que abarcan temáticas sociales, militares, educativas, religiosas o fraternales (SMERF por sus siglas)[5]. A diferencia de las

[4] En 2004, las ventas de los expositores aportaron cerca del 80% del impacto económico de las ferias comerciales de Corferias según Zuleta & Jaramillo (2005).
[5] En el estudio de Zuleta & Jaramillo (2005) estos no se incluyeron, pues aún no eran parte de la oferta de productos de Corferias en ese año.

ferias comerciales, los eventos tienen dinámicas económicas donde las funciones del recinto y del organizador de eventos están claramente diferenciadas.

La corporación, a través de su recinto, actúa la mayoría de las ocasiones únicamente como arrendatario, y el organizador del evento es una empresa externa que puede realizar la logística de su propio evento o haber sido contratado por el propietario del evento para esta labor. Según el tipo de evento, la empresa organizadora también puede definir la venta de boletería a los asistentes, y permitir o realizar ella misma la venta de afiliaciones, patrocinios u otro tipo de productos o servicios. Esto implica que la figura de empresa expositora puede no existir en el marco de un evento, y este puede ser tan simple como una reunión que involucra al recinto, a la empresa organizadora y a los asistentes, o ser más parecida a una feria comercial.

Como se evidencia, la contribución o impacto económico de las ferias comerciales y eventos se concreta por medio de múltiples canales y relaciones económicas, por lo que se requiere de un referente conceptual o empírico que permita organizarlos y dar cuenta de su aporte correctamente. La literatura contempla tres tipos de metodologías acerca de la medición del impacto económico de eventos culturales: la estadística, la cuasiexperimental y la teórica (OCDE, 2023). La metodología estadística se basa en modelos insumo-producto, o en modelos de equilibrio general computable, los cuales representan las interrelaciones al interior del sector productivo y las relaciones entre este y los sectores institucionales como los hogares, con el objetivo de capturar la propagación del impacto del evento cultural en el resto de la economía. Por otra parte, la metodología cuasiexperimental busca aproximar el efecto causal de los eventos culturales mediante la comparación de los patrones encontrados en la variable de interés con los patrones observados para la misma variable en un contrafactual adecuado. A menudo, para la construcción de un contrafactual, este método implica combinar información a partir de encuestas internas con información proveniente de servicios estadísticos nacionales. Finalmente, la metodología teórica enfatiza la caracterización explícita de las relaciones causales mediante la formulación de una teoría del cambio, que después es contrastada con evidencia, mediante el uso de un método cuantitativo o métodos mixtos, aunque no necesariamente requiere la existencia de un contrafactual para sustentar su causalidad.

El presente estudio empleará una aproximación metodológica doble mediante el uso de métodos cuasiexperimentales y el modelo insumo-producto, con el objetivo de aportar evidencia acerca del impacto individual sobre las empresas y del impacto económico agregado de las ferias comerciales y eventos. Para la aplicación de ambas metodologías se requiere la recolección de información sobre indicadores económicos relevantes como las ventas o el empleo generado por parte de los diferentes actores que participaron en las ferias comerciales y eventos. A continuación, se describirán los datos recolectados y se plantearán las metodologías utilizadas para calcular el impacto individual y agregado de las ferias comerciales y eventos.

3.3.1. Fuentes de información para la estimación del impacto económico de las ferias comerciales y eventos

Para la recolección de la información se realizaron tres encuestas a los actores involucrados en las ferias comerciales y eventos: dos de estas fueron hechas a expositores y una a organizadores de eventos.

La primera encuesta fue realizada telefónicamente por la firma Invamer a una muestra de 565 empresas expositoras, con representatividad a nivel de feria comercial y ciudad de realización. Esta muestra fue escogida a partir del total de empresas expositoras que participaron en al menos una feria comercial de Corferias en las ciudades de Bogotá, Medellín y Barranquilla entre los años 2022 y 2023. Esta encuesta recopiló información cuantitativa sobre las características de las empresas y otros indicadores asociados a sus resultados en la feria como las ventas durante y después a la misma, el gasto incurrido, el número de contactos realizados, entre otros aspectos.

La segunda encuesta se realizó de forma virtual y fue remitida a todas las empresas expositoras que participaron en al menos una feria comercial en estas ciudades durante el mismo periodo. Esta encuesta se centró en medir cualitativamente el propósito de las empresas expositoras en participar de las ferias comerciales, y sus resultados e impactos como, por ejemplo, sus efectos sobre las estrategias y planes futuros.

La tercera encuesta estuvo dirigida a empresas organizadoras de eventos de Corferias y Ágora y también fue remitida de forma virtual a toda la población[6]. Mediante esta, se obtuvo información cuantitativa sobre las características de las empresas organizadoras y los ingresos generados en el evento a favor de ellas o de los actores involucrados. La Tabla 4 resume la información sobre las encuestas realizadas.

Tabla 4 Resumen de las encuestas realizadas a expositores y organizadores de eventos

Encuesta	Tipo de muestro	Tamaño de la muestra	Error relativo
Expositores	Estratificado por feria comercial y municipio	785	3,32%
	Censal	6.975	No definido
Organizadores de eventos	Censal	117	No definido

Fuente: Información proporcionada por Invamer y Corferias.

Como se verá en las siguientes secciones, las encuestas anteriores aportan los insumos para medir una parte del impacto económico generado por las ferias y eventos. Sin embargo, los expositores y organizadores de eventos no son los únicos actores que aportan a este, además de ellos, se tiene la contribución de Corferias, de las empresas en la zona de influencia de los recintos feriales y del gasto de los asistentes internacionales.

[6] Ágora es un recinto de eventos de propiedad mixta ubicado de forma contigua al recinto ferial de Corferias en la ciudad de Bogotá, el cual en la actualidad es operado por Corferias.

En este sentido, para medir la contribución de Corferias, se emplearon los estados financieros suministrados por la corporación. En cuanto al aporte realizado por las empresas en el área de influencia, con ayuda de la corporación y a partir de bases de datos públicas, se obtuvo información sobre las empresas comerciales ubicadas en el área de influencia del recinto ferial en Bogotá, Barranquilla y Medellín, y mediante la comparación de su densidad y contribución económica actual con lo encontrado por Zuleta & Jaramillo (2005), se estimó su aporte al impacto económico reciente en las tres ciudades.

De otro lado, para estimar la contribución del gasto de los asistentes de las ferias comerciales, se tomó como referencia la información proporcionada por Corferias sobre la participación de asistentes internacionales durante las ferias y el estudio realizado por PROCOLOMBIA (2020), el cual hace referencia al gasto promedio de los asistentes de las ferias para el año 2018. A partir de esta información, se estimó el gasto promedio de los visitantes internacionales para el año 2023[7].

3.4. Medición del impacto económico a nivel de empresas

Para medir el impacto económico de las ferias comerciales de Corferias a nivel de empresas, se utilizarán dos canales: por un lado, se analizarán los resultados de la encuesta cualitativa realizada a los expositores de las ferias comerciales y por el otro, se realizará un modelo de inferencia causal que permite calcular un impacto económico entendido como un impacto causal.

En particular, el modelo de inferencia causal busca aislar de forma creíble el impacto de la participación en las ferias sobre indicadores de las empresas, de elementos coyunturas como las fases del ciclo económico u otros choques nacionales o regionales a la actividad empresarial. Algunos de los indicadores usualmente considerados son las ventas, el número de empleados, su estructura de costos, su participación en mercados internacionales, entre otras. Cualquiera de las metodologías que permiten obtener esta estimación requiere la construcción de un grupo de tratamiento –las empresas participantes en las ferias– y un grupo de control, es decir, un grupo de empresas que no participaron en las ferias comerciales y que son similares a las primeras en alguna dimensión especificada por la metodología usada.

Para realizar esta medición, se empleará la metodología de Diferencia en Diferencias (DID) en la cual el impacto se calcula como la diferencia entre los cambios antes y después de la participación en las ferias para el grupo de beneficiarios y los cambios antes y después –en los mismos periodos– para el grupo de empresas que no participaron en las ferias.

La similitud entre el grupo de empresas tratadas y el grupo de control es fundamental para asegurar que el impacto calculado es atribuible a las ferias. En la metodología DID los dos grupos son similares cuando, en ausencia de la intervención, la evolución del indicador de interés es la misma en el grupo de tratamiento y en el grupo de control, sin importar sus niveles iniciales. Aunque este supuesto no se puede probar, para argumentar a favor del

[7] Vale la pena señalar que de este impacto se excluye el gasto realizado por los asistentes nacionales en la medida en que no se contó con información suficiente para estimarlo.

cumplimiento de esta condición, la práctica empírica usualmente busca tener un número de periodos anteriores al tratamiento lo suficientemente amplio como para convencerse de que la evolución de ambos grupos es similar.

La construcción de los datos necesarios para llevar a cabo la estimación del impacto causal requirió combinar fuentes de información interna y externa. En este sentido, a partir de la encuesta a expositores de las ferias comerciales se obtuvo información del grupo de control para dos años distintos, los cuales, combinados con la información histórica de los expositores, permitió construir un grupo de empresas que recientemente participaron por primera vez en las ferias comerciales. De otro lado, para obtener información sobre las empresas que no asistieron a las ferias comerciales, se utilizó la Encuesta de micronegocios (Emicron) del DANE, la cual cuenta con los microdatos más recientes posibles.

La información necesaria para la estimación del impacto causal que permitiera determinar los efectos que conlleva a una empresa participar en una feria de Corferias enfrentó varias restricciones respecto al escenario ideal. Sin embargo, a pesar de esto, los resultados generan un efecto causal creíble. En primer lugar, la estimación se limitó a la comparación de los indicadores empleados para los años 2022 y 2023, dado que en una encuesta de participación voluntaria es difícil obtener información sobre indicadores financieros para más de dos años. Por esta razón, el comportamiento de las tendencias de la variable de interés en ambos grupos antes del tratamiento no se puede validar, y en su lugar, el argumento que se emplea para asegurar que el efecto causal se puede identificar es la similitud de las empresas en términos de su sector económico, zona geográfica y tamaño, que en el caso de la Emicron son las microempresas. La similitud de las empresas en estas dimensiones asegura que están sujetas a los mismos choques económicos y, por tanto, que sus indicadores financieros y de empleo evolucionarían de forma similar en el tiempo en ausencia de la participación en la feria.

En segundo lugar, al cruzar la información de las empresas de la encuesta con las empresas que históricamente han participado en las ferias, se obtuvo que el grupo de empresas que participaron por primera vez en 2023 es muy bajo para llevar a cabo la estimación. Por tal razón, se debió ampliar el grupo para admitir empresas que participaron por primera vez hasta dos años antes. Esto hace que el efecto estimado en este documento no sea el efecto causal de participar por primera vez en una feria comercial, sino un límite inferior a este efecto, si se asume un efecto decreciente de participar en las ferias comerciales sobre las empresas.

En tercer lugar, al momento de la publicación de este estudio, los microdatos de la Emicron se encontraban disponibles hasta el año 2022, lo que no coincide perfectamente para el periodo de la encuesta (2022-2023). Para solucionar este problema, se recurrió a dos estimaciones diferentes: se usaron los años 2021 y 2022 para el grupo de control y para el último año, se les aplicó el crecimiento obtenido hasta el tercer trimestre de 2023, el cual es publicado por el DANE a través de boletines. La primera solución tiene la desventaja de que los indicadores de las empresas son sometidos a momentos diferentes del ciclo económico del país y las regiones, sin embargo, este problema tiende a atenuar el efecto ya que los datos del grupo de control reflejan una coyuntura de recuperación económica, mientras que la información del grupo de tratamiento refleja una coyuntura de desaceleración de la economía. Esto permite concluir, nuevamente, que el efecto real es posiblemente mayor al encontrado usando este grupo de control. La segunda solución tiene

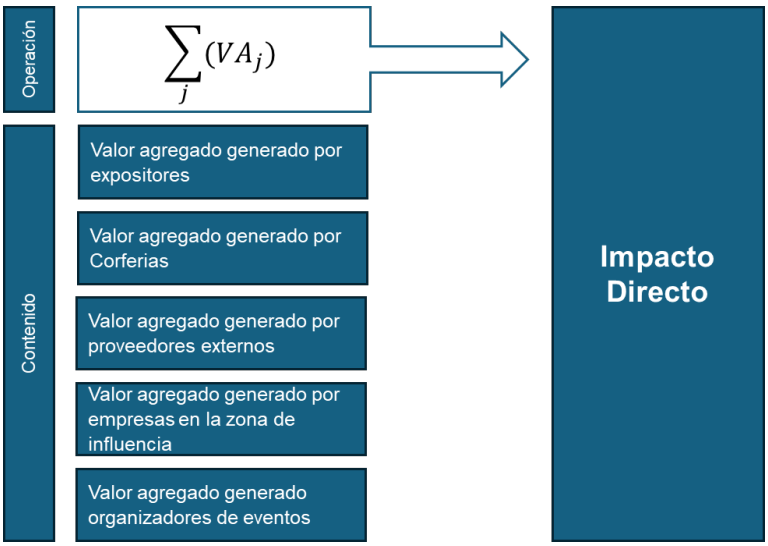
la dificultad de que los datos a nivel individual estimados para el año 2023 no son comparables con los datos reales a nivel individual, sin embargo, a nivel agregado se cuenta con datos que corresponden a la situación observada para 2023.

Este diseño permitió entonces recuperar el efecto causal de participar en las ferias comerciales sobre las microempresas, como un límite inferior o una estimación atenuada del verdadero efecto.

3.5. Medición del impacto económico a nivel agregado

La información sobre el desempeño económico de las empresas que participaron directa o indirectamente en ferias comerciales y eventos también puede emplearse para medir la contribución o impacto económico de las ferias comerciales o eventos sobre las economías de las ciudades donde estos se realizan. El primer elemento en esta medición es el impacto directo, el cual se refiere a la suma de los valores agregados generados en las diferentes relaciones económicas que se dan en el marco de una feria comercial o evento, y que fueron descritas anteriormente. Por ejemplo, el valor agregado generado en las ventas de los expositores a los asistentes a las ferias o eventos, en la venta del servicio de alquiler por parte de Corferias a los expositores, entre otros. La Figura *1* resume las distintas fuentes de valor agregado en torno a una feria comercial o evento.

Figura 1 Componentes y cálculo del impacto directo



Fuente: Elaboración propia.

Donde VA_j es el valor agregado generado en el sector j. De esta forma, el cálculo implica la clasificación del valor agregado generado por las diferentes empresas en sectores económicos. Esto es necesario para la aplicación de los multiplicadores como se verá más adelante.

Los insumos principales para el cálculo de estos valores agregados son las ventas de los diferentes actores que participan directa e indirectamente en las ferias y eventos. En términos económicos, el valor agregado se define como la diferencia entre el ingreso bruto y los costos intermedios de producción, de manera que refleja la porción de la riqueza creada exclusivamente por la etapa del proceso productivo en que se hace la medición de este. Sin embargo, aunque la definición económica es intuitiva, requiere información financiera de las empresas que no siempre es accesible o no se encuentra desagregada al nivel requerido. En su lugar, para calcular el valor agregado a partir de las ventas, se aplica un coeficiente de transformación el cual, siguiendo a Zuleta & Jaramillo (2005), consiste en la proporción promedio del valor agregado en las ventas para empresas de cada sector económico y tamaño, los cuales se pueden calcular a partir de las encuestas empresariales del DANE[8].

Como se deduce de lo anterior, el impacto directo solo contempla el valor agregado o riqueza producida en las etapas del proceso productivo que están más cerca del consumidor final, de manera que no incluye el valor agregado generado en las etapas previas del proceso productivo del bien o servicio, como en la creación de los insumos necesarios para su producción, y, a su vez, los insumos necesarios para la producción de estos. Este valor agregado producido en los eslabones anteriores del proceso productivo también sucede en virtud de la feria o evento pues es la demanda del producto o servicio en estos espacios lo que fomenta su creación. El impacto directo tampoco contempla el valor agregado que se genera por el hecho de que todas las empresas involucradas directa o indirectamente en las ferias o eventos pagan salarios a sus trabajadores, los cuales gastan en una canasta de bienes y servicios para su consumo.

Para capturar estos impactos adicionales se emplean un modelo insumo-producto, el cual captura la interrelación entre los sectores productivos y las relaciones de estos con otros sectores de la economía como los hogares (Miller & Blair, 2022). En dichos modelos estas relaciones toman la forma de una matriz, que tras las transformaciones algebraicas adecuadas permite resumir en un coeficiente denominado multiplicador de la producción, los encadenamientos de un sector con los sectores económicos que le proveen insumos y a su vez con los que les proveen insumos a estos y así sucesivamente. Es decir, sea A una matriz insumo-producto, cuyos elementos a_{ij} representan la cantidad del bien i, expresada en pesos, que es necesaria para producir un valor determinado del bien j, de manera que la columna j de la matriz A contiene el valor de los diferentes bienes empleados como insumos la producción del bien j, y la fila i contiene el valor de los bienes del sector i que son demandados como insumos en la producción de todos los sectores. Entonces A cobra la forma:

$$A = [a_{ij}]$$

A partir de la matriz A, se puede definir una transformación L al restar la matriz A de una matriz identidad de las mismas dimensiones I, y tomar la inversa del resultado. Esta transformación es denominada como la matriz de *Leontieff*, la cual representa de forma alternativa el proceso de interdependencia de los sectores productivos. Esta matriz refleja que, un aumento de un peso en la producción del bien j representado por la columna j de

[8] Encuesta de Micronegocios (EMICRON), Encuesta Anual de Servicios (EAS), Encuesta Anual Manufacturera (EAM) y Encuesta Anual de Comercio (EAC).

la matriz identidad I, genera un aumento en la producción de los insumos necesarios para producir el bien j, representados por la columna j de la matriz A. Esto a su vez requiere un aumento en los insumos necesarios para producir los insumos del bien j, representados por la columna j de la matriz A^2, y así sucesivamente:

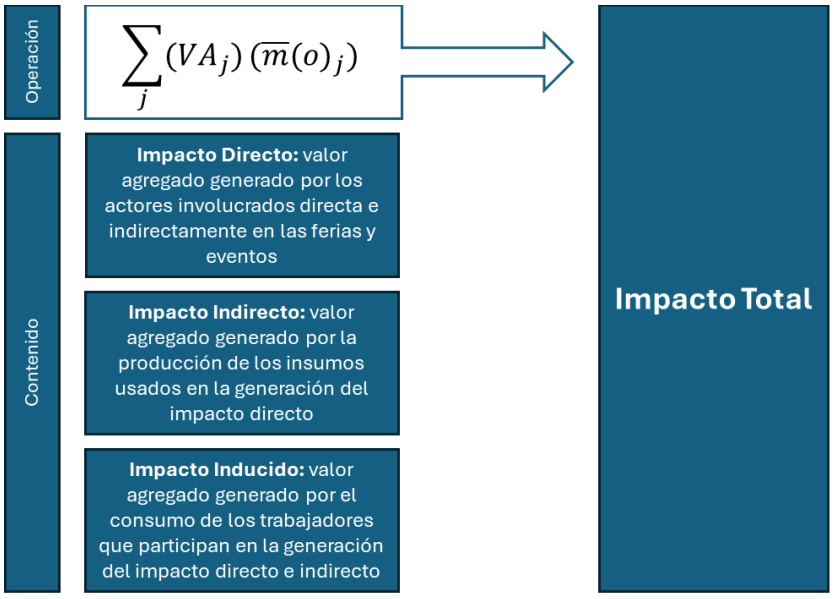
$$L = (I - A)^{-1} = I + A + A^2 + \cdots$$

Dicho de otra forma, la matriz L, captura los aumentos directos (representados por I en la suma del lado derecho) e indirectos (representados por las potencias de A) que son consecuencia de un aumento en la producción de los bienes de todos los sectores. Como se dijo antes, esta estructura de interdependencias se puede resumir en un coeficiente denominado multiplicador de la producción $m(o)_j$, el cual está asociado a cada sector económico j y se obtiene de sumar los elementos de la columna j de la matriz L:

$$m(o)_j = \sum_i L_{ji}$$

En resumen, el multiplicador $m(o)_j$, también conocido como el multiplicador simple de la producción o el multiplicador tipo I de la producción, captura los efectos directos e indirectos de un aumento en la producción del bien j. Cuando la matriz A se expande para considerar la remuneración al trabajo, mediante el mismo procedimiento se puede calcular el multiplicador total de la producción o multiplicador tipo II, $\overline{m}(o)_j$, el cual, además de capturar los efectos directos e indirectos de un aumento en la producción del bien j, captura también los efectos inducidos que consisten en los incrementos en la producción para atender la demanda de los trabajadores que participan en el proceso de producción del bien j y reciben un salario por esto. La suma de los impactos directos, indirectos e inducidos da lugar al impacto económico total del incremento inicial, como se representa en la Figura 2:

Figura 2 Componentes y cálculo del impacto total



Fuente: Elaboración propia.

3.6. Medición del impacto económico de las ferias comerciales en 2004

Aplicando la metodología antes mencionada, Zuleta & Jaramillo (2005) calcularon el impacto económico de las ferias comerciales de Corferias en 2004, encontrando una contribución del 5,5% del PIB de Bogotá en ese año. Sin embargo, el DANE realizó cambios en la metodología de medición del PIB en los años 2005 y 2015, donde se aumentó el número de sectores incluidos en la medición[9].

Para efectos de comparación con el año 2023, es necesario equiparar los resultados de 2004 con la nueva metodología del PIB. En este sentido, se encuentra que el impacto de las ferias realizadas por Corferias en Bogotá ascendió al 4,04% del PIB en 2004. Por lo tanto, todos los resultados mostrados en este estudio se comparan con los cálculos realizados en el año 2004 con la metodología actual. La diferencia en los resultados obtenidos en 2004 con relación a la metodología anterior y actual se encuentran en la siguiente tabla:

Tabla 5 Impacto de las ferias comerciales en 2004 según la anterior y actual metodología

Tipo de impacto	PIB Bogotá 2004 (Zuleta y Jaramillo, 2005)	% en el PIB de Bogotá	PIB Bogotá 2004 (metodología DANE)	% en el PIB de Bogotá
Directo, indirecto e inducido	$ 58.876.436	5,50%	$ 80.212.456	4,04%
Directo:				
Expositores		1,30%		0,98%
Zona de influencia		0,01%		0,00%
Corferias		0,02%		0,02%
Gasto de expositores		0,08%		0,02%

Fuente: Zuleta & Jaramillo (2005) y DANE (2024).

[9] Este cambio metodológico incorpora nuevos conceptos, clasificaciones, fuentes y/o métodos de cálculo. Entre 2005 y 2015, se incluyeron nuevas definiciones para diferentes productos de sectores como el agropecuario, minero e industrial, entre otros, haciendo necesario revisar los cálculos; también se amplió la cobertura proveniente de nuevas fuentes de información como las cuentas satélites de cultura y agroindustria; se realizaron mejoras estadísticas en los temas agropecuarios a partir del censo; se fortaleció la calidad de la información de ciertos sectores como el minero energético; se incluyeron mediciones sobre investigación y desarrollo (I+D) y su formación bruta de capital; se hicieron precisiones en ciertos cálculos incluyendo mediciones explícitas de actividades informales; se realizó una actualización de nomenclaturas, entre otros (DANE, 2020).

4. Impacto en las empresas: enfoque microeconómico

4.1. Resultados de la encuesta a expositores

Para analizar el impacto microeconómico de la actividad ferial de Corferias, se llevó a cabo una encuesta dirigida a algunos expositores. Esta encuesta fue realizada por la firma Invamer, donde en total, se recopilaron 565 respuestas de empresas pertenecientes a 42 ferias celebradas en las ciudades de Bogotá, Medellín y Barranquilla entre 2022 y 2023. Las empresas encuestadas se encuentran distribuidas de la siguiente manera:

Tabla 6 Empresas encuestadas por feria, 2022-2023

Feria	Empresas encuestadas	Feria	Empresas encuestadas
Agroexpo Caribe	4	Gran salón inmobiliario	5
Alimentec	31	Interzum	9
Bahari	2	Meditech	16
Belleza y salud	26	Nextcar	4
Bicigo	10	Odontotech	3
Cafés de Colombia expo	10	Sabor Barranquilla	3
Chocoshow	13	Silverexpo	5
Colombiaplast	13	Sofa	24
Cómic con Bogotá	5	Vimo	1
Cómic con Medellín	9	Agroexpo	30
Construferia	2	Andigráfica	7
Createx	7	Andinapack	30
Edutechnia	2	Autofest (automóvil Caribe)	1
Estilo Caribe	5	Agroexpofuturo Medellín	33
Expoagrofuturo	17	Expoconstrucción & Expodiseño	30
Expoartesanías	40	Expodefensa	4
Expodrinks	2	F-air	11
Expopet	17	Feria del desarrollo industrial del Caribe (Fica)	15
Feria del hogar	40	Feria del medio ambiente (Fima)	4
Feria internacional del libro	30	Salón del automóvil edición especial	9
Feria internacional industrial de Bogotá	30	Smart city expo	6
Total empresas encuestadas		**565**	

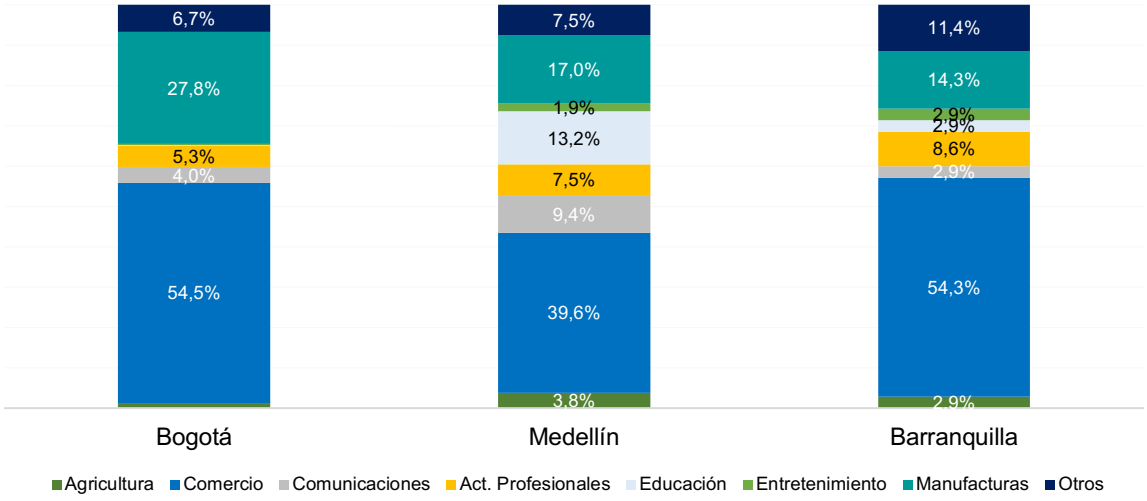
Fuente: Información proporcionada por Invamer.

Esta muestra se considera representativa con respecto al total de ferias llevadas a cabo durante los dos años analizados (2022 y 2023) y cuenta con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del ±3,32%. El objetivo de esta encuesta era obtener indicadores cuantitativos y cualitativos de los resultados obtenidos por los expositores en las ferias comerciales. Con este propósito, se incluyeron varias alternativas de respuesta, incluso para las preguntas cuantitativas se establecieron intervalos debido a la reserva de algunas de las empresas expositoras. En el caso de las preguntas cualitativas se pidió al expositor que asignara un puntaje que podía representar grados de acuerdo o de importancia frente a la relevancia social y cultural de las ferias, los motivos que los llevaron a participar en

ellas, la percepción sobre aspectos clave de las ferias, los resultados principales obtenidos, las expectativas sobre el futuro de Corferias y los nuevos contactos generados gracias a las ferias.

Vale la pena destacar que la mayor parte de las empresas expositoras entrevistadas pertenecen al sector de comercio: estas representan el 55% del total en Bogotá, el 40% en Medellín y el 54% en Barranquilla. El sector manufacturero y el de otros –que agrupa actividades de menor participación como inmobiliarias, energía, construcción, alojamiento y alimentación, actividades financieras, otros servicios a empresas, entre otros– son también el segundo y el tercero en importancia en las tres ciudades, respectivamente (Gráfico 4).

Gráfico 4 Distribución de las empresas expositoras encuestadas por sector económico

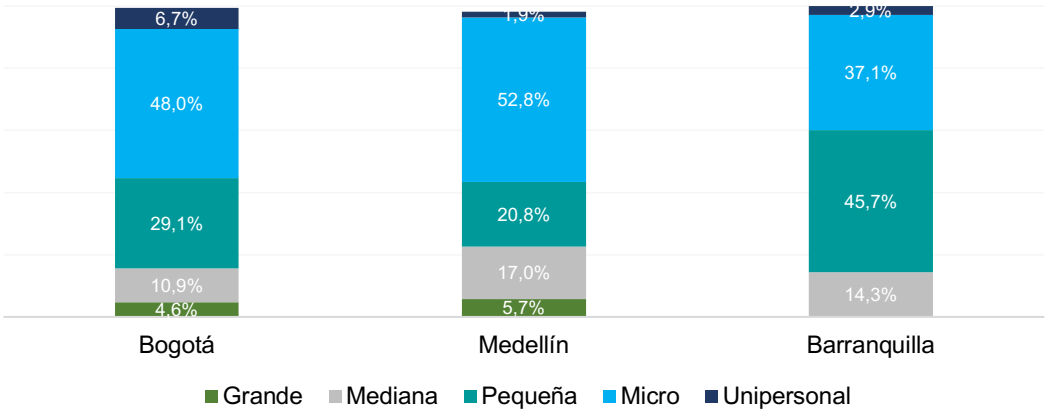


Fuente: Encuestas realizadas a expositores y organizadores de eventos. Cálculos propios.

La mayoría de los expositores encuestados en las tres ciudades fueron micro y pequeñas empresas[10]. En Barranquilla este porcentaje llegó al 82,9%, en tanto que en Bogotá fue del 77,1% y en Medellín del 73,6% (Gráfico 5).

[10] Para clasificar las empresas por tamaño se utiliza el criterio definido por la Ley 590 del 2000, en lugar del criterio definido por el Decreto 957 de 2019, debido a una mejor disponibilidad de los datos para aplicar el primero.

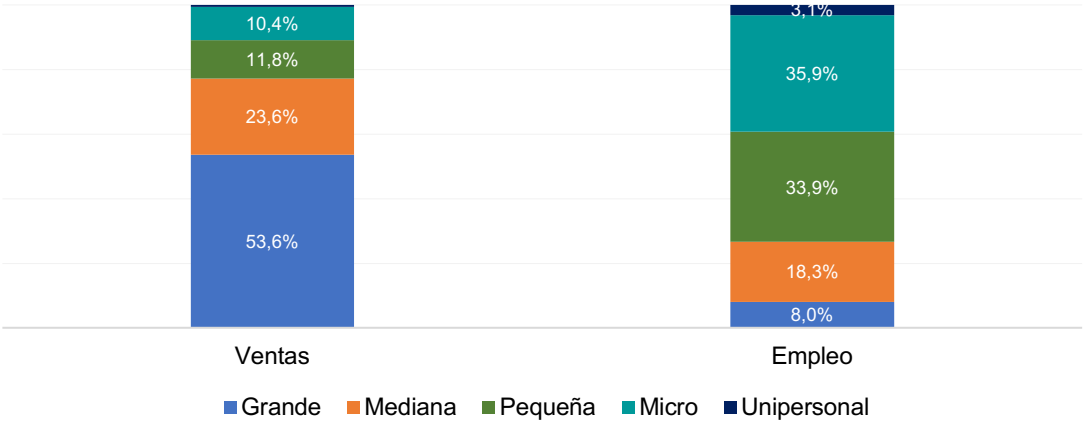
Gráfico 5 Distribución de las empresas expositoras encuestadas por tamaño



Fuente: Encuestas realizadas a expositores y organizadores de eventos. Cálculos propios.

Respecto a la participación en las ventas y en el empleo, las empresas grandes y medianas vendieron el 77,2% del total de las ventas de los expositores, aunque tan solo aportaron el 26,3% del empleo generado en las ferias. De forma inversa, las micro y pequeñas empresas contrataron el 69,8% del empleo, pero tan solo vendieron el 22,2% del total (Gráfico 6).

Gráfico 6 Distribución de las ventas y el empleo de los expositores por tamaño, 2022-2023



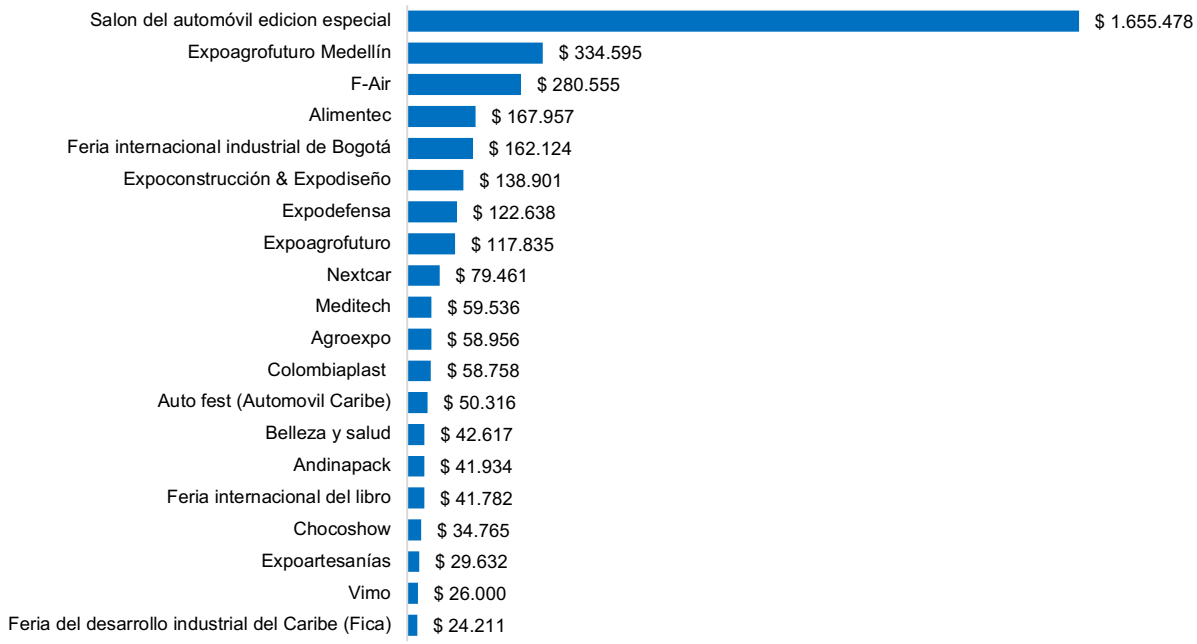
Fuente: Encuestas realizadas a expositores y organizadores de eventos. Cálculos propios.

Al agrupar los resultados de las ventas por feria se observa que el Salón del Automóvil Edición Especial, feria realizada en la ciudad de Bogotá, fue de lejos la que mayores ventas registró. A esta le siguió Expoagrofuturo Medellín con $334 mil millones y F-Air con $280 mil millones, realizada también en esa ciudad (Gráfico 7).

Las empresas que más generan ventas no necesariamente coinciden con las que generan más empleo, como se observa en el Gráfico 8. La feria donde se contrató la mayor cantidad de personas temporales o permanentes para el desarrollo de actividades propias de la feria entre 2022 y 2023 fue Expoconstrucción y Expodiseño con 4.171 trabajadores. Esta feria se realizó en la ciudad de Bogotá. Las ferias en segundo y tercer lugar en número de

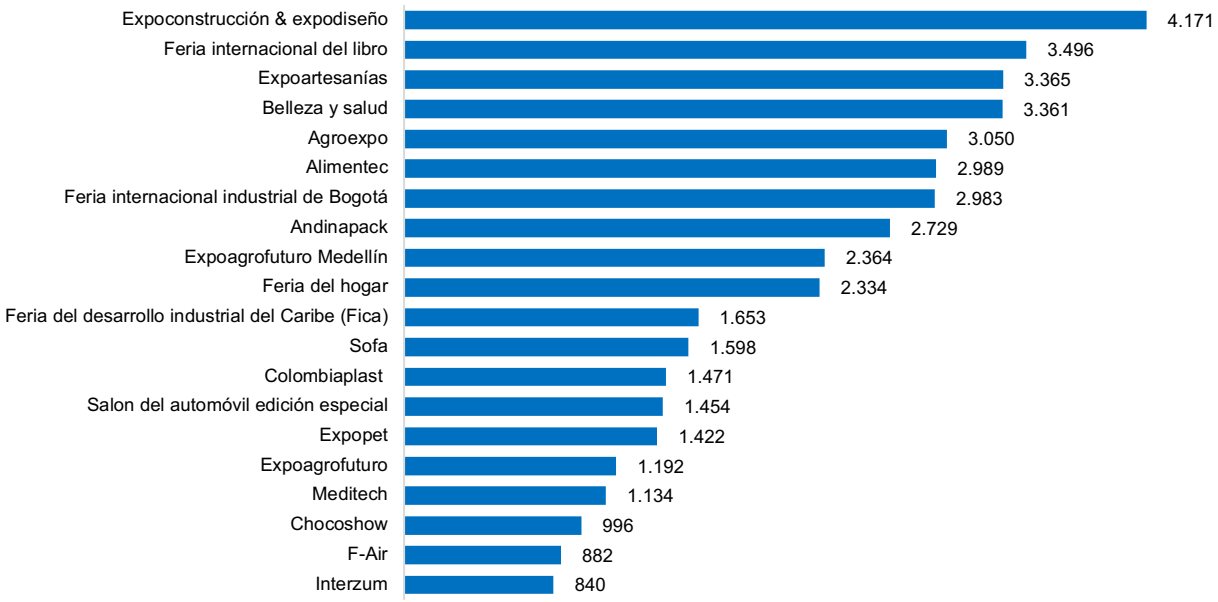
empleos fueron también en la ciudad de Bogotá: la Feria Internacional del Libro con 3.496 trabajadores y Expoartesanías con 3.365 trabajadores.

Gráfico 7 Las 20 ferias comerciales de Corferias con mayores ventas, 2022-2023



Fuente: Encuestas realizadas a expositores y organizadores de eventos. Cálculos propios.

Gráfico 8 Las 20 ferias comerciales de Corferias con mayor número de empleos generados, 2022-2023

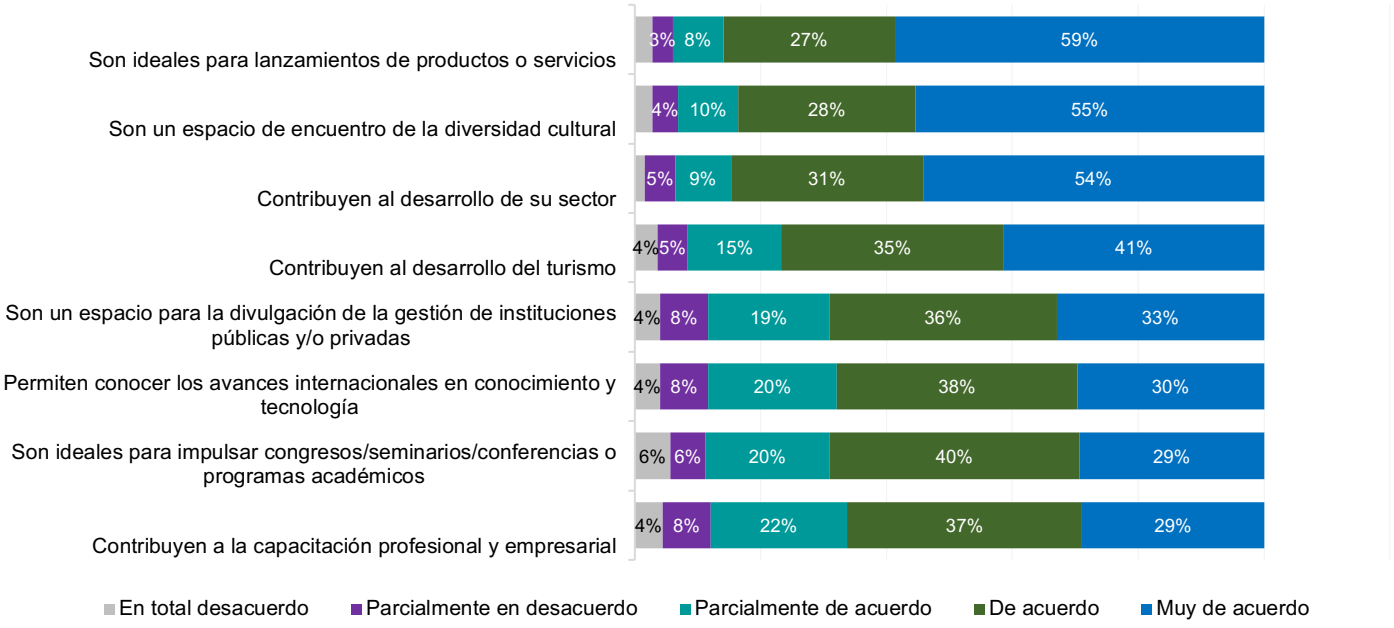


Fuente: Encuestas realizadas a expositores y organizadores de eventos. Cálculos propios.

Las preguntas cuantitativas respondidas por los expositores se utilizarán como insumo para medir el impacto económico en términos causales y de medición de la actividad económica en las secciones siguientes. Para las preguntas cualitativas, a continuación, se presenta un breve análisis.

En el Gráfico 9, se presenta el grado de importancia que le atribuyen los expositores a diferentes afirmaciones sobre las contribuciones sociales y culturales de las ferias comerciales. En términos generales, la mayoría de los expositores está de acuerdo o muy de acuerdo en que las ferias son ideales para el lanzamiento de productos o servicios (86%), son un espacio de encuentro de la diversidad cultural (84%), contribuyen al desarrollo de su sector (85%) y al desarrollo del turismo (77%). Esto contrasta con lo señalado por Zuleta & Jaramillo (2005)[11], quienes encuentran que los expositores ponderan de forma más alta afirmaciones según las cuales las ferias permiten actualizarse en cuanto a los avances de la sociedad en conocimiento y tecnología, o que las ferias son un espacio para la divulgación de la gestión institucional de las empresas. Sin embargo, ambas encuestas coinciden en que los expositores manifiestan estar de acuerdo con que las ferias son una buena plataforma para lanzar productos o servicios.

Gráfico 9 Respuestas a la pregunta *"¿Qué tan de acuerdo está usted con las siguientes afirmaciones que identifican contribuciones sociales y culturales de las ferias comerciales?"*



Fuente: Encuestas realizadas a expositores y organizadores de eventos. Cálculos propios.

Respecto a las razones que motivan la participación de los expositores en las ferias comerciales, la mayoría de ellos señala como motivaciones más importantes incrementar las ventas nacionales (68%), dar a conocer nuevos productos (67%), mejorar la imagen

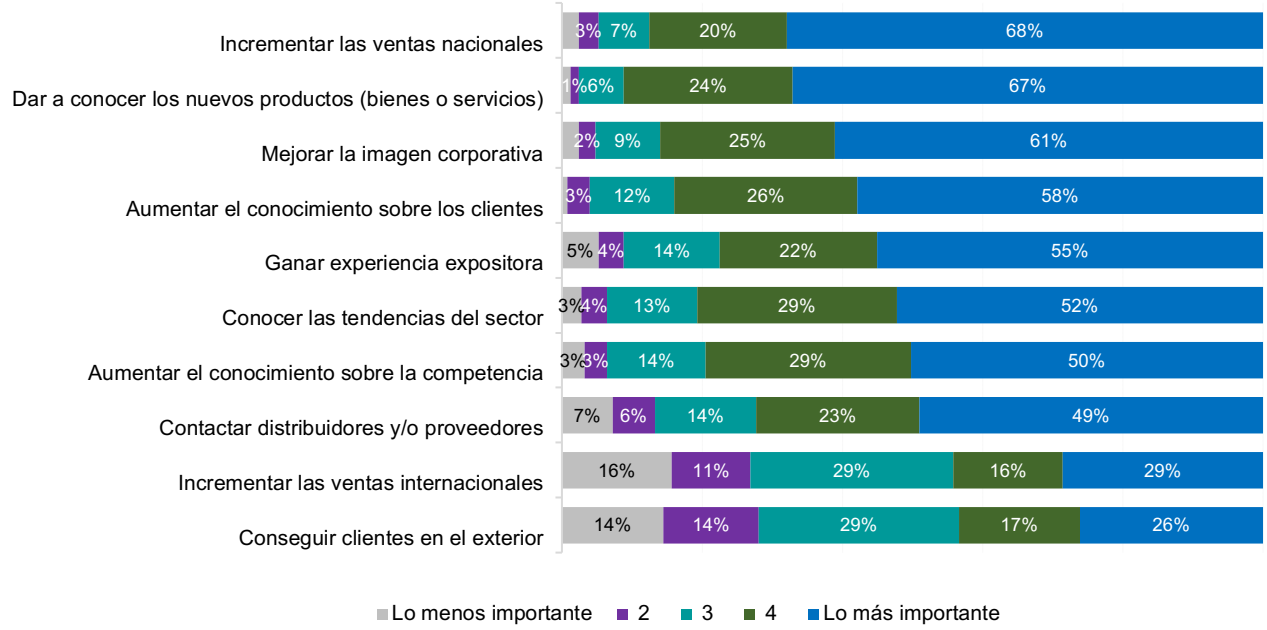
[11] Aunque la metodología para agregar las respuestas en el estudio de Zuleta y Jaramillo es diferente, los resultados se pueden comparar en términos del ordenamiento que implican.

corporativa (61%), aumentar el conocimiento de los clientes (58%), entre otras. Mientras tanto, muestran diferencia de opiniones en motivaciones como conseguir clientes en el exterior o incrementar las ventas internacionales. Esto coincide con lo encontrado por Jaramillo y Zuleta (2005), quienes encuentran que los expositores ponderan más alto motivos como mejorar el conocimiento del mercado, mejorar imagen y relaciones de la empresa, e incrementar las ventas nacionales (Gráfico 10, Panel A).

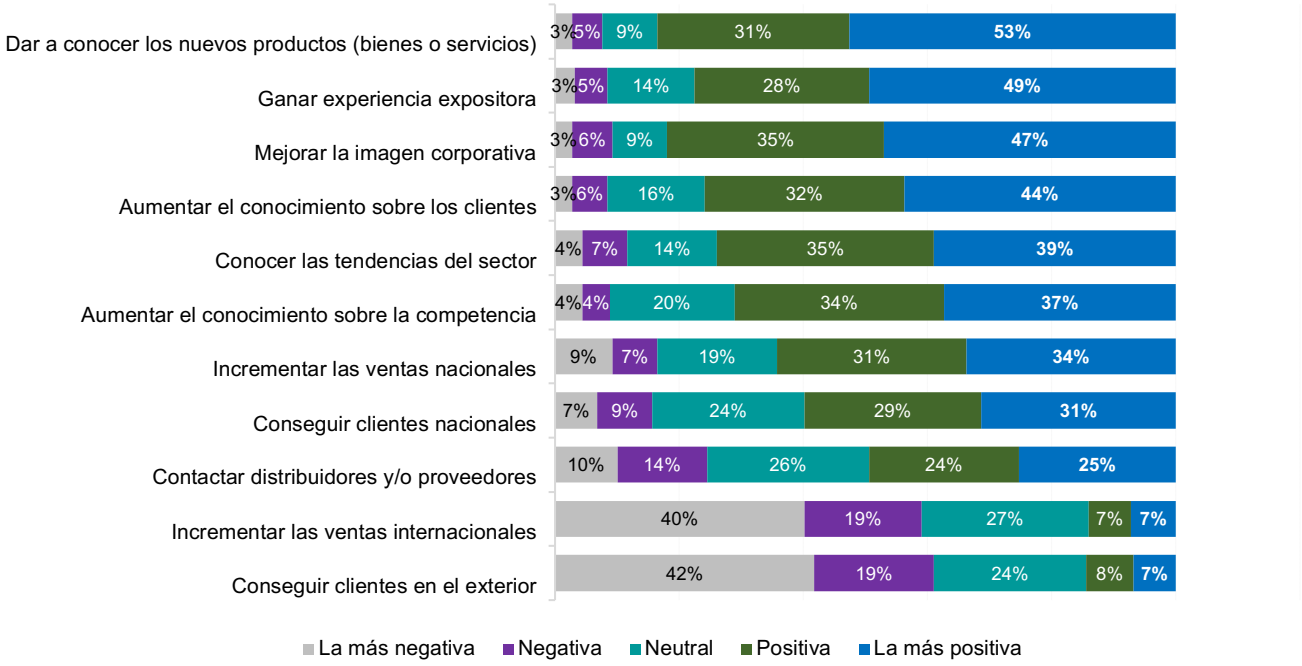
Después de participar en las ferias comerciales, la mayoría de los expositores expresa una opinión muy positiva o positiva respecto a logros como dar a conocer nuevos productos (84%), mejorar la imagen corporativa (82%), o ganar experiencia expositora (78%). Esto se alinea con lo encontrado por Zuleta y Jaramillo en 2005, donde los expositores ponderan más alto logros como mejorar la imagen de la empresa y tener un mayor conocimiento del mercado y el producto. Así mismo, la mayoría de ellos tienen la opinión más negativa sobre logros como conseguir clientes en el exterior e incrementar ventas internacionales, lo que también encuentran Zuleta y Jaramillo (Gráfico 10, Panel B).

Gráfico 10 Motivos para participar en las ferias comerciales y resultados alcanzados

Panel A. Respuestas a la pregunta *"Señale qué tanto incidieron las siguientes razones en su decisión de participar en la feria como expositor"*



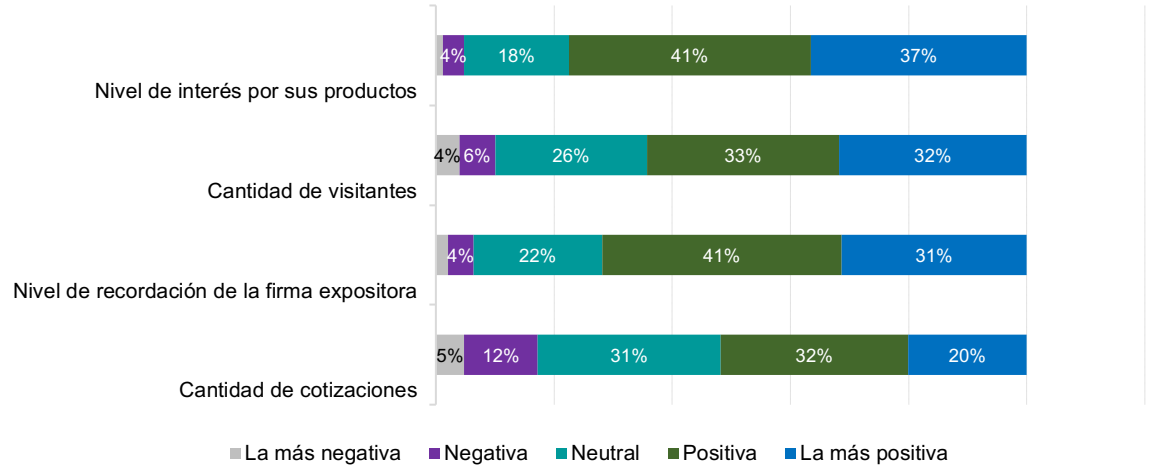
Panel B Respuestas a la pregunta *"¿Cuál de los siguientes hechos o acciones se dieron en su empresa como resultado de haber participado en la feria?"*



Fuente: Encuestas realizadas a expositores y organizadores de eventos. Cálculos propios.

En cuanto a los resultados obtenidos en términos de los visitantes de las ferias, los expositores tienden a tener una opinión positiva. El 72% de los expositores percibe un nivel de recordación muy positivo o positivo de la empresa entre los visitantes, también el 78% nota un nivel de interés en sus productos, el 52% señala que la cantidad de cotizaciones es positiva o muy positiva y el 64% afirma que la cantidad de visitantes es positiva o muy positiva (Gráfico 11)[12].

Gráfico 11 Respuestas a la pregunta *"Con respecto a los visitantes de la feria, califique de 1 a 5 su percepción en los siguientes aspectos"*

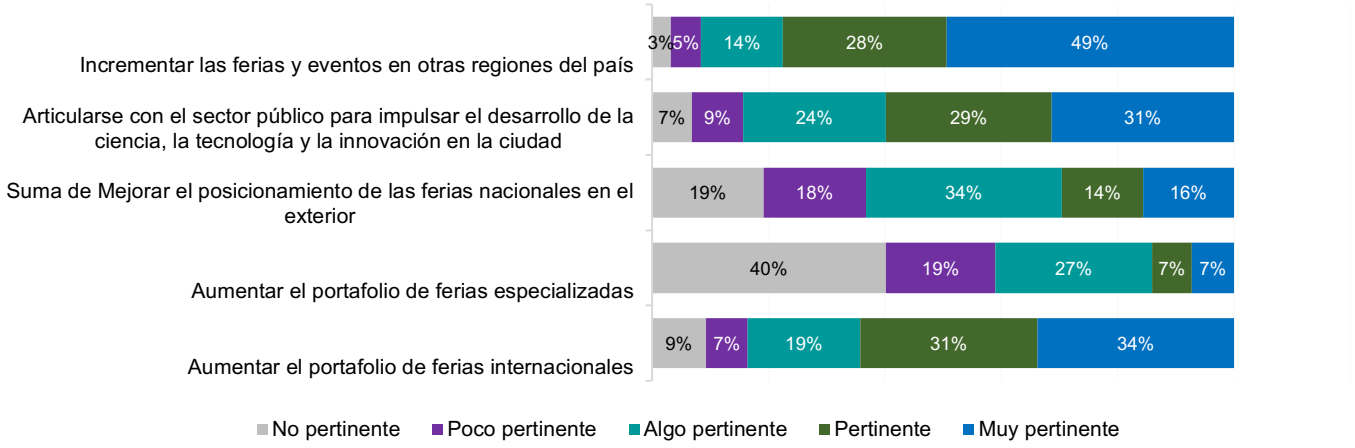


Fuente: Encuestas realizadas a expositores y organizadores de eventos. Cálculos propios.

Finalmente, se preguntó a los expositores sobre las prioridades para Corferias en el futuro. La mayor parte de ellos consideró muy pertinente o pertinente la regionalización de las ferias y eventos (78%), el aumento del portafolio de ferias internacionales (64%), y la articulación con el sector público para impulsar la ciencia, la tecnología y la innovación en las ciudades (60%). Un porcentaje importante no consideró nada pertinente aumentar el portafolio de ferias especializadas (40%) (Gráfico 12).

[12] Esta sección no es comparable con el estudio de 2005.

Gráfico 12 Respuestas a la pregunta *"Valore cada una de las siguientes opciones para el desarrollo futuro de Corferias de acuerdo con su pertinencia"*



Fuente: Encuestas realizadas a expositores y organizadores de eventos. Cálculos propios.

En conclusión, la mayoría de los expositores afirma que las ferias comerciales son un espacio perfecto para lazar o dar mayor visibilidad a sus productos o servicios, mejorar la imagen corporativa de su empresa y ganar experiencia expositora. Estos espacios también se convierten en puntos de encuentro de diferentes culturas y no solo contribuyen al desarrollo de su sector, sino que atraen más turistas a las ciudades donde se llevan a cabo.

4.5. Resultados del modelo de inferencia causal

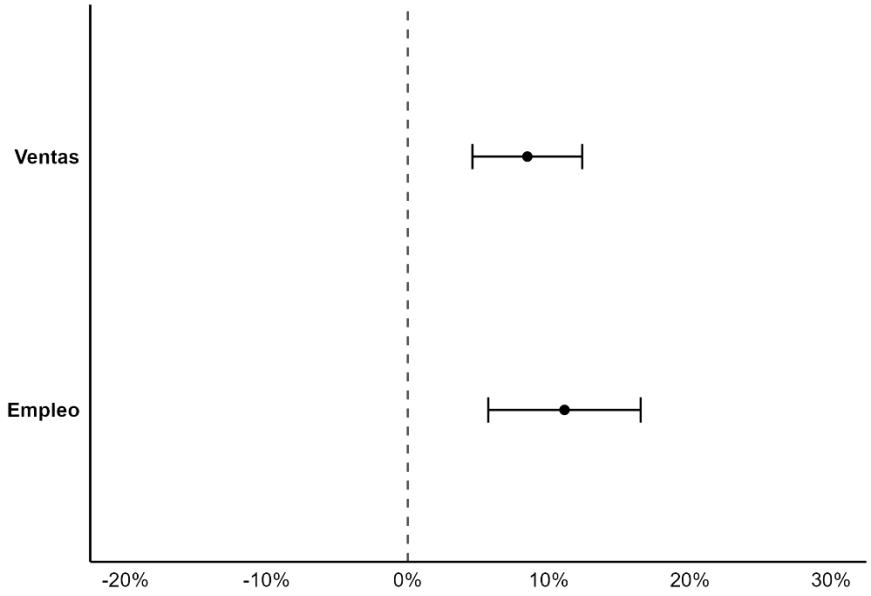
A partir de la metodología descrita en la sección 3.4 y utilizando la información de la encuesta a expositores y los microdatos de la Emicron, se estima el impacto causal sobre el empleo y las ventas, generado por la participación de las microempresas en las ferias comerciales, las cuales no llevan más de dos años participando en estas.

Los resultados de esta estimación se presentan en el Gráfico 13, en el cual se observa que las ferias comerciales generaron un incremento en promedio de por lo menos 8% en las ventas del año 2022 cuando se comparan con otras empresas de tamaño similar, en la misma ciudad y sector. El impacto sobre el empleo también fue del 11% en promedio durante ese año. Vale la pena resaltar que ambos efectos son estadísticamente significativos al 1% de confianza.

Para dar mayor claridad a estos resultados, supóngase un grupo de microempresas de algún sector económico con ventas promedio de $100 millones en el año t y con una expectativa de crecimiento del 20% para el año t+1, es decir, que sus ventas alcancen $120 millones en el año siguiente. Para interpretar el impacto estimado del 8% en las ventas, se asume la participación de un subgrupo de estas empresas en una de las ferias comerciales de Corferias durante el año t+1 y estas, en lugar de alcanzar ventas promedio de 120

millones como las del resto de su sector, logran ventas por $128 millones. En términos de empleo, esta interpretación sería similar.

Gráfico 13 Efecto causal de participar en las ferias comerciales sobre el empleo y las ventas, 2022-2023



Fuente: Elaboración propia con base en datos internos y del DANE.

Nota: la estimación puntual se presenta como un porcentaje del promedio del indicador en el grupo de los tratados para el año 2022. Los errores estándar son robustos y están agrupados por municipio de realización de la feria y sección de actividad económica de la empresa. La significancia estadística puede observarse cuando las barras laterales no sobrepasan el cero (la línea punteada).

5. Impacto económico de Corferias a nivel regional y nacional: enfoque macroeconómico

5.1. Transformación de las ventas en valor agregado

Como se profundizó en la Sección 3, en términos económicos, el valor agregado de un eslabón de producción se define como la diferencia entre el valor bruto de la producción y los costos intermedios. Los costos intermedios en las actividades económicas que se desarrollan en una feria son difíciles de establecer, pues es información reservada de las empresas, o no necesariamente corresponden con conceptos contables, de manera que se deben disponer recursos para calcularlos.

La metodología basada en matrices insumo-producto requiere que el efecto directo sea sobre el concepto de valor agregado y no sobre las ventas, pues al aplicar los multiplicadores se tendría doble contabilidad, ya que estos dan cuenta del valor de los insumos usados en la producción del sector.

Dada la dificultad para obtener el valor agregado usando la formula económica y su importancia para la metodología, se debe utilizar un método diferente. Siguiendo a Zuleta & Jaramillo (2005), se emplea un coeficiente de transformación de ventas a valor agregado a partir de las encuestas empresariales del DANE como la Emicron, la Encuesta Anual de Servicios (EAS), la Encuesta Anual Manufacturera (EAM) y la Encuesta Anual de Comercio (EAC). El coeficiente cuenta con la siguiente estructura:

$$Valor\ agregado_i = \left(\frac{\sum_j Valor\ Agregado_j}{\sum_j Ventas_j}\right) Ventas_i$$

Donde j indexa las empresas de un sector y tamaño específicos, e i las variables de una empresa particular. La segmentación de las encuestas del DANE permite calcular estos coeficientes a nivel de sección y división de actividad económica con base en el CIIU[13] y para empresas micro y pequeñas, y de tamaños superiores. En la Tabla 7 se resume la cobertura de las de las encuestas del DANE y las divisiones empleadas para la agregación de los coeficientes.

Tabla 7 Cobertura y divisiones de las encuestas del DANE

Encuesta	Representatividad geográfica	Representatividad por sector económico (CIIU)	Representatividad por tamaño	Último año disponible
EMICRON	Nacional, 24 departamentos y ciudades principales	Secciones A-J, L, N, P y S del CIIU	Microempresas	2022
EAS	Censal	Divisiones 52, 53, 55, 56, 58,60-63,69-72,74, 77-82, 86, 87, 92 y 93 del CIIU	Pequeñas, medianas y grandes empresas según sector económico	2020
EAM	Censal	Sección C del CIIU	Pequeñas, medianas y grandes empresas	2020
EAC	Censal	Divisiones 45 y 46 del CIIU	Pequeñas, medianas y grandes empresas	2021

Fuente: DANE (2024). Elaboración propia.

[13] Código Internacional Industrial Uniforme (CIIU) revisión 4 adaptado para Colombia.

5.2. Distribución del valor agregado de los expositores y organizadores de eventos

Teniendo en cuenta los coeficientes derivados de la asignación por sector económico y tamaño de empresa, las ventas de los expositores y los ingresos de los organizadores de eventos se transformaron en valor agregado. Los datos para el cálculo del valor agregado provienen de la información que tanto expositores como organizadores de eventos proporcionaron en las encuestas.

Para el año 2023, los expositores en Bogotá generaron un valor agregado de $2,9 billones, el cual se encuentra distribuido en una mayor proporción en el sector de comercio, con el 85,2% del total, seguido por las actividades financieras (5,9%) y la industria manufacturera (5,3%). Los sectores de energía, alojamiento y restaurantes, otras actividades de servicios, y actividades de los hogares representaron menos del 0,1% de la participación, cada uno. El valor agregado generado por los expositores representa un crecimiento del 54% frente a los resultados obtenidos en el año 2004, este en términos anuales equivale a un crecimiento del 2,3% en promedio. Los expositores de las ferias generaron 55.086 empleos directos, más de 25 mil empleos adicionales a los registrados en 2004 (29.967) (Tabla 8).

Tabla 8 Valor agregado de las ventas de los expositores y los ingresos de los organizadores de eventos en Bogotá, 2023 ($ millones)

Sector económico	Expositores		Organizadores de Eventos	
	Valor agregado	%	Valor agregado	%
Agricultura	$ 6.297	0,2%		
Industria manufacturera	$ 155.551	5,3%		
Energía	$ 364	0,0%		
Construcción	$ 31.760	1,1%		
Comercio	$ 2.496.379	85,2%	$ 520	7,8%
Alojamiento y restaurantes	$ 759	0,0%	$ 40	0,6%
Información y comunicaciones	$ 21.781	0,7%	$ 520	7,8%
Actividades financieras	$ 173.390	5,9%	$ 205	3,1%
Actividades profesionales	$ 26.368	1,1%	$ 843	12,6%
Actividades de apoyo a empresas	$ 9.614	0,9%	$ 1.881	28,2%
Educación	$ 7.810	0,3%	$ 134	2,0%
Otras actividades de servicios	$ 656.913	0,0%	$ 889	13,3%
Actividades de los hogares	$ 47	0,0%		
Total	**$ 2.930.782**	**100,0%**	**$ 6.676**	**100,0%**
Valor agregado 2004 (Zuleta y Jaramillo, 2005) /1	**$ 1.916.406**		(No aplica)	

Fuente: Encuestas realizadas a expositores y organizadores de eventos. Cálculos propios. Nota 1: Para asegurar la comparabilidad de las cifras, los valores se encuentran a precios de 2023.

Por su parte, los organizadores de eventos generaron un valor agregado de $6.676 millones, donde el sector de actividades de apoyo a empresas contó con la mayor participación (28,2%), seguido por el de otras actividades de servicios (13,3%) y actividades

profesionales (12,6%). El sector de alojamiento y restaurantes presentó la menor participación, con el 0,6% (Tabla 8).

Para la ciudad de Medellín, los expositores generaron un valor agregado de $592.932 millones, el cual está concentrado principalmente en los sectores de comercio e industrias manufactureras –54,2% y 42,6%, respectivamente–. Los expositores de las ferias generaron 3.686 empleos directos (Tabla *9*).

Por su parte, el valor agregado generado por los expositores en la ciudad de Barranquilla fue de $37.263 millones, donde el sector de comercio presentó la mayor contribución, con el 77,9% del total, seguido por el de industrias manufactureras (20,3%) y construcción (11,9%). Los expositores de las ferias en esta ciudad emplearon directamente a 3.412 personas (Tabla *9*).

Tabla 9 Valor agregado de las ventas de los expositores en Medellín y Barranquilla, 2023 ($ millones)

Sector económico	Medellín		Barranquilla	
	Valor agregado	%	Valor agregado	%
Agricultura	$ 600	0,1%		
Industrias manufactureras	$ 252.334	42,6%	$ 7.550	20,3%
Energía				
Construcción	$ 60	0,0%	$ 700	11,9%
Comercio	$ 321.328	54,2%	$ 29.013	77,9%
Transporte	$ 38	0,0%		
Alojamiento y restaurantes	$ 990	0,2%		
Información y comunicaciones	$ 360	0,1%		
Actividades financieras				
Actividades profesionales				
Actividades de apoyo a empresas				
Educación	$ 17.222	2,9%		
Otras actividades de servicios				
Actividades de los hogares				
Total	**$ 592.932**	**100,0%**	**$ 37.263**	**100%**

Fuente: Encuesta realizada a expositores. Cálculos propios.

En las tres ciudades, el sector comercio y la industria manufacturera presentaron las mayores contribuciones al valor agregado, lo que refleja su importancia para las ferias. Para los organizadores de eventos, el sector de actividades de apoyo a las empresas resultó ser el más relevante.

5.3. Distribución del valor agregado de Corferias

Corferias, como producto de su actividad ferial, no solo contribuye al valor agregado a través de sus utilidades, sino que también añade valor a la cadena productiva mediante el pago de salarios, el uso del suelo y la depreciación de su infraestructura.

A nivel contable, el valor agregado puede ser calculado por medio de la siguiente ecuación (CNP, 2008):

$$VA = CL + D + PS + UA$$

Donde CL hace referencia a los costos laborales, D a la depreciación, PS al pago por el uso del suelo y UA a la utilidad antes de impuestos.

Los datos para el cálculo del valor agregado provienen de la información proporcionada por los estados financieros de Corferias. Para el año 2023, la corporación generó un valor agregado de $99.557 millones en Bogotá, $1.875 millones en Medellín y $3.797 millones en Barranquilla para un total de $105.229 millones. Frente a 2004, el incremento fue del 126%, que equivale a un crecimiento del 4,4% en promedio anual (Tabla 10).

Tabla 10 Valor agregado generado por Corferias, 2023 ($ millones)

Rubro	Bogotá	Barranquilla	Medellín	Total
Utilidad antes de impuestos	$ 57.478			$ 57.478
Gasto de personal directo	$ 26.991	$ 2.515	$ 399	$ 29.905
Gasto de personal temporal	$ 10.773	$ 1.282	$ 507	$ 12.562
Depreciación	$ 4.315			$ 4.315
Pago por uso del suelo			$ 969	$ 969
Total	**$ 99.557**	**$ 3.797**	**$ 1.875**	**$ 105.229**
Valor agregado 2004 (Zuleta y Jaramillo, 2005) /1	**$ 31.010**			**$ 31.010**

Fuente: Estados financieros de Corferias. Cálculos propios. Nota 1: Para asegurar la comparabilidad de las cifras, los valores se encuentran a precios de 2023.

5.4. Distribución del valor agregado de la zona de influencia

Los expositores de las ferias comerciales generan valor agregado por medio de las ventas realizadas durante o después de la feria en virtud de los contactos y el nivel de exposición que logran establecer. Por su parte, en el caso de los organizadores de eventos, este se da a través de los ingresos que reciben producto del rol que pueden desempeñar en el evento.

Para el caso de la zona de influencia, es decir, para aquellos negocios y empresas que se encuentran en la zona cercana al recinto, el valor agregado es generado por medio de sus ventas durante los periodos en los que se presentan ferias y eventos. Para la estimación del valor agregado se reconstruyó el polígono definido por Zuleta & Jaramillo (2005) y se tomó la información sobre las empresas en el área de influencia definida por Corferias. Con base en esto se realizó una estimación con dos métodos: crecimiento de los sectores económicos presentes en la zona entre 2004 y 2022 y crecimiento de la actividad medida por luces nocturnas satelitales para las tres ciudades.

El primer método presenta dificultades debido al bajo tamaño del polígono con relación a la resolución a la que se capturan las imágenes satelitales, y a que las actividades económicas de la zona son principalmente diurnas, por lo que no permite capturar de forma adecuada el desarrollo económico de la zona. Aplicando la segunda metodología, para el año 2023, la zona de influencia del recinto de Corferias en Bogotá generó un valor agregado de $18.596 millones, donde la mayor participación la tuvo el sector de comercio, alojamiento y transporte, con el 85,4% mientras que las actividades inmobiliarias registraron la menor contribución (0,2%) (Tabla *11*).

Para extrapolar esta estimación a las ciudades de Medellín y Barranquilla, se realizó una corrección por la densidad empresarial[14] de los respectivos polígonos definidos en torno a los recintos feriales[15] y la proporción de asistentes respecto a Bogotá.

El resultado de esta estimación arroja que, el área de influencia del recinto de Plaza Mayor en la ciudad de Medellín produjo un valor agregado de $647 millones, distribuidos en una mayor proporción en los sectores de información y comunicaciones (41,8%) y a diferencia de Bogotá, el sector de comercio, alojamiento y transporte contó con la menor participación (2,3%). Finalmente, la zona de influencia del recinto de Puerta de Oro en la ciudad de Barranquilla generó un valor agregado de $13 millones, donde el sector de salud contó con la mayor contribución, representando el 61,3% del total. El valor agregado generado en las tres ciudades representa un crecimiento del 126% con relación al registrado en 2004, lo que equivale a una tasa de crecimiento del 4,4% en promedio por año (Tabla *11*).

Tabla 11 Valor agregado generado por las ventas de negocios y empresas del área de influencia, 2023 ($ millones)

Sector	Bogotá		Medellín		Barranquilla	
	Valor agregado	%	Valor agregado	%	Valor agregado	%
Comercio, alojamiento y transporte	$ 15.889	85,4%	$ 15	2,3%	$ 3	19,9%
Información y comunicaciones	$ 875	4,7%	$ 271	41,8%		
Actividades financieras					$ 2	17,4%
Actividades inmobiliarias	$ 28	0,2%				
Actividades profesionales	$ 722	3,9%				
Apoyo a empresas						
Educación			$ 238	36,9%		
Salud			$ 123	19,0%	$ 8	61,3%
Actividades artísticas	$ 1.082	5,8%				
Total	**$ 18.596**	**100%**	**$ 647**	**100%**	**$ 13**	**100%**
Valor agregado 2004 (Zuleta y Jaramillo, 2005) /1	**$ 8.216**		**(No aplica)**		**(No aplica)**	

Fuente: Zuleta & Jaramillo (2005), DANE (2024) & Li et al. (2023). Cálculos propios. Nota 1: Para asegurar la comparabilidad de las cifras, los valores se encuentran a precios de 2023.

[14] La densidad empresarial aquí se mide como el número de empresas de cierto sector económico por metro cuadrado. El número de empresas en Medellín y Barranquilla se obtuvo de la base de datos abierta *Open Street Map*.

[15] Para Medellín la zona de influencia se define de forma aproximada como el área comprendida entre las avenidas del ferrocarril, la calle 33, la avenida San Juan y la calle 65. Para Barranquilla, la zona de influencia corresponde al área definida entre el malecón del rio Magdalena, la carrera 76, la calle 78 y la calle 87.

5.5. Distribución del valor agregado del gasto de los asistentes

Tomando como referencia el estudio de (PROCOLOMBIA, 2020), donde se estimó el gasto promedio de los visitantes en las ferias comerciales para el año 2018, se calculó el valor agregado del gasto para los asistentes internaciones que participaron en las ferias y eventos de Corferias en Bogotá durante el año 2023

En este sentido, para el año 2023, los asistentes internacionales generaron un valor agregado de $2.177 millones, donde los sectores relacionados con servicios de transporte y comercio obtuvieron la mayor participación (36% y 25%, respectivamente). En contraste, otras actividades de servicios y las actividades financieras representaron las menores participaciones (2% y 1%, respectivamente) (Tabla 12).

Tabla 12 Valor agregado del gasto de asistentes de Corferias, 2023 ($ millones)

Sector económico	Valor agregado	%
Transporte	$ 784	36%
Comercio	$ 545	25%
Apoyo a empresas	$ 370	17%
Alojamiento y servicios de comida	$ 327	15%
Actividades artísticas	$ 87	4%
Otras actividades de servicios	$ 43	2%
Actividades financieras	$ 21	1%
Total	**$ 2.177**	**100%**

Fuente: PROCOLOMBIA (2020) y DANE (2024). Cálculos propios. Nota 1: Para asegurar la comparabilidad de las cifras, los valores se encuentran a precios de 2023.

Teniendo en cuenta los resultados, se evidencia que los visitantes internacionales que llegaron a la ciudad y que asistieron a ferias y eventos destinaron una mayor proporción de sus ingresos a rubros como tiquetes aéreos o terrestres y compras varias.

5.6. Distribución del valor agregado del gasto de los expositores

A partir de la encuesta realizada a los expositores, se recopilaron los gastos incurridos en la organización de la feria, lo que proporcionó una perspectiva detallada de los costos en este proceso. Cabe mencionar que en esta recopilación se excluyeron los pagos realizados a Corferias, los cuales son capturados a través de los estados financieros de la entidad.

Para el año 2023, el gasto de los expositores del recinto de Corferias en la ciudad de Bogotá generó un valor agregado de $67.958 millones, donde el sector de comercio contribuyó en una mayor proporción, representando el 58,8% del total, seguido del sector manufacturero (18%) y actividades profesionales (7,1%) (Tabla *13*).

Por su parte, el gasto de los expositores del recinto de Plaza Mayor en Medellín produjo un valor agregado de $3.648 millones, de los cuales la mitad de la proporción fue aportada por

el sector de comercio (54,5%), seguido del sector manufacturero (28%) y las actividades de educación (8,7%). En cuanto al gasto de los expositores del recinto de Puerta de Oro en la ciudad de Barranquilla, se generó un valor agregado de $4.411 millones, donde el sector de construcción obtuvo la mayor participación, representando el 56,6%, seguido por el sector de agricultura (30,3%) e información y comunicaciones (11,2%). El valor agregado generado en las tres ciudades representó un aumento del 500% con relación a 2004, que equivale a una tasa de crecimiento anual del 9,9% (Tabla *13*).

Tabla 13 Valor agregado del gasto de expositores de Corferias, 2023 ($ millones)

Sector económico	Bogotá		Medellín		Barranquilla	
	Valor agregado	%	Valor agregado	%	Valor agregado	%
Agricultura	$ 404	0,60%	$ 42	1,20%	$ 1.339	30,40%
Industrias manufactureras	$ 12.235	18,00%	$ 1.021	28,00%	$ 42	1,00%
Construcción	$ 2.724	4,00%	$ 75	2,10%	$ 2.495	56,60%
Comercio	$ 39.960	58,80%	$ 1.988	54,50%		
Transporte						
Alojamiento	$ 500	0,70%	$ 165	4,50%		
Información y comunicaciones	$ 1.544	2,30%	$ 30	0,80%	$ 495	11,20%
Actividades financieras	$ 2.216	3,30%				
Actividades inmobiliarias						
Actividades profesionales	$ 4.836	7,10%	$ 9	0,20%	$ 40	0,90%
Apoyo a empresas	$ 2.157	3,20%				
Administración pública						
Educación	$ 728	1,10%	$ 318	8,70%		
Salud						
Actividades artísticas						
Otras actividades de servicios	$ 655	1,00%				
Actividades de los hogares	$ 8	0,00%				
Total	**$ 67.958**	**100%**	**$ 3.648**	**100%**	**$ 4.411**	**100%**
Valor agregado 2004 (Zuleta y Jaramillo, 2005) /1	**$ 11.378**		**(No aplica)**		**(No aplica)**	

Fuente: Encuesta realizada a expositores y estados financieros de Corferias. Cálculos propios. Nota 1: Para asegurar la comparabilidad de las cifras, los valores se encuentran a precios de 2023.

5.7. Efectos directos, indirectos e inducidos de las ferias

5.7.1. Resumen e interpretación de los multiplicadores

Como se mencionó en la Sección 3, el impacto directo contempla el valor agregado producido durante las etapas del proceso productivo que están más cerca del consumidor final. En este caso, se considera que este hace referencia al valor agregado de los expositores, organizadores de eventos, Corferias, negocios del área de influencia, gasto de expositores y gasto de asistentes.

Para capturar los impactos adicionales, como los insumos aportados por proveedores, se emplea el multiplicador simple o tipo I de la producción, el cual captura la relación entre los

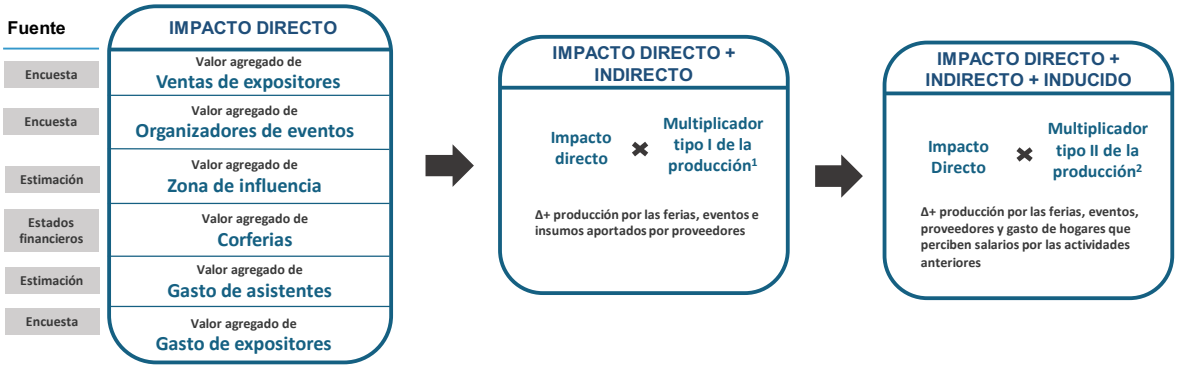
sectores productivos con otros sectores de la economía[16]. Este multiplicador es calculado con base en la matriz insumo-producto, empleando una serie de transformaciones algebraicas. De esta forma, se capturan los efectos directos e indirectos ante un aumento en la producción de un bien.

Por su parte, para calcular los incrementos en la producción que atienden la demanda de los trabajadores que participan en el proceso de producción, se emplea el multiplicador total de la producción o tipo II, calculado con base en la matriz de contabilidad social, empleando también una serie de transformaciones algebraicas, que además de capturar los efectos directos e indirectos ante un aumento en la producción, también captura los efectos inducidos[17].

Estos multiplicadores indican cuanta producción total de bienes y servicios es requerida por cada peso de demanda adicional del sector analizado. Por ejemplo, si el multiplicador tipo I para el sector de comercio fuera de 1,5 significaría que, por cada $1 gastado en este sector, se generan $1,5 de gastos directos e indirectos en toda la economía para producir ese mismo $1 en el sector de comercio. Por otro lado, si el multiplicador tipo II para este sector fuera de 2,5 significaría que, por cada peso gastado en el sector de comercio, se generan $2,5 de gastos directos e inducidos en la economía para poder producir ese peso.

En la Figura *3* se observa un resumen de la metodología empleada para calcular el impacto directo, indirecto e inducido de la actividad ferial y de eventos de Corferias, haciendo uso de los multiplicadores tipo I y tipo II.

Figura 3 Procedimiento para el cálculo del impacto directo, indirecto e inducido



Fuente: Elaboración propia.

5.7.2. Impacto económico de las ferias

Para el año 2023, el valor agregado directo generado en la ciudad de Bogotá ascendió a $3,1 billones, del cual el 93,8% estuvo representado por las ventas de los expositores ($2,9 billones). Le siguen en importancia el valor agregado generado por Corferias, el cual llegó

[16] Conocido también como multiplicador simple de la producción. Se calcula como la suma por columnas de la matriz de Leontieff $L = (I - A)^{-1}$, siendo A la matriz de coeficientes técnicos e I la matriz identidad.
[17] Considera el impacto de los hogares en la economía a través del ingreso y gasto, conocido como efecto inducido.

a $99.557 millones y representó el 3,2% del total del impacto directo y el valor agregado del gasto de los expositores con 67.967 millones (2,2% del total). En una menor proporción contribuyeron el valor agregado de la zona de influencia con $18.594 millones, el de organizadores de eventos con $6.676 millones y el del gasto de asistentes con $2.177 millones. Haciendo uso de los multiplicadores regionales más recientes calculados para Colombia (Céspedes & Piraquive, 2020), se encuentra que, sumando a este impacto directo el valor agregado generado por los proveedores –el cual equivale al impacto indirecto– se alcanza un total de $5,2 billones. Si a este valor se le suma el valor agregado inducido, el cual es generado por el consumo de los hogares, el valor agregado total llega a $15,2 billones, representando un incremento del 114% con respecto a la cifra reportada en 2004. Porcentaje equivalente a una tasa de crecimiento de 4,1% en promedio por año. Añadiendo a esta cifra el porcentaje correspondiente a los impuestos (13%), el impacto total generado por la actividad de ferias y eventos en Bogotá fue de $17,2 billones, traduciéndose en una contribución del 4,7% del PIB de la ciudad en 2023 (Tabla 14).

Para el caso de Medellín, el valor agregado directo total ascendió a $599.102 millones, del cual el 99% fue generado por las ventas de los expositores ($592.932 millones). En una menor proporción le siguieron el valor agregado producto del gasto de los expositores con $3.648 millones, el de Corferias con $1.875 millones y el de la zona de influencia con $647 millones. Al aplicar el multiplicador tipo I para la región de Antioquia se obtiene además del impacto directo, el valor agregado indirecto que equivale al generado por los proveedores, el cual ascendió a $990.174 millones. En este mismo sentido, al aplicar el multiplicador tipo II, además del impacto directo e indirecto, se obtiene el valor agregado inducido representado por el consumo de los hogares, el cual ascendió a $2,3 billones. Añadiendo a esta cifra el porcentaje correspondiente a los impuestos (9,8%), el impacto total generado por la actividad de ferias y eventos en Medellín fue de $2,5 billones, que equivale al 3% del valor agregado de dicha ciudad (Tabla 15).

Finalmente, en la ciudad de Barranquilla, el valor agregado directo ascendió a $45.484, del cual el 81,9% correspondió a las ventas de los expositores ($37.263 millones). En una menor proporción le siguieron el valor agregado producto del gasto de los expositores con $4.411 millones, el de Corferias con $3.797 millones y el de la zona de influencia con $13 millones. Aplicando los multiplicadores tipo I y tipo II para la región de Atlántico se obtiene un valor agregado directo e indirecto de $68.621 millones y un valor agregado directo, indirecto e inducido de $190.974 millones. Añadiendo a esta cifra el porcentaje correspondiente a los impuestos (10,9%), el impacto total generado por la actividad de ferias y eventos en Barranquilla fue de $211.790 millones, que equivale al 1,1% del valor agregado de la ciudad (Tabla 16).

Tabla 14 Impacto directo, indirecto e inducido generado en Bogotá, 2023 ($ millones)

Sector	VA expositores	VA organizadores	VA zona de influencia	VA Corferias	VA gasto asistentes	VA gasto expositores	Total VA directo	Multiplicador tipo I	Multiplicador tipo II	Total VA directo e indirecto	Total VA directo, indirecto e inducido
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	$ 6.297					$ 404	$ 6.701	1,5	3,7	$ 9.984	$ 24.794
Industrias manufactureras	$ 155.551					$ 12.235	$ 167.786	1,9	4,4	$ 318.793	$ 738.258
Energía	$ 364						$ 364	1,6	3,8	$ 575	$ 1.383
Construcción	$ 31.760					$ 2.724	$ 34.484	1,9	4,8	$ 64.485	$ 165.523
Comercio	$ 2.496.379	$ 520	$ 15.889		$ 545	$ 39.960	$ 2.553.293	1,6	4,8	$ 4.187.401	$ 12.255.806
Transporte					$ 784		$ 784				
Alojamiento y servicios de comida	$ 759	$ 40			$ 327	$ 500	$ 1.626	1,6	5	$ 2.634	$ 8.130
Información y comunicaciones	$ 21.781	$ 520	$ 875			$ 1.544	$ 24.720	1,8	7,1	$ 44.496	$ 175.512
Actividades financieras y de seguros	$ 173.390	$ 205			$ 21	$ 2.216	$ 175.832	1,8	5,3	$ 307.706	$ 931.910
Actividades inmobiliarias		$ 64	$ 28				$ 92				
Actividades profesionales	$ 26.368	$ 843	$ 721			$ 4.836	$ 32.768	1,5	5,8	$ 47.841	$ 190.054
Actividades de apoyo a las empresas	$ 9.614	$ 1.881		$ 99.557	$ 370	$ 2.157	$ 113.579	1,5	5,8	$ 165.825	$ 658.758
Administración pública		$ 320					$ 320				
Educación	$ 7.810	$ 134				$ 728	$ 8.672	1,4	5,9	$ 12.314	$ 51.165
Salud		$ 57					$ 57				
Actividades artísticas		$ 1.203	$ 1.081		$ 87		$ 2.371	1,7	6,4	$ 4.126	$ 15.174
Otras actividades de servicios	$ 656	$ 889			$ 43	$ 655	$ 2.243	1	6,4	$ 2.243	$ 14.355
Actividades de los hogares	$ 47					$ 8	$ 55	1	5,1	$ 55	$ 281
Total	**$ 2.930.776**	**$ 6.676**	**$ 18.594**	**$ 99.557**	**$ 2.177**	**$ 67.967**	**$ 3.125.747**			**$ 5.168.479**	**$ 15.231.104**
Impuestos											13,0%
Efecto en términos de PIB											**$ 17.211.148**
PIB de Bogotá 2023 /3											**$ 366.038.376**
Contribución al PIB											**4,7%**
Valor agregado 2004 (Zuleta y Jaramillo, 2005) /1							**$ 1.967.012**			**$ 2.860.739**	**$ 7.120.338**

Fuente: Encuesta realizada a expositores y organizadores de eventos, Zuleta & Jaramillo (2005), DANE (2024), Li et al. (2023), PROCOLOMBIA (2020) y estados financieros de Corferias. Cálculos propios.Nota 1: Para asegurar la comparabilidad de las cifras, los valores se encuentran a precios de 2023. Nota 2: Esta cifra corresponde a la tasa de impuestos indirectos netos estimada con base en la experiencia de Bogotá en los últimos años. Nota 3: Valor estimado con base en las proyecciones de inflación.

Tabla 15 Impacto directo, indirecto e inducido generado en Medellín, 2023 ($ millones)

Sector	VA expositores	VA zona de influencia	VA Corferias	VA gasto expositores	Total impacto directo	Multiplicadores tipo I	Multiplicadores tipo II	Total impacto directo e indirecto	Total impacto directo, indirecto e inducido
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	$ 600			$ 42	$ 642	1,4	3	$ 905	$ 1.956
Industrias manufactureras	$ 252.334			$ 1.021	$ 253.355	1,9	3,6	$ 491.509	$ 914.749
Construcción	$ 60			75	$ 135	2	4,1	$ 269	$ 549
Comercio	$ 321.328			$ 1.988	$ 323.316	1,5	4,1	$ 468.808	$ 1.311.369
Transporte	$ 38	$ 15			$ 53	1,5		$ 81	
Alojamiento y servicios de comida	$ 990			$ 165	$ 1.155	1,6	4,5	$ 1.790	$ 5.213
Información y comunicaciones	$ 360	$ 271		$ 30	$ 661	1,6	6,2	$ 1.064	$ 4.098
Actividades financieras y de seguros						1,4	4,4		
Actividades inmobiliarias						1,1			
Actividades profesionales				$ 9	$ 9	1,3	5,6	$ 12	$ 51
Actividades de apoyo a las empresas			$ 1.875		$ 1.875	1,3	5,6	$ 2.456	$ 10.592
Administración pública						1,5	4,5		
Educación	$ 17.222	$ 238		$ 318	$ 17.778	1,3	4,5	$ 23.111	$ 79.400
Salud		$ 123			$ 123	1,4	4,8	$ 169	$ 588
Actividades artísticas						1,4	5,5		
Otras actividades de servicios						1	5,5		
Actividades de los hogares						1	4,1		
Total	**$ 592.932**	**$ 647**	**$ 1.875**	**$ 3.648**	**$ 599.102**			**$ 990.174**	**$ 2.328.564**
Impuestos /1									**9,8%**
Efecto en términos de PIB									**$ 2.556.763**
Contribución al PIB									**3,0%**

Fuente: Encuesta realizada a expositores, Zuleta & Jaramillo (2005), DANE (2024), Li et al. (2023) y estados financieros de Corferias. Cálculos propios. Nota 1: Esta cifra corresponde a la tasa de impuestos indirectos netos estimada con base en la experiencia de Bogotá en los últimos años.

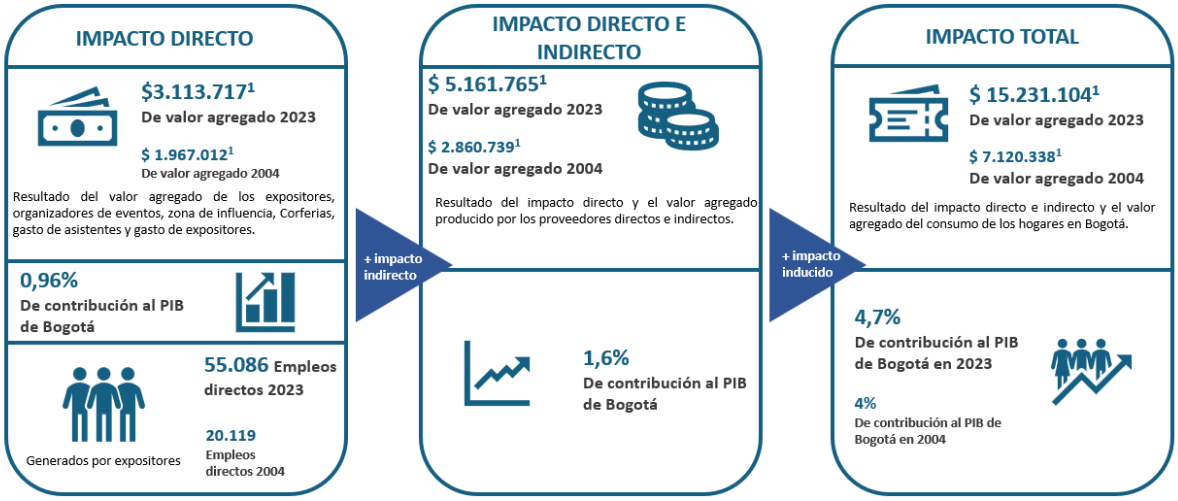
Tabla 16 Impacto directo, indirecto e inducido generado en Barranquilla, 2023 ($ millones)

Sector	VA expositores	VA zona de influencia	VA Corferias	VA gasto expositores	Total impacto directo	Multiplicadores tipo I	Multiplicadores tipo II	Total impacto directo e indirecto	Total impacto directo, indirecto e inducido
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca				$ 1.339	$ 1.339	1,3	3,1	$ 1.741	$ 4.108
Industrias manufactureras	$ 7.550			$ 42	$ 7.592	1,7	3,7	$ 13.134	$ 27.938
Construcción	$ 700			$ 2.495	$ 3.195	1,7	4,1	$ 5.559	$ 12.969
Comercio	$ 29.013	$ 3			$ 29.016	1,5	4,2	$ 42.654	$ 121.357
Transporte									
Alojamiento y servicios de comida						1,6	4,6		
Información y comunicaciones				$ 495	$ 495	1,5	6,3	$ 723	$ 3.101
Actividades financieras y de seguros		$ 2			$ 2	1,4	4,5	$ 3	$ 9
Actividades inmobiliarias									
Actividades profesionales				$ 40	$ 40	1,3	5,6	$ 50	$ 224
Actividades de apoyo a las empresas			$ 3.797		$ 3.797	1,3	5,6	$ 4.746	$ 21.228
Administración pública						1,4	4,6		
Educación						1,3	4,5		
Salud		$ 8			$ 8	1,5	4,9	$ 12	$ 39
Actividades artísticas						1,4	5,6		
Otras actividades de servicios						1,4	5,6		
Actividades de los hogares						1,0	4,1		
Total	**$ 37.263**	**$ 13**	**$ 3.797**	**$ 4.411**	**$ 45.484**			**$ 68.621**	**$ 190.974**
Impuestos /1									**10,9%**
Efecto en términos de PIB									**$ 211.790**
Contribución al PIB									**1,1%**

Fuente: Encuesta realizada a expositores, Zuleta & Jaramillo (2005), DANE (2024), Li et al. (2023) y estados financieros de Corferias. Cálculos propios. Nota 1: Esta cifra corresponde a la tasa de impuestos indirectos netos estimada con base en la experiencia de Bogotá en los últimos años.

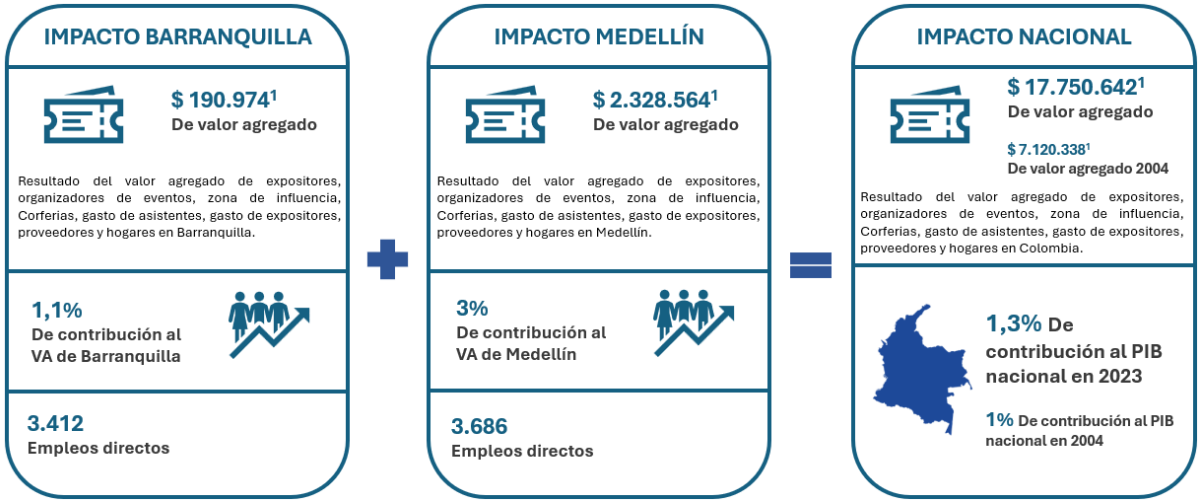
En términos generales, a continuación, las siguientes figuras resumen los impactos directo, indirecto e inducido de la actividad ferial y de eventos de Corferias en las tres ciudades analizadas.

Figura 4 Resumen del impacto económico para Bogotá /1



Fuente: Encuesta realizada a expositores, Zuleta & Jaramillo (2005), DANE (2024), Li et al. (2023) y estados financieros de Corferias. Cálculos propios. Nota 1: El valor agregado total de Bogotá no incluye los impuestos.

Figura 5 Resumen del impacto económico para Barranquilla y Medellín y el total de Colombia /1



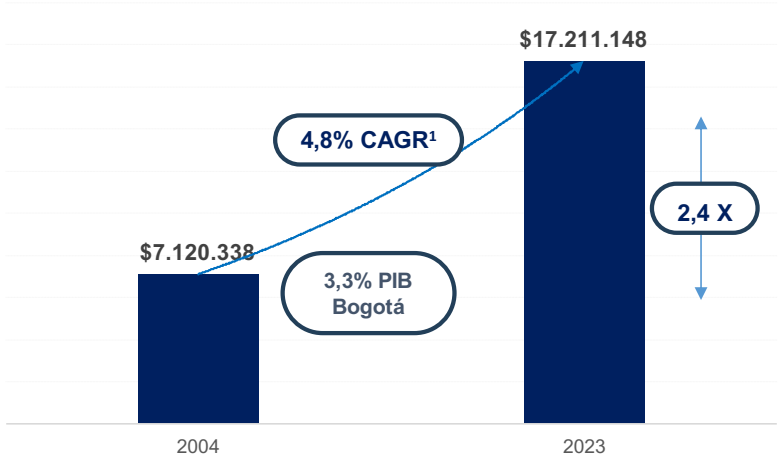
Fuente: Encuesta realizada a expositores, Zuleta & Jaramillo (2005), DANE (2024), Li et al. (2023) y estados financieros de Corferias. Cálculos propios. Nota 1: El valor agregado total nacional no incluye los impuestos.

Al sumar a estos impactos en las tres ciudades el porcentaje correspondiente a los impuestos, se puede concluir que, en los últimos 19 años, el valor agregado generado por Corferias en Bogotá más que se duplicó: pasó de $7,1 billones en 2004[18] a $17,2 billones en 2023 representando un incremento del 142%, que en promedio anual equivale a un crecimiento del 4,8%, por encima del crecimiento de la economía de la capital (3,3%). En términos del PIB

[18] Para asegurar la comparabilidad de las cifras, los valores se encuentran a precios de 2023.

del Distrito Capital, la contribución de la actividad de Corferias representó el 4,7% en 2023 frente al 4% de 2004 (Gráfico).

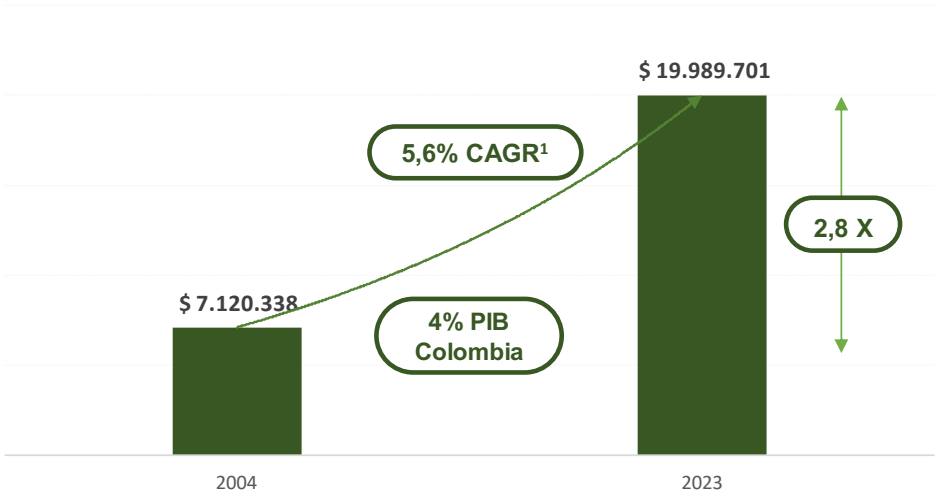
Gráfico 14 Crecimiento del impacto total en Bogotá entre 2004 y 2023, ($ millones)



Fuente: Encuesta realizada a expositores y organizadores de eventos, Zuleta & Jaramillo (2005), DANE (2024), Li et al. (2023), PROCOLOMBIA (2020) y estados financieros de Corferias. Cálculos propios. Nota 1: Esto representa un crecimiento total del 142%.

Agregando la actividad de las ciudades de Medellín y Barranquilla, se evidencia que, en los últimos 19 años, el valor agregado generado por Corferias en Colombia se multiplicó casi tres veces: pasó de $7,1 billones[19] en 2004 a cerca de $20 billones en 2023, representando un incremento del 181%, que equivale a una tasa de crecimiento del 5,6% por año, muy por encima del crecimiento de la economía colombiana (4%). La contribución de la corporación al PIB nacional pasó del 1% en 2004 al 1,3% en 2023.

Gráfico 15 Crecimiento del impacto total en Bogotá, Medellín y Barranquilla entre 2004 y 2023, ($ millones)



Fuente: Encuesta realizada a expositores y organizadores de eventos, Zuleta & Jaramillo (2005), DANE (2024), Li et al. (2023), PROCOLOMBIA (2020) y estados financieros de Corferias. Cálculos propios. Nota 1: Esto representa un crecimiento total del 181%.

[19] Para asegurar la comparabilidad de las cifras, los valores se encuentran a precios de 2023.

Finalmente, el impacto social se evidencia en 62.184 empleos totales en 2023, donde la mayor participación estuvo dada por parte de las microempresas y las empresas unipersonales, representando el 42,7% del total, seguido por las pequeñas empresas (26,6%), medianas empresas (25%) y grandes empresas (5,6%). Estos resultados reflejan el compromiso de Corferias de contribuir al crecimiento y la generación de empleo a nivel regional y nacional.

6. Conclusiones

A nivel mundial, el sector de ferias y eventos se ha consolidado como una industria relevante, donde se destaca su aporte a las economías de los países. En el contexto latinoamericano, esta industria ha evidenciado un notable desarrollo concentrado principalmente en cuatro países: Brasil, México, Argentina y Colombia.

En el caso específico de Colombia, Corferias ha desempeñado un papel fundamental, consolidándose como el principal centro de ferias y eventos del país. Su liderazgo se ve reflejado en su capacidad de atraer tanto eventos nacionales como internacionales, posicionando a Colombia como un destino clave en el circuito ferial de América Latina.

En las últimas dos décadas, la actividad ferial y de eventos en Corferias experimentó un notable crecimiento en Bogotá, alcanzando un valor agregado de $17,2 billones en 2023, representando una contribución del 4,7% del PIB de la capital.

Por su parte, las ferias comerciales realizadas en Medellín generaron un valor agregado de $2,6 billones en 2023, en tanto en Barranquilla este fue de $211,8 mil millones. La contribución de las ferias en el PIB de Medellín y de Barranquilla fue del 3% y 1,1%, respectivamente[20].

Al sumar el valor agregado total de Corferias a la economía del país, se evidencia que la actividad ferial y de eventos de la corporación registró un impacto que ascendió casi a $20 billones, equivalente a una contribución del 1,3% del PIB nacional.

Estas cifras de impacto son resultado de un crecimiento acelerado en las últimas dos décadas. El valor agregado total de la corporación pasó **de $7,1 billones en 2004 a $19,9 billones en 2023** –ambos medidos en pesos reales de 2023–. Ello es equivalente a un aumento de casi tres veces y un **crecimiento promedio del 5,6% anual**, superior al crecimiento de la economía colombiana (4% anual) en ese mismo período.

Como porcentaje del PIB, esto significa que el impacto de Corferias pasó de 4%[21] del PIB de Bogotá en 2004 a 4,7% en 2023. Así mismo, pasó de 1% del PIB de Colombia en 2004 a 1,3% en 2023.

El impacto también se observa a nivel de empresa: en las microempresas que empezaron a participar de forma reciente como expositores, las ferias de Corferias generaron un aumento de por lo menos el 11% en el empleo y el 8% en las ventas entre 2022 y 2023. Las ferias comerciales también permitieron a las empresas dar a conocer nuevos productos, ganar experiencia expositora y mejorar la imagen corporativa.

[20] Para ambas ciudades las cifras de valor agregado son de 2022, las cuales fueron modificadas con la tasa de impuestos de sus departamentos, con el propósito de tener un valor estimado del PIB.
[21] Porcentaje calculado con la nueva metodología del PIB.

Así mismo, Corferias ha sido un motor clave para el crecimiento económico y la generación de empleo en Colombia. En 2023, los expositores emplearon un total de 62.184 personas, concentrándose el 69,3% en empresas unipersonales, micro y pequeñas. De estos, 55 mil empleos fueron en Bogotá, mientras que en Medellín y Barranquilla se generaron más de 3 mil empleos directos.

El impacto generado por Corferias en la economía no solo de la ciudad, sino del país, evidencia su constante compromiso con la excelencia y la generación de empleo, así como su capacidad para adaptarse a las cambiantes dinámicas del mercado global de ferias y eventos. Su impacto trasciende las fronteras nacionales, contribuyendo al fortalecimiento del sector y al impulso del desarrollo económico en toda la región latinoamericana.

Referencias

AEV, AEO, & ESSA. (2019). Economic Impact of Exhibitions in the United Kingdom.

AFE. (2020). Economic Impact of Exhibitions in Spain 2018.

Bathelt, H., Malmberg, A., & Maskell, P. (2002). Clusters and Knowledge: Local Buzz, Global Pipelines and the Process of Knowledge Creation . *Progress in Human Geography*.

Berné Manero, C., & García Uceda, E. (2007). Las ferias de profesionales: creación de valor desde la red de negocio y la comunidad. *Colección Mediterráneo Económico*.

Bonoma, T. (1983). Get more out of your trade shows. *Harvard Business Review*, 75-83.

Centro de Estudios Superiores en Turismo (CESTUR). (2011). *La relevancia económica de las reuniones en México.* Ciudad de México: CESTUR.

Céspedes, E., & Piraquive, G. (2020). Matrices insumo producto en un análisis regional aplicación: efectos de política económica frente al COVID-19 (No. 18427). *Departamento Nacional de Planeación*.

Chen, H. C., Chiou, C. Y., Yeh, C. Y., & Lai, H. L. (2012). A Study of the Enhancement of Service Quality and Satisfaction by Taiwan MICE Service Project. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 382-388.

CNP. (2008). *Medición de la productividad del valor agregado.* Retrieved from http://www.cyta.com.ar/ta0702/v7n2a3.htm

DANE. (2020). *Retropolación BASE 2015: Nota Metodológica.* Bogotá: Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales.

DANE. (2024). *Cuentas Nacionales Coyunturales.* Retrieved from https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales

Disimulacion, M. A. (2020). MICE TOURISM DURING COVID-19 AND FUTURE DIRECTIONS FOR THE NEW NORMAL. *Far Eastern University*.

He, H., Lin, Z., & Li, H. (2020). Key survival factors in the exhibition industry. *International Journal of Hospitality Management*.

Huang, H. (2015). How Does Meetings, Incentives, Conventions, and Exhibitions Industry Attract Exhibitors? *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 73-93.

Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT). (2017). *Medición de la relevancia económica de industria de turismo de reuniones en Guatemala.* Ciudad de Guatemala: INGUAT.

Jones, C., & Li, S. (2015). The economic importance of meetings and conferences: A satellite account approach. *Annals of Tourism Research*, 117-133.

Kellezi, J. (2014). Trade Shows: A Strategic Marketing Tool for Global Vompetition. *Procedia Economics and Finance*, 466-471.

Kirchgeorg, M., Springer, C., & Kastner, E. (2009). Objectives for successfully participating in trade shows. *The Journal of Business & Industrial Marketing*, 63-73.

Maritz Research Canada, The Conference Board of Canada & MPI Foundation. (2008). Canadian Economic Impact Study (CEIS) Update 2007-2008.

Meruelo Monzón, A. (2017). Análisis del impacto económico del turismo MICE en España y Burgos en los últimos cinco años. *Trabajo de fin de grado (Universidad de Burgos)*.

Miller, R., & Blair, P. (2022). *Input-output analysis: foundations and extensions.* Cambridge: Cambridge University Press.

Muresan, M. L., & Nistoreanu, P. (2017). MICE – The Valorization Vector of Local Communities' Resources Case Study – Romania. *Management International Conference*.

OCDE. (2023). *How to measure the impact of culture, sports and business events: a guide part I.* OECD Local Economic and Employment Development Papers.

Pearlman, D. (2016). Globalization practices within the U.S. Meetings, Incentives, Conventions, and Exhibitions industry. *Journal of Convention & Event Tourism*, 55-69.

PROCOLOMBIA. (2020). *Contribución económica de la industria de reuniones en Colombia.* Bogotá: PROCOLOMBIA.

PROMPERÚ. (2016). *Perú, destino de turismo de reuniones 2014.* Lima: PROMPERÚ.

PwC. (2012). The Economic Significance of Meetings to the U.S. Economy.

Ragab, A., & Wagdy, K. (2019). MEASURING THE ECONOMIC IMPACT OF THE EGYPTIAN EXHIBITION. *Event Management*.

Sirkis, G., Regalado-Pezúa, O., Carvache-Franco, O., & Carvache-Franco, W. (2022). The determining factors of attractiveness in urban tourism: a study in Mexico City, Buenos Aires, Bogota and Lima. *Sustainability*.

SOKEE. (2024). Economic Impact of Exhibitions in Greece.

Spencer, J., & Bavuma, Z. (2018). How important are mice to the tourism economy? *The Business and Management Review*.

Thai Exhibition Association. (2022). Economic Impact of Exhibitions in Thailand 2019.

UFI. (2020). *The exhibition industry in Latin America.*

UFI. (2022). *Global Economic Impact of Exhibitions.*

Zhang, S., Zhu, Y., Zhu, W., Chen, H., & Cai, X. (2018). The Impact of Exhibition Resources on Development of City MICE Industry. *Advances in Economics, Business and Management Research* .

Zuleta, L., & Jaramillo, L. (2005). *Impacto económico de las ferias comerciales sobre la economía del distrito de Bogotá.* Bogotá: Fedesarrollo.





Fedesarrollo
Calle 78 # 9 - 91, Bogotá, Colombia.
Teléfono: (601) 3259777
@Fedesarrollo