

02

Servicios de apoyo a la exportación



Servicios de apoyo a la exportación I

PROGRAMA ICEX NEXT



Asesoramiento integral

a la empresa en todo su proceso de internacionalización y de mejora de la competitividad exterior



375

nuevas empresas incorporadas al programa en 2018



2.552

empresas han participado en total en el programa

PROGRAMA ICEX NEXT



9.800€

Máximo de financiación



18

meses Período de Ayuda

www.icexnext.es

Servicios Club Next

Asesores en Destino
Analistas de iniciación en el exterior
Actividades de networking

DISTRIBUCIÓN DE EMPRESAS POR SECTORES

21%

Bienes de equipo y producción industrial

20%

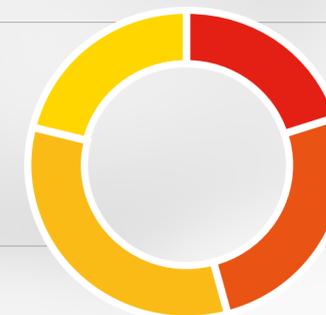
Agroalimentarios

33%

Servicios

26%

Bienes de consumo



50%

de cofinanciación

2.1. PROGRAMA ICEX NEXT

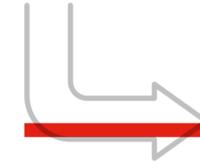
Iniciación y consolidación en terceros mercados

El Programa ICEX Next facilita la iniciación a la exportación de las pymes españolas, a la vez que permite consolidar su presencia en terceros mercados. Se trata, por tanto, de un asesoramiento integral a la empresa en todo su proceso de salida al exterior.



Web ICEX Next

Programa de asesoramiento integral a la empresa en su salida al exterior



Inicio del programa:

- 2012



Contacto:

- www.icexnext.es



Duración:

- 45 horas



Objetivos:

- Ayudar a las empresas en todas las fases de sus proyectos de internacionalización.
- Diseñar un plan de internacionalización.
- Mejorar la competitividad exterior.
- Minimizar los riesgos de las empresas en su proceso de internacionalización.



Principales ventajas:

- Proporciona a las empresas un asesoramiento estratégico para la adecuada elaboración de su plan de mercado.
- Ofrece asesoramiento especializado en aspectos tecnológicos, contratación y fiscalidad, licitaciones internacionales, etc.).
- Permite a los participantes formar parte de la mayor red de empresas exportadoras de España.



Además:

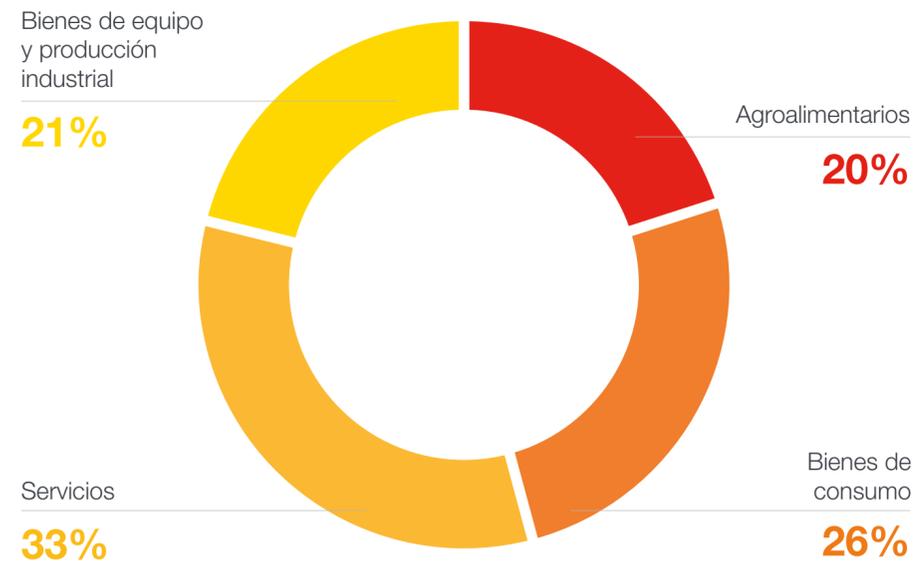
- El programa se puede complementar en fases posteriores con el servicio de 'Asesores en Destino', que facilitan a las empresas el acceso a determinados mercados y el desarrollo de su red comercial.
- También ofrece la posibilidad de acceder a recomendaciones en materia de marketing digital, con el fin de concienciar a las empresas de la necesidad de que su estrategia empresarial debe de estar alineada con su presencia *online*.

Resultados ICEX Next

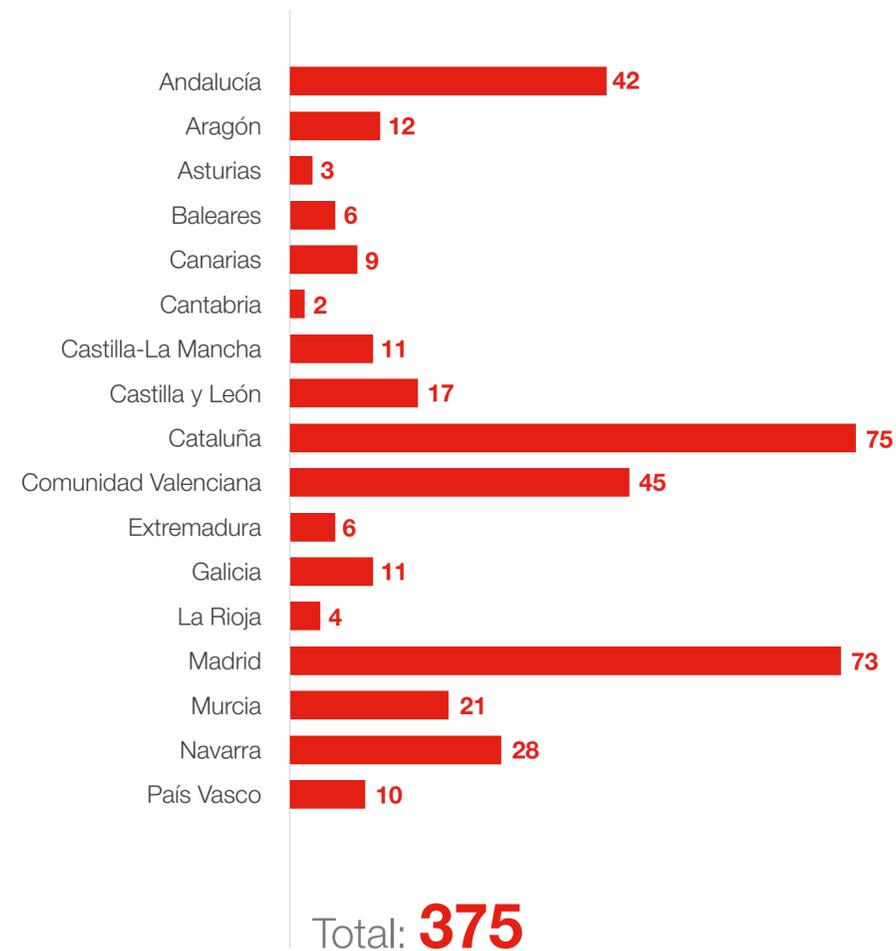
Desde que se puso en marcha el Programa ICEX Next, han participado en el mismo 2.552 empresas, mayoritariamente de perfil industrial y de servicios, registrando un significativo aumento en su volumen exportado.

En 2018, se han incorporado al programa 375 nuevas empresas.

Distribución de empresas ICEX Next por sectores, 2018



Distribución de empresas ICEX Next por comunidades, 2018



Financiación del Programa ICEX Next

9.800€
máximo de financiación

50%
de cofinanciación

18
meses de periodo de ayuda

100%
financiación del análisis del modelo de negocio y marketing digital

Desarrollo plan internacional	Total (€)	ICEX 50% (€)	Empresa 50% (€)
· Asesoramiento personalizado voluntario	1.200	600	600
· Asesoramiento personalizado obligatorio	2.400	1.200	1.200
Asesoramiento personalizado total	3.600	1.800	1.800
Gastos promoción y de personal	16.000	8.000	8.000
TOTAL	19.600	9.800	9.800



Servicios Club Next

Las empresas participantes en el programa ICEX Next, son beneficiarias de los Servicios Club Next, al igual que las empresas de otros programas de iniciación como PIPE.

Entre los servicios del Club Next, cabe destacar:

'Asesores en Destino'

En 2018, un total de 150 empresas utilizaron este servicio de consultoría en destino.

Por mercados:

- 29 empresas eligieron el chileno.
- 30 empresas el colombiano.
- 22 empresas el de "Bajío-Guadalajara" (México).
- Cinco el panameño.
- Seis el de Corea del Sur.
- 16 empresas el marroquí.
- 14 empresas el polaco.
- 11 el estadounidense.
- 13 empresas el peruano.
- Cuatro empresas el ecuatoriano.

Principales objetivos del servicio de 'Asesores en Destino':

- Facilitar a las empresas Club Next el desarrollo de su red comercial en los mercados de destino.
- Asegurar una presencia continuada de la empresa Club Next en los mercados de destino.
- Facilitar asesoramiento a través de profesionales locales, con amplia experiencia comercial en los mercados de destino.

Este asesoramiento se realiza en distintas fases:

- Visita del consultor a la sede de la empresa española para conocer en profundidad el producto/servicio así como su modelo de negocio.
- Elaboración de un informe personalizado sobre la estrategia adecuada de acceso al mercado.
- Definición del plan de acción.
- Seguimiento y apoyo precomercial en el mercado durante 10 meses para la selección e identificación del socio/cliente adecuado.

El asesor en destino es un profesional experto local, seleccionado por el programa, con experiencia empresarial y comercial, visión de negocio y estratégica, además de una amplia red de contactos en el mercado.

Analistas de iniciación en el exterior

Facilitan apoyo personalizado a las empresas ICEX Next y PIPE en el acceso a los mercados de Francia, México, Portugal y Reino Unido. Se trata de especialistas en la búsqueda de información que, desde las Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior, ofrecen un apoyo personalizado

Actividades de networking

Favorece la colaboración entre empresas pertenecientes al programa ICEX Next. Para ello, en 2010 se puso en marcha la Red Club en LinkedIn, cuyo objetivo es promover la cooperación empresarial en el ámbito de los negocios internacionales. La Red Club cuenta con más de 2.450 miembros, de los que más del 90% son empresarios.

Otros servicios Club Next

Servicios de protección de propiedad intelectual

- Ofrecidos por Clarke, Modet & Co y Pons Patentes y Marcas.
- Análisis gratuito del grado de protección de la propiedad intelectual.
- Permite acceder a descuentos importantes en las tarifas generales de asesoramiento de estas empresas.

Información de mercado

- Contratación de Servicios Personalizados de análisis de productos o servicios en un mercado o mercados determinados.
- Obtención de un descuento adicional del 30%, durante un período de cinco años.
- Gestionados por cerca de 100 Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior, repartidas por todo el mundo.

Servicios de interpretación y traducción

- Prestados por Seprotec, Dualia y Asitel.
- Servicios de interpretación telefónica y traducción.
- Se ofrecen descuentos sobre todos los servicios de estas empresas.

Servicios de apoyo a la exportación II

ACTIVIDADES E INSTRUMENTOS DE PROMOCIÓN SECTORIAL

FERIAS

311

ferias en 47 países

4.274

participaciones empresariales

3.330

empresas beneficiarias

MISIONES COMERCIALES

157

misiones

430

participaciones empresariales

299

empresas beneficiarias

OTROS INSTRUMENTOS

310

actividades que incluyen jornadas técnicas, campañas de promoción, exposiciones, etc...



Alimentos, Vinos y Gastronomía

12 ferias con pabellón oficial
17 espacios España
10 misiones inversas
Dos misiones directas
Tres participaciones agrupadas
64 actividades promocionales



Moda, Hábitat e Industrial Culturales

13 ferias con pabellón oficial
11 espacios España
15 misiones inversas
Tres misiones directas
95 participaciones agrupadas
99 actividades promocionales



Tecnología Industrial y Servicios Profesionales

13 ferias con pabellón oficial
14 espacios España
13 misiones inversas
33 misiones directas
67 participaciones agrupadas
21 jornadas técnicas
29 misiones estudio
Ocho campañas de promoción



Infraestructuras, Sanidad y TIC

Cinco ferias con pabellón oficial
35 espacios España
14 misiones inversas
Dos misiones directas
17 participaciones agrupadas
13 jornadas técnicas
Cuatro misiones estudio
32 jornadas de ICEX
Tres stands informativos

ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN SECTORIAL



73

planes sectoriales de internacionalización



500

actividades ejecutadas



1.800

empresas beneficiarias



2.600

participaciones empresariales

Mercados prioritarios



2.2.

ACTIVIDADES E INSTRUMENTOS DE PROMOCIÓN

Ferias

311 ferias en **47** países



Más de **4.274** participaciones empresariales

y **3.330** empresas beneficiarias

Pabellones Oficiales

ICEX facilita la presencia de empresas españolas en ferias internacionales bajo una imagen común, de España, a la vez que proporciona a los expositores un servicio llave en mano que incluye el alquiler del espacio, la decoración, la logística y la promoción, asumiendo ICEX la organización completa.

En 2018:

- 45 pabellones oficiales organizados.
- 17 países.
- 1.650 participaciones empresariales.
- 1.250 empresas participantes.

Distribución sectorial:

Alimentos, Vinos y Gastronomía	13 ferias en nueve países
Moda, Hábitat e Industrias Culturales	13 ferias en seis países
Tecnología Industrial y Servicios Profesionales	13 ferias en 11 países
Infraestructuras, Sanidad y TIC	Seis ferias en cinco países

Espacios España

ICEX facilita la presencia española en ferias en el exterior cuando en las mismas no se cuenta con un espacio oficial que agrupe a las empresas españolas. Estos espacios constituyen un espacio colaborativo que facilita el *networking* entre las empresas españolas presentes y los visitantes a la feria, así como con otras empresas extranjeras expositoras. Además, aportan información sobre la oferta de bienes y servicios españoles con una imagen óptima. De manera adicional, ICEX atiende y orienta a los participantes españoles que demanden información sectorial y general de un determinado país.

En 2018:

- 79 eventos organizados.
- 32 países.
- 650 participaciones empresariales.
- 630 empresas participantes.

Distribución sectorial:

Alimentos, Vinos y Gastronomía	15 ferias en 11 países
Moda, Hábitat e Industrias Culturales	11 ferias en cuatro países
Tecnología Industrial y Servicios Profesionales	14 ferias en 11 países
Infraestructuras, Sanidad y TIC	35 ferias en 19 países
Multisectorial	una feria en un país

Participaciones Agrupadas

Esta fórmula posibilita la participación conjunta de un grupo de empresas en una feria internacional en el extranjero. La organización corre a cargo de las entidades colaboradoras sectoriales con el apoyo de ICEX y suelen contemplarse dentro de la estrategia de promoción sectorial.

En 2018:

- 183 Participaciones Agrupadas.
- 29 países.
- 1.440 empresas.
- 1.930 participaciones empresariales.

Distribución sectorial:

Alimentos, Vinos y Gastronomía	Tres ferias en tres países
Moda, Hábitat e Industrias Culturales	94 ferias en 16 países
Tecnología Industrial y Servicios Profesionales	52 ferias en 18 países
Infraestructuras, Sanidad y TIC	34 ferias en 14 países

Stands Informativos Sectoriales

Presencia en ferias a través de stands dispuestos por entidades colaboradoras, donde no es precisa la presencia de empresas y en los cuales se proporciona a los asistentes al certamen información sobre el sector al que representan.

En 2018:

- se organizaron cuatro stands informativos sectoriales.
- en cuatro países.

Distribución sectorial:

Moda, Hábitat e Industrias Culturales	Un stand en un país
Infraestructuras, Sanidad y TIC	Tres stands informativos sectoriales en tres países

Distribución ferias por sector y tipología

Sector	Pabellón Oficial	Espacios España	Participación Agrupada	Stand Informativo Sectorial	TOTAL
Alimentos, Vinos y Gastronomía	13	18	3	0	34
Tecnología Industrial y Servicios Profesionales	13	14	69	0	96
Infraestructuras, Sanidad y TIC	6	35	17	3	61
Moda, Hábitat e Industrias Culturales	13	11	94	1	119
Subdirección de Internacionalización de la Empresa e Instituciones Multilaterales	0	1	0	0	1
TOTAL	45	79	183	4	311

Misiones

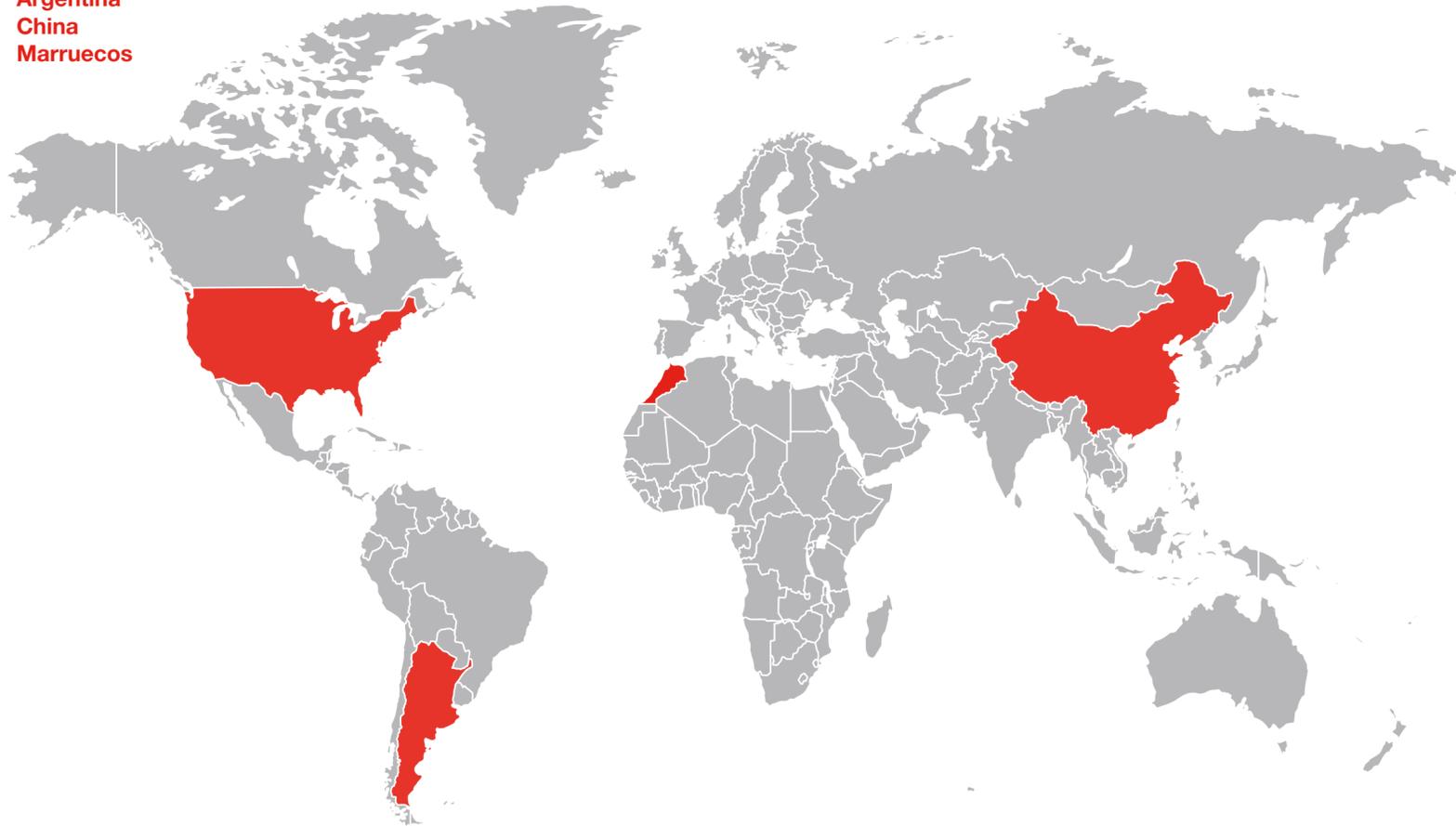
157 Misiones comerciales

430 participaciones empresariales

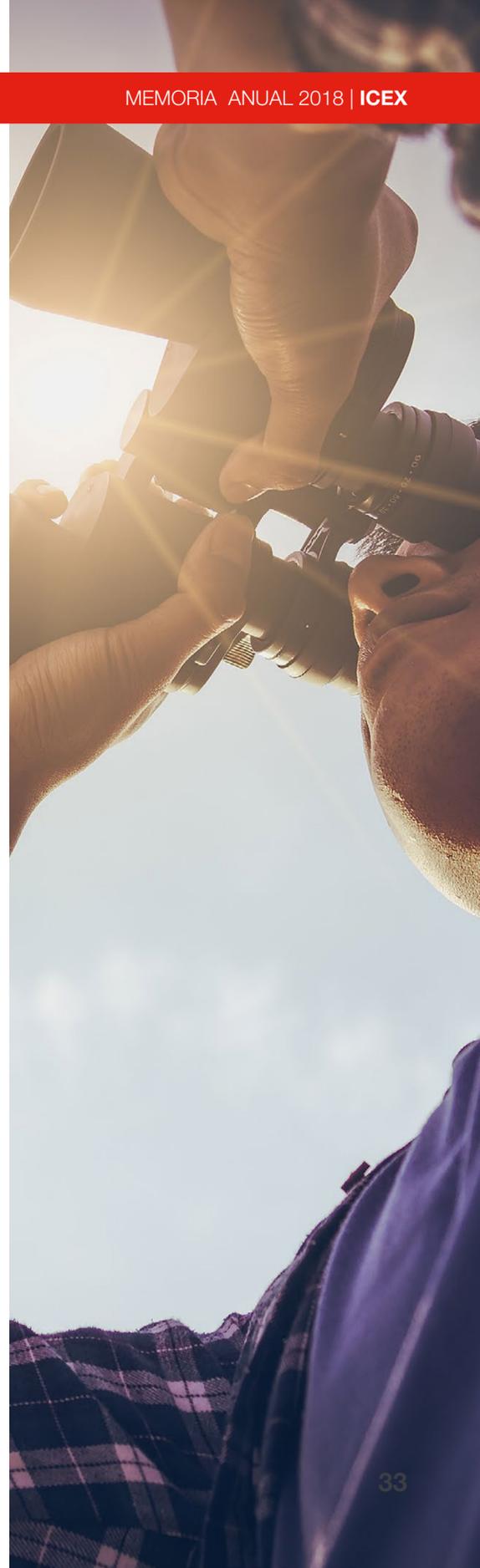
299 empresas únicas

Principales países de destino/origen:

Estados Unidos
Argentina
China
Marruecos



Sector	Misión Directa	Misión de estudio	Misión Inversa	TOTAL
Alimentos, Vinos y Gastronomía	1	-	15	16
Tecnología Industrial y Servicios Profesionales	52	29	12	93
Infraestructuras, Sanidad y TIC	-	5	22	27
Moda, Hábitat e Industrias Culturales	3	4	14	21
TOTAL	56	38	63	157



Misiones Directas

Viajes realizados por empresarios españoles a mercados extranjeros para establecer contactos comerciales, mantener reuniones con profesionales locales, dar a conocer sus productos/ servicios y mejorar su distribución.

ICEX ha apoyado 56 misiones directas, que contaron con programas de visita preparados, en la mayoría de los casos, por las Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior.

Principales destinos:

- | | | |
|------------------------|------------------------|------------------|
| Argentina | Colombia | Panamá |
| Corea del Sur | Costa de Marfil | Serbia |
| Rep. Dominicana | Etiopia | Tailandia |
| Ucrania | Filipinas | Vietnam |
| Australia | Japón | |
| Bielorrusia | México | |



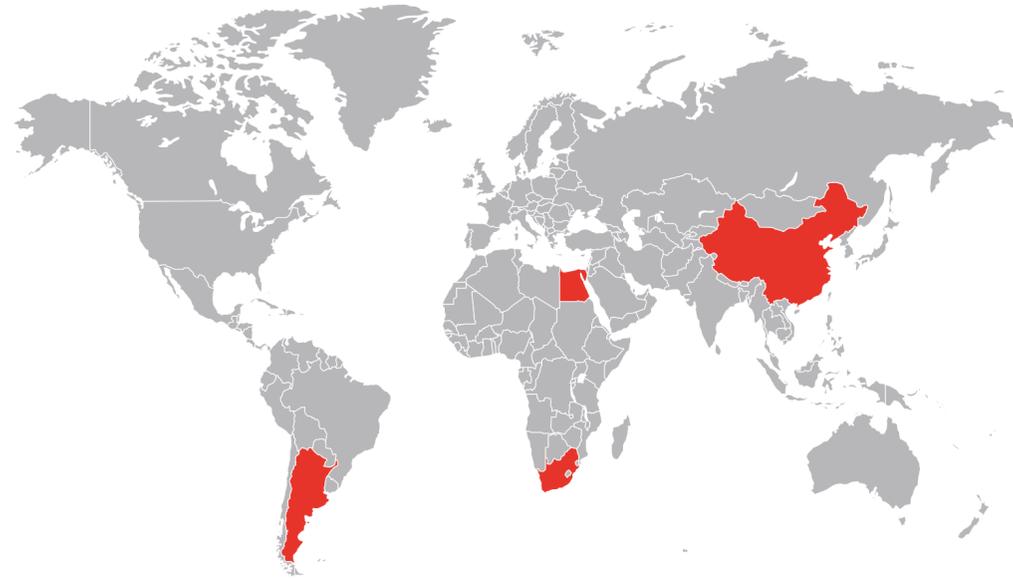
Misiones de estudio

Son viajes a nuevos mercados en los que participan generalmente representantes de entidades colaboradoras sectoriales con el fin de realizar una prospección e investigación, normalmente de carácter sectorial, para definir una estrategia de acceso y promoción acorde a su sector.

En 2018, se han apoyado 38 misiones de estudio, en su mayoría de Tecnología Industrial y Servicios Profesionales.

Principales destinos:

- Sudáfrica**
- Egipto**
- Argentina**
- China**



Misiones Inversas

Consisten en viajes de periodistas/prescriptores o posibles compradores extranjeros a España para conocer la oferta local a través de visitas a las zonas de producción o a las principales ferias nacionales. La selección de los profesionales se realiza con la colaboración de las Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior. En 2018, se han organizado 63 misiones inversas.

Principales destinos:

- Emiratos Árabes**
- Argentina**
- India**



Otros instrumentos de promoción comercial

Además de los instrumentos tradicionales de promoción (ferias y misiones), desde ICEX se promueve una tipología de actividades cada vez más variada y versátil, con objeto de facilitar a las empresas el acceso a los mercados, la consolidación comercial y la mejora de sus cuotas de mercado.

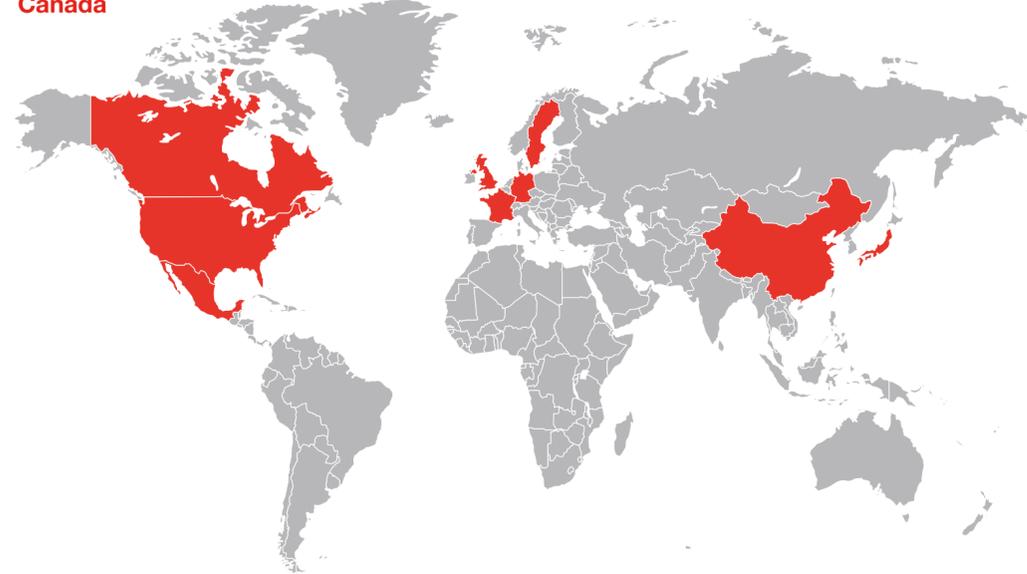
Estas acciones engloban una gran variedad de instrumentos, de los que cabe destacar, por su importancia, las jornadas técnicas, las campañas de promoción y las exposiciones.

En 2018, se han realizado un total de 310 actividades de promoción comercial diferentes a las ferias y misiones.

Principales destinos:

Estados Unidos
Alemania
Reino Unido
Francia
Canadá

China
México
Suecia
Japón



Por sectores de actividad, la mayoría de acciones se concentraron en el sector de Alimentos, Vinos y Gastronomía. La Subdirección de Internacionalización de la Empresa, así como la Dirección de Iniciación, Implantación y Cooperación Empresarial, también prestaron servicios a través de estos instrumentos.

Sector	Alimentos, Vinos y Gastronomía	Moda, Hábitat e Industrias Culturales	Tecnología Industrial y Servicios Profesionales	Infraestructuras, Sanidad y TIC	Dirección General de Internacionalización de la Empresa	Dirección de Iniciación, Implantación y Cooperación Empresarial	TOTAL
Campañas de promoción	32	10	1	4	-	-	47
Campañas de promoción sector-mercado	12	3	11	-	-	-	26
Comunicación	-	-	1	4	-	-	5
Consultoría	-	-	-	1	-	-	1
Desfile	-	4	-	-	-	-	4
Encuentro de promoción comercial	4	11	-	-	-	1	16
Encuentro empresarial	-	-	-	-	-	2	2
Exposición	28	8	-	-	-	-	36
Investigación de mercados	1	2	2	-	-	-	5
Jornada técnica	12	14	20	35	-	-	81
Jornada técnica/Partenariado multilateral	-	-	-	-	5	-	5
Material de promoción	4	6	16	-	-	2	28
Misión de inversores	-	-	-	-	-	1	1
Programa formación gastronomía	1	-	-	-	-	-	1
Promoción punto de venta	2	-	-	-	-	-	2
Publicidad	1	14	-	1	-	-	16
Relaciones públicas	1	-	3	-	2	-	6
Servicios profesionales	1	1	-	-	-	1	3
Seminario/Jornada	20	1	1	3	-	-	25
TOTAL	119	74	55	48	7	7	310

2.3.

ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN SECTORIAL

La estrategia de promoción de ICEX se centra en cuatro grandes grupos sectoriales:

- Alimentos, Vinos y Gastronomía.
- Moda, Hábitat e Industrias Culturales.
- Tecnología Industrial y Servicios Profesionales.
- Infraestructuras, Sanidad y TIC.

Esta estrategia contempla líneas de actuación sectoriales y macrosectoriales.

Planes Sectoriales

Su triple objetivo es introducir, posicionar y consolidar la oferta exportadora española en los mercados exteriores, identificándola con garantía de calidad, servicio y continuidad, al tiempo que promocionan la imagen de cada sector y sus empresas. Su diseño responde a una obra conjunta llevada a cabo por ICEX, las entidades colaboradoras y las Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior.

En 2018,

- se llevaron a cabo 73 planes de internacionalización sectoriales,
- ejecutados a través de más de 500 actividades,
- 1.800 empresas participantes y
- 2.600 participaciones empresariales.

Planes Macrosectoriales

Su finalidad es mejorar la imagen global de la oferta española y posicionarla en un segmento de alta calidad. Para ello, se coordinan múltiples actividades (misiones directas e inversas, ferias, campañas de comunicación, seminarios, jornadas técnicas, investigación de mercado, exposiciones, degustaciones y catas, material promocional e informativo, etc.), con el fin de capitalizar sinergias y potenciar la eficacia de la promoción sectorial.

En 2018 se llevaron a cabo los siguientes planes:

- Plan General de Promoción de Vinos de España.
- Plan General de Promoción de Alimentos.

- Plan General de la Gastronomía.
- Plan de Promoción de la Moda de España.
- Plan Hábitat de España.
- Plan de Promoción de las Industrias Culturales.
- Plan de Promoción de Tecnología Industrial.

En 2018, ICEX ha podido dar continuidad a los proyectos especiales de promoción en países concretos con el objetivo de impulsar la imagen de España y la presencia de nuestras empresas en estos mercados. Con carácter general, se ha realizado un mayor esfuerzo en el apoyo a los sectores más innovadores y, por lo tanto, más capacitados para promover tanto la imagen de España como su oferta tecnológica y cultural.

Mercados prioritarios:



Alimentos, Vinos y Gastronomía

Sector

Alimentación, vinícola y gastronomía.

Número de actividades

- 12 ferias con pabellón oficial.
- 17 espacios España.
- 10 misiones inversas.
- Dos misiones directas.
- Tres participaciones agrupadas.
- 64 actividades promocionales.

Mercados prioritarios

Apuesta por la diversificación de mercados fuera de la Unión Europea: Estados Unidos, Canadá, Japón, Oriente Medio, Sudeste Asiático y mercados de bajos ingresos.

Más de 2.800 participaciones empresariales, destacando las más de 1.000 participaciones en pabellones oficiales en ferias internacionales

Ejes estratégicos

ICEX desarrolla una estrategia de promoción comercial para el sector de Alimentos, Vinos y Gastronomía basada en tres ejes estratégicos:

Diversificación de mercados:

La concentración de las exportaciones en la Unión Europea ha continuado siendo una constante en todos los subsectores. Por ello, ICEX ha realizado un proceso de búsqueda y selección de nuevos mercados, coherente con las perspectivas comerciales y la competencia potencial detectada. Este proceso ha venido acompañado de un ejercicio de profundización y compromiso en aquellos países donde las empresas españolas ya están exportando, con el objetivo de mejorar su posición relativa y colocar sus alimentos y vinos en un segmento de mercado superior.

Diferenciación del producto:

Con ellos se ha pretendido poner en valor la excelencia del producto español y fomentar la innovación tanto en métodos de producción como en el contenido del mismo.

Esta diferenciación se ha producido por diferentes vías:

- **Producto gourmet:** sitúa a nuestros productos en la gama alta, con mayores márgenes de venta.
- **Trazabilidad:** la obtención de sellos de calidad como ventaja competitiva para las empresas exportadoras de materias primas o métodos de producción. En este sentido, se han promocionado los sellos; Ecológico, Vegano, Sin Glutén, Kosher, Halal...
- **Productos ecológicos:** un nicho de mercado en expansión internacional y donde España cuenta con una clara ventaja competitiva ya que se posiciona como el primer país productor en términos de superficie cultivada de la Unión Europea.

Digitalización:

Es imprescindible incorporar los nuevos canales de distribución que aporta el comercio electrónico al proceso de internacionalización del sector agroalimentario. A partir del estudio de las barreras legales, fiscales y comerciales que puedan existir para la comercialización de alimentos y vinos, ICEX presta apoyo para que las empresas saquen partido a las oportunidades que existen en cada mercado.

Todas estas estrategias de promoción se apoyan, además, en acciones que se puedan desarrollar aprovechando el eje 'Alimentos y Vinos + Gastronomía + Turismo', que refuerzan los mensajes de diferenciación de nuestros productos y explotan los réditos de nuestra imagen país.



Alimentos, Vinos y Gastronomía - Actividades destacadas

Gulfood 2018

18-22 febrero. Dubai (Emiratos Árabes Unidos)



Feria estratégica dirigida exclusivamente a un público profesional del sector de alimentación y bebidas no alcohólicas. No sólo sirve para identificar nichos de mercado y oportunidades de negocio en una zona del mundo con un alto crecimiento económico y una alta demanda de alimentos de calidad, sino también para poder establecer contactos comerciales de muy variada procedencia geográfica.

Autoridades y organismos presentes

Los organismos de promoción de Andalucía (EXTENDA) y Extremadura (AVANTE) coordinaron la participación de empresas de su región dentro del pabellón español.

Nº empresas participantes

175 empresas españolas: *wold food* (96), Grasas y Aceites (25), Bebidas (22), Cereales y granos (14), Carne y aves (9) y Lácteos (9).

Objetivo de la participación

Las empresas participantes buscan consolidar sus operaciones comerciales en la región, a la vez que busca oportunidades de expansión y afianzar su imagen de marca.

Características técnicas globales

Superficie exposición: 92.900 m².

Nº expositores: 5.000

Países participantes: 120

Visitantes: 98.482

Prowein

18-20 marzo. Düsseldorf (Alemania)



Feria que se celebra desde 1994 y que es, junto a Vinexpo Burdeos, cita obligada para el sector profesional del vino, con representación de prácticamente la totalidad de las regiones del mundo.

Para reforzar la participación de las bodegas españolas, se desarrolló un programa de seminarios-catas comentados (ocho en total). Además, y con objeto de diferenciar la oferta española de vinos de calidad presentes en Alemania, se desarrolló un programa de colaboración con Meininger, una de las editoriales alemanas de referencia para el mundo del vino, que incluyó un concurso donde se seleccionaron los cien mejores vinos españoles, la publicación de un dossier con los resultados en revistas especializadas de la editorial y, por último, la organización de una zona de cata libre durante la feria.

Autoridades y organismos presentes

Los organismos de promoción de las Comunidades Autónomas de Andalucía (EXTENDA), Castilla La Mancha (IPEX) y Extremadura (AVANTE) coordinaron la participación de empresas de su región dentro del pabellón oficial español.

Nº empresas participantes

219 empresas españolas.

Objetivo de la participación

Representa una excelente oportunidad para las bodegas españolas, especialmente para aquellas que ya cuentan con un importador en el mercado germano, principal mercado para los vinos españoles, superando en 2018 los 400 millones de euros importados. La feria es un punto de encuentro idóneo para actualizar la relación con los clientes alemanes y europeos.

Características técnicas globales

Superficie exposición: 72.000 m².

Nº expositores: 6.870

Países participantes: 64

Visitantes: 60.560

Sial 2018

31-25 octubre. París (Francia)



Sial es, junto a Anuga Colonia y Alimentaria Barcelona, la principal feria agroalimentaria de Europa. Está dirigida a un público exclusivamente profesional y constituye un punto de encuentro esencial y estratégico en la gestión de negocio con aquellos clientes ya consolidados, a la vez que sirve de puerta directa para el acceso a nuevos mercados.

Aparte de los múltiples clientes comerciales de la feria, ésta representa un escaparate de tendencias a nivel mundial, a través de espacios como Sial Innovation, donde se presentan nuevos productos, soluciones de packaging y diseño, acercando el modelo de consumo actual al del futuro.

Autoridades y organismos presentes

Durante el transcurso de la feria las empresas españolas presentes en la misma recibieron la visita de D. Fernando Carderera Soler, embajador de España en Francia, y Dña. María Peña, consejera delegada de ICEX.

Nº empresas participantes

246 empresas españolas organizadas en ocho pabellones.

Objetivo de la participación

ICEX abrió un espacio de *show-cooking* con el objetivo de promocionar los productos y empresas españolas, a través de la elaboración de recetas de alta calidad culinaria que fueron explicadas en directo, destacándose las producciones, variedades y calidad que brinda la oferta agroalimentaria española.

Características técnicas globales

Superficie exposición: 250.000 m².

Nº expositores: 7.200

Países participantes: 119

Visitantes: 160.000

Spanish Wine Week

23-29 abril. Dublín (Irlanda)



La Spanish Wine Week (SWW) es el mayor evento de promoción de vino español celebrado en Irlanda, cubriendo áreas y zonas destacadas como Dublín, Galway, Cork, Waterford, Loughlinstown, Terenure, Dun Laoghaire, Greystones, Kildare, Dalkey, Blackrock, Limerick, Howth, Cong, Irlanda del Norte, por lo que el impacto y la visibilidad es muy amplio. Durante una semana se desarrolló un extenso programa de actividades (catas comentadas, cenas maridadas, descuentos en la compra de vino, promociones en tiendas...) destinadas a acercar los vinos españoles de calidad al consumidor irlandés, así como a importadores, distribuidores, hostelería, restauración y prensa especializada.

Organizadores

La Oficina Económica y Comercial de España en Dublín, en colaboración con el Departamento de Vinos de ICEX España Exportación e Inversiones.

Participantes

25 restaurantes y 55 minoristas irlandeses tomaron parte en las 49 acciones de promoción desarrolladas. 600 consumidores asistieron directamente a las cenas y catas.

Nº empresas participantes

100 bodegas con vinos procedentes de 25 Denominaciones de Origen diferentes.

A destacar

Paralelamente a la Spanish Wine Week se lleva a cabo una estudiada estrategia de comunicación en medios online y prensa nacional (Irish Times, Independent, The Examiner, etc.), que acerca al público irlandés todas las acciones de promoción y las ofertas en tiendas, bares y restaurantes, contando para ello con una web específica.

Programa de Formación en Gastronomía Española en Cadenas Hoteleras Internacionales

26 marzo- 27 mayo. España



El programa permite formar a profesionales de alto nivel pertenecientes a hoteles de lujo de grandes compañías hoteleras internacionales, a través de tres módulos que permiten a los alumnos una inmersión plena en la gastronomía española.

El primer módulo introduce un novedoso curso *online*, "Spain's Pantry & Gastronomy", que se imparte a través de la plataforma CECO-ICEX durante cinco semanas. Tras su finalización, los participantes se desplazan a España para realizar su formación más experimental, participando en un curso intensivo en el Basque Culinary Center de San Sebastián de dos semanas.

El último módulo consiste en un viaje de descubrimiento de la gastronomía española que, en esta primera edición, ha recorrido Cantabria, Galicia y Castilla y León.

De esta forma, ICEX ofrece una formación integral, cuyos objetivos son:

- Generar pasión por la cultura, la gastronomía y los productos españoles.
- Diseñar y crear una oferta gastronómica de valor, basada en los productos presentados durante el programa.
- Identificar y valorar las principales características de las diferentes regiones gastronómicas españolas.
- Ayudar en la comunicación el valor de los productos y la cultura gastronómica española, tanto a clientes como a otros profesionales.
- Evaluar, identificar y diseñar procesos innovadores de servicio y atención al cliente en el sector hotelero.

Participantes

Profesionales de los hoteles Radisson Blu (Shangai), Four Seasons (Shenzhen), Hotel Boutique Condado Vanderbilt (San Juan de Puerto Rico), Hilton Hotel and Convention Center (Varsovia), Melia Nassau Beach (Bahamas), Melia ME Cabo San Lucas (San Juan del Cabo) y el Taj Mahal Palace (Bombay) y Tropical Fusion Beach (Tortola).

A destacar

Se trata de un programa con vocación de permanencia que quiere establecer una relación sólida y fructífera con las compañías y grupos hoteleros seleccionados, situados todos ellos en mercados estratégicos para el sector gastronómico español, como son Asia (principalmente en China) y América.

El efecto multiplicador que estos nuevos embajadores de la gastronomía española tendrán en sus países de origen será grande. Se espera poder organizar con ellos eventos de promoción con productos españoles y que la materia prima e ingredientes que ahora han conocido, pueda incorporarse a los menús que diseñan en sus restaurantes y hoteles.

Olives from Spain

2018. Canadá y Francia



Plan de promoción de la aceituna de mesa española en los mercados canadiense y francés, cofinanciado al 50% por ICEX. Con este proyecto, se ha buscado incrementar el consumo de este producto en ambos mercados, trasladando al consumidor una asociación entre la categoría 'aceitunas' y el origen 'España', líder mundial del sector, tanto en términos de producción como de exportación.

Además, el plan de promoción pretende divulgar el carácter versátil que tiene la aceituna de mesa, trasladando sus propiedades nutritivas y saludables.

Organizadores

ICEX y las Oficinas Económicas y Comerciales de España en Toronto y París, en colaboración con la asociación sectorial Interaceituna (Organización Interprofesional de la Aceituna de Mesa).

A destacar

En Canadá, se acudió a las ferias Sial Canadá y Toronto Gourmet Show, desarrollando seminarios y concursos de tapas elaboradas con aceituna. Además, se hizo hincapié en la formación de futuros profesionales de la restauración desarrollando un programa de eventos gastronómicos y seminarios destinados a estudiantes de la prestigiosa escuela George Brown. La promoción se completó con un plan de medios digital con campañas enfocadas a medios profesionales y a consumidor en redes sociales, así como la creación de contenido (videorecetas, fotografía, colaboración con influencers).

En Francia, el plan de promoción buscaba resaltar el origen del producto a través del claim 'Aceituna, la reina de España'. Entre las acciones llevadas a cabo, destacaron clases magistrales en las escuelas Ferrandi y Paul Bocuse, talleres para consumidores o la participación en el Congrès Stratégies Commerciales, realizado por la publicación LSA, al cual asistieron los directores de las grandes cadenas del retail francés. Se contó asimismo con un plan de medios, incluyendo el patrocinio durante un mes de uno de los programas televisivos de cocina más populares en Francia y emitido por la TF1.

Campaña de promoción Consorcio Jamón Serrano

2018. Alemania, Chile, Francia, México y Suecia



Plan de promoción del jamón serrano español para los mercados alemán, chileno, francés, mexicano y sueco, cofinanciado al 55% por ICEX. El objetivo de la campaña ha sido el de ampliar el conocimiento del jamón como producto de calidad entre el consumidor final, incrementar su presencia en la distribución de estos mercados y mejorar la percepción del producto por parte de los prescriptores de opinión.

Organizadores ICEX y las Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior, en colaboración con el Consorcio de Jamón Serrano Español (CJSE).

Nº empresas participantes El CJSE agrupa a 32 importantes empresas del sector cárnico español que representan a marcas líderes en la elaboración y exportación de jamón serrano, presentes en más de 60 países.

A destacar Las acciones desarrolladas en cada uno de los mercados se adaptaron a sus peculiaridades de consumo y sistemas de distribución. En líneas generales, se desarrollaron degustaciones en punto de venta, campañas de promoción en redes sociales dirigidas a consumidor final, eventos gastronómicos de formación y divulgación de las características propias del producto orientadas a profesionales, presencia en festivales gastronómicos con demostraciones de corte y degustaciones, formación y homologación de profesionales o misiones inversas para cadenas de distribución y sector Horeca (hostelería, restauración y catering).

Food & Wine Classic in Aspen

15-17 junio. Aspen (Estados Unidos)



Una de las ferias de vino y gastronomía más prestigiosas de Estados Unidos, especialmente interesante para la promoción de productos, ya que congrega a las principales figuras del mundo de la gastronomía estadounidense y a numerosas celebridades, lo que a su vez genera gran repercusión en los medios de comunicación tanto profesionales del sector como en los generalistas.

Organizadores ICEX y la Oficina Económica y Comercial de España en Nueva York.

Participantes 5.000 visitantes y 207 expositores.

Nº empresas participantes La participación española agrupó un total de 24 participantes.

- 18 bodegas e importadores de vino.
- Tres campañas regionales: Rías Baixas, Ribera del Duero y Rueda.
- Instituto de Competitividad Empresarial de la Junta de Castilla y León.
- Instituto de Competitividad Empresarial de la Junta de Castilla y León.
- Restaurante español "Tempranillo" (localizado en Basalt, Colorado).
- Forever Cheese (importadora de alimentos españoles).
- Cinco empresas del Plan Integrado de Alimentos en Estados Unidos, organizado también por ICEX.

A destacar Para inaugurar la participación española Wines from Spain se organizó un evento de bienvenida y *networking* para la prensa especializada, expertos y profesionales del sector. Se aprovechó el evento para conmemorar el vigésimo sexto aniversario de la participación de ICEX en el Food & Wine Classic en Aspen. En esta ocasión, el menú fue elaborado por el afamado chef Seamus Mullen, del restaurante "El Colmado" de Nueva York. A la cena asistieron celebridades conocidas del mundo de la gastronomía y la opinión pública, como Ming Tsai, Leslie Sbrocco, Sam Talbot o Mark Oldman, así como varios editores jefe de la revista Food & Wine.

Planes Integrados de Alimentos

2018. Canadá y Estados Unidos



Por segundo año consecutivo en Canadá, y por primera vez en Estados Unidos, se llevaron a cabo sendos Planes Integrados de Alimentos (PIA) dirigidos a empresas españolas del sector de alimentación gourmet. Estos planes buscan:

- Reforzar la imagen de calidad, variedad y autenticidad de los alimentos de España.
- Ampliar contactos con profesionales del sector de manera que España se posicione como un importante proveedor de producto gourmet.
- Contactar con chefs de tendencia.
- Reforzar la presencia de los productos y marcas presentes en ambos mercados.

Organizadores ICEX y las Oficinas Económicas y Comerciales de España en Toronto y Nueva York.

Nº empresas participantes 20 empresas españolas en Canadá y 15 en Estados Unidos.

A destacar La participación en los PIA permite a las empresas participantes promocionar sus productos en una amplia diversidad de ferias y eventos: ferias internacionales como SIAL Canadá o NRA SHOW Chicago; festivales gastronómicos (Rising Stars EE.UU o Toronto Gourmet Expo); degustaciones y promociones en puntos de venta; o seminarios en escuelas de cocina y a consumidores con los productos que formaban parte del plan.

Cada uno de los PIA abordó más de 20 acciones por mercado lo que permitió a las empresas participantes afrontar en un corto periodo de tiempo una gran labor de promoción y comunicación de sus productos en los mercados canadiense y norteamericano.

En 2019, estos planes se repetirán en ambos mercados y se estudia su ampliación a otros nuevos en vista de la utilidad y respuesta obtenida.

Formación en Gastronomía Española en Escuelas de Hostelería

Abril- diciembre 2018. Canadá, Estados Unidos, Guatemala, Irlanda, República Checa, Sudáfrica y Suiza



Las Escuelas de Hostelería y Restauración son el entorno idóneo para difundir los valores de la cultura gastronómica española y dar a conocer las cualidades de los productos españoles entre los futuros profesionales que serán, a la postre, los encargados de tomar decisiones de compra cuando completen su formación.

La inclusión de formación específica sobre gastronomía española en el curriculum de las mejores escuelas mundiales ha sido un esfuerzo continuado en el tiempo por parte de ICEX.

Organizadores ICEX y la Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior.

Participantes Alrededor de 600 alumnos en 25 acciones formativas.

A destacar En 2018, se han desarrollado 25 acciones formativas en escuelas tan prestigiosas como el Culinary Institute of America o la Johnson & Wales University en Estados Unidos, el George Brown College en Canadá o la Ecole Hotelier de Glion en Suiza.

Los alumnos valoraron muy positivamente la formación impartida lo que ha acrecentado el interés por parte de las escuelas en mantener y ampliar la colaboración en el futuro.

Moda, Hábitat e Industrias Culturales

Sector

Calzado, confección textil, tejidos e hilados, cosmética y perfumería, joyería, bisutería, marroquinería, mueble, iluminación, textil hogar, editorial, música, danza y artes escénicas, audiovisual y juguete, entre otros.

Número de actividades

- 13 ferias con pabellón oficial.
- 11 espacios España.
- 15 misiones inversas.
- Tres misiones directas.
- 95 participaciones agrupadas.
- 99 actividades promocionales.

Mercados prioritarios

Estados Unidos, Japón, China, Italia, Alemania, Francia, Rusia, Reino Unido, Corea del Sur y Latinoamérica.

Más de 3.000 participaciones empresariales

Ejes estratégicos

En 2018, la promoción de los sectores de Moda, Hábitat e Industrias Culturales se han centrado en la incorporación de nuevas empresas en los mercados internacionales, en la creación de una imagen de excelencia, la consolidación de una presencia estable de las empresas españolas en el exterior y la integración del diseño como factor de diferenciación del producto.

Para ello se han consolidado y reforzado los siguientes planes macrosectoriales:

Plan Hábitat de España:

Su principal objetivo ha sido mostrar la calidad e innovación de los fabricantes españoles en los sectores de mueble, iluminación y textil hogar y de los diseñadores españoles que lo hacen posible. Para ello, se han impulsado las actividades de imagen y marca, así como de comunicación y publicidad (plan de medios).

De esta manera, se pretende intensificar la internacionalización de las empresas y marcas españolas y mejorar su posicionamiento en el mercado exterior mediante la consolidación del concepto "hábitat español", mostrando la creatividad de la oferta.

Los sectores de hábitat ofrecen en general productos de alta calidad con un precio medio alto. Es por ello, que las actividades de promoción se han centrado en los países con elevado poder adquisitivo (Europa, Estados Unidos y Japón) y en aquellos en los que cada vez un mayor porcentaje de población tiene posibilidades de acceder a este tipo de productos (Rusia y Emiratos Árabes).

Plan de Promoción de la Moda Española:

Tiene el doble objetivo de favorecer la creación de una imagen de calidad para la moda de España y conseguir que este sector desarrolle todo su potencial de internacionalización, consolidando de esta manera una presencia estable de las empresas y marcas españolas en los mercados internacionales.

Para ello, se han potenciado las actividades con alto contenido de imagen (desfiles y exposiciones) y actividades de comunicación y publicidad.

El sector de la moda, en sentido amplio, está avalado por una industria potente y dinamizadora de la economía española que, además de diseño y creatividad, aporta un gran activo en términos de imagen-país. Es un sector con una amplia tradición exterior que se enfrenta a nuevos retos como la digitalización y el cambio en los canales de distribución.

Plan de Promoción de las Industrias Culturales:

Apuesta por la iniciación a la internacionalización, la competitividad, así como la imagen y comunicación de las empresas culturales, elementos indispensables para obtener una mayor visibilidad y prestigio internacional.

El plan mezcla presencia en los mercados internacionales de referencia con actividades en países estratégicos con el fin de incrementar la competitividad de las empresas.



Moda, Hábitat e Industrias Culturales - Actividades destacadas

Desfile de moda Children's Fashion from Spain

19 enero y 20 junio. Florencia (Italia)



En el marco de la feria Pitti Bimbo, el certamen más importante del mundo de la moda infantil, se celebraron sendos desfiles de moda infantil, correspondientes a la presentación de las colecciones otoño/invierno 2018-2019 y primavera/verano 2019.

Organizadores

ICEX y la Oficina Económica y Comercial de España en Milán.

Nº empresas participantes

Nueve empresas españolas y 10 firmas extranjeras.

A destacar

Children's Fashion from Spain se ha consolidado como una herramienta de promoción muy destacada para las marcas participantes, debido a la gran repercusión mediática de la feria en la que se enmarca, a la que acuden los principales compradores y la prensa especializada de múltiples países.

Es una actividad de gran valor añadido para las empresas, en la que ICEX aporta toda la organización logística, organizativa y estética.

Espacio España en JCK Las Vegas 2018

1-4 junio. Nevada (Estados Unidos)



JCK Las Vegas es la feria del sector joyero más importante de Estados Unidos, especializado en la venta a minoristas, y con fuerte presencia en redes sociales.

Se organizó por primera vez un Espacio España, Jewellery from Spain, celebrado en el recinto ferial del Mandalay Bay Resort & Casino. Entre los productos y servicios ofrecidos destacaron las piezas acabadas (joyería, alta bisutería, bisutería de autor), relojes, gemas sueltas, herramientas/equipamiento, provisiones, tecnología y soluciones de seguridad y de negocios.

Nº empresas españolas participantes

Diez expositores españoles en el Espacio España y 11 de forma independiente.

Objetivo de la participación

Todos los expositores españoles son pymes con una fuerte tendencia a operar en mercados internacionales. Destaca la presencia en la feria de marcas de prestigio internacional. La participación de los expositores bajo la marca Jewellery from Spain supone una ventaja diferencial y un valor añadido ya que se consigue una mayor densidad de visitas en los stands y mejoras en la ubicación en la feria.

Características técnicas globales

Superficie en exposición: El Espacio España contó con 100 m².

Nº expositores: 2.300

Países participantes: 44

Visitantes: 30.000

Jornada Exposición Three Days Design

24-25 mayo. Copenhague (Dinamarca)



En el marco del Three Days of Design, uno de los eventos internacionales de referencia en diseños de vanguardia en mobiliario e interiores, se organizó, por segundo año consecutivo, una jornada técnica/exposición, bajo el lema, "Spanish in Danish".

La exposición fue comisariada por el estudio de arquitectura y diseño de Eva Harlou. La contratación de un estudio de arquitecta y diseño danés ayudó a vincular todavía más la arquitectura danesa con los diseños españoles como inspiración para proyectos de interiorismo en hoteles, restaurantes, oficinas y mercado *contract* en general.

Sector representado

Mueble, iluminación, textil hogar y pavimentos y revestimientos cerámicos.

Organizadores

ICEX en colaboración con la Oficina Económica y Comercial de España en Copenhague.

Nº empresas participantes

Nueve empresas participantes.

White Show Women's Collections and Accessories I y II

23-26 febrero y 21-24 septiembre. Milán (Italia)



White Show se celebra durante la semana de la moda de Milán y es una feria selectiva donde las empresas participantes deben tener un alto componente de diseño e imagen de marca. La buena afluencia de visitantes, con un apreciable incremento de los procedentes de Asia, Europa, Oriente Medio y América, unido a una fórmula expositiva orientada al comprador, genera grandes expectativas para las empresas expositoras.

Participantes

Primera edición: 551 expositores y 28.591 visitantes profesionales. Segunda edición: 566 expositores y 27.513 visitantes profesionales.

Organizadores

ICEX en colaboración con la Oficina Económica y Comercial de España en Milán.

Nº empresas participantes

13 empresas españolas en la primera edición y 10 en la segunda, de todos los sectores de la moda (confección, calzado, marroquinería y accesorios, bisutería, moda infantil e íntima).

Boutique Design New York (BDNY)

11-12 noviembre. Nueva York (Estados Unidos)



BDNY reúne a empresas de hábitat especializadas en el sector *hospitality* (hoteles, restaurantes, casinos, spas, cruceros, etc.) y está dirigida a un público profesional especializado (interioristas, decoradores, constructores, estudios de arquitectura además de grandes grupos de hostelería y restauración).

Nº empresas españolas participantes

13 empresas españolas de hábitat: mueble, iluminación, textil hogar confeccionado, pavimentos y revestimientos cerámicos y complementos de decoración.

Objetivo de la participación

Bajo la marca "Interiors from Spain", el objetivo del pabellón oficial es dar la oportunidad a las empresas españolas de posicionarse ante los agentes principales del sector *hospitality*, a la vez que se fortalece la marca España.

Características técnicas globales

Superficie en exposición: 12.550 m².

Nº expositores: Más de 750

Visitantes: 8.000

Pabellón Oficial en MIPCOM

15-18 octubre. Cannes (Francia)



MIPCOM es el mercado más importante del mundo enfocado a la compra y venta de contenidos para televisión y plataformas digitales. En ella se reúnen los productores, distribuidores, canales de televisión y plataformas VOD para negociar la compra-venta de series de ficción, documentales, programas de entretenimiento, animación y catálogos cinematográficos.

Autoridades y organismos presentes

Participación de la consejera delegada de ICEX. Dentro del pabellón Español participa la Agencia Galega das Industrias Culturais (Xunta de Galicia) y Canarias Cultura en Red (Comunidad Autónoma de Canarias), participando bajo la marca Canary Islands Film.

Nº empresas participantes

30 expositores.

Objetivo de la participación

La participación de las empresas españolas se centra, principalmente, en la venta de producciones audiovisuales finalizadas a los canales de televisión y plataformas VOD de todo el mundo. Además de la comercialización de las últimas novedades, también se renuevan derechos de emisión de producciones más antiguas o se negocian pre-ventas de productos que todavía están en producción.

Características técnicas globales

Nº expositores: 1.500

Países participantes: 110

Visitantes: 13.800

Espacio España en Vivanness

14-17 febrero. Núremberg (Alemania)



Vivanness es la feria internacional especializada en el sector de la cosmética ecológica certificada, por excelencia. Se celebra desde hace 12 años en paralelo a Biofach, encuentro dedicado al sector de la agroalimentación bio. Por tercer año consecutivo, se organizó el Espacio España, Beauty from Spain.

Nº empresas participantes 10 empresas españolas de cosmética natural y ecológica certificada, el doble que en la edición de 2017.

Objetivo de la participación La participación en esta feria responde a los objetivos prioritarios de ICEX en la promoción internacional de nuevos segmentos de la industria de la belleza, entre los que se incluyen la cosmética sostenible y la 'nutricósmetica'.

Características técnicas globales **Superficie exposición:** 78.100 m² (9.300m² Vivanness; 68.000 m² Biofach).

Nº expositores: 276

Países participantes: 40 (dato conjunto de Vivanness y Biofach).

Visitantes: 50.200 visitantes de 134 países (datos conjuntos de Vivanness y Biofach).

Jornada técnica sobre el libro infantil y juvenil

23 mayo. Austin (Estados Unidos)



Este encuentro profesional del libro infantil y juvenil, que se celebró en la emblemática sede central de la biblioteca pública de Austin, permitió a las editoriales españolas participantes exponer sus productos ante más de 90 profesionales estadounidenses relacionados con la compra de libro en español.

Organizadores ICEX en colaboración con la Oficina Económica y Comercial de España en Miami.

Nº empresas participantes 12 editoriales españolas.

A destacar En esta actividad, la presentación de la oferta española en el canal educativo es muy relevante para las editoriales españolas ya que es un tipo de comprador que no participa habitualmente en actividades comerciales del sector y que no es accesible para nuestras empresas, tales como responsables de bibliotecas, autoridades educativas de los distritos escolares, así como responsables pedagógicos y profesores de colegios públicos y privados que imparten educación bilingüe en español y en inglés.

Jornada y exposición sobre diseño para los JJOO 2020

30 octubre-1 noviembre. Tokio (Japón)



Exposición y seminario que se celebra en la Embajada de España en Tokio con el objetivo de acercar el diseño español de hábitat al mercado nipón y posicionarlo de cara a los Juegos Olímpicos que se celebrarán en 2020.

Se trata de la decimotercera exposición sobre diseño de hábitat español que se celebra en Tokio y que afianza la estrategia iniciada en 2005, con el fin de mostrar al público japonés la creatividad, la calidad y la variedad de la oferta española en este sector.

Organizadores ICEX en colaboración con la Oficina Económica y Comercial de España en Tokio.

Nº empresas participantes 10 empresas participantes.

A destacar La muestra ha sido comisariada por Belén Moneo, del estudio Moneo & Brock, amante del color y contó con la participación del diseñador español, Francesc Rifé.

Moneo & Brock creó siete 'bodegones cromáticos', que agrupaban una colección de objetos, materiales y piezas singulares de diseño español en una disposición armónica.

Tecnología Industrial y Servicios Profesionales

Sector

Tecnología industrial, servicios educativos, servicios y bienes para la industria del turismo, arquitectura, aplicaciones constructivas, minería, equipamiento agrícola y ganadero, equipamiento de manipulación de fluidos, azulejo, equipamiento de hostelería y restauración, servicios para la industria del turismo, construcción, tecnologías de la educación y educación.

Número de actividades

- 13 ferias con pabellón oficial.
- 14 espacios España.
- 13 misiones inversas.
- 33 misiones directas.
- 67 participaciones agrupadas.
- 21 jornadas técnicas.
- 29 misiones estudio.
- Ocho campañas de promoción.

Mercados prioritarios

Estado Unidos, Canadá, Latinoamérica (México, Colombia, Perú, Chile, Argentina, Bolivia, Ecuador), Unión Europea (Alemania, Reino Unido, Suecia, Francia, Italia...), Asia (China, Taiwán, Corea del Sur, India, Indonesia, Singapur, Rusia, Turquía, Emiratos Árabes Unidos y Magreb).

Número de empresas participantes

1.484 participaciones empresariales.

Ejes estratégicos

La promoción internacional se realiza agrupada bajo tres grandes macrosectores o áreas de actuación: tecnología industrial, arquitectura y aplicaciones constructivas, y servicios profesionales que comparten determinadas líneas de actuación como:

- Incidir en la diversificación de mercados hacia países no integrantes de la Unión Europea.
- Potenciar la organización de actividades que fomenten la colaboración y el *networking*, tanto con empresas extranjeras como entre empresas españolas que puedan ofrecer servicios y productos complementarios, a través de jornadas técnicas, tanto en España como en destino, o misiones inversas.
- Recalcar la importancia de las actividades paralelas organizadas en el marco de los pabellones nacionales organizados en ferias de referencia mundial: seminarios técnicos, *press tours*, eventos de relaciones públicas, sesiones de capacitación
- Desarrollar actividades en los segmentos de mayor contenido tecnológico: Travel Tech, Edu Tech, *e-learning*, UAVs, *smart agro*...
- Tile of Spain: bajo cuyo paraguas se aglutinan las actividades del Plan de Promoción del Azulejo español que tiene como objetivo difundir una imagen de calidad e innovación del sector y apoyar a las empresas en su proceso de internacionalización.

Principales acciones:

- Planes de promoción en los seis principales mercados objetivo: Estados Unidos, Rusia, Alemania, Francia, Italia, Reino Unido y Canadá.
- Seminarios para público prescriptor (arquitectos y diseñadores de interiores principalmente).
- Colaboración con distintas universidades mediante el apoyo a cátedras cerámicas. Participación en ferias internacionales.
- Publicación de la revista Ceraspaña.
- Misión inversa a la feria Cevisama, con 91 periodistas de prestigiosas revistas de arquitectura, interiorismo y cerámica de todo el mundo.

- Study in Spain: posicionamiento de España como destino preferente en la movilidad internacional de estudiantes proyectando la marca 'Estudiar en España' con sus valores de excelencia y calidad educativa.

Principales acciones:

- Participación en ferias internacionales de referencia.
- Actividades de captación de estudiantes en mercados emergentes menos consolidados: Corea, India, Indonesia, Taiwán y Emiratos Árabes Unidos.
- Desarrollo del programa Estudiante Embajador en Estados Unidos.
- Celebración de cinco misiones inversas a España (Estados Unidos (2), Oriente Medio, países nórdicos y Reino Unido/Irlanda), para establecer contacto directo entre centros educativos extranjeros y españoles con el objeto de captar estudiantes internacionales.



Tecnología Industrial y Servicios Profesionales - Actividades destacadas

EXPOMIN 2018

23-27 abril. Santiago de Chile (Chile)



ICEX organizó, por tercera vez consecutiva, un pabellón español en la mayor feria minera de Chile, considerada uno de los centros de negocio y debate de la minería más importante del mundo.

Este encuentro se celebra cada dos años en la capital del país y está organizado por FISA, con el patrocinio del gobierno chileno, ProChile y las principales asociaciones y empresas mineras del país.

Autoridades y organismos presentes

El ministro de la Minería de Chile visitó el pabellón de España acompañado del embajador de España en Chile y el Consejero Comercial.

EXTENDA y ANMOPYC colaboraron en la organización de esta actividad.

Nº empresas participantes 30 empresas.

Objetivo de la participación La delegación española presentó la amplia tecnología y servicios que ofrece para la industria minera chilena, a través de varias acciones promocionales, como la elaboración de un catálogo de expositores en papel y *online*, un video promocional, una *newsletter*, y una campaña de publicidad en la revista de referencia del sector en Chile.

El programa se completó con la organización de un cóctel-evento de *networking* en la Embajada de España en Santiago de Chile, con el objetivo de reunir a la industria española que acudió a la feria con los máximos representantes de la industria chilena.

Características técnicas globales

Superficie exposición: 67.000 m².

Nº expositores: 1.350

Países participantes: 17 pabellones nacionales y empresas de 34 países.

Visitantes: 70.000

Pabellón Oficial en la Feria Internacional de la Habana - FIHAV

29 octubre- 2 noviembre. La Habana (Cuba)



FIHAV es la feria comercial multisector más importante de Cuba y del Caribe y constituye el principal punto de encuentro anual entre las empresas extranjeras, al disponer de una amplia cobertura mediática y contar con la presencia de representantes de todas las empresas relevantes del país y de distintos ministerios.

Autoridades y organismos presentes

La consejera delegada de ICEX participó en los actos del Día de España, acompañada por el viceministro Primero de Comercio Exterior e Inversiones de Cuba.

Nº empresas participantes 63 empresas españolas de muy variados sectores económicos, destacando en especial las relacionadas con el sector industrial y de bienes de equipo, los materiales de construcción, la industria alimentaria, el equipamiento para hostelería y servicios relacionados con la logística, consultoría y turismo.

Objetivo de la participación El pabellón español facilita el contacto de las empresas españolas con sus socios cubanos y contribuye a la visibilidad de España como socio de referencia para el país caribeño.

Características técnicas globales

Superficie exposición: 25.000

Nº expositores: 4.500

Países participantes: 60

Visitantes: 150.000

Pabellón Oficial SIAM

24-29 abril. Meknes (Marruecos)



SIAM es la principal feria agrícola de Marruecos, referencia para del sector de equipamiento agrícola y ganadero a la que acuden todos los importadores y distribuidores de relevancia.

La localización de la feria en Mequinez responde al gran potencial de producción de la zona y a la presencia de grandes grupos agroalimentarios, lo que facilita la concreción de acuerdos y grandes transacciones en el sector.

Autoridades y organismos presentes

El príncipe heredero de Marruecos inauguró la feria y fue recibido en el Pabellón de España por el embajador de España y el consejero comercial.

EXTENDA Y AGRAGEX colaboraron en la organización de esta actividad.

Nº empresas participantes

31 empresas, ocho de las cuales acudían por primera vez.

La oferta representada cubría un amplio abanico de tecnología agrícola: riego, invernaderos y protección de cultivos, tecnología de post-cosecha, envase y embalaje, seguridad alimentaria...

Objetivo de la participación

Continuar afianzando e incrementando la presencia del equipamiento agrícola y agroindustrial español en el mercado marroquí que constituye ya el principal mercado extracomunitario para las exportaciones españolas del sector.

ICEX, que acudió por décima vez a esta feria, realizó una campaña de promoción a través de una *newsletter*, catálogos en papel y *online*, un video promocional, así como un publireportaje en la revista "Agriculture du Maghreb". El programa se completó con un coctel *networking* patrocinado por Caixabank al que asistieron importadores y distribuidores locales, así como de autoridades de ambos países.

Características técnicas globales

Superficie exposición: 172.000 m².

Nº expositores: 1.200

Países participantes: 60

Visitantes: 850.000

Iran Oil Show 2018

6-9 mayo. Teherán (Irán)



Es el encuentro más importante en la región para los sectores de gas, petróleo, petroquímica y refinado, junto con ADIPEC. Participan empresas internacionales de generación de energía, bienes de equipo, equipamiento de manipulación de fluidos, transporte y servicios de tecnología de la información, servicios de consultoría, petroquímica, servicios de soldadura, refinerías.

Autoridades y organismos presentes

Secretaría de Estado de Comercio.

Nº empresas participantes

11 empresas.

Objetivo de la participación

Reforzar la imagen del sector español de equipos de manipulación de fluidos, como sector de productos de alta calidad y soluciones adaptadas al cliente.

Desarrollar la cooperación institucional y empresarial hispano-iraní en el marco del "Joint working group meeting on oil, gas and petrochemical cooperation".

Características técnicas globales

Superficie exposición: 70.000 m².

Nº expositores: 1.794

Países participantes: 40

Visitantes: 200.000

Coverings 2018

8-11 mayo. Atlanta (Estados Unidos)



Se trata del acontecimiento ferial más importante para el sector azulejero en Estados Unidos, ya que atrae a todos los profesionales de los diferentes sectores de revestimientos y pavimentos.

Nº empresas participantes 85 empresas.

Objetivo de la participación Reforzar la imagen de marca sectorial y el prestigio de las baldosas cerámicas españolas en todo el mundo, así como fomentar su uso mostrando sus ventajas frente a otros materiales.

Estados Unidos sigue siendo uno de los principales importadores de revestimientos cerámicos del mundo, por lo que es un país prioritario para la exportación española de este tipo de productos, donde se sitúa como el segundo destino mundial.

Características técnicas globales

- Superficie exposición:** 42.270 m².
- Nº expositores:** 1.100
- Países participantes:** 40
- Visitantes:** 25.000

Food & Hotel Asia 2018

24-27 abril. Singapur



Este certamen, organizado por Singapore Exhibition Services (SES), miembro de Allworld Exhibitions Alliance, es uno de los puntos de encuentro de referencia del sector de equipamiento de hostelería y restauración, en el Sudeste Asiático.

Nº empresas participantes 15 empresas

Objetivo de la participación El sector de equipamiento de hostelería y restauración español desarrolla una actividad creciente en Singapur, como proveedor del negocio hotelero local y de los países del área de influencia, (Filipinas, Indonesia, Malasia, Tailandia y Vietnam), tanto en el segmento de turismo de negocios como en el ocio.

Características técnicas globales

- Superficie exposición:** 119.500 m².
- Nº expositores:** 3.496
- Países participantes:** 76
- Visitantes:** 55.496

Misión inversa sector turístico Uzbekistan

26-28 noviembre. Madrid, Segovia y Canarias (España)



A iniciativa del Banco Mundial, se organizó en España la visita de 11 representantes uzbekos de la administración central, regional y local, con el objetivo de servir de referencia para el desarrollo de su modelo turístico.

Organizadores

ICEX junto con la Oficina Económica y Comercial de España en Moscú y la Antena de Multilaterales en Washington.

Nº empresas participantes

21 empresas españolas especializadas en consultoría turística, patrimonio y desarrollo urbano.

Principales acciones

- Presentación proyectos en Uzbekistán con financiación del Banco Mundial.
- Presentación del modelo turístico español: Secretaría de Estado de Comercio, Paradores y Segittur.
- Presentaciones de empresas españolas sobre proyectos realizados y de interés para implementar en Uzbekistán.
- Desplazamiento a la ciudad de Segovia y La Granja, donde los responsables de turismo de los ayuntamientos presentaron los modelos de desarrollo en materia turística y urbana.
- Visita al Centro de Información de Turismo del Ayuntamiento de Madrid.
- Visita a Madrid-Río de la mano del Estudio de Arquitectura, responsable del proyecto.
- Clase magistral sobre desarrollo turístico regional por parte de la responsable de Turismo de la Comunidad de Madrid. Problemáticas concretas y soluciones.

The Big 5

26-29 noviembre. Dubai (Emiratos Árabes Unidos)



Es el evento más destacable del Golfo Pérsico en lo que se refiere a los sectores de la construcción y edificación, siendo un foco de atracción de visitantes procedentes de los países de la zona de referencia, así como del conjunto de Oriente Medio.

Como consecuencia de su situación estratégica y económica, Dubái constituye un lugar idóneo para las empresas que tengan su mercado en Asia Central, Oriente Medio, África, India y el Este del Mediterráneo, regiones que aglutinan una población superior a 2.000 millones de habitantes.

Nº empresas participantes

52 empresas.

Objetivo de la participación

Aumentar la presencia y consolidarse en el certamen más relevante del Golfo Pérsico en cuanto a construcción se refiere. Los Emiratos Árabes Unidos se han convertido en el segundo mayor receptor de inversión directa extranjera del conjunto de los países árabes, después de Arabia Saudí.

Características técnicas globales

Superficie exposición: 110.000 m².

Nº expositores: 2.250

Países participantes: 66

Visitantes: 68.000

FPO Bett Show

24-27 enero. Londres (Reino Unido)



Uno de los puntos de encuentro internacionales más importantes para la tecnología educativa. El sector está viviendo un rápido desarrollo para adaptarse a las posibilidades de las TIC aplicadas al ámbito educativo.

Autoridades y organismos presentes ICEX y la Oficina Económica y Comercial de España en Londres.

Nº empresas participantes 10 empresas.

Objetivo de la participación Presentar las soluciones de tecnología aplicada al aula.

Características técnicas globales

- Superficie exposición:** 41.000 m².
- Nº expositores:** 850
- Países participantes:** 131
- Visitantes:** 35.000

China Education Expo

20-28 octubre. Pekín, Chengdú, Cantón y Shanghái (China)



China Education Expo es una feria de educación, de carácter internacional, dirigida especialmente a escuelas, universidades y centros educativos que tengan como objetivo dar a conocer su oferta entre agencias educativas, universidades y estudiantes chinos, interesados en salir al extranjero a estudiar tanto idiomas, como un grado o máster, así como realizar intercambios para un curso o una estancia corta en verano.

Autoridades y organismos presentes La Oficina Económica y Comercial de España en Pekín, Cantón y Shanghái, el embajador de España en China y la directora del Instituto Cervantes.

Nº empresas participantes 16 expositores en Pekín, cuatro en Cantón, ocho en Cantón y 17 expositores en Shanghái.

Objetivo de la participación Dar a conocer la oferta española educativa entre las instituciones y los estudiantes chinos.

Características técnicas globales

- Superficie exposición:** 10.000 m² (Pekín); 1.150 m² (Chengdu); 2.200 m² (Guangzhou); 5.500 m² (Shanghái).
- Nº expositores:** 551. Del total, 525 fueron empresas internacionales.
- Países participantes:** 37
- Visitantes:** Pekín: 24.000, Shanghái: 15.000, Cantón: 3.000 y Chengdú: 2.500

Infraestructuras, Sanidad y TIC

Sector

Infraestructuras, sanidad, biotecnología, tecnologías de la información y comunicación, contenidos digitales, ciberseguridad, turismo sanitario, agua, infraestructuras de transporte, Fintech, tecnología sanitaria y equipamiento médico, energías renovables, videojuegos e industrias de la ciencia.

Número de actividades

- Cinco ferias con pabellón oficial.
- 35 espacios España.
- 14 misiones inversas.
- Dos misiones directas.
- 17 participaciones agrupadas.
- 13 jornadas técnicas.
- Cuatro misiones estudio.
- 32 jornadas de ICEX.
- Tres stands informativos.

Mercados prioritarios

Europa, Asia, Latinoamérica y Estados Unidos.

Número de empresas participantes

1.149 participaciones empresariales.

Ejes estratégicos

El objetivo principal de las acciones de promoción en el ámbito de Infraestructuras, Sanidad y TIC ha sido el de mejorar la proyección de España y sus empresas, situándolas como referencia internacional en estos sectores.

Para ello, se ha potenciado la participación en ferias internacionales, así como de las misiones inversas, que tienen como objetivo mostrar *in situ* las capacidades de la industria y las empresas españolas.

En lo referente a infraestructuras, se ha buscado la complementariedad con acciones de promoción ante las instituciones financieras multilaterales, como el Banco Mundial o los bancos regionales de desarrollo, en particular el BID.

En el ámbito de la salud, y con el objetivo mostrar la calidad de la oferta, se organizaron varias jornadas técnicas de formación, especialmente en turismo sanitario. Además, se han apoyado distintas actividades de las dos asociaciones principales del sector: FENIN y ASEBIO.

Respecto a las tecnologías de la información, la promoción ha estado enfocada a la contribución en la creación y consolidación de ecosistemas emprendedores, con el objetivo de proyectar España como un país dinámico.



Infraestructuras, Sanidad y TIC - Actividades destacadas

Big Science Business Forum (BSBF)

26-28 febrero. Copenhague (Dinamarca)



Punto de encuentro para empresas europeas que busquen conocer, de primera mano, las oportunidades de negocio que ofrece el sector en los próximos años, así como entrar en contacto con los representantes de las organizaciones de la 'gran ciencia' en Europa y a sus proveedores clave.

Cubre segmentos variados tales como: imanes superconductores, tecnología criogénica sobre sistemas de seguridad, TIC para diagnósticos, metodología y herramientas de ingeniería, sistemas de radiofrecuencia, componentes mecánicos de alta precisión, etc.

Nº empresas participantes

Nueve empresas.

Objetivo de la participación

Las empresas españolas presentes han podido establecer un calendario de encuentro de *networking* y establecer relaciones comerciales duraderas mediante reuniones *business-to-business* (B2B), *business-to-customer* (B2C) y en el área expositiva.

Ello ha permitido a los participantes, adquirir conocimiento sobre las reglas de compra, derechos de propiedad intelectual, transferencia tecnológica y sobre cómo las empresas pueden interactuar con el mercado de la 'gran ciencia'.

Características técnicas globales

Nº expositores: 200

Países participantes: 30

Gamescom

21-25 febrero. Colonia (Alemania)



Gamescom es la feria más representativa del sector de videojuegos en Europa, siendo el evento más grande del sector a nivel mundial, junto a la que se celebran también la conferencia para desarrolladores Devcom y el "Gamescom City festival".

En esta edición, la décima de su historia, España fue país invitado, lo que le permitió la organización de una rueda de prensa previa en la Oficina Económica y Comercial de España en Berlín, en la que la feria anunciaba sus principales novedades. También se contó con un espacio promocional más amplio dentro de la feria, con una zona destinada a la celebración de ponencias y acciones de *networking* con la industria, además de la inclusión de ponentes españoles en el congreso Devcom.

La condición de país invitado también permitió al ministro de Cultura y Deportes de España participar en la inauguración junto a las autoridades alemanas, mientras que el secretario de Estado para el Avance Digital intervino en la cena de inauguración de la feria.

Autoridades y organismos presentes

Ministerio de Cultura y Deportes de España, Secretaría de Estado para el Avance Digital, ICEX, Oficina Económica y Comercial de España en Düsseldorf, Asociación Española de Videojuegos (AEVI) y la Asociación Española de Empresas Productoras y Desarrolladoras de Videojuegos y Software de Entretenimiento (DEV).

Nº empresas participantes

16 empresas.

Objetivo de la participación

Esta feria permite a las empresas españolas dar a conocer sus productos y buscar desarrolladores o distribuidores de videojuegos, así como darle notoriedad en la fase de desarrollo para crear una masa de potenciales consumidores o buscar financiación.

Además, también tienen cabida en la feria los desarrolladores españoles que buscan nuevos proyectos que publicar a nivel nacional y/o internacional, así como difundir los títulos que ya tienen.

Características técnicas globales

Superficie exposición: 201.000 m².

Nº expositores: 1.037

Países participantes: 56

Visitantes: 370.000

África Energy Forum

19-22 junio. Mauricio



Principal plataforma de encuentro para el impulso de la inversión y oportunidades de negocio en los sectores de energía (incluidas las renovables) y eléctrico en el continente africano. El evento reúne a órganos decisorios gubernamentales -con representantes de las áreas de regulación, generación, transmisión y distribución del sector- y otros actores relevantes de este mercado, como el sector privado y las instituciones financieras multilaterales y bilaterales. El objetivo es alcanzar acuerdos, identificar oportunidades y dar respuesta a los desafíos del sector en África.

Autoridades y organismos presentes ICEX y el Consorcio Español de Energías Renovables.

Nº empresas participantes 15 empresas españolas.

Objetivo de la participación ICEX participó en el congreso con el fin de impulsar la promoción de las empresas españolas de los sectores de energía en el continente africano.

Además del espacio de exposición, en paralelo se organizaron reuniones conjuntas de las empresas españolas con las delegaciones de Kenia, Ghana y Nigeria, además de con organismos de financiación multilateral como el BEI, MIGA e IFC. También se mantuvo una reunión informal con el Ministro de Energía de Marruecos en el stand de ICEX.

Arab Health

29 enero-1 febrero. Dubai (Emiratos Árabes Unidos)



Esta feria Internacional, proporciona al visitante las últimas novedades relacionadas con productos médicos y farmacéuticos, equipamiento médico, mobiliario para hospitales y clínicas privadas, servicios de hospital, asistencia médica y biotecnología sanitaria y turismo sanitario...

El encuentro, de carácter anual y organizado por INFORMA Middle East, es la referencia en Oriente Medio y la segunda mayor exposición mundial del sector, sólo superada por la feria MEDICA de Düsseldorf (Alemania).

De forma paralela a la exposición, se celebra un amplio programa de congresos médicos en diferentes especialidades con más de 13.000 delegados profesionales participantes.

Nº empresas participantes 49 empresas.

Objetivo de la participación Este año, y dados los planes sanitarios y hospitalarios para la Dubai Health Care Free Zone, así como la ampliación y modernización de la infraestructura hospitalaria del país de cara a la Expo 2020, la presencia de España con Pabellón Oficial ha servido también para dinamizar las oportunidades de las empresas españolas, en diferentes eslabones de la cadena de valor sanitaria (diseño, construcción, gestión, equipamiento, sanidad electrónica...).

Características técnicas globales **Superficie exposición:** 64.469 m².

Nº expositores: 4.176

Países participantes: 163

Visitantes: 84.493

Jornada técnica sobre Fintech

1-3 octubre. Zurich (Suiza)



Encuentro en Zurich dedicado al sector de las tecno finanzas 'fintech', en la que se ofrecieron a las empresas de la delegación española la participación en varias actividades:

- Participación en el congreso Fintech+, un evento dirigido a profesionales 'fintech' y de servicios informáticos, donde las empresas españolas pudieron participar en charlas y ponencias además de eventos de networking con empresas de Suiza, Holanda, Canadá, Israel y Benelux.
- Reuniones con las tres primeras entidades financieras del país (UBS, Credit Suisse y Julius Bär) y Avaloq, primer distribuidor de productos 'fintech' en Suiza, con el objetivo de facilitar a las empresas españolas la oportunidad de presentar sus productos y servicios.

Organizadores ICEX en colaboración con la Oficina Económica y Comercial de España en Berna.

Nº empresas participantes 10 empresas.

A destacar La delegación española estuvo compuesta por empresas que ofrecían diversos productos basados en tecnologías de vanguardia como inteligencia artificial, *Big Data* y ciberseguridad. Aunque el programa no preveía reuniones individuales con las entidades suizas, tras las presentaciones realizadas, cinco de las empresas continuaron en contacto con representantes de las empresas suizas y una de ellas llegó a cerrar un piloto con una de los bancos suizos participantes en la jornada.

Round Table On High Speed Rail: California

19 julio. Madrid (España)



Una delegación de miembros de la Comisión de Transporte de la Asamblea del Estado de California visitó España con el objetivo de conocer la alta velocidad ferroviaria.

Sector representado Servicios y productos industriales y tecnología.

Organizadores ICEX en colaboración con la Oficina Económica y Comercial de España en Los Ángeles.

Nº empresas participantes Ocho empresas.

A destacar Se trata de un encuentro único, en el que se ha mostrado a las autoridades de California que van a tomar las decisiones sobre inversión en alta velocidad en este estado en los próximos años, el potencial y experiencia de las empresas españolas en este sector y su capacidad para proveer productos y servicios excelentes para toda la cadena de valor de desarrollo del proyecto.

Jornada Perú: Proyectos en el sector del agua y saneamiento

24 abril. Madrid (España)



Encuentro en el que las empresas españolas tuvieron información de primera mano de las autoridades peruanas sobre los proyectos más relevantes incluidos en el Plan Nacional de Saneamiento, a cargo del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento (MCVS) para el período 2017-2021.

Se contó con la presencia de los principales responsables de la Autoridad Nacional del Agua (ANA), Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento (MVCS), Servicio de Agua Potable y Alcantarillado de Lima (SEDAPAL) y la Superintendencia Nacional de Servicios de Saneamiento (SUNASS), que expusieron las principales características y proyectos para el sector en este mercado.

Sector representado

Servicios y productos industriales y tecnología.

Organizadores

ICEX con la colaboración de la Oficina Económica y Comercial de España en Lima.

Nº empresas participantes

28 empresas.

Jornadas de turismo sanitario en Kazajistán

23-24 octubre. Almaty (Kazajistán)



Jornadas dirigidas a empresas españolas de hospitales, facilitadores médicos y clínicas de especialidades médicas, con el objetivo de exponer su experiencia en turismo sanitario (oportunidades de negocio en el sector, legislación sanitaria, visados, especialidades y tratamientos más demandados, barreras legales, etc.) a posibles socios kazajos.

Organizadores

ICEX y la Oficina Económica y Comercial de España en Almaty.

Nº empresas participantes

Seis empresas.

A destacar

Se llevaron a cabo dos días de reuniones *business-to-business* (B2B) adaptadas al perfil de cada empresa, con los agentes clave que le permitan generar oportunidades de negocio, como es el caso del representante del consulado español que se desplazó desde Astaná para hablar sobre las vías para conseguir el visado para pacientes. También participó en este tipo de encuentros una de las mayores aseguradoras del país para dar la visión del sector privado de la salud, así como la directora del Órgano Directivo del Programa Estatal de Tratamiento en el Extranjero para pacientes de la República de Kazajistán, dependiente del Ministerio de Salud.

Todo ello ha permitido que uno de los grandes grupos hospitalarios haya comenzado a recibir pacientes kazajos en sus centros.

12ENISE

23-24 octubre. León (España)



Primer evento de ciberseguridad en España con proyección internacional, organizado por el Instituto Nacional de Ciberseguridad (INCIBE), que celebró su 12ª edición.

Tras una consulta dirigida a las empresas que conforman el polo tecnológico sobre países preferentes a invitar al foro de negocio ENISE, ICEX inició una labor de búsqueda de compradores de diversos sectores, demandantes de soluciones de ciberseguridad, en los siguientes países: Colombia, Alemania y Chile.

Con motivo de este encuentro, ICEX organizó una misión inversa de compradores internacionales, con el objetivo de reforzar el carácter comercial y de internacionalización de este evento, en la que participaron ocho empresas españolas.

En la encuesta realizada por INCIBE una vez finalizado el foro los resultados pusieron de manifiesto que:

- El 100% de las empresas encuestadas valoraron de manera positiva los encuentros mantenidos y mostraron una clara disposición para participar nuevamente en las próximas ediciones del foro de negocio.
- El 89% de las empresas encuestadas valoraron las soluciones expuestas por las empresas vendedoras de ciberseguridad como bastante interesantes, además de confirmar haber obtenido resultados positivos de las reuniones que mantuvieron con los compradores.

Organizadores ICEX en colaboración con el Instituto Nacional de Ciberseguridad.

Nº empresas participantes 32 empresas.

Principales acciones Se llevaron a cabo reuniones B2B entre compradores extranjeros de demanda sofisticada y empresas proveedoras de servicios y productos de ciberseguridad españolas.



Servicios de apoyo a la exportación III

OTROS INSTRUMENTOS DE PROMOCIÓN COMERCIAL

PROGRAMA ICEX SOURCING

+ del 67%

de las solicitudes cursadas han sido resueltas con éxito lo que se ha traducido en el envío de propuestas de más de 144 empresas españolas a proveedores de compañías extranjeras

PLAN DE PROMOCIÓN DE LA IMAGEN DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS EN ESTADOS UNIDOS

Más de 170 actividades

42

participaciones en ferias

+22

jornadas técnicas y seminarios

15

misiones comerciales

19

visitas a Estados Unidos

24

reuniones presenciales del Spain Business Forum

PROYECTOS ESPECIALES



NEGOCIOS INCLUSIVOS

ICEX es miembro de la Red Española del Pacto Mundial

Se han realizado 34 jornadas formativas y divulgativas en materia de sostenibilidad

Extensión del programa ICEX Impact+ a Perú y Bolivia



PROGRAMA CRE100DO.ES

Busca potenciar el crecimiento de empresas españolas de 40 a 300 millones de euros de facturación

Se han evaluado más de 150 empresas y se han incorporado 25 al programa



PROGRAMA STC SAN

Iniciativa que permite a emprendedores españoles interactuar con expertos en tecnología en Estados Unidos

Programa de inmersión en Madrid y Silicon Valley



DIGITALXBORDER

Dirigida, principalmente a CEOs de pymes

625 empresas participantes

25 ciudades españolas

Principal objetivo: incrementar la internacionalización a través de las ventas online

2.4.

OTROS INSTRUMENTOS DE PROMOCIÓN COMERCIAL

Programa ICEX Sourcing

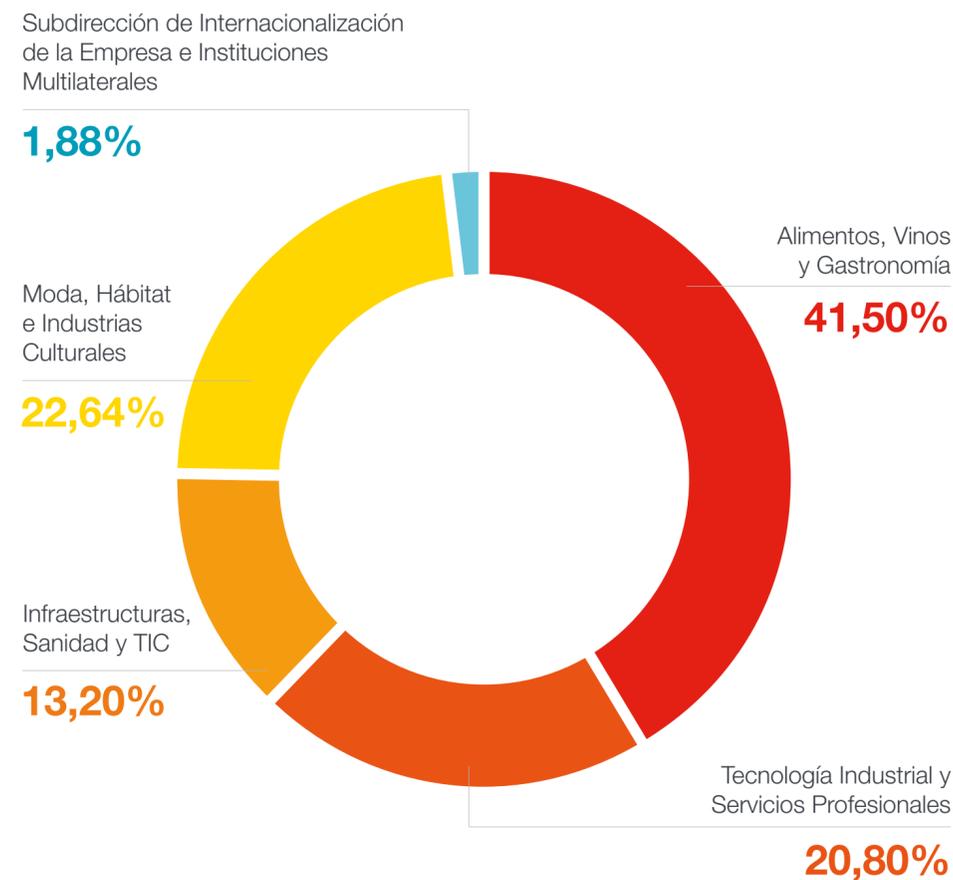
Este programa, puesto en marcha en el año 2012, tiene por objeto hacer llegar a las empresas españolas las oportunidades de negocio que reciben las Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior, a través de contactos con operadores locales (importadores, distribuidores, centros comerciales, contratistas, etc.).

Diseñado para proporcionar a las empresas extranjeras contactos de compañías españolas que puedan satisfacer sus necesidades, su finalidad está en resolver, de manera personalizada y directa, las solicitudes recibidas en las Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior, de manera que puedan proporcionar a las empresas españolas nuevas oportunidades de acceso a esos mercados.

Desde su puesta en marcha, se han atendido un total de 1.060 solicitudes de 104 Oficinas Económicas y Comerciales. De todas ellas, el 8,9 % han sido solicitudes cursadas en el año 2018.

De las solicitudes recibidas en 2018, el 67,08% han sido resueltas con éxito. Ello se ha traducido en el envío a las oficinas correspondientes de más de 144 empresas españolas como posibles proveedoras de compañías extranjeras demandantes de los productos y servicios solicitados.

Distribución de las solicitudes por sectores



Plan de Promoción de la Imagen de las Empresas Españolas en Estados Unidos

Durante 2018 se ha continuado con el Plan de Promoción de la Imagen de las Empresas Españolas en Estados Unidos, desarrollando acciones de mejora de la percepción de las empresas, marcas, bienes, y servicios españoles en este país.

La Secretaría de Estado de Comercio ha marcado el mercado estadounidense como prioritario, lo que ha determinado la realización de más de 170 actividades en 2018:

- 44 participaciones en ferias.
- Más de 22 jornadas técnicas y seminarios.
- Más de 15 misiones comerciales.
- 19 visitas a estados de Estados Unidos.
- 24 reuniones presenciales del Spain Business Forum (SBF), de carácter geográfico o sectorial, que han reforzado la comunicación entre las empresas y la administración comercial española.

Desde su lanzamiento en 2009, los principales logros del plan han sido, entre otros:

- Mejorar la percepción de España en los sectores prioritarios, participando en los principales eventos sectoriales en Estados Unidos (biotecnología, TIC, infraestructuras, medioambiente...).
- Fortalecer las relaciones económicas y comerciales entre Estados Unidos y España, mediante el programa de visitas institucionales a diferentes estados. Una planificación anual de visitas que comprende tanto reuniones al máximo nivel con altos cargos de la administración del Estado, como reuniones con las empresas españolas instaladas en territorio estadounidense, socios estratégicos, etc. Se han realizado un total 170 visitas a estados.
- Aumentar el conocimiento sobre el estado de situación de las empresas españolas que exportan o están instaladas en Estados Unidos, a través del Spain Business Forum. Se han realizado un total de 151 reuniones presenciales del SBF.

Actividades más destacadas del Plan USA en 2018



Seminario sobre tecnología *Blockchain*

6 febrero. Washington D.C.

60 empresas participantes.

Sector

Tecnología *Blockchain*.

Organizadores con ICEX

Oficina Económica y Comercial de España en Washington D.C, Global Delaware y Spitzberg Partners.



Spain Business Forum con Emprendedores

21 febrero. Miami

Sector

Multisectorial.

Organizadores con ICEX

Oficina Económica y Comercial de España en Miami



Jornada sobre oportunidades de negocio en Florida

12 abril. Madrid

16 empresas participantes.

Sector

Multisectorial.



Viaje de Estado a Alaska

14-15 junio. Anchorage (Alaska)

9 empresas participantes.

Sector

Sector de las energías renovables, *smart cities* e infraestructuras.



Desayuno de SMER con empresas españolas y americanas

18 junio. San Antonio (Texas)

Sector

Multisectorial.

Organizadores con ICEX

Secretaría de Estado de Comercio.



Spain Business Forum - Visita de la secretaria de Estado a la ciudad de Nueva York

2 octubre. Nueva York

11 empresas participantes.

Sector

Multisectorial.

Organizadores con ICEX

Oficina Económica y Comercial de Nueva York.

2.5. PROGRAMAS ESPECIALES



Negocios inclusivos

Durante 2018, ICEX ha continuado potenciando la sostenibilidad como herramienta para la mejora de la competitividad empresarial en el ámbito internacional, conforme a los compromisos asumidos como miembro de la Red Española del Pacto Mundial y la consecución de los objetivos de la Agenda 2030 de Desarrollo Sostenible. Además, se ha continuado apoyando a las empresas españolas en el desarrollo de sus negocios en mercados emergentes y con potencial de crecimiento, hacia los segmentos de población de rentas bajas, a través de modelos de negocios sostenibles e inclusivos.

Acciones desarrolladas en 2018

- **Talleres y jornadas en materia de sostenibilidad y negocios inclusivos:** Se han organizado 34 jornadas formativas y divulgativas, dirigidas a promover entre las empresas españolas la innovación en los modelos de negocio, la sostenibilidad como eje estratégico y como vector de competitividad de las empresas, así como a dar a conocer el potencial de los negocios inclusivos y sostenibilidad.
- **Programa ICEX ImpACT+:** Se ha continuado potenciando este programa, dirigido a apoyar la internacionalización de empresas españolas en nuevos mercados a través de modelos de negocio inclusivos y sostenibles, en países emergentes con alto potencial de crecimiento. En 2018 se ha extendido a nuevos países en Latinoamérica (Bolivia y Perú). Este programa ha sido considerado como una buena práctica dentro de la red Española del Pacto Mundial para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) 2030.

- **Red Española del Pacto Mundial:** Desde que en septiembre de 2017 ICEX formalizó su adhesión al Pacto Mundial de Naciones Unidas se ha mantenido el compromiso con esta iniciativa, renovando en 2018 la condición de socio de la Red Española del Pacto Mundial. De esta manera, ICEX contribuye, con las empresas españolas, a la implantación de los 10 principios del Pacto Mundial y a impulsar el papel del sector privado español como agente de desarrollo y consecución de los 17 ODS.

Programa Cre100do.es

El programa Cre100do es una iniciativa lanzada en 2014 promovida por ICEX, Fundación Bankinter y Círculo de Empresarios, cuyo objetivo es potenciar el crecimiento de empresas españolas que facturen entre 40 y 300 millones de euros.

De esta manera, Cre100do contribuye al desarrollo del modelo productivo español hacia un modelo basado en empresas con más valor añadido, más innovadoras, más competitivas y más internacionalizadas. Para conseguir esta evolución, el tamaño de las empresas es la variable que más influencia tiene.

En el programa han participado reconocidos expertos además de contar con el apoyo de 14 entidades asociadas: Accenture, AFI, AT Kearney, Bankinter, Deloitte, Ernst&Young, ESADE, Garrigues, IBM, IESE, McKinsey, PwC, Ramón y Cajal y Telefónica, junto a dos entidades colaboradoras: Foro de Marcas Renombradas y Corporate Excellence. Todas ellas han puesto su conocimiento al servicio de las empresas seleccionadas.

Un movimiento de transformación empresarial

A finales de 2018, el programa logró el hito de alcanzar las 100 empresas españolas del llamado "middle market". Durante 2018, se han evaluado más de 150 empresas y finalmente se han incorporado al programa 25 de ellas:

- Aertec
- Altia
- Alumasa
- Alvinasa natural ingredi
- Argal
- Encofrados Alsina
- Grupo Citrus
- Grupo TGT
- Manusa
- Molecor
- Teldat
- Andreu World
- Compac
- EYSA
- Grupo Apexl
- Hiperbaric
- Martiderm
- SP Berner
- Aquaservices
- Delaviuda
- Gioseppo
- Grupo Copese
- Joselito
- Mixer & Pack
- Symaga

Principales cifras de las empresas que participan en el programa:

- Facturación media de 108 millones de euros.
- El 100% están internacionalizadas.
- El 58% de su facturación tiene lugar en mercados exteriores.
- El 86% de ellas tiene filiales en el exterior.
- El 60% apoya su crecimiento en alianzas, *joint ventures* y adquisiciones.

Durante el 2018, se han organizado 36 actividades entre talleres, jornadas, diálogos y eventos sobre los temas fundamentales para el crecimiento de la empresa, que podrían resumirse en:

- Entorno y estrategia.
- Transformación digital.
- Ecosistema.
- Organización y gobernanza.
- Talento y fidelización.
- Marca y reputación, gestión de intangibles.
- Financiación, crecimiento y diplomacia corporativa para la internacionalización.

Actividades destacadas de negocios inclusivos

La sostenibilidad como vector de competitividad. Nuevos sectores/ nuevos mercados en África bajo un enfoque inclusivo

1 febrero. Madrid

Meeting switch Med ICEX ImpACT+ Morocco

4 junio. Barcelona

Ciclo Seminario Magreb: ¿Cómo hacer negocios en Magreb y Egipto? Negocios inclusivos

5 junio. Madrid

Mesa redonda con empresarios Fundación Euroamérica en Perú: La sostenibilidad como herramienta de internacionalización

7 junio. Madrid

Jornada: Sostenibilidad, Responsabilidad e Internacionalización

5 julio. Madrid



European Business and Human Rights Peer Learning Group Meeting

13 septiembre. Madrid

Encuentro sobre empresa-objetivos de desarrollo sostenible

9 octubre. Madrid

Jornada Swithmed: “Switching to the circular economy in the Mediterranean. Connecting markets through the inclusive business”

14-15 octubre. Madrid

Jornada: ICEX y la internacionalización sostenible: Capacitación interna ICEX en sostenibilidad

20 octubre-28 noviembre. Madrid

Jornada Ship2B ImpACT+ Forum

21-22 noviembre. Barcelona

Mesa redonda: Otra empresa es posible. Oportunidades de la economía circular

23 noviembre. Madrid

Mesa redonda sobre el rol del sector privado en la cooperación para el desarrollo en el marco del ODS N° 17

5 diciembre. Madrid

Workshop sobre negocios inclusivos como diversificación de mercados

2018. Oficinas Comerciales en Marruecos, Perú, Bolivia y Colombia

Jornadas de capacitación en materia de sostenibilidad y negocios inclusivos

28-29 mayo. Oficina Económica y Comercial de Rabat y Casablanca (Casablanca)

5-6 julio. Oficina Económica y Comercial de Perú (Lima)

8-9 octubre. Oficina Económica y Comercial de Bolivia (La Paz)



Programas inmersión STC

El Spain Tech Center (STC) es una iniciativa conjunta de ICEX España Exportación e Inversiones y Red.es, que permite a emprendedores españoles, tener la oportunidad de interactuar con expertos estadounidenses en inversión, leyes, oratoria, marketing, emprendimiento, desarrollo de negocio y tecnología, en el sector de las TIC, así como con emprendedores españoles exitosos en Estados Unidos.

Este programa, que pasará a denominarse "Desafía" a partir de 2019, cuenta con dos ediciones anuales, una en primavera y otra en otoño, realizadas en Madrid y Silicon Valley, durante tres semanas.

Los participantes en el programa de inmersión del STC San Francisco, un total de 16 empresas tecnológicas, deben haber desarrollado un producto o servicio de alto valor tecnológico y un modelo de negocio efectivo y con tracción de mercado demostrable.

STC nació inicialmente como mera "plataforma de aterrizaje" en Silicon Valley, pero en cada edición se ha venido realizando su importancia como transformador de la mentalidad del empresario.

El programa de inmersión ha tenido unos resultados muy positivos y cerca del 90% de las empresas participantes mantiene su actividad después de cuatro años, mientras que el 80% cuenta con clientes en Estados Unidos.



DigitalXborder

Se trata de una nueva iniciativa puesta en marcha en 2018 por ICEX, en colaboración con la asociación Adigital y la Escuela de Organización Industrial (EOI) y que ha contado con la cofinanciación del Fondo Social Europeo.

El proyecto DigitalXBorder pretende, a través de un *road show* por las principales ciudades españolas, ofrecer la formación presencial necesaria a CEOs de empresas, fundamentalmente pymes, con más de cinco millones de facturación, con el fin impulsar a nivel internacional sus ventas *online*.

El programa pretende, fundamentalmente:

- Promover la venta de productos y servicios a nivel internacional, a través de la utilización de plataformas y herramientas en la nube.
- Formar a los directivos de esas empresas para que puedan tomar decisiones de negocio que les permitan incrementar su internacionalización a través de las ventas *online*, con un mayor conocimiento del mundo digital, consiguiendo ser más competitivos en mercados globalizados.
- Ayudar al crecimiento internacional de las pymes a través de la multiplicación de las oportunidades comerciales que ofrece la venta multimercado.

Se trata de un programa que está logrando un gran éxito de participación y una valoración extraordinaria por parte de los CEOs participantes.

Hasta la fecha prevista de finalización del proyecto, en 2021, se prevé la participación de 625 empresas.