

PLAN DE ACTUACIÓN E ORZAMENTO 2026



ÍNDICE

1.- INTRODUCCIÓN	4
2.- OBXECTIVOS XERAIS	6
2.1.- VIGOFILMOFFICE	9
2.2.- COLABORACIÓN NA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE VIGO	11
3.- VISIÓN ESTRATÉXICA VCB	12
3.1.- EIXOS TRANSVERSAIS	12
3.1.1.- SUSTENTABILIDADE E LEGADO	12
3.1.2.- COIDADADO E ACOMPAÑAMENTO PRESCRITORES LOCAIS	13
3.1.3 APOIO Á COMUNIDADE	13
4.- LIÑAS DE ACTUACIÓN PRINCIAIS	15
4.1.- FEIRAS E XORNADAS PROFESIONAIS	15
4.1.1.- ASISTENCIA A XORNADAS E/OU WORKSHOPS	15
4.1.2.- ASISTENCIA A ASEMBLEAS, CONGRESOS E OUTROS ACTOS DO SECTOR	15
4.2.- ACCIÓNS PROPIAS	15
4.2.1.- REUNIÓNS.	15
4.2.2.- PRESENTACIÓN DE CANDIDATURAS	15
4.3.- OUTRAS LIÑAS DE ACTUACIÓN	15
4.3.1.- MEMBRESÍA DO SECTOR MICE E AUDIOVISUAL	15
4.3.2.- INSTRUMENTOS DE MARKETING	16
4.3.3.- PROMOCIÓN AEROPORTUARIA	16
4.3.4.-TRABALLOS INTERDEPARTAMENTAIS	16
4.3.5.- VIGO FILM OFFICE	16
5.- COMPOSICIÓN PADROADO DA FUNDACIÓN VCB	17
6.- SOCIOS DA FUNDACIÓN VCB 2026	18
7.- COTAS PATRÓNS 2026	18

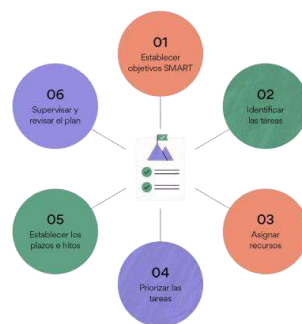


8.- COTAS SOCIOS 2026.....	19
9.- DESGLOSE DE ESTIMACIÓN INGRESOS EJERCICIO 2026	20
10.- DESGLOSE DE ESTIMACIÓN DE GASTOS EJERCICIO 2026	21

1.- INTRODUCCIÓN

Para 2026, a Fundación Vigo Convention Bureau articula un plan de actuación orientado prioritariamente a consolidarse como destino MICE competitivo no noroeste peninsular, aliñando ás institucións públicas, ao sector privado e aos axentes do coñecemento baixo unha gobernanza clara. A Fundación define obxectivos medibles (captación de congresos, número de eventos, impacto económico e estacionalidade) e traballará nunha estrutura operativa específica que coordine promoción, comercialización e seguimento de resultados, evitando a dispersión de iniciativas e mensaxes.

Pasos a seguir en un plan de acción



No ámbito da promoción MICE, Vigo debe reforzar o seu posicionamento sobre atributos diferenciais claros: capacidade industrial e tecnolóxica, ecosistema universitario e de I+D, conexión cos principais sectores da cidade (marítimo-pesqueiro, automoción e enerxías, etc.). É prioritario desenvolver un relato profesional dirixido a organizadores de congresos, asociacións e empresas, apoiado en materiais comerciais específicos, casos de éxito e unha presenza activa en feiras e workshops especializados nacionais e internacionais.

Así mesmo, o plan debe priorizar a captación proactiva de eventos mediante un Vigo Convention Bureau fortalecido, con recursos suficientes e capacidade de acción comercial directa. Isto inclúe a identificación de embaixadores locais, a elaboración de candidaturas competitivas, incentivos financeiros e non financeiros (apoio institucional, loxística, visibilidade) e unha colaboración estreita con sedes, hoteis e provedores para ofrecer propostas integradas e coherentes.



En segundo termo, a promoción turística da marca Vigo para 2026 debe apoiarse no impulso xerado polo MICE, utilizando os eventos como panca de notoriedade e prescrición. A estratexia turística debe centrarse nun turismo

urbano, gastronómico e experiencial, vinculado á ría, as illas, a cultura contemporánea e a identidade atlántica, evitando un posicionamento xenérico e apostando por públicos de maior valor e menor estacionalidade.

A comunicación da marca Vigo debe ser consistente, moderna e aliñada cos valores de dinamismo, innovación e calidade de vida. É fundamental unificar discurso, identidade visual e mensaxes en todas as canles, priorizando accións dixitais, relacións públicas e contidos dirixidos a prescritores, medios especializados e mercados estratéxicos, tanto nacionais como internacionais, cunha clara orientación a resultados.

Finalmente, o plan de actuación incorpora un sistema de avaliación continua que permita axustar a estratexia ao longo de 2026. Indicadores de impacto económico, reputación de marca, satisfacción de organizadores e visitantes, e retorno do investimento promocional deben guiar a toma de decisións. Vigo debe entender este plan non como unha acción puntual, senón como un paso decisivo cara a un posicionamento sostible e competitivo a medio e longo prazo.



2.- OBXECTIVOS XERAIS

A continuación detállanse os obxectivos da Fundación Vigo Convention Bureau para 2026, aliñado coa estratexia definida e orientados de forma prioritaria á promoción e captación MICE, cunha estrutura clara, accionable e medible.

1. Captación de eventos MICE de alto impacto.

Obxectivo operativo:

Captar congresos, convencións e reunións profesionais que xeren impacto económico, notoriedade e desestacionalización.



Accións clave:

- Elaborar un Plan de Captación con foco en sectores estratéxicos para Vigo (industria, automoción, mar-industria, tecnoloxía, enerxía, saúde, I+D).
- Identificar e priorizar candidaturas nacionais e internacionais (asociacións, colexios profesionais, congresos rotatorio, etc).
- Activar un programa de embaixadores locais (universidade, empresas, agrupacións industriais).
- Diseñar un paquete de apoio a candidaturas: cartas institucionais, apoio loxístico, visibilidade e acompañamento.

2. Posicionamento e visibilidade de Vigo como destino MICE.

Obxectivo operativo:

Incrementar a notoriedade de Vigo no mercado MICE nacional e mellorar o seu recoñecemento profesional.



Accións clave:

- Presenza activa en feiras e foros MICE clave (IBTM, MICE Forum, workshops SCB).

- Desenvolvemento de material comercial específico MICE (dossier profesional, presentacións sectoriais, web MICE actualizada).
- Organización de fam trips e site inspections para organizadores e prescritores.
- Estratexia de relacións públicas en medios especializados e plataformas profesionais.



3. Alianzas e gobernanza público-privada.

Obxectivo operativo :

Consolidar unha rede MICE local cohesionada e aliñada coa estratexia de cidade.

Accións clave:

- Reactivar ou reforzar a mesa MICE local (hoteis, sedes, provedores, institucións).
- Asinar acordos de colaboración con universidades, agrupacións industriais e asociacións empresariais.
- Distribuír un catálogo único da oferta MICE de Vigo.
- Establecer protocolos de colaboración e resposta conxunta a candidaturas.



4. Desenvolvemento de produto e proposta de valor.

Obxectivo operativo:

Ofrecer aos organizadores unha proposta integral, competitiva e diferenciada.

Accións clave:

- Deseño de paquetes MICE integrados (espazos + aloxamento + experiencias).
- Incorporación de criterios de sustentabilidade, innovación e dixitalización.
- Desenvolvemento de experiencias post-evento vinculadas á ría, gastronomía e cultura urbana.
- Adaptación da oferta a eventos híbridos e formatos flexibles.

5. Medición, avaliación e mellora continua.

Obxectivo operativo:

Dispoñer de datos fiables que apoién decisións estratéxicas e xustifiquen o investimento público.

Accións clave:

- Implantar un sistema de recollida de datos MICE (eventos, asistentes, impacto).
- Elaborar informes e unha memoria anual de resultados.
- Comparativa con destinos competidores do arco atlántico e rede SCB. Axuste do plan en función de resultados e tendencias.



Conclusión.

Estes obxectivos permitirán que a Fundación Vigo Convention Bureau actúe en 2026 como unha ferramenta estratéxica de desenvolvemento económico, con foco no turismo MICE como motor principal e a marca Vigo como beneficiaria secundaria. O seu éxito dependerá da continuidade, a coordinación público-privada e a medición rigorosa de resultados.

2.1.- VIGOFILMOFFICE

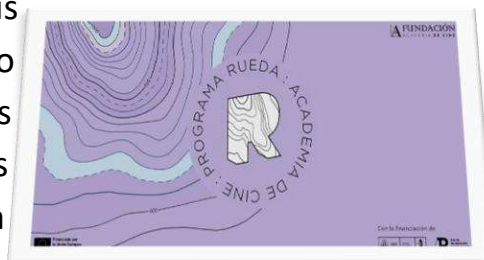
A Vigo Film Office (en diante VFO) continuará en 2026 o seu labor de promoción da cidade como estudio de rodaxes, apoio e asesoramento ao sector audiovisual na xestión das rodaxes e fomento do turismo de pantalla.



Para iso, están previstas unha serie de actividades que fortalecerán a presenza de Vigo no panorama audiovisual e coas que esperamos continuar a senda de crecemento que estamos a vivir nos últimos anos.

Entre estas actividades, destaca en abril a celebración do evento “Rueda”, que organizamos por terceiro ano xunto á Academia de Cine.

Vigo será unha das tres sedes que acollan este ano aos participantes dos programas formativos da Academia: “Residencias e Rueda”. O evento consiste en que os participantes dos programas formativos reúnanse na cidade durante unha semana (20 ao 25 de abril) xunto cos seus mentores, que son profesionais de primeiro nivel, para realizar as titorías e impulsar os seus proxectos. O programa inclúe ademais xornadas de formación para profesionais da cidade co obxectivo de fomentar a xeración de sinerxías coa contorna audiovisual e propiciar a cooperación entre territorios. Organízanse ademais diversas actividades abertas á cidadanía en xeral e aos estudantes, como proxeccións, charlas, mesas redondas.



Por outra banda, a VFO promocionará a cidade como plató de rodaxes nalgunhas das principais feiras, mercados audiovisuais e eventos do país como son, Fitur Screen, Premios Feroz, o Festival de Cine de Málaga, o Festival de Cine de San Sebastián, o evento Shooting Locations Marketplace e a feira Iberseries Platino Industria, entre outros.

Por outra banda, a VFO continuará coa organización de diversas actividades formativas dirixidas ao sector local e lanzará unha nova edición do seu concurso de microcurtametraxes "Vigo en 90 segundos".



2.2- COLABORACIÓN NA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE VIGO

A VCB manterá a estreita colaboración coa Concellería de Turismo na mellora da promoción turística da cidade polos bos resultados obtidos o ano pasado. En 2025 a VCB asinou un convenio de colaboración co Concello de Vigo para a Promoción Turística da cidade por importe de 275.000 euros. No 2026 vaise manter esa liña de colaboración na busca da mellora e optimización dos recursos de ambas entidades. A colaboración no ano 2025 permitiu realizar entre outras accións:



- A sinatura de Patrocinios de interese para a cidade.
- A presenza en Feiras e eventos turísticos.
- A xestión de viaxes de incentivo e promocionais.
- A participación en programas en medios de comunicación.
- A promoción Aeroportuaria.
- A promoción da marca Vigo.
- A elaboración de Merchandising.

Esta colaboración é fundamental nun contexto de globalización, onde as cidades compiten por atraer visitantes e investimentos. A correcta xestión da promoción turística da cidade pode ser determinante para diferenciarse e posicionarse de maneira favorable na mente dos distintos públicos obxectivos.



3.- VISIÓN ESTRATÉXICA VCB

Este Plan de Actuación representa:

- Un mecanismo para o promoción económica de Vigo como destino turístico e MICE.
- Un marco de apoio para o desenvolvemento de estratexias, plans e iniciativas en colaboración co Concello e os principais actores do sector.
- Unha ferramenta de colaboración coa Concellería de Turismo no desenvolvemento de accións Turísticas e da promoción da cidade
- Unha guía para a promoción de Vigo como estudio de rodaxe e turismo de pantalla.



3.1.- EIXOS TRANSVERSAIS

3.1.1.- SUSTENTABILIDADE E LEGADO

A sustentabilidade está a converterse nun asunto clave á hora de elixir o destino para celebrar un evento. Dende a Fundación Vigo Convention Bureau, queremos axudar aos organizadores para minimizar o impacto desde a fase de planificación, facilitando a implementación dos Obxectivos de Desenvolvemento Sostible (ODS). Ademais, queremos desenvolver unha listaxe de axentes locais (ONGs, asociacións, fundacións) para poder ofrecer aos organizadores a realización de accións positivas vinculadas ao evento e que reporten á cidade un beneficio desde o punto de vista social, ambiental e cultural.



3.1.2.- COIDADADO E ACOMPAÑAMENTO PRESCRITORES LOCAIS

A VCB vaise reunir cos prescritores locais máis interesantes da cidade para presentarlles de primeira man, a axuda que podemos facilitarlles na organización dos seus eventos e animarlles a traelos á nosa cidade.



3.1.3 APOIO Á COMUNIDADE

Contribuír ao benestar social da comunidade local ao xerar oportunidades de desenvolvemento, fortalecendo a identidade do destino e fomentando a participación activa da poboación nos eventos culturais e sociais.



VIGO
CIUDAD MICE

Avenida de Beiramar nº 57
36202 Vigo
info@vigocb.org



LIÑAS DE ACTUACIÓN

2026

4.- LIÑAS DE ACTUACIÓN PRINCIAIS

4.1.- FEIRAS E XORNADAS PROFESIONAIS.

4.1.1.- ASISTENCIA A FEIRAS DO SECTOR.

- FITUR e FITUR SCREEN.
- PRINCIPAIS FEIRAS NACIONAIS E INTERNACIONAIS.



4.1.1.- ASISTENCIA A XORNADAS E/OU WORKSHOPS

- XORNADAS FORMATIVAS TURISMO MICE.
- XORNADAS FEMP.
- XORNADAS AENA.



4.1.2.- ASISTENCIA A ASEMBLEAS, CONGRESOS E OUTROS ACTOS DO SECTOR

- GRUPO DE TRABAJO NA ASEMBLEA ANUAL SPAIN CONVENTION BUREAU E NA SPAIN FILM COMMISSION.



4.2.- ACCIÓNS PROPIAS

4.2.1.- REUNIÓN.

- MESAS DE TRABAJO PERIÓDICAS COS SOCIOS DA VCB.

4.2.2.- PRESENTACIÓN DE CANDIDATURAS

- ELABORACIÓN DE DOSSIERES DE CANDIDATURAS.



4.3.- OUTRAS LIÑAS DE ACTUACIÓN

4.3.1.- MEMBRESÍA DO SECTOR MICE E AUDIOVISUAL

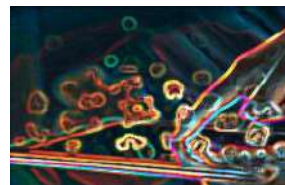
- SCB (SPAIN CONVENTION BUREAU).
- SFC (SPAIN FILM COMMISSION)
- ACADEMIA GALEGA DO AUDIOVISUAL.



4.3.2.- INSTRUMENTOS DE MARKETING

ONLINE

- RRSS E XESTIÓN DE CONTIDOS VCB E VFO.
- MANTEMENTO DAS WEBS DA VCB E DA VFO.
- CLIPPING DE PRENSA DIARIO.



OFFLINE

- ACTUALIZACIÓN GUÍAS.
- CREACIÓN DE INFORMES DO SECTOR.
- BBDD DE EVENTOS-CONGRESOS.
- RENOVACIÓN MATERIAL PROMOCIONAL.
- FAMTRIPS SECTOR MICE E AUDIOVISUAL.



4.3.3.- PROMOCIÓN AEROPORTUARIA

- ELABORACIÓN DE INFORMES ESTATÍSTICOS MENSUAIS E ANUAIS.
- ELABORACIÓN DE INFORMES SOBRE MERCADOS E RUTAS POTENCIAIS.



4.3.4.-TRABALLOS INTERDEPARTAMENTAIS

- SEGUIMIENTO DA ACTIVIDADE MICE DA CIDADE.
- COLABORACIÓN CON AXENTES LOCAIS.
- ELABORACIÓN DE INFORMES ESTATÍSTICOS.
- COLABORACIÓN COA CONCELLERÍA DE TURISMO.



4.3.5.- VIGO FILM OFFICE

- TRAMITACIÓN PERMISOS DE RODAXES.
- CONCURSO AUDIOVISUAL *VIGO90SEGUNDOS*.
- PARTICIPACIÓN PROGRAMA RUEDA 2025.
- ASISTENCIA A FEIRAS E EVENTOS DO SECTOR.



5.- COMPOSICIÓN PADROADO DA FUNDACIÓN VCB

CONCELLO DE VIGO

UNIVERSIDADE DE VIGO

CÁMARA DE COMERCIO DE VIGO

CEP (CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE PONTEVEDRA)

ABANCA

IFEVI (INSTITUTO FEIRAL DE VIGO)

AHOSVI (ASOCIACIÓN DE HOTELES DE VIGO)

FEPROTUR (FEDERACIÓN EMPRESARIAL DE TURISMO Y HOSTELERÍA DE PONTEVEDRA)

PAZO DE CONGRESOS MAR DE VIGO

VIAXES ABRAMAR (REPRESENTACIÓN ENTIDADES COLABORADORAS)



6.- SOCIOS DA FUNDACIÓN VCB 2026

AUTOCARES IGLESIAS	EL CORTE INGLÉS
PAZO DE CEA	IMPRIME VERDE
CdeC	GARPE IMPRESIÓN
HOTEL NAGARI	HOTEL PAZO LOS ESCUDOS
HOTEL BAHÍA DE VIGO	HOTEL ATTICA 21
HOTEL NH COLLECTION	HOTEL EUROSTARS MAR DE VIGO
ESMERARTE	ALMA MATER
MARVA	DISESEMM
EVENTOS CULTURALES RETALISTAS	ORZAN CONGRES
OCEAN SECRETS	NAVIERA NABIA
NAVIERA MAR DE ONS	BLUSCUS
ECOVIGO	ULTRAMARINOS
GRUPO RADIO VIGO	ABRAMAR
MUÉSTRALO	JELOÜ COMUNICACIÓN
ZINQIN AUDIOVISUAL	

7.- COTAS PATRÓNS 2026

PATRÓNS	COTAS
TURISMO DE VIGO (CONCELLO DE VIGO)	500.000 €
ABANCA	
UNIVERSIDADE DE VIGO	3.000 €
IFEVI	
CÁMARA COMERCIO	
CEP	
PAZO DE CONGRESOS MAR DE VIGO	2.000 €
AHOSVI	2.000 €
FEPROTUR	2.000 €

8.- COTAS SOCIOS 2026

SOCIOS	COTAS
ESTABLECEMENTOS HOSTALEIROS	
PAZOS	300 €
CASAS RURAIS	300 €
HOTEL 5*	500 €
HOTEL 4*	400 €
HOTEL 3*	300 €
HOTEL 2* E HOSTEL	200 €
EMPRESAS E TERMINAIS DE TRANSPORTE	
TRANSPORTE MARÍTIMO-TERRESTRE	500 €
ESTABLECEMENTOS GASTRONÓMICOS	
ESTABLECEMENTOS GASTRONÓMICOS	300 €
CATERING	400 €
CENTROS DE CONVENCIONS E RECINTOS FEIRAIS	
CENTROS DE CONVENCIONS E REUNIONS	700 €
ORGANISMOS OFICIAIS	
ORGANISMOS OFICIAIS	1.000 €
EMPRESAS DE SERVIZOS COMPLEMENTARIOS	
AXENCIAS DE VIAXE E OPC's	600 €
ORGANIZADORES DE EVENTOS	600 €
EMPRESAS DE PUBLICIDADE E COMUNICACIÓN	500 €
AZAFATAS	300 €
EMPRESAS AUDIOVISUAIS E EQUIPOS TRADUCCIÓN	300 €
EMPRESAS DE MONTAXE	500 €
GUÍAS TURÍSTICOS	300 €
TRADUTORES E INTÉRPRETES	300 €
INFORMÁTICA E CONTROL DE ACCESOS	300 €
FOTOGRAFÍA E VÍDEO	200 €
IMPRENTAS	200 €
SEGURIDADE	300 €
CENTROS COMERCIAIS	900 €
AGASALLO E MERCHANDISING	500 €
OUTROS	
ESPECTÁCULOS E ANIMACIÓN	200 €
BODEGAS	200 €
APP	200 €
ACTIVIDADES DE LECER	200 €
FREELANCE	200 €

9.- DESGLOSE DE ESTIMACIÓN INGRESOS EJERCICIO 2026

INGRESOS	COTA	2026
PATRÓNS		
CONCELLO DE VIGO (TURISMO DE VIGO)	500.000 €	500.000 €
ABANCA		
UNIVERSIDADE DE VIGO	3.000 €	3.000 €
IFEVI		
CÁMARA DE COMERCIO		
CEP		
PAZO DE CONGRESOS MAR DE VIGO	2.000 €	2.000 €
AHOSVI	2.000 €	2.000 €
FEPROHOS	2.000 €	2.000 €
TOTAL INGRESOS PATRÓNS		509.000,00 €
SOCIOS COLABORADORES E OUTRAS ENTIDADES		10.000,00€
TOTAL SOCIOS COLABORADORES E ENTIDADES		10.000,00 €
OUTROS INGRESOS		
CONVENIO ACTIVIDADES PROMOCIÓN TURÍSTICA 2026		275.000 €
TOTAL OUTROS INGRESOS		275.000,00 €
TOTAL INGRESOS		794.000,00 €

10.- DESGLOSE DE ESTIMACIÓN DE GASTOS EJERCICIO 2026¹

ESTRUTURA DE PERSOAL

CUSTOS SALARIAIS BRUTOS + CUSTOS SEGURIDADE SOCIAL FUNDACIÓN	215.091,26 €
TOTAL ESTRUCTURA DE PERSOAL	215.091,26 €

GASTOS DE EXPLOTACIÓN, XESTIÓN E CONSUMOS

MANTEMENTO DE INSTALACIÓNS	10.000,00 €
GASTOS DE REPRESENTACIÓN	6.000,00 €
MATERIAL DE OFICINA	1.500,00 €
INFORMÁTICA, AUDIOVISUAL, TIC E FORMACIÓN	4.300,00 €
MENSAXERÍA, ENVÍOS E SUBSCRICIÓN	1.200,00 €
TELEFONÍA E COMUNICACIÓN	3.500,00 €
ASESORÍA LABORAL, FISCAL E XURÍDICA-GASTOS LEGAIS-ASISTENCIAS TÉCNICAS	17.000,00 €
MUTUA ACCIDENTES – SEGUROS	1.500,00 €
TOTAL GASTOS EXPLOTACIÓN	45.000,00 €

PUBLICIDADE E MATERIAL DE PROMOCIÓN

MERCHANDISING E MATERIAL PROMOCIONAL	6.900,00 €
MATERIAL AUDIOVISUAL – DESEÑO E IMAXE	8.000,00 €
TOTAL PUBLICIDADE E MATERIAL DE PROMOCIÓN	14.900,00 €

ACCIÓNS DE PROMOCIÓN

PRODUCCIÓN, DESENVOLVEMENTO E APOIO EVENTOS	464.008,74 €
ASISTENCIA A FEIRAS, EVENTOS- CONGRESOS E ACCIÓNS COMERCIAIS	35.000,00 €
REALIZACIÓN DE FAMTRIP / PRESSTRIP	10.000,00 €
PROMOCIÓN AEROPORTUARIA	3.000,00 €
TOTAL ACCIÓNS PROMOCIÓN	512.008,74 €

PARTICIPACIÓN EN OUTROS ENTES

COTA SPAIN CONVENTION BUREAU	3.515,00 €
COTA SPAIN FILM COMMISSION	1.869,00 €
COTA ACADEMIA GALEGA DE CINE	120,00 €
OUTROS ENTES DE INTERESE	1.496,00 €
TOTAL PARTICIPACIÓN OUTROS ENTES	7.000,00 €

TOTAL GASTOS	794.000,00 €
---------------------	---------------------

¹Calquera modificación na distribución das partidas de gasto ao longo do ano, deberá ser aprobada polo Comité Executivo da Fundación VCB.



Presidenta do Comité Executivo da Fundación Vigo Convention Bureau

Dña. M^a Carmen Lago Barreiro

Tesoureiro da Fundación Vigo Convention Bureau

D. César Sánchez Ballesteros

Secretario da Fundación Vigo Convention Bureau

D. Arsenio Fidel Prieto Martínez