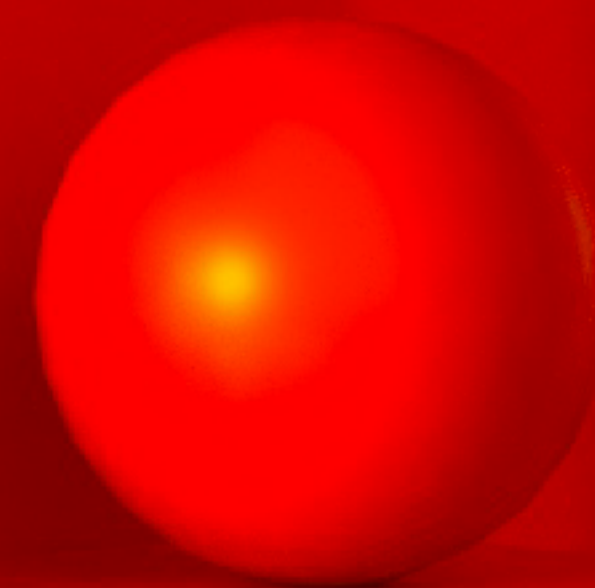


**ICEX** España  
Exportación  
e Inversiones

MEMORIA ANUAL  
**2020**



Carlos Tejero Cañamares  
Ángel Caballero Sanz

---

*in memoriam*

# SUMARIO

<input type="checkbox"/> Carta de la presidenta	04	<input type="checkbox"/> Carta de la consejera delegada	05	<input type="checkbox"/> Hitos del ejercicio 2020	06	<input type="checkbox"/> ICEX en cifras 2020	08
---	----	---	----	---	----	--	----

## 1 Servicios de Información, Asesoramiento y Capacitación Empresarial

<input type="checkbox"/> 1.1 Servicios de información	10
<input type="checkbox"/> 1.2 Sensibilización y capacitación empresarial	22
<input type="checkbox"/> 1.3 Asesoramiento	25

## 2 Servicios de Apoyo a la Exportación

<input type="checkbox"/> 2.1 Programa ICEX Next	31
<input type="checkbox"/> 2.2 Actividades e instrumentos de promoción	37
<input type="checkbox"/> 2.3 Estrategias de promoción sectorial	45
<input type="checkbox"/> 2.4 Otros instrumentos de promoción comercial	77
<input type="checkbox"/> 2.5 Programas especiales	79
<input type="checkbox"/> 2.6 Mercados electrónicos	84

## 3 Servicios de Apoyo a la Implantación

<input type="checkbox"/> 3.1 Actividades de promoción de inversiones	88
<input type="checkbox"/> 3.2 Plataformas de apoyo en el exterior	91

## 4 Servicios de Formación

<input type="checkbox"/> 4.1 ICEX-CECO	95
<input type="checkbox"/> 4.2 Programa de becas de internacionalización empresarial	97
<input type="checkbox"/> 4.3 Programa de estudiantes en prácticas	101

## 5 Servicios de Atracción de Inversiones Extranjeras

<input type="checkbox"/> 5.1 Actividad en 2020	104
<input type="checkbox"/> 5.2 Captación de nuevos proyectos de inversión extranjera y proyectos ganados	105
<input type="checkbox"/> 5.3 Asistencia a la empresa española en la búsqueda de financiación internacional	107
<input type="checkbox"/> 5.4 Otros instrumentos de captación	108
<input type="checkbox"/> 5.5 Posicionamiento de España como plataforma global para la inversión	109

## 6 Cooperación Institucional para la Internacionalización

<input type="checkbox"/> 6.1 Cooperación institucional nacional	116
<input type="checkbox"/> 6.2 Cooperación institucional internacional	118

## 7 Mujer e Internacionalización

<input type="checkbox"/> 7.1 Reforzar el papel de la mujer en la internacionalización de la economía española	121
<input type="checkbox"/> 7.2 Perspectiva de género en ICEX	122

## Anexos

<input type="checkbox"/> .1 Anexo económico-financiero	124
<input type="checkbox"/> .2 Anexo Recursos Humanos	126
<input type="checkbox"/> .3 Anexo "Medir para conocer y para mejorar"	128
<input type="checkbox"/> .4 Red de oficinas económicas y comerciales de España en el exterior	130
<input type="checkbox"/> .5 Red de oficinas en España	131
<input type="checkbox"/> .6 Red de centros de negocios de ICEX	132
<input type="checkbox"/> .7 Tablas y datos	133

# CARTA DE LA PRESIDENTA

Me complace presentar la Memoria de Actividad 2020 de ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E. (ICEX), un ejercicio de intensa labor y resultado de un duro esfuerzo de quienes conformamos la Secretaría de Estado de Comercio. Comienzo valorando el compromiso y dedicación de todo el personal, en servicios centrales y en las redes territorial y exterior, con un recuerdo muy especial a aquellos que han sido golpeados por la pandemia provocada por la covid-19.

El ejercicio 2020, sin duda, nos ha marcado como sociedad a todos los niveles, impactando de forma dramática en los mercados internacionales. La irrupción de la pandemia ha supuesto una caída histórica del PIB, el comercio y la inversión directa a nivel global.

El comercio español sufrió también este impacto, con una disminución del 10% en las exportaciones de bienes y del 14,7% en las importaciones, en el conjunto del año 2020. El comercio de servicios no turísticos se vio igualmente afectado: las exportaciones disminuyeron un 9,6% y las importaciones un 12,2%. El impacto repentino de la pandemia provocó un colapso del comercio internacional a partir de mediados de marzo, que alcanzó su punto más bajo en abril y mayo. Las exportaciones de bienes sufrieron caídas cercanas al 40% interanual, coincidiendo con la primera ola de la covid-19 y la necesidad de adoptar severas medidas de restricción a la movilidad en España y en la mayoría de nuestros principales socios comerciales. A partir de junio, se inició una recuperación progresiva de los flujos de comercio, de forma que, en diciembre, las exportaciones de bienes fueron ya similares a las del mismo mes de 2019. Además, la recuperación más dinámica de las exportaciones ha dado lugar a una reducción considerable del déficit comercial.

En este nuevo entorno, desde la Secretaría de Estado de Comercio se ha hecho todo lo posible por estar a la altura de las circunstancias, acompañando más de cerca que nunca a las empresas y apoyarlas en estos momentos tan difíciles, mediante la adaptación de los instrumentos disponibles al contexto de restricciones a la movilidad y confinamiento severo que ha condicionado el ejercicio. Para responder a esta situación, la Secretaría de Estado, con la aportación de ICEX y el resto de sus organismos dependientes, lanzaron el “Plan de choque frente a la covid-19 en apoyo a la internacionalización”, para tratar de aliviar la situación vivida por las empresas que apuestan por la internacionalización. Así, los reales decretos leyes de medidas económicas recogieron distintas líneas de apoyo financiero a las empresas exportadoras con el fin de incrementar su liquidez y potenciar su capacidad financiera.

El ejercicio 2020, ha supuesto un gran reto que nos ha comprometido aún más con la senda de una globalización sostenible e inclusiva. Lo aprendido nos ha ayudado, sin duda, en la elaboración del nuevo Plan de Acción para la Internacionalización de la Economía Española 2021-2022. Nuestros objetivos de medio y largo plazo son conseguir que el sector exterior se configure como pilar de crecimiento y empleo, así como potenciar su resiliencia mediante la consolidación de la sostenibilidad como una herramienta fundamental de la estrategia empresarial.

El próximo Plan de Acción para la Internacionalización de la Economía Española 2021-2022 va a estar alineado con el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia. Este último es la hoja de ruta para la modernización de la economía española, la recuperación del crecimiento económico y la creación de empleo. La Secretaría de Estado de Comercio ha presentado, en el marco de este Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, once proyectos de impulso a la pyme en materia de internacionalización, que movilizarán más de 200 millones de euros de los fondos europeos. La mayor parte de estos fondos europeos, si bien no están destinados directamente a políticas de internacionalización, sí que servirán para la deseada transformación de la economía española, por lo que darán como resultado empresas españolas más productivas, más competitivas y más resilientes, y por tanto más internacionalizadas.

Seamos optimistas. El futuro presenta incertidumbre, pero también muchas oportunidades. Les reitero la disposición de la Secretaría de Estado de Comercio y, en particular, de ICEX, por seguir caminando juntos.



**Xiana Margarida Méndez Bértolo**

*Secretaria de Estado de Comercio  
y presidenta de ICEX*

# CARTA DE LA CONSEJERA DELEGADA

Presentar la memoria anual de actividad del ejercicio 2020 me provoca, sin lugar a duda, un sentimiento agrídulce. Vuelven a nuestra memoria los días de desconcierto, incertidumbre y asilamiento que nos tocó vivir. Me gustaría pues comenzar por una sentida mención a todas las víctimas de una pandemia que nos ha marcado tan profundamente como individuos y como sociedad.

La gestión de la crisis provocada por la covid-19 ha supuesto un importante reto para la organización, en un contexto de cambio de paradigma económico y social a nivel global. En primer lugar, desde el punto de vista de organización interna, nuestra prioridad ha sido la seguridad y la salud de los trabajadores, así como de nuestros estudiantes y becarios en el exterior, en circunstancias extremas, sin socavar el funcionamiento de la entidad. El teletrabajo, una práctica hasta ese momento “piloto”, y las posibilidades de tele formación, ayudaron sin duda a ello.

En segundo lugar, el mantenimiento de la actividad al nivel de apoyo que necesitaban nuestras empresas y las filiales de las empresas multinacionales establecidas en España, fue otra de nuestras preocupaciones. “No pares, ICEX está a tu lado”, en el marco del Plan de Choque de la Secretaría de Estado de Comercio, ha sido la máxima bajo la que hemos construido todo un entramado de servicios, principalmente digitales, basados en los principios de cercanía, flexibilidad y versatilidad. Las cifras contenidas en este informe ilustran un trabajo incansable de todo el equipo de ICEX, tanto en servicios centrales como en las redes territorial y en las Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior: casi tres actividades diarias en mercados internacionales. Las altas valoraciones que las empresas han otorgado a muchos de nuestros servicios son nuestra mejor recompensa.

Otra de nuestras prioridades fue lograr el marco jurídico necesario para acometer la devolución a las empresas de las cuotas abonadas a ICEX por su participación en actividades internacionales, como ferias, canceladas o pospuestas debido a la pandemia. En virtud del RD 11/2020, de 31 de marzo, hemos podido devolver, con cargo a nuestro presupuesto y con independencia de la política de cada recinto ferial, 10,3 millones de euros en beneficio de más de 1.500 empresas.

Me gustaría pensar que el camino recorrido no ha sido en vano y que podamos mirar al futuro con optimismo. Mucho de lo que hemos sembrado en 2020, asentará sin duda nuestra estrategia futura. La digitalización y la sostenibilidad siguen siendo ejes conductores de nuestra acción, reforzados en el Plan Estratégico 2021-22. Los fondos europeos, a los que aspiramos a través de varios programas de apoyo a la internacionalización empresarial, seguirán esta senda.

En paralelo a esta memoria de actividad, publicamos también la Memoria de Sostenibilidad 2020, que les invito a consultar ya que proporciona información detallada sobre esta área tan estratégica en el marco de la denominada “Década de Acción”.

Una vez más, antes de concluir, me gustaría destacar el compromiso y dedicación de nuestro personal en España, pero también de la red territorial y de las Oficinas Económicas y Comerciales en el Exterior, cuyo rol en un año como el que hemos vivido, con restricciones a la movilidad y disrupción de mercados, ha sido de un valor incalculable. Mi más sincero agradecimiento a todos, porque todos conformamos la familia ICEX.

**María Peña Mateos**

*Consejera delegada de ICEX*



# HITOS MEMORIA

## 2020

### 1 Readaptación de los objetivos y principios de actuación del Plan Estratégico 2019-2020

La irrupción de la covid-19 ha supuesto una adaptación de toda la estrategia definida para los años 2019-20. En concreto, los objetivos se han redefinido sobre tres líneas: en primer lugar, minimizar el impacto de la crisis; en segundo lugar, atraer y, muy especialmente, retener la Inversión Directa Extranjera en sectores estratégicos; y, en tercer lugar, preparar al sector exportador para los cambios estructurales acelerados por la crisis.

Por su parte, los principios inspiradores de toda la readaptación estratégica y del plan de actividades han sido tres: focalización sector mercado; flexibilidad y pragmatismo, y cercanía.

Todo ello, se ha traducido en una inmediata reorganización del trabajo y en la adaptación de los programas, que han permitido mantener la capacidad de ICEX para seguir prestando servicios a la empresa en las nuevas circunstancias, a pesar de que el cumplimiento de los indicadores del Plan Estratégico se haya visto afectado de forma muy significativa como consecuencia de la cancelación de las actividades presenciales a partir de marzo.

### 2 “No pares, ICEX está a tu lado”

Adaptación del plan de actividades para responder de forma eficiente a las necesidades de las empresas en el nuevo contexto derivado de la situación sanitaria. Bajo el lema “No pares, ICEX está a tu lado”, se ha intentado mitigar el impacto de la crisis ayudando a las empresas a mantener su actividad internacional en la medida de lo posible.

En dicha estrategia ha habido dos elementos clave: por un lado, la virtualización de todos los servicios, desde los tradicionales de información, formación y capacitación a las misiones directas, a los encuentros empresariales o pabellones en ferias virtuales. Por otro lado, la comunicación con las empresas, tanto españolas como de cliente extranjero. En este sentido, cabe destacar la campaña realizada a través de las Direcciones Territoriales, “Queremos hablar contigo del futuro que podemos construir juntos”, con más de 9.000 empresas contactadas y casi 2.500 entrevistas personalizadas. Entre marzo y junio los servicios digitales de [www.icex.es](http://www.icex.es) recibieron más de 162.000 visitantes.

### 3 Flexibilidad y pragmatismo como principio inspirador

ICEX ha querido, en todo momento, ser parte de la solución y no del problema. Por ello, ha realizado un especial esfuerzo por flexibilizar las condiciones de participación de las empresas en los programas afectados por la situación derivada de la covid-19, con el fin de contribuir a la resiliencia de estas en su aproximación a los mercados internacionales.

En ese ámbito, ha sido clave la adaptación de todos los programas, dotándoles de la flexibilidad necesaria para sortear la disrupción generada por la crisis. Así, ha cobrado vital importancia la adaptación de los plazos del programa ICEX Next, el incremento de la cofinanciación a las pymes en la Fase II del Programa de Becas de Internacionalización o la flexibilización de los criterios de ejecución en los planes sectoriales.

Además, el Real Decreto-ley 11/2020, de 31 de marzo, habilitó a ICEX para la devolución, a costa de sus presupuestos, de las cuotas abonadas por las empresas por actividades canceladas o en las que la empresa no pudiera participar. Asimismo, se habilitó el pago de las ayudas ya aprobadas a empresas por los gastos no recuperables en actividades incluidas en planes sectoriales con entidades colaboradoras y canceladas a causa de la alarma sanitaria.

### 4 Cercanía desde la distancia

La cercanía de los mercados y las oportunidades de negocio a través de la Red de Oficinas Económicas y Comerciales ha sido también uno de los ejes en los que ha pivotado toda la acción en 2020.

En este sentido, las Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior han sido también pragmáticas a la hora de ampliar su catálogo de servicios personalizados, adaptándose a las necesidades de la empresa en un contexto de fuertes restricciones a la movilidad, incluida su prestación virtual.

En junio, se lanzó un descuento del 30% sobre todos los servicios personalizados, acompañado por una nueva campaña de difusión y acercamiento a los clientes potenciales, en la que se refuerza el valor estratégico de la red de Oficinas Económicas y Comerciales de la Secretaría de Estado de Comercio en el contexto actual. Las empresas así lo han percibido, tal y como se refleja en las valoraciones sobre los servicios de ICEX.

## 5 La imagen de nuestros sectores productivos como pilar de resiliencia

Es un intangible sobre el que se han redoblado esfuerzos atendiendo a las demandas de las empresas. Los resultados del cuestionario especial sobre el impacto de la covid-19, incluido en la Encuesta de Coyuntura de Exportación del segundo trimestre de 2020, identificaron las campañas para mejorar la imagen internacional de España como uno de los cuatro instrumentos prioritarios a reforzar.

En este sentido, a las campañas de imagen tradicionales (plan de medios, planes generales o sectoriales), se han unido nuevas campañas sector-mercado en sectores fundamentalmente marquistas y en cuya imagen de marca se le atribuyen componentes muy asociados al origen español (gastronomía, vino, moda, hábitat...). En este sentido, ha habido un especial refuerzo de los mensajes relacionados con la solidaridad de las empresas españolas ante la covid-19. Mención especial tiene el lanzamiento de la campaña *SpainFoodNation*, en colaboración con el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, para actividades de comunicación y relaciones públicas hasta finales del primer semestre de 2021.

A ello, unimos la optimización de la presencia en ferias y foros virtuales con fuerte impacto en imagen, dónde cabe destacar el premio al pabellón español "Cinema From Spain" en el Marché du Film virtual de Cannes 2020.

## 6 Preparando a las empresas para el día después

La covid-19 ha venido a acelerar algo que ya formaba parte de la realidad internacional: la digitalización no es una opción sino una condición necesaria de supervivencia en los mercados internacionales.

Durante el estado de alarma, la labor en materia de comercio electrónico ha sido intensiva, marcada por tres líneas de trabajo. En primer lugar, la sensibilización y capacitación de las empresas, a través de instrumentos específicos como cursos, *webinars*, etc. En segundo lugar, el nuevo programa de consultoría estratégica Venta *Online* Internacional ICEX e-Market Services, especialmente diseñado para dar una asistencia específica y personalizada a la empresa en su estrategia *online*. Y, por último, el refuerzo de los acuerdos y programas específicos con plataformas sectoriales para facilitar la entrada y posicionamiento de las empresas españolas.

## 7 [www.investinspain.org](http://www.investinspain.org)

La Inversión Extranjera Directa tiene que ser parte del conjunto de palancas que ayuden a salir de la actual situación de crisis. Una pieza esencial en la estrategia de comunicación de las fortalezas sectoriales y, en general, de las ventajas competitivas de España es su nueva web [www.investinspain.org](http://www.investinspain.org), desarrollada durante 2020. En ella, se ha prestado especial atención al diseño gráfico, la estructura, el contenido y la disposición de los elementos de forma que sea fácilmente navegable, convirtiéndose en un instrumento de promoción con altísimo potencial en la interacción con potenciales inversores.

Desde el mes de marzo, derivado de la alarma sanitaria, se ha intensificado la relación con las filiales de empresas multinacionales instaladas, poniendo a su disposición toda la labor de acompañamiento y de resolución de dudas y problemas relativos a su establecimiento. Igualmente, se ha reforzado la colaboración con los departamentos de la Administración General del Estado implicados en la gestión de la movilidad internacional, con el fin de dar continuidad a los proyectos de inversión iniciados antes o desde la declaración del estado de alarma en España.

## 8 #JUNTOSMÁSLEJOS

Todos los retos a los que se ha enfrentado ICEX en un año de enorme particularidad, se ha hecho de manera conjunta con otras instituciones con las que se comparte mandato: asociaciones sectoriales y empresariales, comunidades autónomas, academias, etc.

La Secretaría de Estado de Comercio, a través de ICEX, la Cámara de Comercio de España y la GEOE han puesto en marcha un punto de acceso único y virtual para los servicios de apoyo a la internacionalización empresarial. Esta iniciativa, #Juntosmáslejos, será escalable y ampliable a otros colaboradores.

En una primera fase, se ha planteado como un sencillo directorio de servicios, con el objetivo de avanzar en una coordinación más intensa y evitar solapamientos y confusión para la empresa exportadora o para aquellas que quieren iniciar la exportación. De esta manera, se facilita la búsqueda de información que permita responder a la pregunta ¿quién hace qué?

# ICEX EN CIFRAS 2020

○ **954**  
actividades realizadas

○ **1.343**  
Servicios Personalizados

○ **50.924**  
consultas sobre comercio internacional realizadas por **27.916** empresas

○ **664**  
empresas solicitantes del programa ICEX Next para iniciar o consolidar exportaciones

○ **10,23 millones €**  
por cuotas devueltas, beneficiando a más de **1.500** empresas

○ **22.577**  
participaciones empresariales en actividades relacionadas con la internacionalización

○ **8.038**  
participaciones empresariales en **141** jornadas/seminarios de análisis de mercado

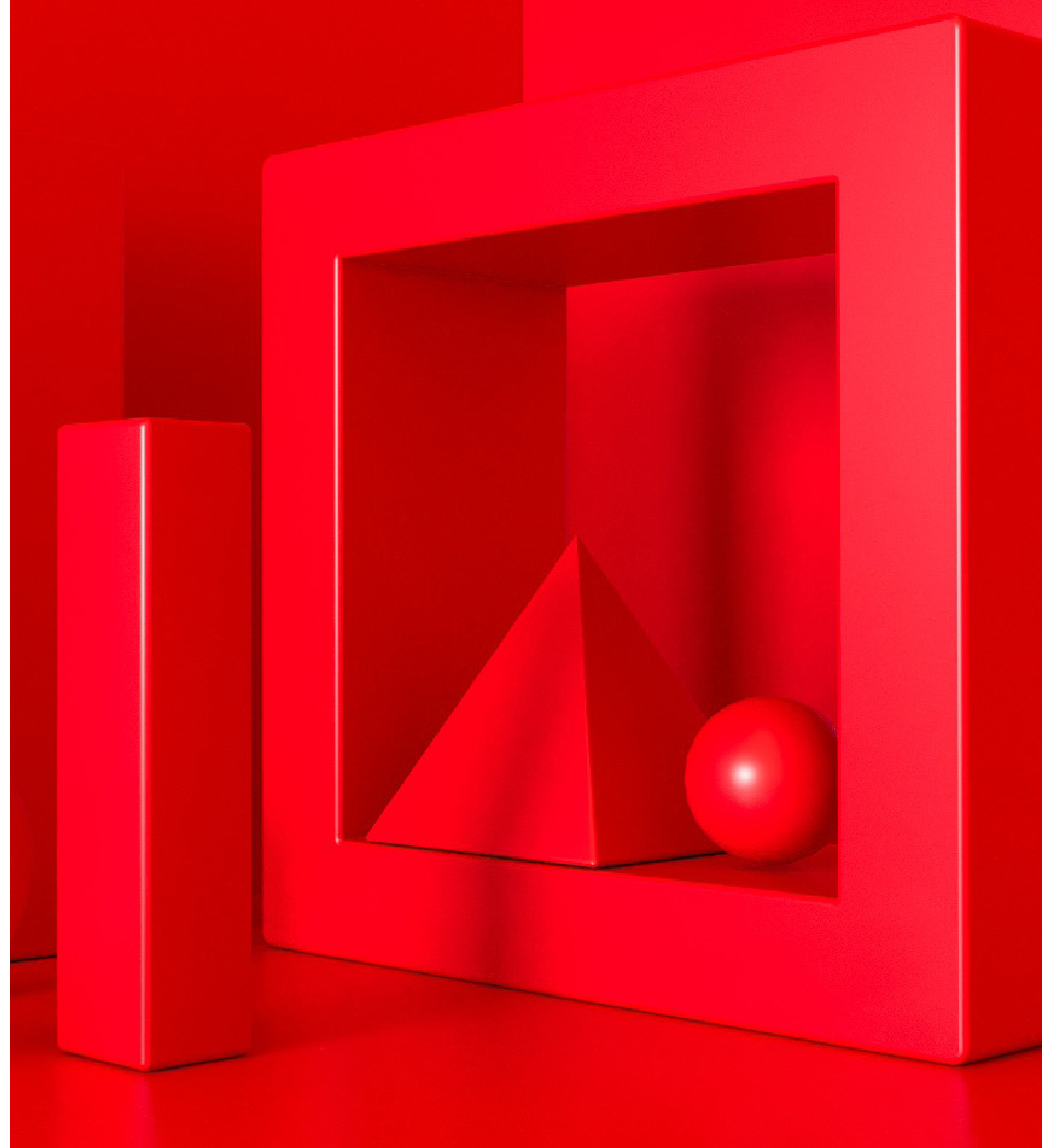
○ **30.198**  
usuarios de empresa española con servicios concedidos en 2020

○ **40**  
proyectos gestionados por ICEX-Invest in Spain han contribuido a la creación de **1.064** puestos de trabajo



# 1

## **SERVICIOS DE INFORMACIÓN, ASESORAMIENTO Y CAPACITACIÓN EMPRESARIAL**



# 1.1

## SERVICIOS DE INFORMACIÓN

### VENTANA GLOBAL

4,71

Satisfacción sobre 5

Asesoramiento para empresas en su proceso de internacionalización

○ **50.924**  
consultas resueltas.

○ **27.916**  
empresas atendidas.

### ESTUDIOS E INFORMES

○ **1.128**  
informes sectoriales.

○ **319**  
documentos de información sobre países.

### REVISTA 'EL EXPORTADOR'

○ **327.090**  
visitas.

### PLATAFORMAS DE INFORMACIÓN ONLINE

Campaña "No pares, ICEX está a tu lado"

Campaña personalizada dirigida a  
○ **9.700**  
empresas.

○ **658**  
empresas se convirtieron clientes de ICEX.

La campaña supuso  
○ **162.000**  
visitantes al portal.

Nuevo portal Invest in Spain para inversores extranjeros

○ **252.799**  
visitas.

www.icex.es

○ **638.049**  
usuarios registrados.

○ **1.921.097**  
visitantes.

○ **3.493.717**  
visitas.

○ **10.551.239**  
páginas vistas.

○ **420.788**  
descargas.

### OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

○ **3.708**  
suscriptores.

○ **617.847**  
oportunidades de negocio difundidas.

ICEX Next

○ **21.961**  
sesiones.

ICEX-CECO

○ **850.000**  
visitas.

○ **397.822** visitas.  
[www.foodswinesfromspain.com](http://www.foodswinesfromspain.com)

○ **115.217** visitas.  
[www.emarketservices.es](http://www.emarketservices.es)

### SIMULADOR DE COSTES DE ESTABLECIMIENTO

○ **75.901**  
usuarios.

○ **43.202**  
consultas.

Redes sociales

○ **71.879**  
seguidores en Twitter.

○ **41.207**  
fans en Facebook.

○ **74.309**  
seguidores en LinkedIn.

○ **14.971**  
suscriptores en YouTube.

○ **4.446**  
seguidores en Instagram.

# 1.1 Servicios de Información

## A. Ventana Global

Ventana Global ofrece un servicio de asesoramiento y de información gratuita para las empresas españolas en su proceso de internacionalización, a través del teléfono **(+34) 913 497 100** y del correo electrónico **información@icex.es**. Además, responde a la necesidad de las empresas de disponer de un punto de contacto único, eficaz, dinámico y de alto valor añadido que ofrezca soluciones completas, 'llave en mano', que cubra sus necesidades de información y asesoramiento a la hora de acceder a los mercados internacionales.

Es el canal común sobre todos los programas y servicios que la Administración General del Estado brinda a las empresas en su proceso de internacionalización

- Secretaría de Estado de Comercio del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.
- ICEX España Exportación e Inversiones.
- Compañía Española de Financiación del Desarrollo (COFIDES).
- Compañía Española de Seguro de Crédito a la Exportación (CESCE).
- Instituto de Crédito Oficial (ICO).
- ENISA.
- Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI).

Este servicio está conformado por un equipo de especialistas con capacidad para resolver, de manera eficaz, las consultas sobre estrategias en internacionalización, mercados internacionales, oportunidades de negocio, contactos comerciales, programas de apoyo, financiación internacional, trámites y documentación básica para la exportación. El servicio cuenta con la certificación ISO9001, lo que garantiza la calidad del servicio y la información facilitada a las empresas.

El servicio prestado por Ventana Global en 2020 ha obtenido una puntuación media de 4,71 puntos sobre 5.

En 2020 Ventana Global resolvió un total de 50.924 consultas sobre comercio internacional realizadas por 27.916 empresas, sobre todo, de empresas del sector servicios, bienes industriales, agroalimentarios y bienes de consumo.

### Consultas Ventana Global – Ranking por Productos ICEX

<i>Familia</i>	<i>Nº Consultas</i>	<i>% Total</i>
Impulso a las exportaciones	<b>20.732</b>	40,77
Asesoramiento para la internacionalización	<b>10.108</b>	19,88
Formación	<b>9.963</b>	19,59
Soporte portal ICEX	<b>4.314</b>	8,48
Atracción de inversión extranjera	<b>2.321</b>	4,56
Gestiones con ICEX	<b>1.876</b>	3,69
Iniciación a la exportación	<b>761</b>	1,5
Servicios apoyo a la implantación	<b>669</b>	1,32
Financiación de operaciones	<b>103</b>	0,2
Otros	<b>77</b>	0,15
<b>TOTAL</b>	<b>50.924</b>	<b>100,00</b>

## B. Aproximación a clientes: Plataformas de información *online*

En el contexto de las circunstancias acontecidas en 2020, ICEX apostó por un mayor acercamiento al tejido empresarial español con presencia e interés en los mercados internacionales, con el fin de mitigar el impacto en la ralentización o paralización de la actividad económica y las restricciones a la movilidad.

Durante 2020, ha resultado de enorme importancia disponer de información de valor sobre las necesidades de las empresas. En este entorno, ha sido fundamental la información recogida desde el CRM Global ICEX, así como la provista por el servicio de analítica digital, que ha facilitado una gestión avanzada en distintos entornos (posicionamiento de contenidos, usabilidad y accesibilidad, experiencia de usuario, captación de nuevos clientes, marketing de contenidos, redes sociales) y activos (portales, aplicaciones, vídeos...). Todo ello, ha contribuido a la optimización de procesos, a una mayor precisión en la segmentación de destinatarios de las comunicaciones y una eficaz ayuda en la toma de decisiones.

A modo de referencia, se han realizado un total de 1.864 campañas de 'email marketing' materializadas en algo más de 5.600.000 envíos a más de 400.000 contactos.

### Campaña “No pares, ICEX está a tu lado”

La irrupción de la covid-19, reorientó la puesta en marcha por parte de ICEX de una estrategia de acercamiento a clientes, basada en acciones enfocadas fundamentalmente a reactivar y/o intensificar la relación con algunos grupos objetivos de clientes con menor grado de utilización de los servicios ICEX.

Así, tras el relanzamiento de la oferta digital en [www.icex.es](http://www.icex.es), se llevó a cabo una campaña de proximidad a un colectivo de empresas objetivo, bajo el lema, “No pares, ICEX está a tu lado”. Mediante un contacto directo, se les ofreció mayor cercanía ante la excepcional situación, estando a su disposición para facilitarles el acceso a la oferta de servicios digitales de ICEX, así como orientarles en todas sus necesidades.

Todo este contacto directo ha permitido, en muchos casos, la mejora de la información sobre los clientes y una mayor participación de muchas de estas empresas en las distintas actividades promovidas por ICEX (*webinars* informativos y formativos, actividades *online*, solicitud de los servicios de asesoramiento personalizado o el consumo de productos de información a través del registro y navegación en el portal corporativo, entre otros).

Dicha iniciativa, se puso en marcha con el envío digital de una carta personalizada de la consejera delegada a una muestra de 9.700 empresas. De la respuesta a esta carta, se pudo establecer contacto directo con 2.605 compañías. Finalmente, un 25,3% de las contactadas directamente (658 empresas) han consumido un producto o servicio de ICEX.

### Sistema de portales ICEX

El sistema de portales ICEX en Internet se estructura en base al público objetivo al que se dirige: empresas españolas y empresas e inversores extranjeros.

| *Portales destinados a las empresas españolas:*

**Portal ICEX:** [www.icex.es](http://www.icex.es)

Es el portal donde se ofrece toda la información de la entidad relativa a programas, servicios propios y mercados exteriores, oferta de actividades, etc.

Durante 2020, se ha llevado a cabo un relanzamiento de la oferta digital de productos, servicios y contenidos orientados al asesoramiento personalizado, a la información, a la formación en internacionalización y a la participación en una seleccionada agenda de actividades *online* con un objetivo único, continuar con la salida e implantación en el exterior de las empresas españolas.

Más de 17.000 usuarios se han registrado en [www.icex.es](http://www.icex.es) durante 2020 y el consumo de contenidos en las agendas formativas y de promoción virtual ha aumentado notablemente.

Entre los meses de marzo y junio, durante los que se llevó a cabo la campaña de difusión de los Servicios Digitales de ICEX, se registraron aproximadamente 84.000 visitas y 162.000 visitantes accedieron a las distintas páginas promocionales de la oferta digital descrita.

El hecho de proporcionar al cliente la amplia gama de servicios digitales formativos de los que dispone ICEX, ha supuesto una importante ayuda poder afrontar nuevos retos surgidos de la covid-19: financiación, inversión, circulación de mercancías, aduanas, barreras, innovación y nuevos formatos de gestión y transformación empresarial, entre otros. Todo ello, a través de distintas y novedosas modalidades de *webinars*, cursos gratuitos, ciclos de videoconferencias sobre mercados y un nuevo calendario de actividades *online* sobre mercados y plataformas electrónicas.

De manera adicional a la consultoría personalizada y a la formación *online*, el relanzamiento de la oferta digital ha permitido poner a disposición de las empresas servicios de información para no detener su proceso de internacionalización (documentación, información sobre países, mercados electrónicos, estadísticas de comercio exterior, información sectorial, oportunidades de negocio, información sobre costes de establecimiento, revista 'El Exportador', etc.).

**Contenidos del portal www.icex.es 2020**

TIPO	SUBTIPO	TOTAL
Documentos		1.859
Enlaces		480
<b>Volumen de contenidos publicados en www.icex.es 2020</b>		
<b>Noticias</b>		5.086
	Partenariado	2
	Pabellón Oficial	48
	Encuentro Empresarial	4
	Actividad Promocional	202
<b>Actividades de promoción en el exterior</b>	Feria Exterior	354
	Actividades no Portal ICEX	16
	Feria Nacional	66
	Participación Agrupada	119
	Misión	45
	Espacio España	68
	Foro*	0
	Seminario	754
<b>Licitaciones**</b>		0
<b>Oferta de Empleo</b>		89

\* El último Foro celebrado fue en el 2019.

\*\* Desde 2019, todas las licitaciones se publican directamente en la Plataforma de Contratación del Estado. Desde el Portal ICEX se facilita el acceso a la misma.

**Estadísticas de acceso al portal www.icex.es 2020**

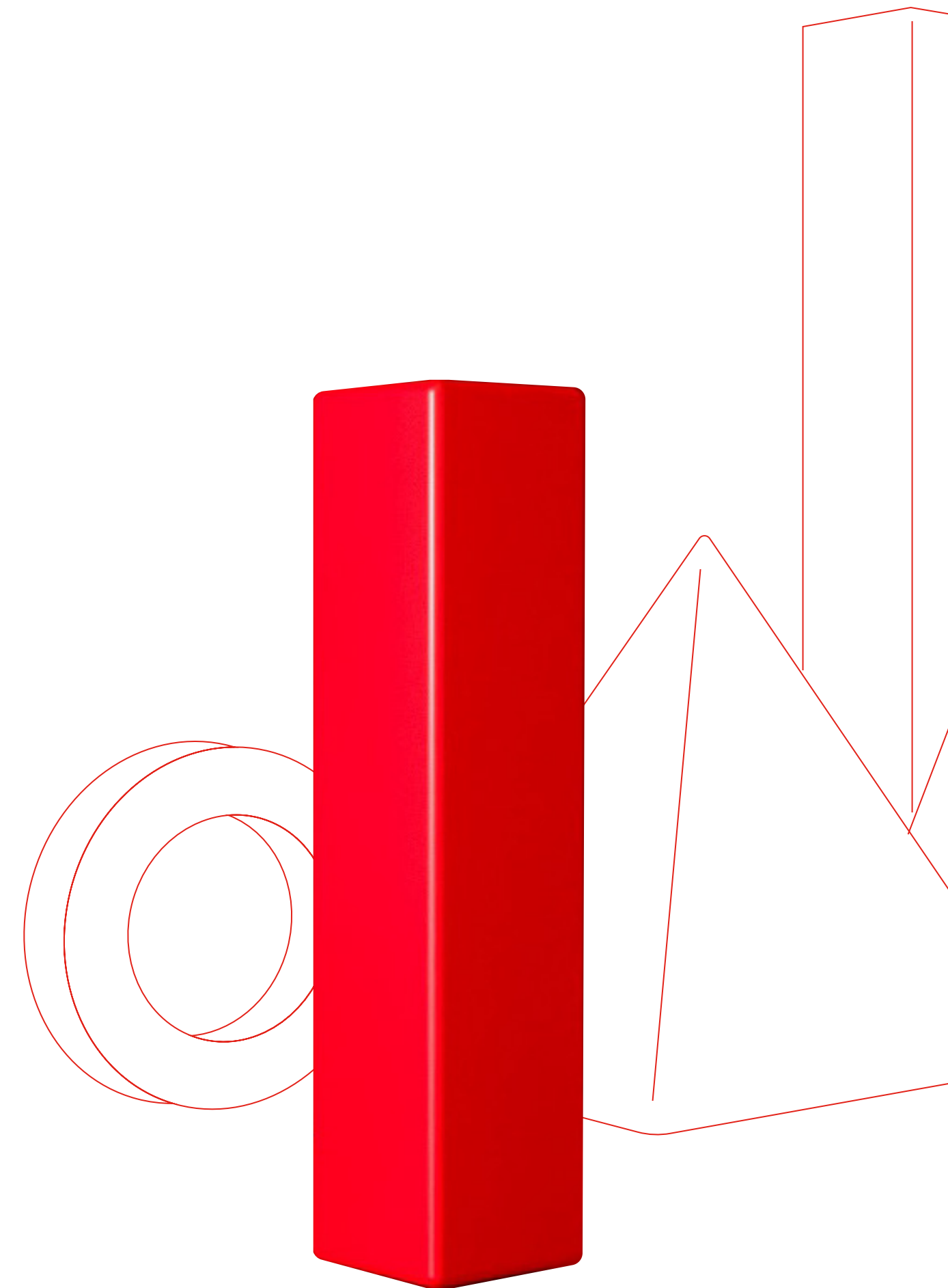
<b>Visitantes</b>	Número de visitantes que han hecho al menos una visita al portal ICEX	1.921.097
<b>Visitas</b>	Sesiones o visitas efectuadas al portal ICEX por los usuarios durante el ejercicio	3.493.717
<b>Visitas efectivas</b>	Sesiones o visitas que han consumido más de una página durante el periodo	1.183.710
<b>Nuevas visitas</b>	Sesiones efectuadas por visitantes que acceden al portal ICEX por primera vez	1.814.316
<b>Páginas vistas</b>	Cantidad de páginas vistas	10.551.239
<b>Páginas vistas por visita</b>	Media de páginas vistas por cada visita	3,02
<b>Tráfico orgánico (dimensión) en relación con visitantes (métrica)</b>		1.822.511
<b>Tráfico orgánico (dimensión) en relación con visitas (métrica)</b>		2.883.788
<b>Descargas</b>		420.788

**Usuarios del portal www.icex.es con servicios concedidos 2020**

<b>Empresa española</b>	280.924
<b>Institución española</b>	11.811
<b>Persona física</b>	345.314

**Usuarios por servicio del portal www.icex.es 2020**

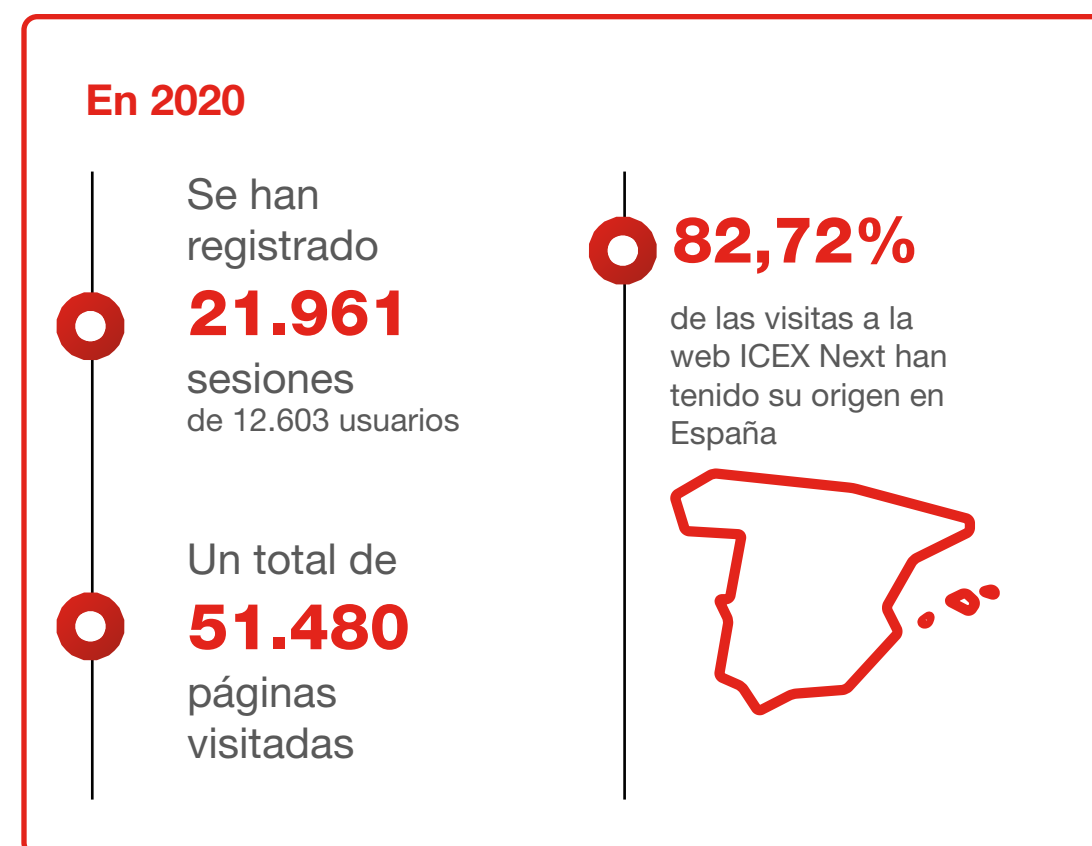
<b>Oportunidades de Negocio</b>	12.912
<b>Administrador de datos de empresa</b>	36.400
<b>Boletín 'ICEX Informa'</b>	106.882
<b>Boletín 'El Exportador'</b>	98.815
<b>Estadísticas</b>	113.669
<b>Aula Virtual</b>	38.996
<b>Pasaporte al Exterior</b>	98.246
<b>Alertas</b>	51.594
<b>Simulador de costes de establecimiento</b>	74.093
<b>Boletín Multilateral</b>	564



**Portal ICEX Next:** [www.icexnext.es](http://www.icexnext.es)

La plataforma ICEX Next, en su área privada, es la herramienta de gestión que permite a las empresas beneficiarias conocer en detalle los servicios ofertados por el Programa ICEX Next, acceder a los mismos seleccionando aquellos que mejor se ajusten a sus necesidades y evaluar, a posteriori, el trabajo realizado por los consultores y asesores.

En esta plataforma interactúan empresas Club Next, gestores ICEX del programa y prestadores de servicios. Además, permite desarrollar el Programa ICEX Next con elevados niveles de calidad y eficacia en todas sus fases. Asimismo, en su parte pública es un elemento promocional importante y medio de captación de empresas.

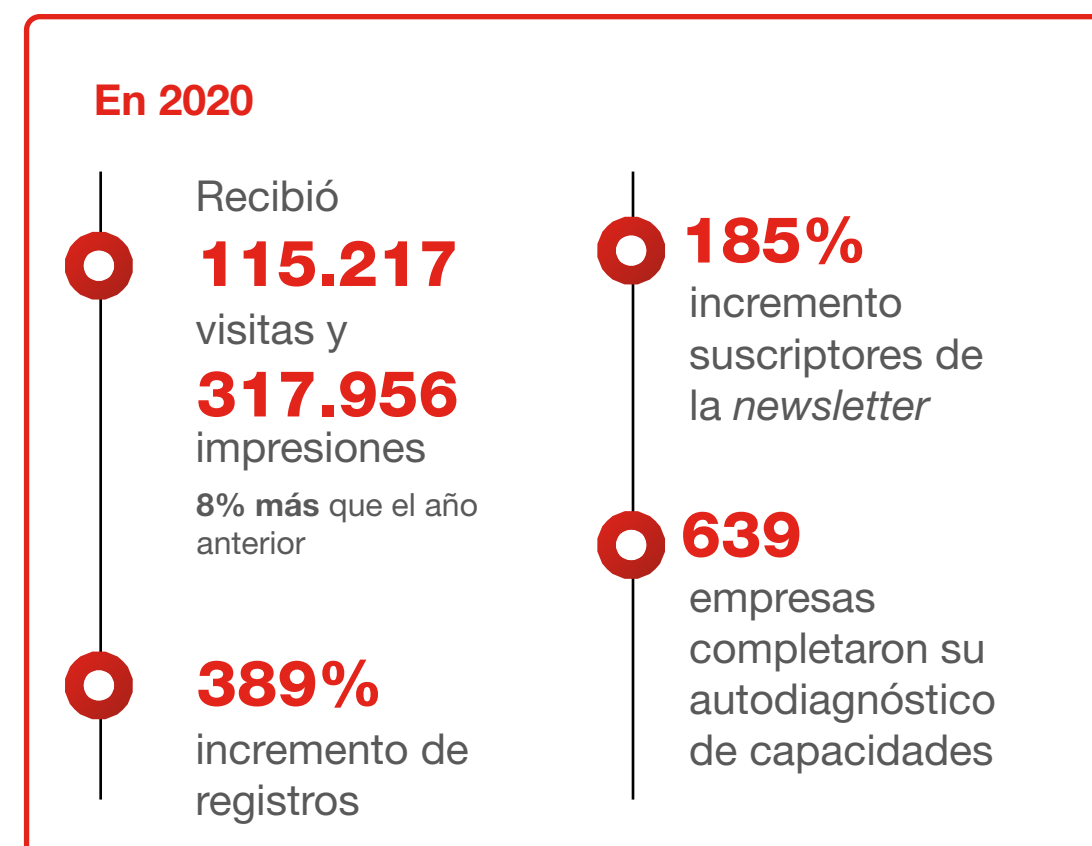


**Portal ICEX-CECO:** [www.icex-ceco.es](http://www.icex-ceco.es)

Esta plataforma ofrece una amplia oferta de cursos, programas especializados, másteres y MBA. En 2020, el portal de formación recibió más de 850.000 visitas.

**Portal eMarket Services:** [www.emarketservices.es](http://www.emarketservices.es)

Principal canal de comunicación del programa ICEX eMarket Services, aglutina todos los recursos necesarios para definir una estrategia de internacionalización *online* con una visión 360°. Acapara, desde las etapas iniciales de evaluación de capacidades de la empresa y formación, hasta los recursos necesarios de información y asesoramiento para diseñar e implementar un proyecto de venta *online* internacional.



En cuanto a los contenidos publicados, la web ofreció, entre otros, 191 informes de mercado sobre comercio electrónico de más de 70 países, información de 1.059 *marketplaces*, 1.345 noticias, 32 casos de éxito, 81 entrevistas a *marketplaces* y proveedores de soluciones de comercio electrónico, 161 artículos e-business y 87 post en la Red de Expertos.

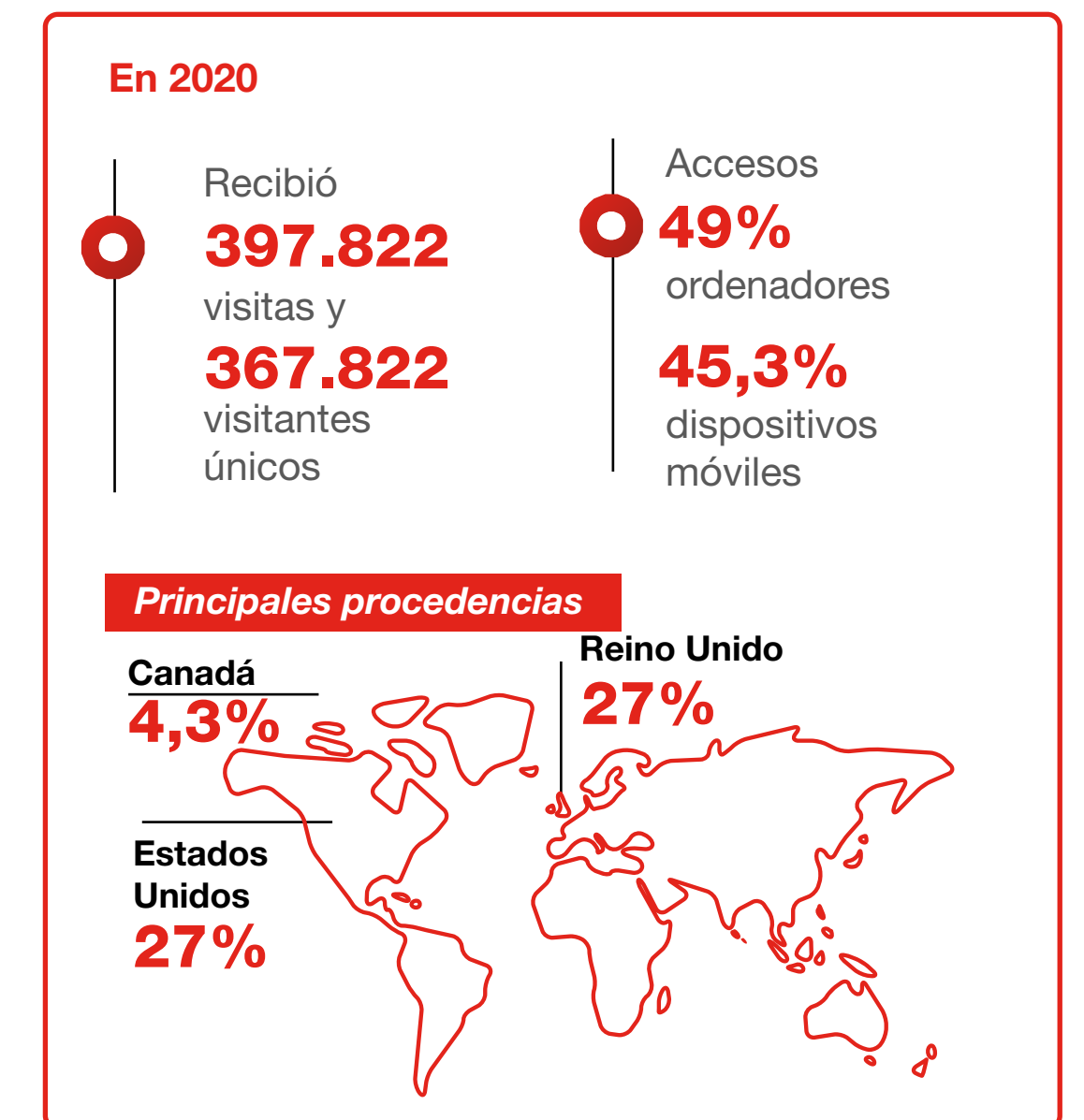
| **Portales destinados a las empresas extranjeras:**

Se trata de portales dirigidos a prescriptores, profesionales especializados y consumidores extranjeros.

**Portales “From Spain”:**

[www.foodswinesfromspain.com](http://www.foodswinesfromspain.com) es el principal instrumento de difusión de la calidad de los alimentos y vinos de España, de nuestra gastronomía y su presencia internacional, así como de las empresas españolas del sector y de los eventos que Foods and Wines from Spain desarrolla en todo el mundo.

Esta web marca la estrategia de promoción y contenidos de otros portales adaptados a diferentes idiomas y a las preferencias de consumo de mercados específicos, que ayudan a fortalecer la presencia digital de los alimentos, los vinos y la gastronomía españoles en los principales mercados objetivo.



En 2020, se han puesto en producción funcionalidades adicionales para las opciones Business, de especial interés para los importadores internacionales de productos españoles:

- Nueva presentación de Exporters, que permite el contacto directo de los compradores internacionales con las empresas españolas participantes en el programa ICEX Colabora, pudiéndose localizar por nombre de empresa, marcas y productos.
- Geolocalización de establecimientos de la sección Restaurants & Shops, que constituye una nueva base para la promoción digital de los productos españoles disponibles en cada mercado.
- La renovada sección Events impulsa la promoción de cada una de las acciones Foods and Wines from Spain en los mercados internacionales entre los profesionales de cada país y el conocimiento de las empresas y productos participantes. Se trata de un nuevo elemento de comunicación que amplifica la difusión de los eventos entre profesionales, impulsada en muchos casos por campañas digitales de promoción.
- En el ámbito de la formación, el portal recoge toda la información y actualidad referente al diploma oficial de Vinos de España, que contará con dos titulaciones: Spanish Wine Specialist y Spanish Wine Certified Educator. Así, se responde a la demanda generada en los mercados por los profesionales extranjeros para incrementar su conocimiento de los vinos de España.

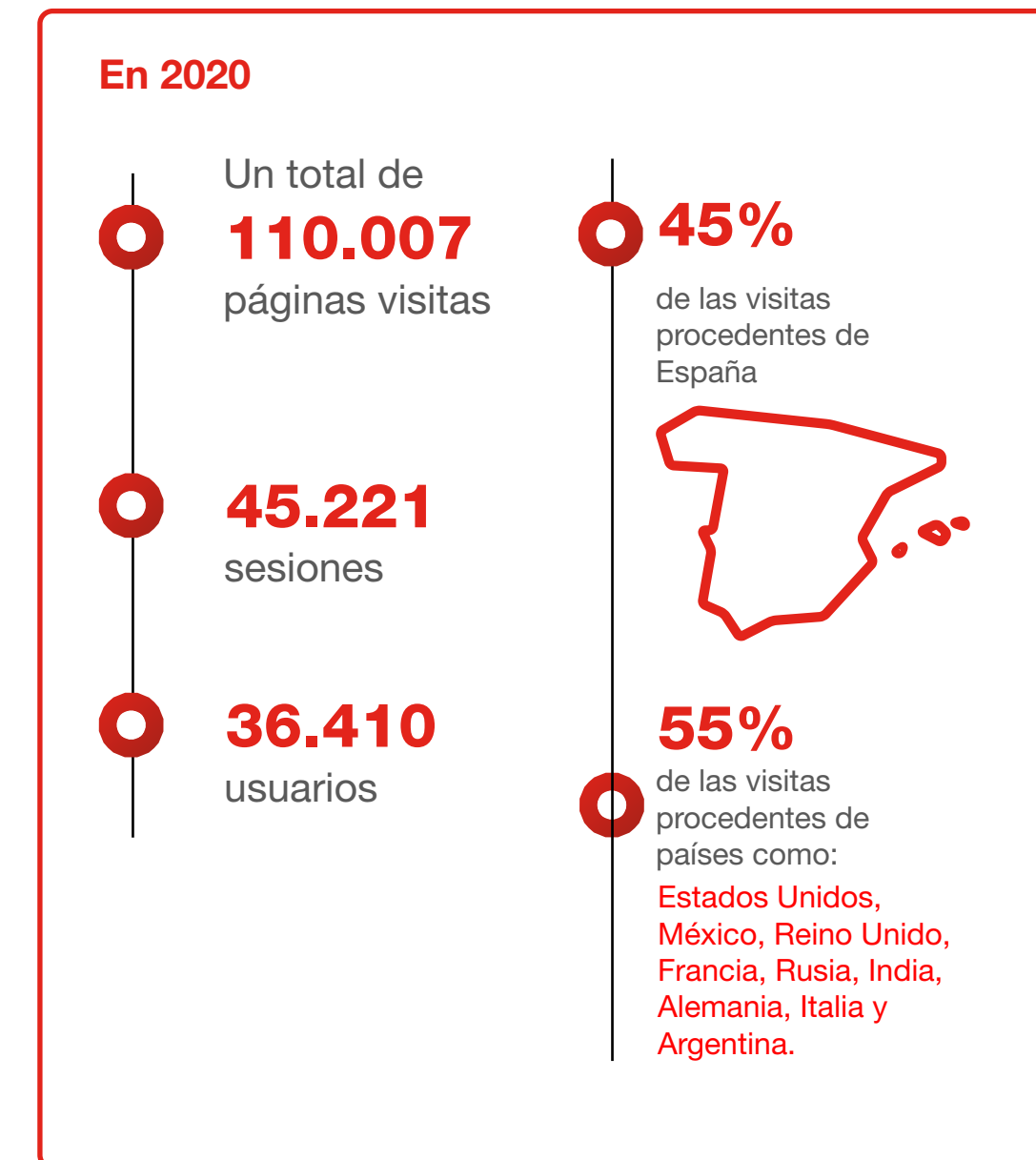
Como contenido destacado en 2020, cabe mencionar la sección dedicada a la campaña Spain Food Nation, que ha recogido todas las acciones que se han llevado a cabo en lo que se refiere a las inserciones en medios de comunicación internacional, así como al desarrollo de acciones de relaciones públicas dirigidas a prescriptores, importadores y prensa especializada.

Lanzada en septiembre de 2020, en solo tres meses, su importancia en el portal alcanzó el 16%.

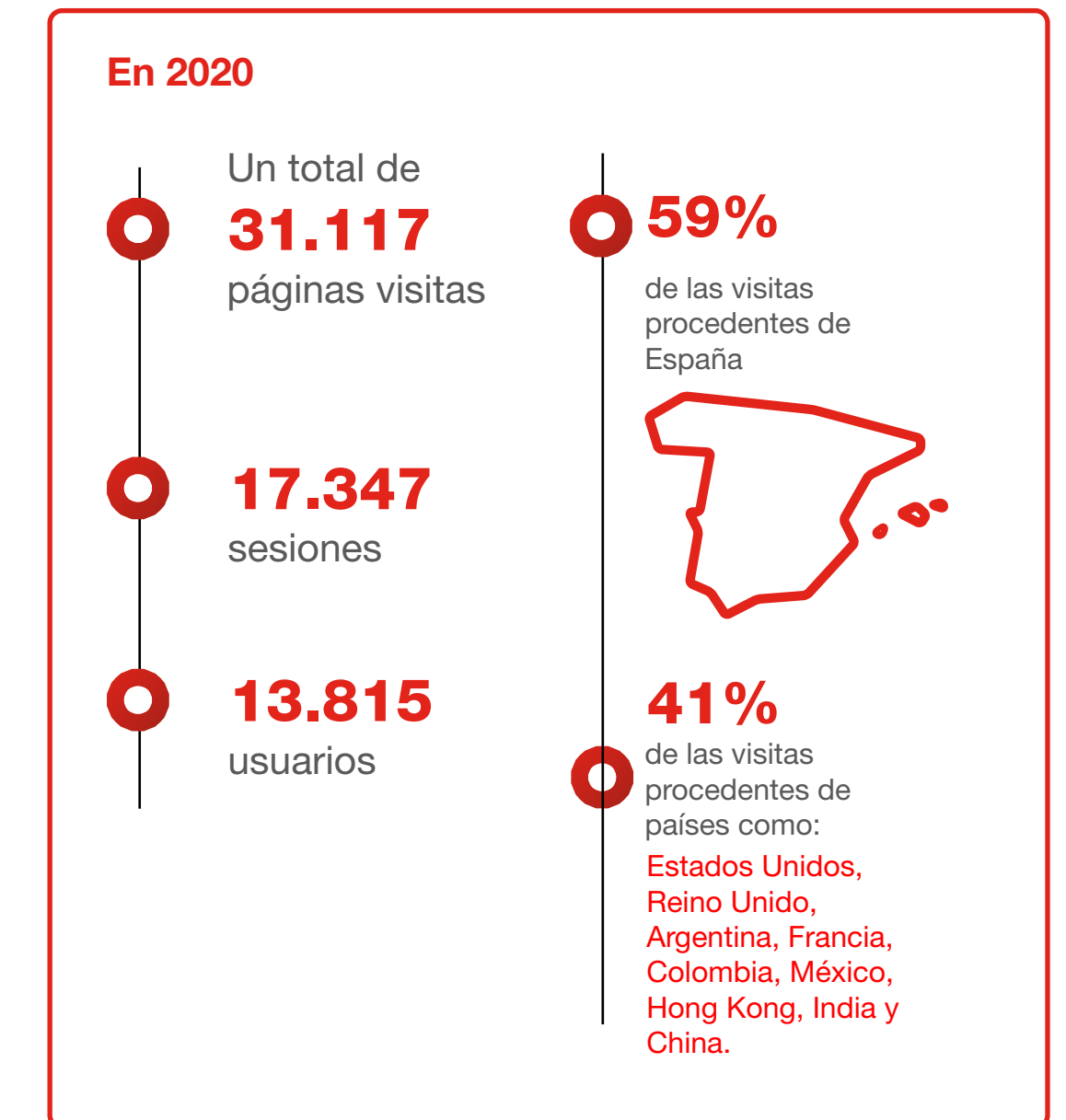


[www.interiorsfromspain.com](http://www.interiorsfromspain.com) cuyo objetivo es el de promocionar las empresas y los diseñadores españoles entre los profesionales de los sectores de hábitat en todo el mundo (arquitectos, diseñadores, decoradores, prensa profesional y compradores internacionales).

En 2020, este portal alcanzó los 7.750 suscriptores activos a través de los cuatro boletines -en inglés (47,8%), español (27%), ruso (20,7%) e italiano (4,5%)- que se envían cada dos meses.



[www.audiovisualfromspain.com](http://www.audiovisualfromspain.com) tiene por objetivo extender al ámbito digital la promoción de las empresas productoras y distribuidoras de cine y televisión de España, complementando las actividades presenciales del sector organizadas por ICEX. Cuenta con un canal de noticias semanal y con información actualizada sobre cómo co-producir y sobre los incentivos para rodar en nuestro país. Sus principales clientes son productores y distribuidores internacionales, así como prescriptores del sector (medios especializados y festivales de cine).



**Portal Invest in Spain para inversores extranjeros:**

[www.investinspain.org](http://www.investinspain.org)

En 2020, concluyó el proyecto de la **nueva web de ICEX-Invest in Spain**, que nació con el objetivo, no sólo de mejorar el diseño, la arquitectura y la navegación del portal anterior, sino, sobre todo, de convertirse en una herramienta fundamental para el posicionamiento de España como destino de inversión extranjera directa. Igualmente, la nueva web pone en valor los servicios y programas que Invest in Spain ofrece a los inversores internacionales para facilitarles su implantación en este país.

El portal incluye cuatro ejes básicos de información:

- Por qué España.
- Sectores.
- Establecimiento.
- Te ayudamos.

A estas secciones, se suman otras de carácter transversal como emprendimiento, innovación y sostenibilidad, que tienen el objetivo de captar proyectos en estas áreas para las que ICEX-Invest in Spain cuenta con programas específicos de apoyo.

Además, la web dispone de secciones enfocadas a inversores de áreas geográficas específicas, como China Desk, dirigido al inversor chino y en su idioma, y Latam Desk, para el inversor del área de Latinoamérica. Por último, se encuentra presente la sección de regiones, con datos proporcionados por las diferentes oficinas de desarrollo regionales, información sobre la red de oficinas en el exterior y una variada selección de noticias de actualidad.



**Redes sociales**

La presencia en redes sociales de ICEX se articula, por un lado, mediante perfiles corporativos en aquellas plataformas que sirven de comunicación con empresas y usuarios en España, y por otro, a través de perfiles sectoriales en aquellas redes sociales donde participan empresas, distribuidores y prescriptores extranjeros.

En relación con las redes sociales corporativas, durante 2020, se reforzó su presencia, consolidándose como un canal para el posicionamiento de ICEX como referente de internacionalización.

A 31 de diciembre de 2020, estas redes contaban con la siguiente comunidad:

| **Redes sociales dirigidas al público español:**



| **Redes sociales dirigidas al público extranjero:**

**Perfiles de Foods & Wines from Spain:**

Facebook ha sido la red social que más tráfico ha redirigido al portal, con más de 148.000 impresiones, seguida de Twitter, con más de 7.500 impresiones.



**Perfiles de Interiors from Spain:**

A finales de 2020, Instagram contaba con 3.796 seguidores, Facebook con 32.293 fans y Twitter con 6.920 followers. El nuevo canal de YouTube, abierto este año, cuenta con 180 suscriptores.





## C. Documentación: Estudios e informes

### Editorial ICEX

ICEX, en su línea editorial, tiene un doble objetivo: por un lado, informar sobre mercados exteriores y, por otro, formar en comercio internacional. Los principales productos lanzados en 2020 fueron:

#### Documentos editados en 2020

	Publicados	Pend. publicar	Total
Estudios mercado	515	2	517
Fichas sector	149	3	152
Otros documentos	183		183
Guías de Acceso al Mercado de Reino Unido (a partir de enero de 2021)	18		18
<b>TOTAL INFORMACIÓN SECTORIAL</b>	<b>865</b>		<b>870</b>
Informes de feria	258		258
<b>TOTAL INFORMACIÓN DE MERCADOS</b>	<b>1123</b>		<b>1128</b>

### Fichas País:

Su diseño en versión electrónica gratuita permite la consulta *online* y la impresión en formato papel de los datos económicos y de comercio exterior de un país determinado.

En 2020, se han editado 41 Fichas País: Angola, Argelia, Australia, Brasil, Chequia, Chile, Canadá, China, Colombia, Corea del Sur, Costa de Marfil, Emiratos Árabes Unidos (dos actualizaciones), Estados Unidos, Egipto, Espagne, España en castellano, chino y ruso, Filipinas, Ghana, Guatemala, India, Indonesia, Japón, Kenia, Marruecos, México, Nigeria, Pakistán, Perú, Reino Unido, Rusia, Senegal, Serbia, Singapur, Spain, Spanien, Singapur, Sudáfrica, Turquía y Vietnam.

### Fichas Sector:

En su tercer año de vida, y con creciente aceptación, estos documentos refuerzan la oferta de información sectorial para empresas españolas con unos 160 títulos nuevos al año. Este nuevo formato, caracterizado por su concisión y enfoque práctico, ofrece una primera aproximación al sector analizado.

### Documentación sobre mercados exteriores

ICEX pone a disposición de las empresas españolas un fondo documental con información sobre mercados y países de más de 4.500 documentos. La mayor parte de ellos son elaborados por la red de Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior y el acceso *online* es público y gratuito a través de la red de portales ICEX.

Durante 2020, se publicaron 1.128 informes sectoriales (estudios de mercado, fichas sector, informes de ferias y otros documentos) y 319 documentos de información sobre países (guías país, informes económicos, guías de negocios, directorios, estadísticas, etc.).

El aplazamiento o suspensión de actividades feriales debido a la situación sanitaria, ha supuesto una lógica reducción en el número de informes de feria publicados en 2020: sólo 271 frente a los 859 de 2019. Por el contrario, se han publicado más estudios de mercado (526 frente a 455), además de 48 informes específicos acerca de los efectos y consecuencias de la covid-19 en otros tantos países.

El censo editorial se renueva de manera permanente y todos los estudios tienen una vida máxima de tres años para proporcionar a las empresas información verdaderamente útil y adaptada a sus necesidades.

Por otro lado, durante 2020, se publicaron 38 guías de incentivos a la implantación en el exterior, a la vez que se actualizaron, en colaboración con las Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior, 25 directorios de filiales extranjeras con matriz española, con un alcance de unas 3.000 empresas.

## Publicaciones para el inversor extranjero

### Barómetro del Clima de Negocios en España desde la Perspectiva del Inversor Extranjero:

En 2020, se realizó la decimotercera edición de esta publicación en la que participaron 830 directivos de filiales de empresas extranjeras establecidas en España. Este estudio destaca la valoración e importancia que otorga dicho colectivo empresarial a las distintas variables del clima de negocios español y adelanta sus perspectivas de desarrollo en términos de facturación, inversión, plantillas y exportaciones.

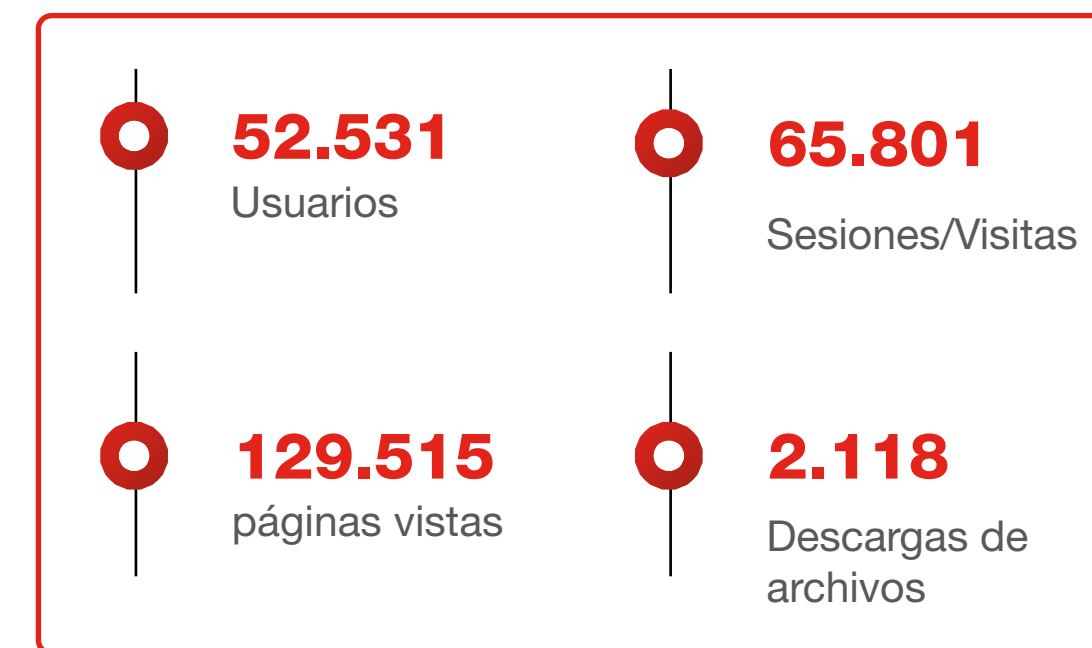
Se trata de un estudio realizado conjuntamente con Multinationales por Marca España y el International Center for Competitiveness (ICC) del IESE.

### Guía de negocios en España 2020 :

En noviembre, se presentó la 36ª edición de este trabajo que se elabora en colaboración con el despacho de abogados Garrigues. La guía contiene:

- Información mercantil, fiscal, laboral, de ayudas públicas, propiedad intelectual e industrial y comercio electrónico. Además, incluye separatas en materia de sociedades, sistema financiero y aspectos contables y de auditoría.
- Recoge, además, las principales reformas y modificaciones regulatorias que han entrado en vigor recientemente, sobre todo las derivadas de la situación generada por la covid-19.

Durante 2020, la edición *online* de la Guía de Negocios tuvo:



### Guía de incentivos y ayudas estatales:

Esta guía permite localizar fácilmente las diferentes líneas de incentivos y ayudas de carácter estatal que se ofrecen para estimular la inversión, fundamentalmente industrial y en actividades de I+D+i.

Se trata de la única guía de sus características que está traducida al inglés. Se aloja en el portal ICEX-Invest in Spain e incluye vínculos a los distintos organismos que ofrecen las ayudas e incentivos.

En abril de 2020, ICEX-Invest in Spain mejoró el “Buscador de ayudas e incentivos” mediante el desarrollo de una nueva base de datos e interfaz de usuario.

### Global LATAM:

Global LATAM es una iniciativa de ICEX, junto con la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB), centrada en la elaboración de un informe que analiza la Inversión Extranjera Directa en el exterior por parte de las empresas y fondos latinos.

En enero de 2020, se presentó el informe Global LATAM 2019-Series de Inversión Extranjera, primeramente en São Paulo (Brasil) y, posteriormente, en la sede de ICEX en Madrid. En el mes de mayo, de forma telemática, se presentó el informe en una jornada organizada por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

Además, durante 2020, se ha desarrollado la tercera edición del informe presentada en el mes de abril de 2021.

### Fondos Soberanos:

El informe de fondos soberanos es una iniciativa ICEX e IE University que analiza las principales tendencias de inversión de estos instrumentos en el mundo, con especial referencia a España.

En marzo de 2020, se presentó su novena edición en Madrid y posteriormente en una sesión telemática organizada por el IE en Nueva York para público no español.

Además, durante 2020, se elaboró la décima edición del informe que se ha presentado tanto en formato presencial como virtualmente en marzo de 2021.

### Monográficos sobre ayudas e incentivos publicados en 2020:

En noviembre y diciembre se publicaron las nuevas versiones de las Guías de Ayudas e Incentivos en inglés y castellano.

En 2020 se publicó la actualización de la versión española de la guía Starting Up in Spain.

También se han publicado en el portal Invest in Spain, en español y en inglés, los siguientes documentos:

- Pasos para constituir una Sociedad telemáticamente.
- Investment Trends and Records.
- Spain: your partner in Europe. Business Opportunities.
- Starting up in Spain (el ecosistema emprendedor en España).
- Spanish Frames.
- Folletos sectoriales en los sectores audiovisual, automoción, aeronáutico, agroalimentario, tecnologías de la información y la comunicación, energías renovables, ciencias de la vida, transporte y logística, química y turismo.
- Folleto Fondo Tecnológico.

Además, ICEX-Invest in Spain, en respuesta a la Ley 14/2013 de apoyo a los emprendedores, ha contribuido a la elaboración de los informes anuales que confecciona el Ministerio de Economía sobre propuestas de reforma regulatoria para la mejora del clima de negocios y sobre la posición relativa de la economía española en los principales indicadores internacionales de competitividad.

## D. Revista 'El Exportador'

Esta publicación ofrece a sus lectores información sobre el “estado de la cuestión” de aquellos contenidos que se recogen en sus distintas secciones: Observatorio, Mundo, Mercados y Empresas.

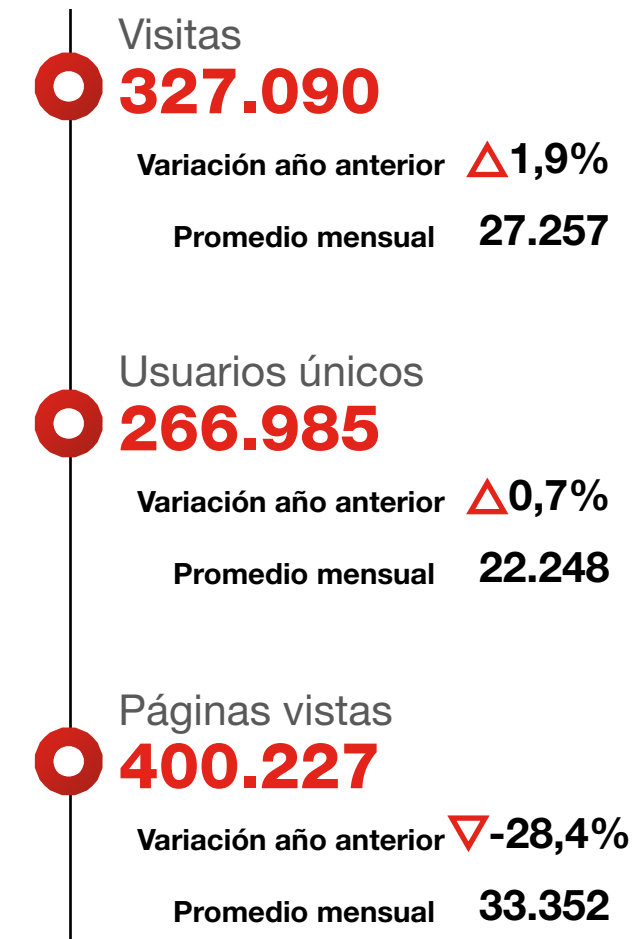
Tanto en los artículos de interés global, como en los dedicados más concretamente a países, sectores y empresas españolas internacionalizadas, la revista refleja las pautas que pueden ser más útiles para el tejido exportador e inversor español. Todo ello, acompañado de vídeos o *podcasts* que otorgan una mayor frescura a la información.

En particular, dentro de la sección Observatorio -la de carácter más transversal-, se han tratado durante 2020 temas tan relevantes como los Incoterms 2020, la Economía Azul o los Acuerdos Comerciales Canadá-Estados Unidos-México y Unión Europea Vietnam.

En 2020, la revista completó su oferta informativa habitual con una nueva sección, dedicada a repasar la actualidad de empresas, mercados y comercio internacional en relación con la situación derivada de la covid-19.

'El Exportador' publica mensualmente un boletín que recoge los contenidos publicados en los últimos 30 días y que se distribuye a 80.000 direcciones de correo.

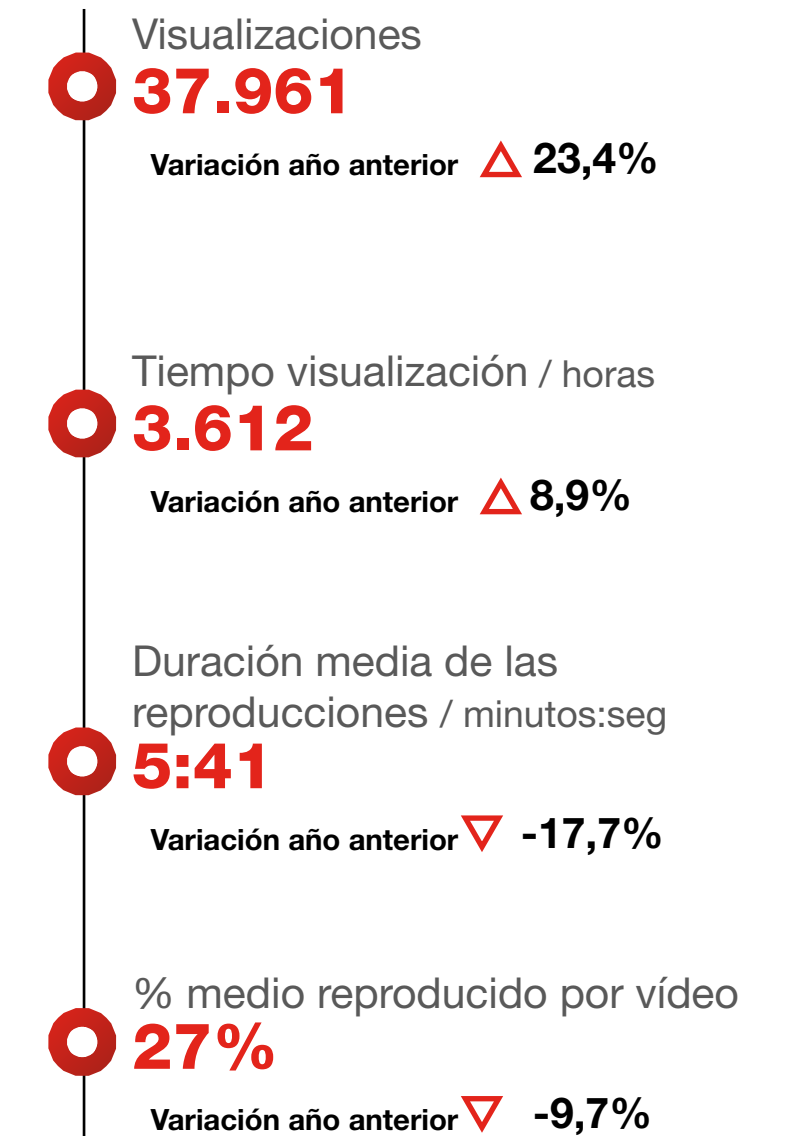
### Audiencia en 2020



Los vídeos están disponibles, además de en las propias páginas de la revista, en la sección Vídeos del portal ICEX, que incluye contenidos audiovisuales para promocionar la imagen-país y los principales sectores productivos y de servicios españoles. Los vídeos de 'El Exportador' abarcan asuntos como países prioritarios para la oferta española, sectores y mercados de oportunidad, experiencias empresariales, etc.

En 2020, 'El Exportador' produjo 14 vídeos, también incluidos en el canal de ICEX en YouTube.

### Cifras 2020



## E. Estadísticas de Comercio Exterior

A lo largo de 2020, ICEX continuó complementando el Servicio de Estadísticas de Comercio Exterior que ofrece a través de la web [www.icex.es/estadisticas](http://www.icex.es/estadisticas), facilitando la elaboración de informes de gran valor añadido para el exportador español.

Mediante las herramientas de estadísticas informativas de ICEX, la empresa española pudo generar análisis personalizados sobre la evolución del ‘Comercio Exterior Español, Europeo y Mundial de Bienes’, para, por ejemplo, identificar potenciales oportunidades de negocio en cualquier parte del mundo. Así, el servicio de Estadísticas de Comercio Exterior de ICEX incluye:

### Estadísticas de Comercio Exterior Español

#### ESTACOM:

A través de estas estadísticas, el usuario puede obtener información sobre las operaciones comerciales realizadas con los estados miembros de la Unión Europea -comercio intracomunitario-, así como con terceros países -comercio exterior-. Estas estadísticas son actualizadas cada mes por ICEX con datos procedentes de la Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales de la Agencia Estatal de la Administración Tributaria con dos meses de retraso respecto a la fecha actual. En 2020, se atendieron 332.117 consultas, lo que equivale a cerca de tres consultas por minuto por día lectivo.

#### Análisis del Comercio Exterior Español:

Facilitan la obtención, de forma automática e inmediata, de informes estructurados sobre el Comercio Exterior Español para cualquier sector, país, provincia y año. Durante 2020, se remitieron 8.112 informes, lo que representó cerca de 31 informes por día lectivo.

#### Perfil de la Empresa Exportadora Española:

Posibilitan la obtención, de forma simple e inmediata, de información global sobre el número de exportadores españoles para cualquier país, de cualquier producto y desde cualquier provincia, además de conocer las características de los mismos. En 2020, se remitieron 5.675 informes, lo que supuso de media un total de 21 informes consultados por día lectivo.

### Estadísticas de Comercio Exterior Europeo

#### EUROESTACOM:

A través de estas estadísticas el usuario puede obtener información sobre comercio exterior e intracomunitario de todos los estados miembros de la Unión Europea. Los datos son actualizados cada mes y la información vigente está actualizada con dos meses de retraso respecto a la fecha actual, la cual es abastecida por la agencia Eurostat. En el año 2020, se alcanzaron las 64.707 consultas, es decir, una consulta por cada dos minutos por día lectivo.

#### • Informes de Comercio Exterior Europeo:

Permiten la obtención de informes estructurados sobre el comercio exterior de la Unión Europea en su conjunto o de cualquiera de sus 27 estados miembros, para cualquier sector, país y año. A lo largo 2020, se remitieron 1.237 informes, es decir cinco informes por cada día lectivo.

### Estadísticas de Comercio Exterior Mundial

#### Informes de Comercio Exterior Mundial:

De los que en 2020 se solicitaron 1.829, permiten a cualquier usuario del portal del ICEX obtener:

- o **Informe Producto-País.** Ofrece datos de comercio exterior mundial del producto seleccionado para el país seleccionado, además de una comparativa y análisis de ese producto para el país seleccionado, con respecto al producto al que pertenece en las diversas zonas del país seleccionado.
- o **Informe País-Producto.** Ofrece datos de comercio exterior mundial del país y del producto seleccionado, además de una comparativa y análisis de ese país seleccionado con respecto al producto al que pertenece en las diversas zonas del país seleccionado.
- o **Informe País-País.** Ofrece datos con amplia información sobre las estadísticas de comercio exterior bilaterales entre los países seleccionados.

## F. Oportunidades de Negocio

ICEX ofrece la posibilidad de conocer, diariamente y de forma gratuita, oportunidades de negocio internacionales de obras, servicios y productos que puedan ser atendidas por empresas españolas y que realicen o faciliten la exportación de productos y/o servicios españoles, incluidas aquellas que atienden las necesidades de segmentos de población de ingresos relativamente bajos de países emergentes con alto potencial de crecimiento. Además, este servicio también difunde oportunidades con interés inversor en el exterior.

La cifra de suscriptores, a 31 de diciembre de 2020, fue de 3.108 con un número total de oportunidades difundidas de 617.847.



### Sectores de actividad de los suscriptores 2020

Macrosector	Suscriptores
1-Agroalimentarios	952
2-Bebidas	585
3-Bienes de consumo	967
4-Productos industriales y tecnología	2.343
5-Servicios	2.346
<b>TOTAL</b>	<b>7.194</b>

### Informaciones difundidas 2020

Tipo de información	Difundidas	
Licitación multilateral	Programas	178
	Proyectos	2.253
Licitación no multilateral	Licitación multilateral	18.848
	Información anticipada (de licitación no multilateral)	66
Inversiones	Licitación no multilateral	596.138
	Información anticipada de inversión	102
	Inversión privada	15
Solicitud de productos, servicio o proveedores	Inversión pública	80
	Eventos de inversión	12
Negocios sostenibles e inclusivos	Solicitud de productos, servicios o proveedores	145
	Eventos de compradores extranjeros	2
	Negocios sostenibles e inclusivos (ICEX Impact+)	8
<b>TOTAL</b>	<b>TOTAL</b>	<b>617.847</b>

## G. Simulación de costes de establecimiento en el exterior

El Simulador de Costes de Establecimiento en el Exterior es un servicio *online* de ICEX que permite conocer a cualquier empresa española el coste aproximado de la instalación de su empresa en cualquier mercado internacional y, a su vez, compararlo con otros países.

Es una herramienta de utilización sencilla y rápida, que ofrece información sobre los costes en el momento de crear una empresa, sociedad, sucursal, filial u oficina de representación en destino. También permite conocer información sobre los impuestos, alquileres o compras de oficinas o edificios, y sobre los salarios del personal o expatriados. Y, además ofrece información cualitativa sobre la coyuntura del mercado elegido, las principales ventajas e inconvenientes para las empresas españolas o los sectores con mayor oportunidad de negocio, entre otras informaciones.

En 2020, se actualizaron un total de 105 fichas de Costes de Establecimiento, de las cuales 22 correspondieron a Estados Unidos, tres a diversas regiones de China, dos a regiones de la India y una a Hong Kong.

Como muestra del interés de la empresa española en este servicio, en 2020 el número de usuarios registrados en este servicio ascendió a 75.901. Por su parte, el número de consultas a este servicio fue de 43.202.

Respecto a los países consultados, los primeros fueron Estados Unidos con 1.820 impresiones, por delante de Perú (1.077), Marruecos (1043) y China (768). Y dentro de la información consultada en los países, la constitución de empresa fue lo más visto, con 1408 impresiones, por delante de Laboral (1.189), fiscalidad (1.060) y clima de inversión (998).

# 1.2

## SENSIBILIZACIÓN Y CAPACITACIÓN EMPRESARIAL

○ **62**

jornadas y seminarios en materia de:

- ▲ Coordinación territorial y sensibilización
- ▲ Relaciones institucionales
- ▲ Sostenibilidad

### JORNADAS Y SEMINARIOS DE ANÁLISIS SECTORIAL DE MERCADOS

○ **80**

actividades presenciales y virtuales.

○ **8.038**

inscritos.

### AULA VIRTUAL

○ **57.709**

empresas suscritas.

○ **8.038**

En 2020 se publicaron seminarios y **11** tips (contenidos para dispositivos móviles).

Audiencia [www.aulavirtualicex.es](http://www.aulavirtualicex.es)

○ **47.003**

visitas.

○ **85,8%**

visitantes nuevos.

## 1.2 Sensibilización y capacitación empresarial

Durante 2020, ICEX ha redoblado sus esfuerzos por mantener su servicio a las empresas en materia de internacionalización. En tiempo récord se han efectuado un total de 62 jornadas y seminarios en materia de coordinación territorial y sensibilización, relaciones institucionales y sostenibilidad que se han efectuado principalmente vía *online*.

Las jornadas sobre exportación han sido las más solicitadas con un 21% del total, seguidas de la evolución digital de la cadena de suministros de productos químicos, que supusieron aproximadamente un 18%, mientras que los encuentros sobre servicios ICEX de internacionalización significaron el 11%. Otras jornadas con temática de interés fueron las relativas a marcas, mercados Halal, marketing digital, desafíos a los que se enfrentan las mujeres en el comercio internacional, Incoterms, sostenibilidad, etc.

### A. Jornadas y seminarios de análisis sectorial de mercado

Se trata de sesiones de información sobre mercados y sectores de interés prioritario para la política comercial española y que responden a las demandas e intereses del sector exportador. Estas acciones sirven para que las empresas españolas identifiquen oportunidades de negocio y reciban consejos y recomendaciones para aprovechar al máximo la acción comercial.

Estas jornadas cuentan, en su mayoría, con la participación de las Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior, con las que es posible concertar entrevistas personales.

#### Convocatorias por formato

Formatos	Nº Actividades	% s/total	Nº inscritos	% s/total
Seminarios Presenciales	13	14%	306	4%
Webinarios	67	74%	7732	96%
<b>Total seminarios</b>	<b>80</b>	<b>88%</b>	<b>8.038</b>	<b>100%</b>
Tips de mercados	11	12%		0%
<b>Total mercados exteriores</b>	<b>91</b>	<b>100%</b>	<b>8.038</b>	<b>100%</b>

#### Top 10 mercados: actividades y participaciones empresariales

Mercado	Nº Actividades	Nº Inscritos
Corea del Sur	23	245
Reino Unido	19	1.988
Marruecos	16	237
Kuwait	13	42
Ucrania	13	34
Serbia, Montenegro, Albania, Bulgaria y Macedonia	11	58
Costa de Marfil	10	29
India	10	294
México	8	312
Rumanía	6	92

## B. Aula Virtual

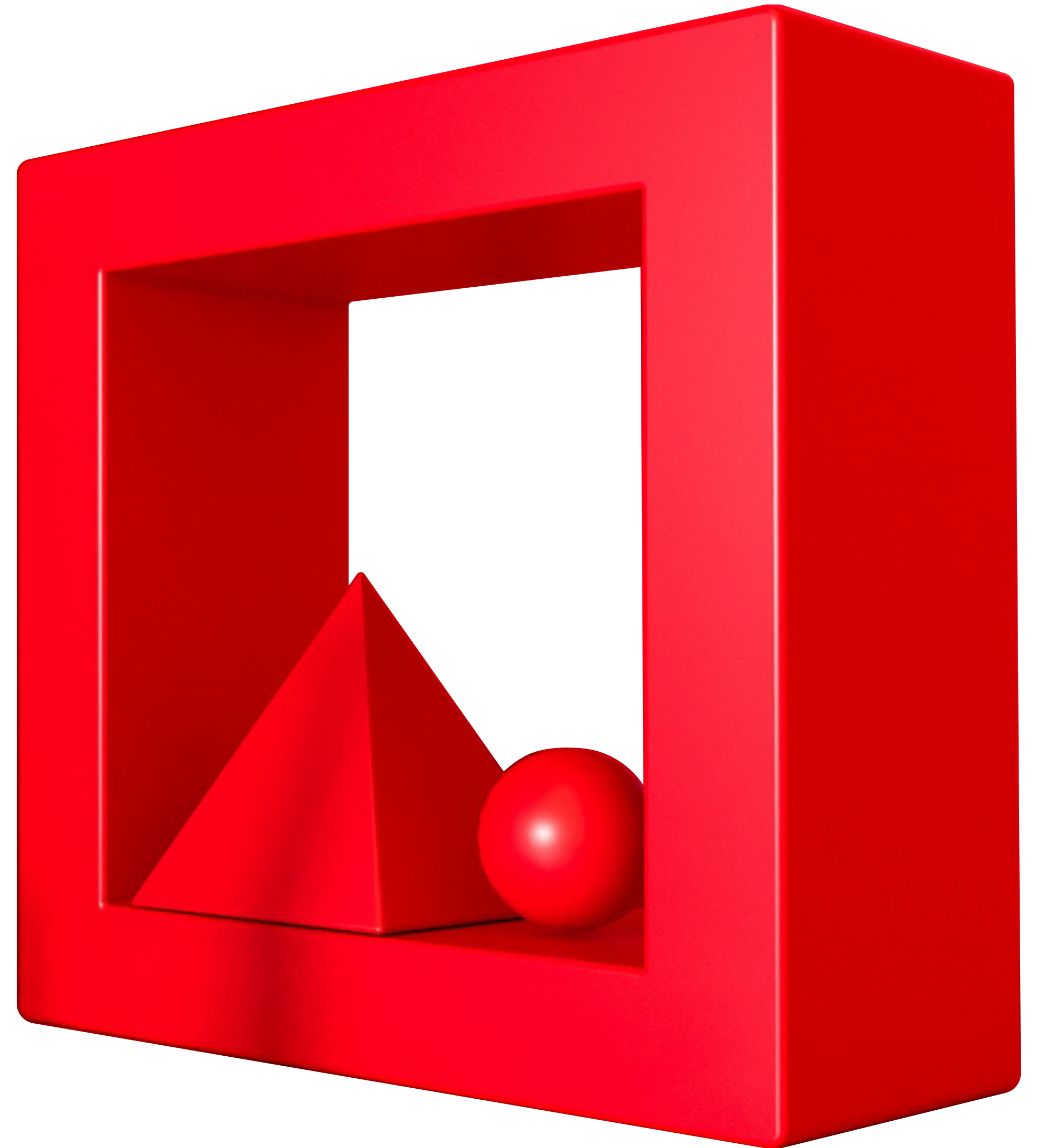
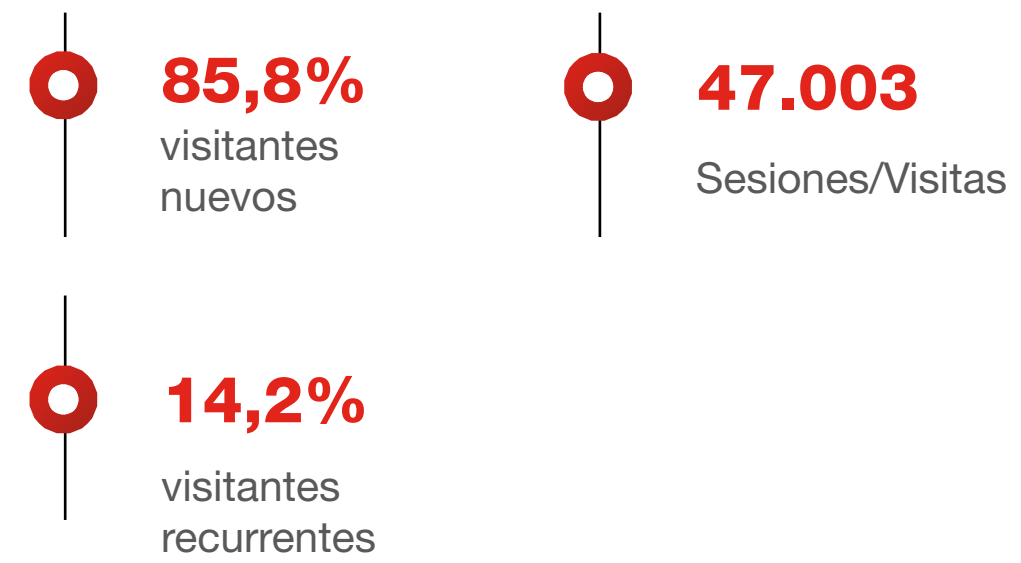
Esta plataforma permite la difusión *online*, en directo o en diferido, de los seminarios sectoriales de mercados exteriores que se convocan a lo largo del año. Se accede a través de Aula Virtual.

En 2020, se publicaron 50 seminarios en Aula Virtual y 11 *tips* (contenidos para dispositivos móviles que también se pueden visualizar a través del ordenador).

### Empresas suscritas por macrosector

	Nº Empresas	% s/total
Agroalimentarios	1.157	2,00%
Bebidas	224	0,39%
Bienes de consumo	235	0,41%
Multisectorial	7.501	13,00%
Otros	48.345	83,77%
Productos industriales y tecnología	149	0,26%
Servicios	98	0,17%
<b>TOTAL</b>	<b>57.709</b>	<b>100%</b>

### Audiencia [www.aulavirtualicex.es](http://www.aulavirtualicex.es)





# 1.3

## SERVICIOS DE ASESORAMIENTO

### SERVICIOS PERSONALIZADOS

4,32

Valoración sobre 5

- **1.343**  
servicios personalizados contratados.
- **2.365**  
unidades facturadas.
- Más de la mitad de las empresas  
**(53%)**  
repite en la contratación de servicios.

### ASESORAMIENTO FINANCIERO ICEX - AFIN

- **242**  
consultas.
- **186**  
empresas participantes.
- **61**  
países destino.
- **Jornadas y Talleres de asesoramiento financiero**
  - ▲ **13**  
webinarios.
  - ▲ **898**  
empresas participantes .

### ASESORAMIENTO EN COMERCIO ELECTRÓNICO

eMarket Services

**Primera convocatoria** del servicio de Consultoría Estratégica en Venta *Online* Internacional ICEX eMarketServices.

- **60**  
empresas participantes.
- **Principales sectores:**
  - ▲ **Alimentación**
  - ▲ **Moda**
  - ▲ **Productos industriales**

# 1.3 Servicios de Asesoramiento

## A. Servicios Personalizados

Servicios de valor añadido prestados directamente por las Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior. Desde su puesta en marcha en 2007, y hasta 2020, se han llevado a cabo 36.587 actuaciones en este tipo de servicios.

En 2020, se han contratado 1.343 Servicios Personalizados, con 2.365 unidades facturadas.

### Análisis por tipo de Servicio Personalizado

Nº SSPP	Año		%	
	2020	2019	2020	2019
Agenda	656	1.341	49%	57%
Identificación	523	653	39%	28%
Apoyo logístico	107	258	8%	11%
Información personalizada	44	65	3%	3%
Misión inversa	13	48	1%	2%
<b>TOTAL</b>	<b>1.343</b>	<b>2.365</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

### Servicios Personalizados por país

País	Nº Servicios Personalizados		Promedio de valoración	
	2020	2019	2020	2019
Estados Unidos	120	147	4,58	4,28
Alemania	64	109	3,91	4,15
Marruecos	45	52	4,29	4,56
Colombia	40	61	4,27	4,34
Indonesia	39	40	4,23	4,63
México	36	37	3,45	3,96
Egipto	34	45	4,18	4,53
Reino Unido	30	62	3,67	3,81
Qatar	29	28	4,89	4,78
China	29	61	3,83	3,97
Tailandia	29	32	4,46	4,63
Australia	27	44	4,12	4,38
India	27	53	4,69	4,46
Serbia	25	22	4,62	4,75
Costa de Marfil	24	47	4,30	4,15
Ghana	21	50	4,15	4,33
Rumanía	20	33	4,23	4,43
Corea Del Sur	20	45	4,56	4,19
Polonia	20	33	4,56	3,91
Vietnam	20	30	4,18	4,50
Filipinas	19	30	4,22	4,37
Senegal	19	30	3,91	4,35
Francia	19	32	5,00	3,75
Países Bajos	19	16	4,00	4,73
Rusia	18	28	4,13	4,41
Singapur	18	18	4,53	4,30
Chile	18	45	4,73	4,52
Croacia	17	14	4,38	4,14
Turquía	17	18	4,88	4,80
Ucrania	17	12	4,18	4,88

### 10 países con mayor número de Servicios Personalizados



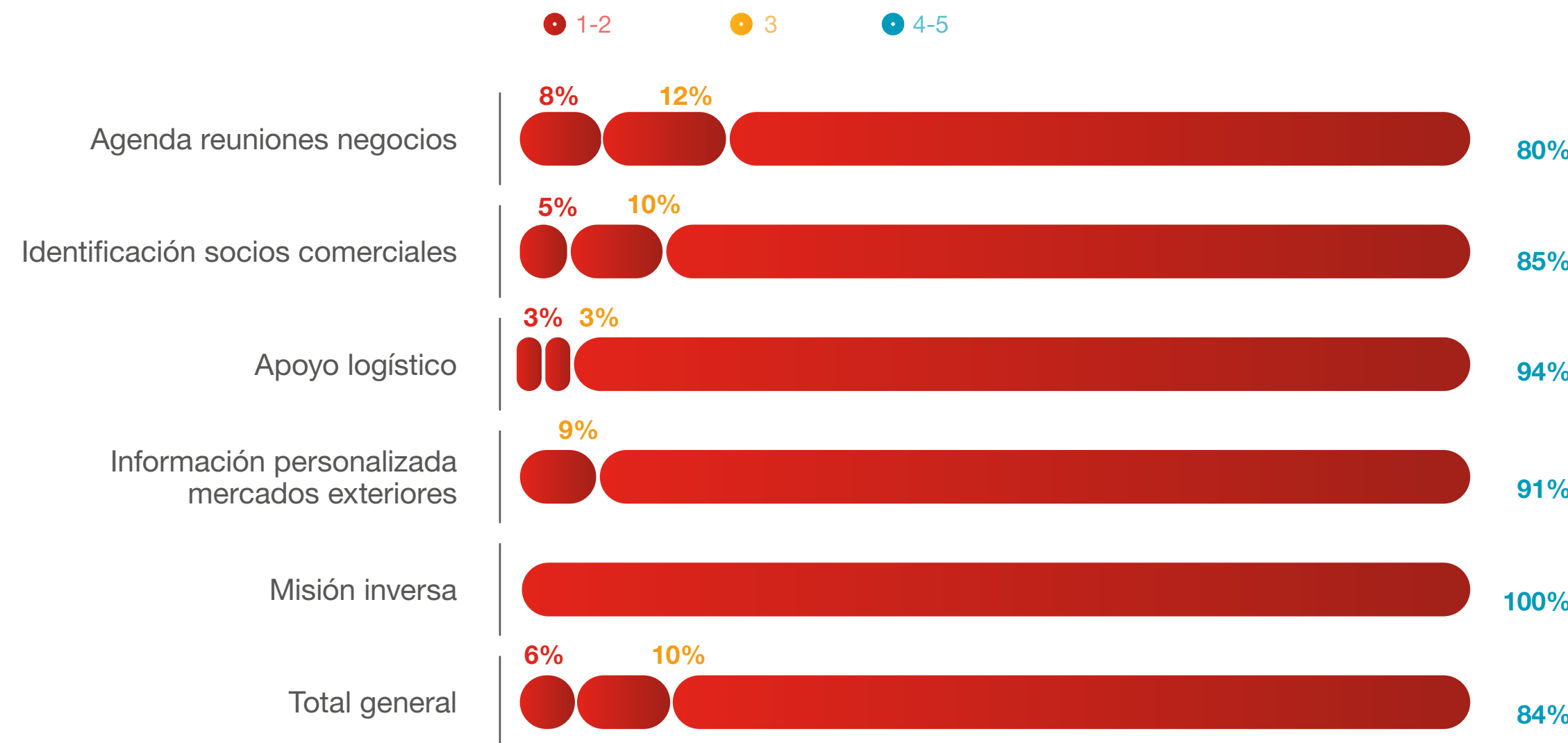
Países con mayores aumentos en la contratación de Servicios Personalizados: El Salvador, Guatemala, Bosnia Herzegovina, Suiza, Cuba, Estonia, Laos, Moldavia, Ucrania, República Dominicana, Hong Kong, Croacia, Países Bajos, Serbia, Uruguay, Bélgica, Qatar, Finlandia, Singapur, Letonia, Taiwán, Montenegro, Mauritania, Sri Lanka, Indonesia, México y Turquía.

El nivel de satisfacción del cliente con los diferentes Servicios Personalizados, que se mide a través de cuestionarios periódicos, ha ido en aumento en valoración media desde 2010. Del total de servicios realizados en 2020, se han recibido valoraciones de un 55% de las empresas, con una puntuación muy satisfactoria, sobre todo, en el caso de los servicios de Información Personalizada y Apoyo Logístico.

**Análisis por tipo de Servicio Personalizado**

Tipo servicio	Valoración media		% Cuestionarios		N° Servicios Personalizados	
	2020	2019	2020	2019	2020	2019
Agenda reuniones de negocios	4,22	4,30	55,5%	71,7%	656	1.341
Identificación socios comerciales	4,36	4,14	52,4%	62,2%	523	653
Apoyo logístico	4,61	4,56	65,4%	60,1%	107	258
Información personalizada	4,52	4,31	52,3%	40,0%	44	65
Misión inversa	4,50	4,79	15,4%	79,2%	13	48
<b>TOTAL</b>	<b>4,32</b>	<b>4,29</b>	<b>54,6%</b>	<b>67,1%</b>	<b>1.343</b>	<b>2.365</b>

**Valoración de los Servicios Personalizados 2020 por tipo**



**Fidelización de las empresas contratantes de Servicios Personalizados**

Más de la mitad (53%) de las empresas que han contratado un Servicio Personalizado en el pasado (desde 2014), lo han vuelto a hacer en 2020. Por otra parte, el porcentaje de empresas nuevas contratantes de Servicios Personalizados ha sido un 47%, dos puntos más que en 2019.

**Análisis por tipo de Servicio Personalizado**

N° empresas	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Nuevas	1.897	1.197	953	704	619	579	396
Repetidoras	0	621	735	664	651	698	445
<b>Total empresas</b>	<b>1.897</b>	<b>1.818</b>	<b>1.688</b>	<b>1.368</b>	<b>1.270</b>	<b>1.277</b>	<b>841</b>

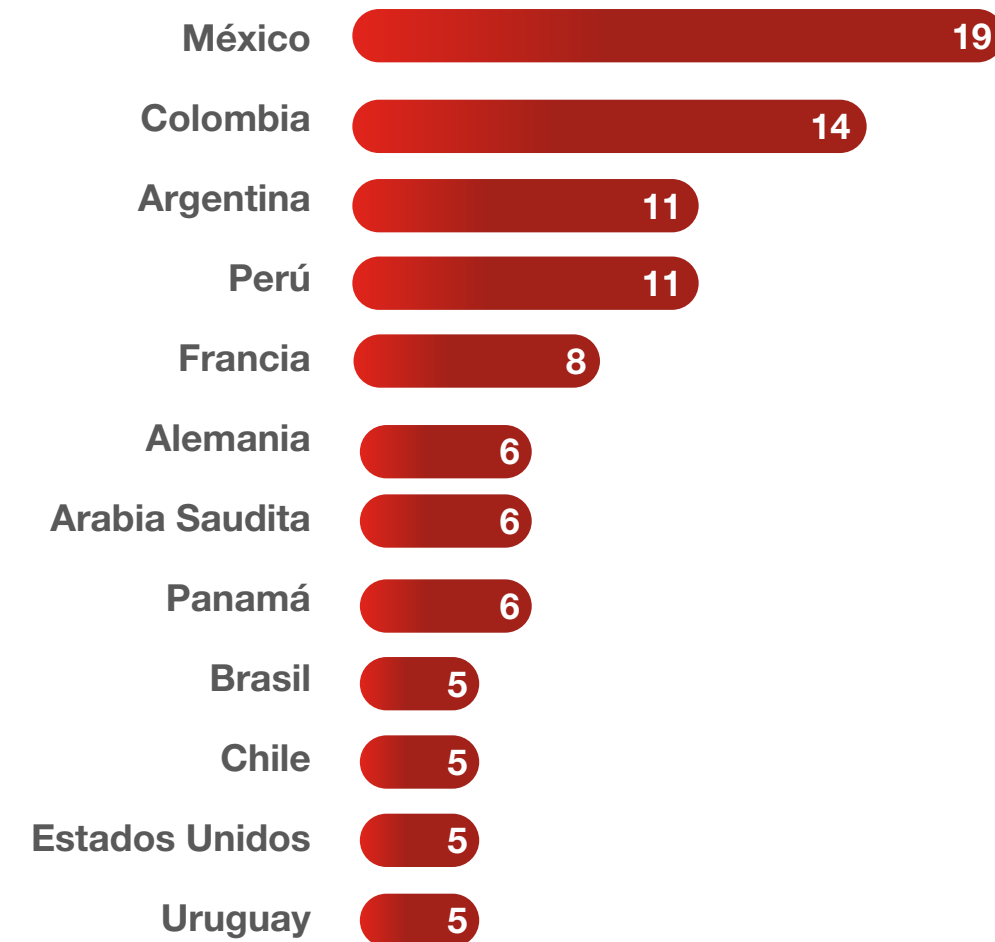
% empresas	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
% Nuevas	100%	66%	56%	51%	49%	45%	47%
% Repetidoras	0%	34%	44%	49%	51%	55%	53%
<b>% Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

## B. Asesoramiento financiero ICEX-AFIN

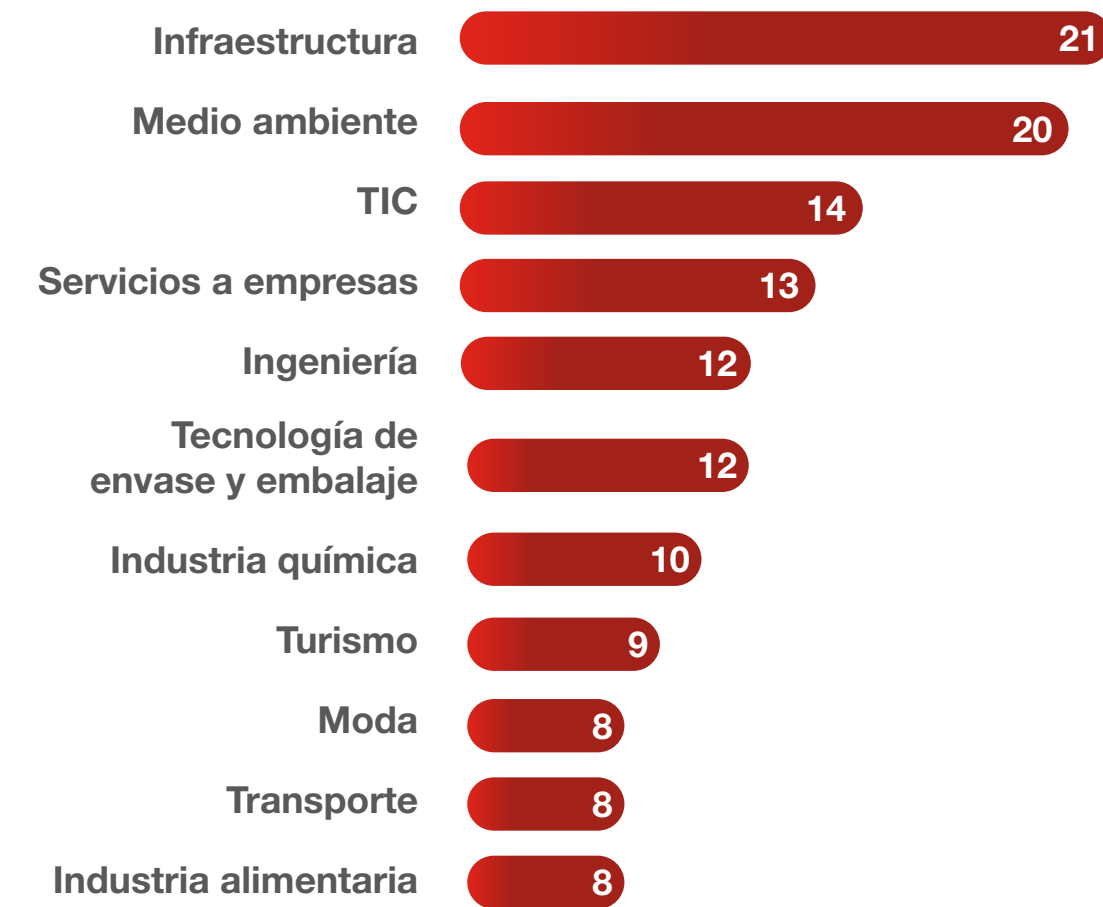
El servicio de asesoramiento financiero (AFIN) tiene por objetivo ofrecer una ayuda personalizada a las empresas a estructurar financieramente sus operaciones de exportación e inversión en el exterior.

Durante 2020, se atendieron 242 consultas de 186 empresas.

Teniendo en cuenta el país de destino, se observa una notable dispersión geográfica con un total de 61 países, entre los que destacaron:



A nivel sectorial, destacaron:



En la resolución de estas consultas, se recomendaron a las empresas diferentes opciones de financiación, principalmente productos de las instituciones financieras públicas de apoyo oficial a la internacionalización: CESCE, FIEM, COFIDES e ICO.

Adicionalmente, se realizó un seguimiento continuo a aquellas empresas que recibieron asesoramiento en años anteriores y que tenían proyectos en fases tempranas, con el objetivo de observar sus avances y continuar ayudándolas.

### Jornadas y Talleres de asesoramiento financiero

Además de los servicios ICEX-AFIN, con objeto de potenciar la asistencia a las empresas españolas en materia de financiación internacional, en 2020 se llevaron a cabo 13 *webinars* en los que participaron 898 empresas.

### C. Asesoramiento en comercio electrónico

A través del programa eMarketServices, ICEX ofrece a las empresas españolas un servicio de asesoramiento en su proceso de internacionalización a través de canales digitales.

En 2020, se ha lanzado la primera convocatoria del servicio de Consultoría Estratégica en Venta *Online* Internacional ICEX eMarketServices. Este servicio de consultoría, con una duración de 122 horas, se estructura en tres fases que incluyen:

- El diagnóstico de la empresa para conocer su capacidad para abordar un proyecto de venta *online*.
- La elaboración del plan estratégico de venta *online* internacional donde se detallan el conjunto de acciones concretas que la empresa deberá llevar a cabo.
- La fase de implementación del plan.

Este año han participado 60 empresas de sectores diversos, como agroalimentarios, bienes de consumo y productos industriales. Con este servicio se quiere aumentar la base de empresas exportadoras *online* brindándoles una herramienta para que su proceso de internacionalización tenga mayores garantías de éxito mediante el acompañamiento de ICEX junto a consultores expertos para la identificación de potenciales mercados a los que dirigir su estrategia de *ecommerce*, así como de las principales plataformas *online* a través de las que llegar a su público objetivo.

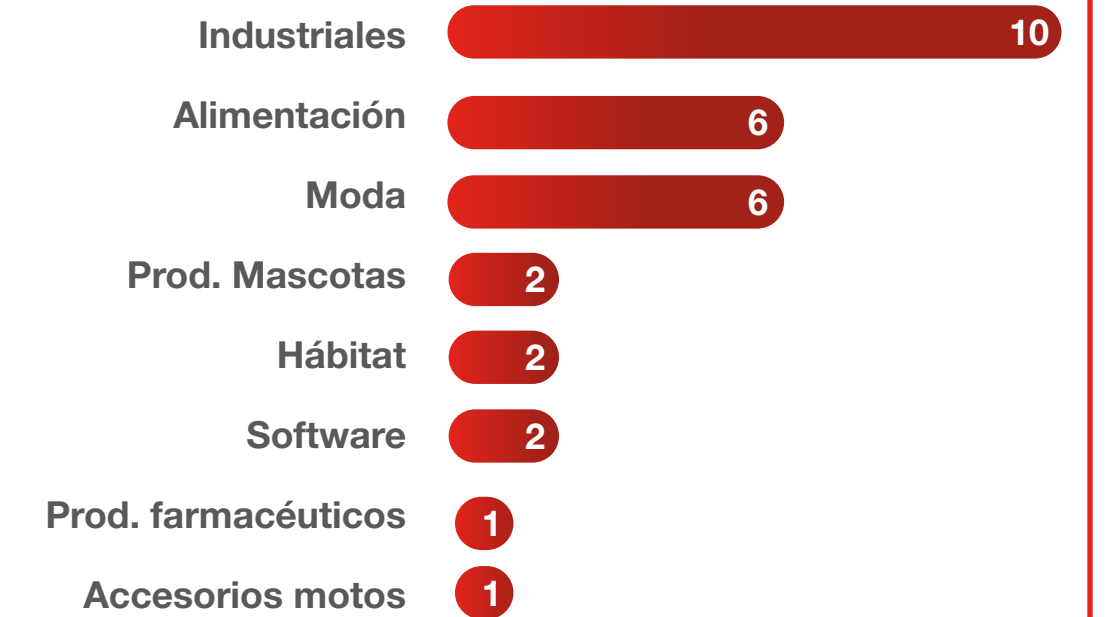
#### Fase 1

SECTORES	Nº EMPRESAS GRUPO 1	Nº EMPRESAS GRUPO 2
Alimentación	12	6
Moda	6	6
Cosmética	5	
Industriales	3	10
Hábitat	2	2
Juguetes	1	
Productos deportivos	1	
Productos para mascotas		2
Software		2
Productos farmacéuticos		1
Accesorios motos		1
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>30</b>

#### 1<sup>er</sup> grupo de 30 empresas

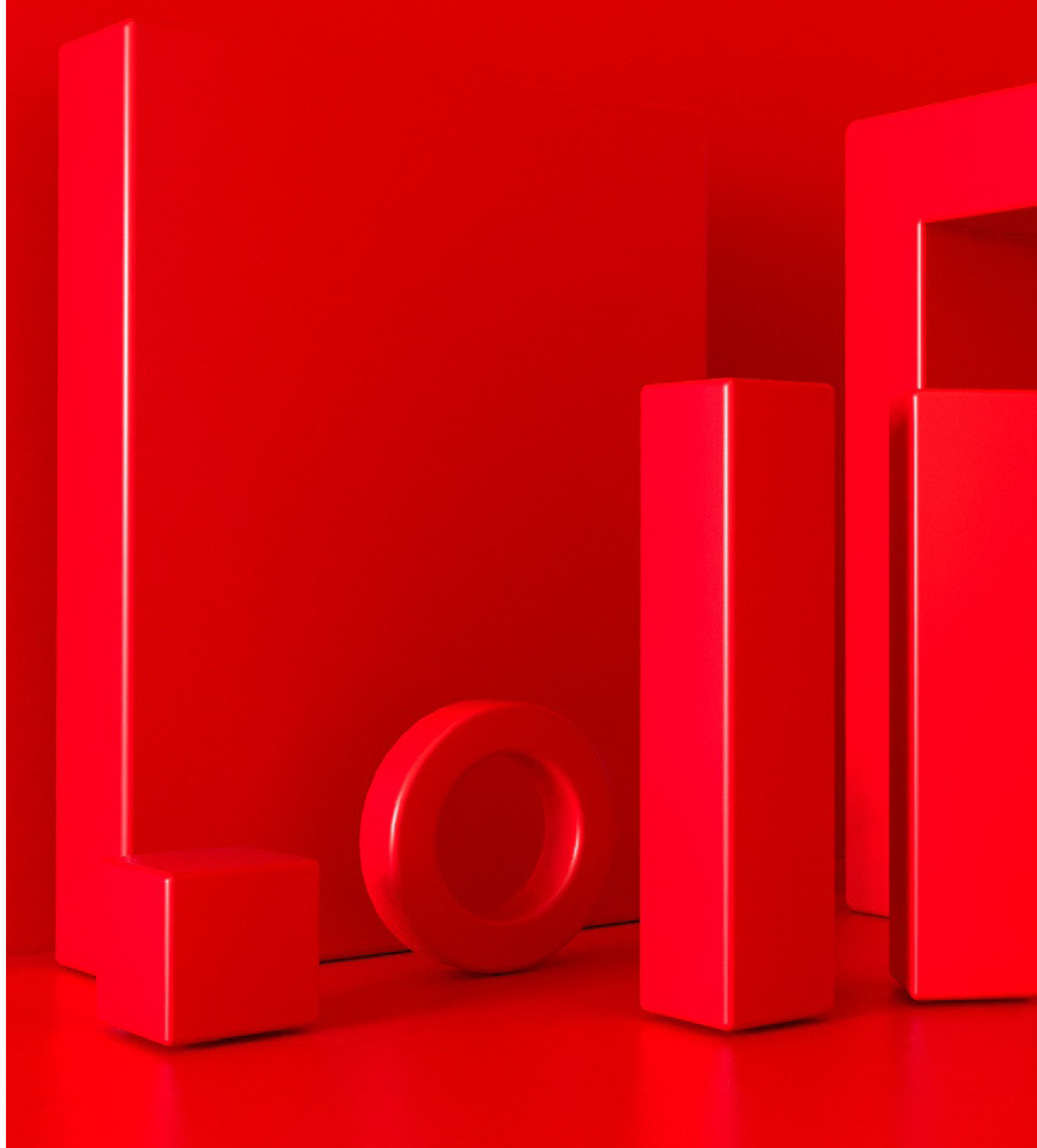


#### 2º grupo de 30 empresas



# 2

## SERVICIOS DE APOYO A LA EXPORTACIÓN



# 2

## SERVICIOS DE APOYO A LA EXPORTACION I

### PROGRAMA ICEX NEXT

Asesoramiento integral a la empresa en todo su proceso de salida al exterior

Inicio del programa:  
**2012**

**2.843**  
empresas participantes.

**50**  
horas de consultoría.

- ▲ **Procedimiento 2019.1**  
Resolución de 25 de junio de 2020  
**96 empresas**
- ▲ **Procedimiento 2019.2**  
Resolución de 11 de septiembre de 2020  
**97 empresas**
- ▲ **Procedimiento 2019.3**  
Resolución de 18 de noviembre de 2020  
**65 empresas**
- ▲ **Procedimiento 2019.4**  
Resolución de 16 de diciembre de 2020  
**33 empresas**

### Financiación ICEX Next

**15.000 €**  
máximo de financiación.

**18 meses**  
de periodo de ayuda.

**100%**  
financiación del análisis del modelo de negocio.

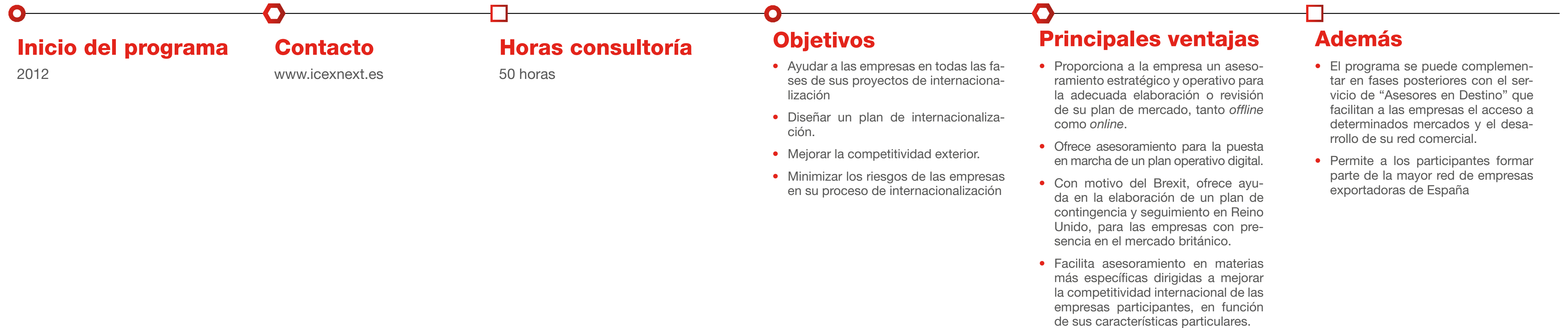
**50%**  
de cofinanciación.

## 2.1 Programa ICEX Next

### A. 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.

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





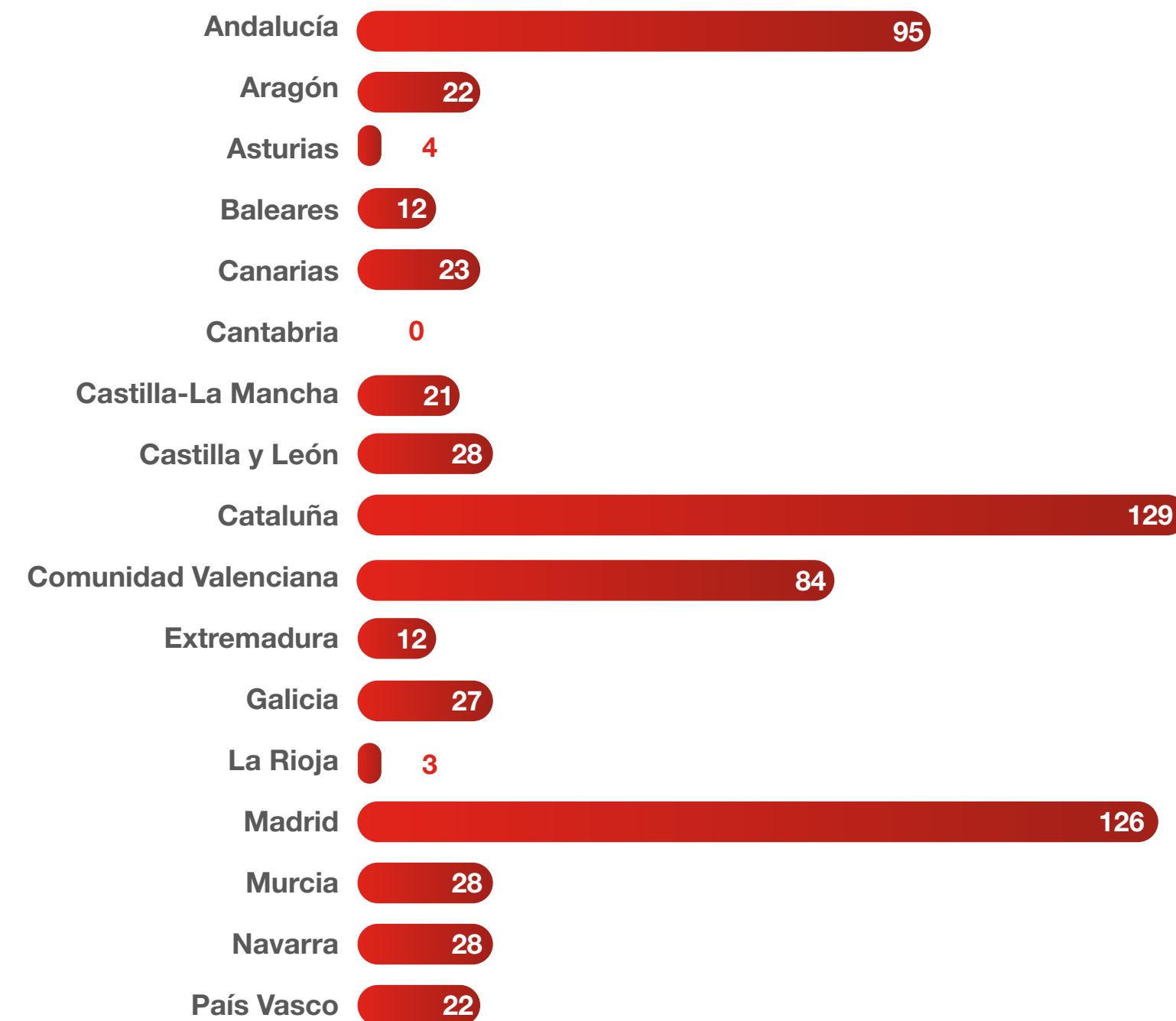
## B. Resultados ICEX Next

Desde que se puso en marcha el Programa ICEX Next, han participado en el mismo 2.843 empresas, mayoritariamente de perfil industrial y de servicios, registrando un significativo aumento en su volumen exportado.

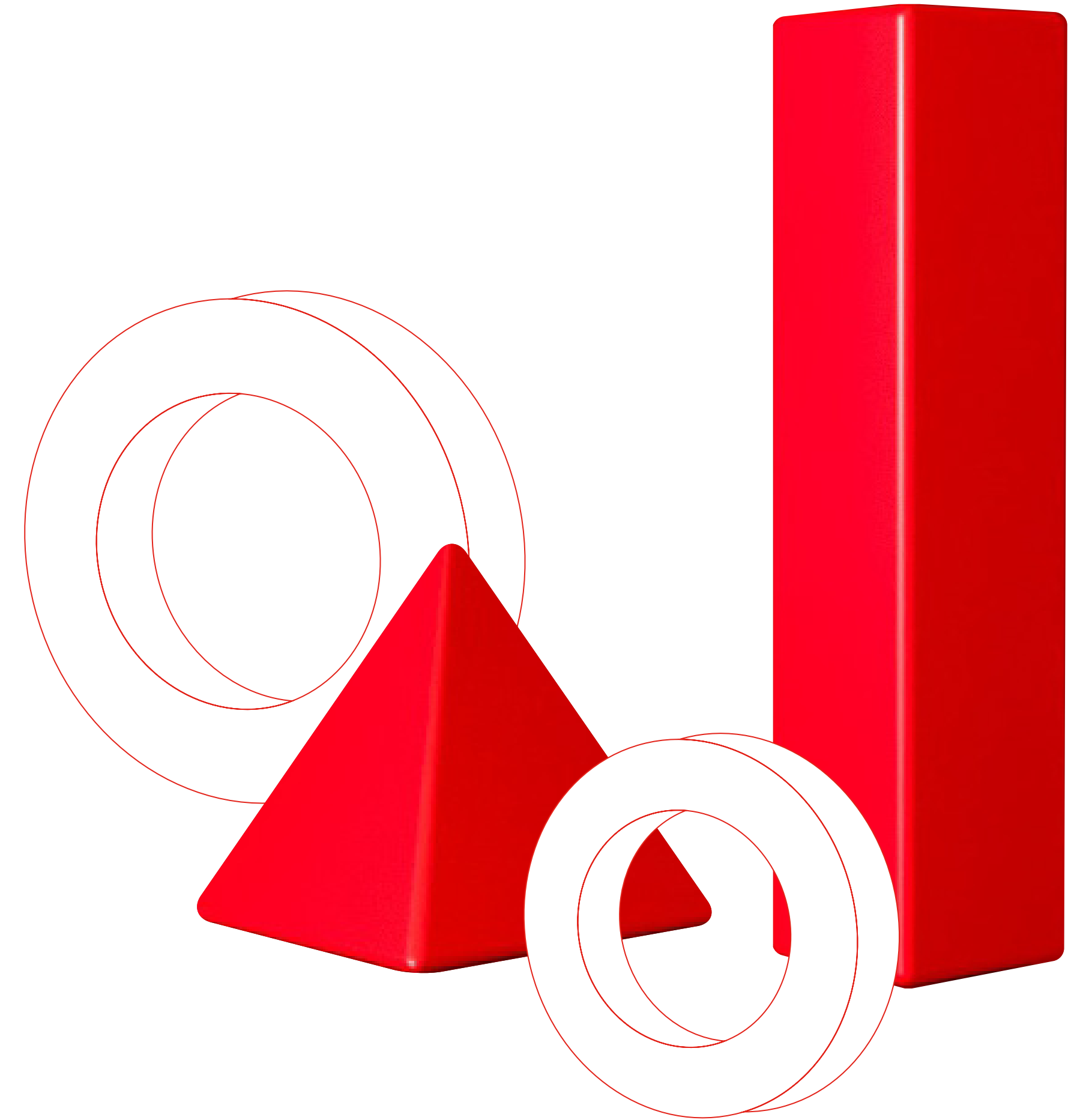
Desde 2019, el Programa ICEX Next está regulado por la Ley General de Subvenciones, publicándose la Orden ITC/1063/2019, de 17 de octubre, por la que se establecen las bases reguladoras para la concesión de subvenciones del Programa ICEX Next de Iniciación y Consolidación de la Exportación de ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E, M.P. en el B.O.E. el 29 de octubre.

Con posterioridad, se promulgó la resolución por la que se convoca para 2019 y 2020 la concesión de subvenciones del “Programa ICEX NEXT de iniciación y consolidación de la exportación” incorporando siete periodos sucesivos de resolución, en los que se han presentado 664 solicitudes.

### Distribución de solicitudes de empresas ICEX Next por Comunidad Autónoma



De las 664 solicitudes presentadas, 503 de ellas cumplían los requisitos de acceso establecidos en la convocatoria y han sido evaluadas.

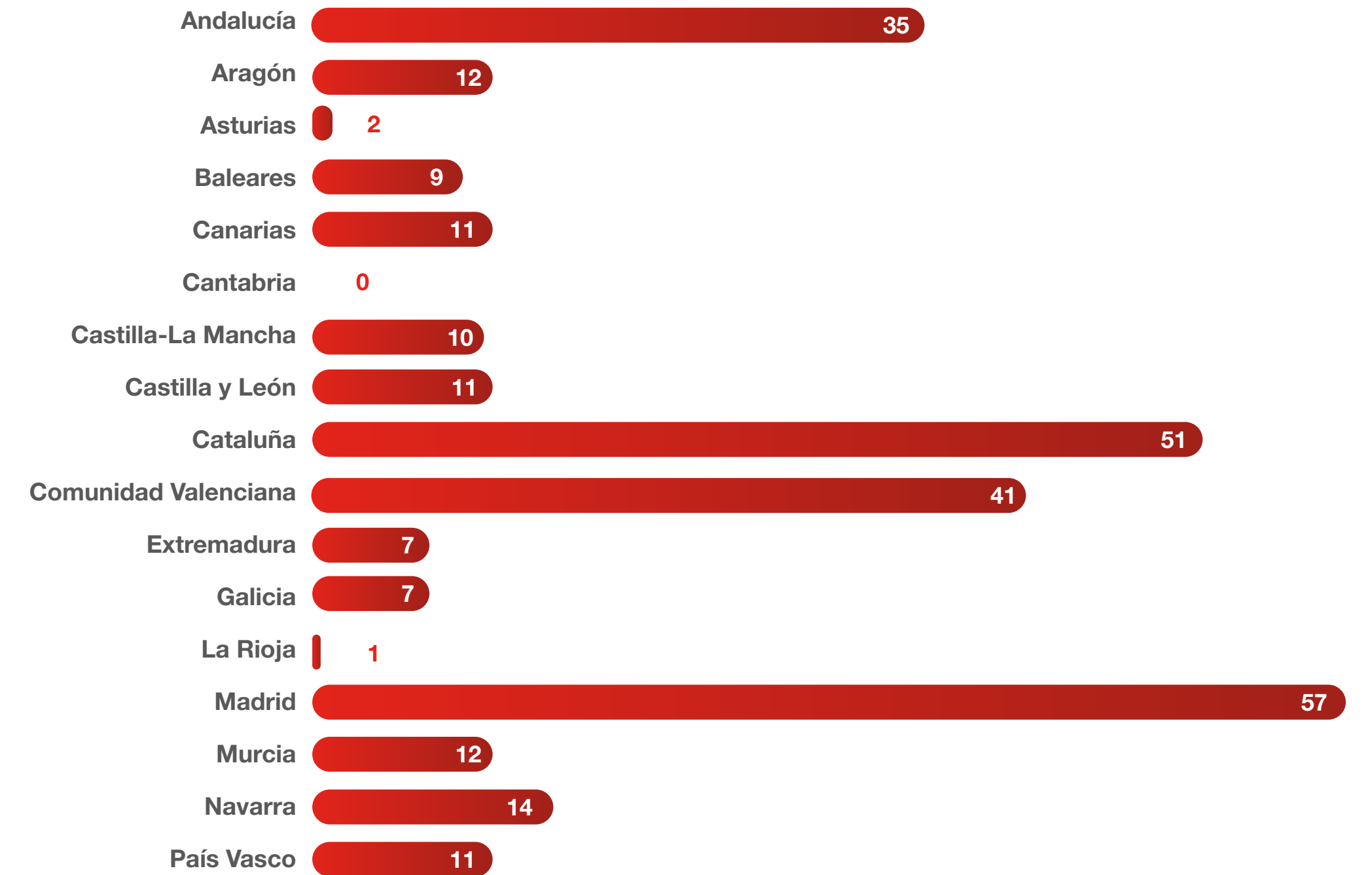


**Nº de empresas que han accedido al programa ICEX Next en cada procedimiento durante el ejercicio 2020**

- Procedimiento 2019.1  
Resolución de 25 de junio de 2020  
**96 empresas**
- Procedimiento 2019.2  
Resolución de 11 de septiembre de 2020  
**97 empresas**
- Procedimiento 2019.3  
Resolución de 18 de noviembre de 2020  
**65 empresas**
- Procedimiento 2019.4  
Resolución de 16 de diciembre de 2020  
**33 empresas**

Las resoluciones correspondientes a los procedimientos 2019.5, 2019.6 y 2019.7 se han realizado ya en 2021.

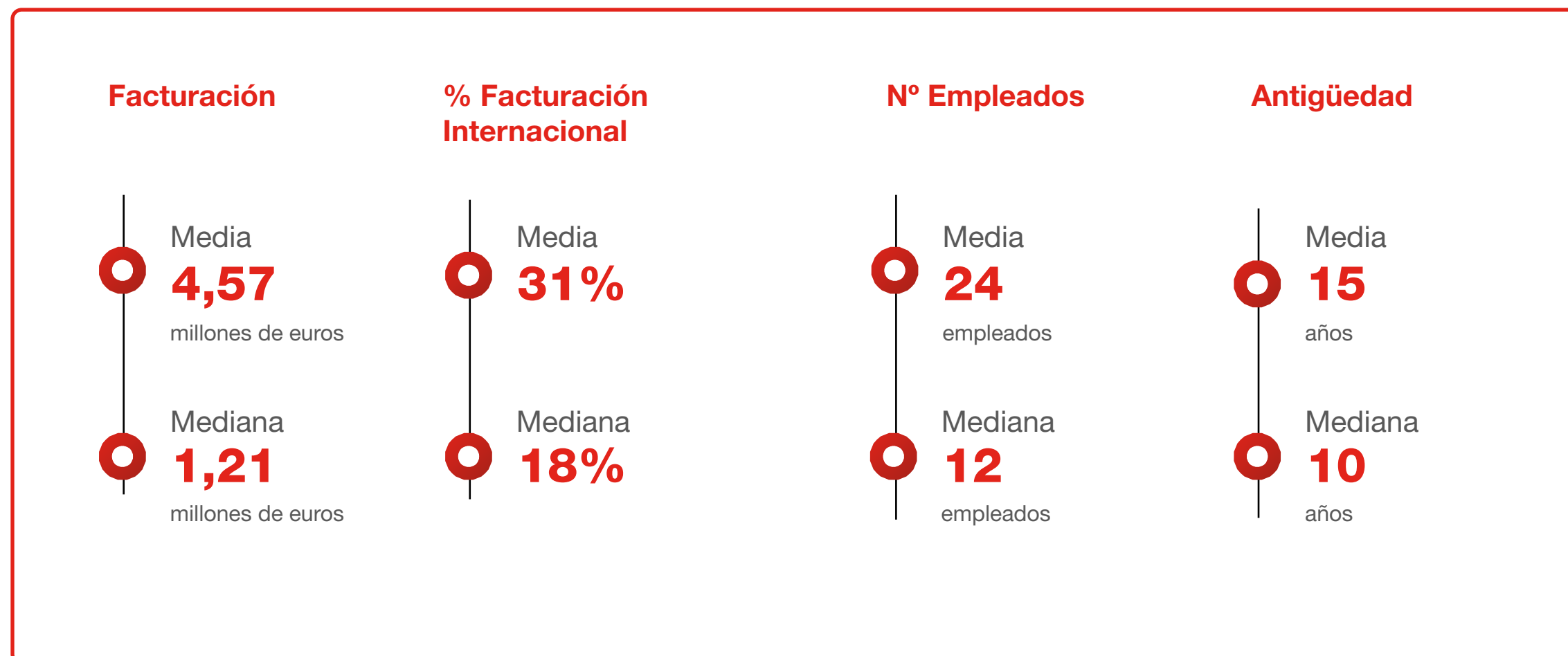
**Distribución de beneficiarias de empresas ICEX Next por Comunidad Autónoma**



**Distribución de beneficiarias de empresas ICEX Next por sectores**



**Perfil de las empresas beneficiarias (2019.1 a 2019.4)**



**Empresas beneficiarias de base tecnológica**

	TOTAL	Nº empresas base tecnológica	% EBT/ total	nº startups	% startups/ total
Procedimiento 2019.1	96	28	29%	10	10%
Procedimiento 2019.2	97	37	38%	15	15%
Procedimiento 2019.3	65	24	36%	12	18%
Procedimiento 2019.4	33	11	33%	6	18%
<b>Total</b>	<b>291</b>	<b>100</b>	<b>34%</b>	<b>46</b>	<b>15%</b>

**Financiación del Programa ICEX Next**



Desarrollo plan internacional	Importe total del gasto	Financiación ICEX (50%)	Financiación Empresa (50%)
Asesoramiento personalizado ICEX Next	4.500 €	2.250 €	2.250 €
Gastos promoción, prospección, desarrollo de red comercial y personal	25.500 €	12.750 €	12.750 €
<b>TOTAL MÁXIMO</b>	<b>30.000 €</b>	<b>15.000 €</b>	<b>15.000 €</b>

### C. 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.

Durante el año 2020, dada la situación derivada del covid-19, ha sido necesario modificar el servicio de asesores en destino, para que pueda prestarse de manera virtual, eliminando las visitas presenciales a empresas. A partir de 2021, se espera impulsar de nuevo este servicio entre las empresas ICEX Next.

#### Analistas de iniciación en el exterior

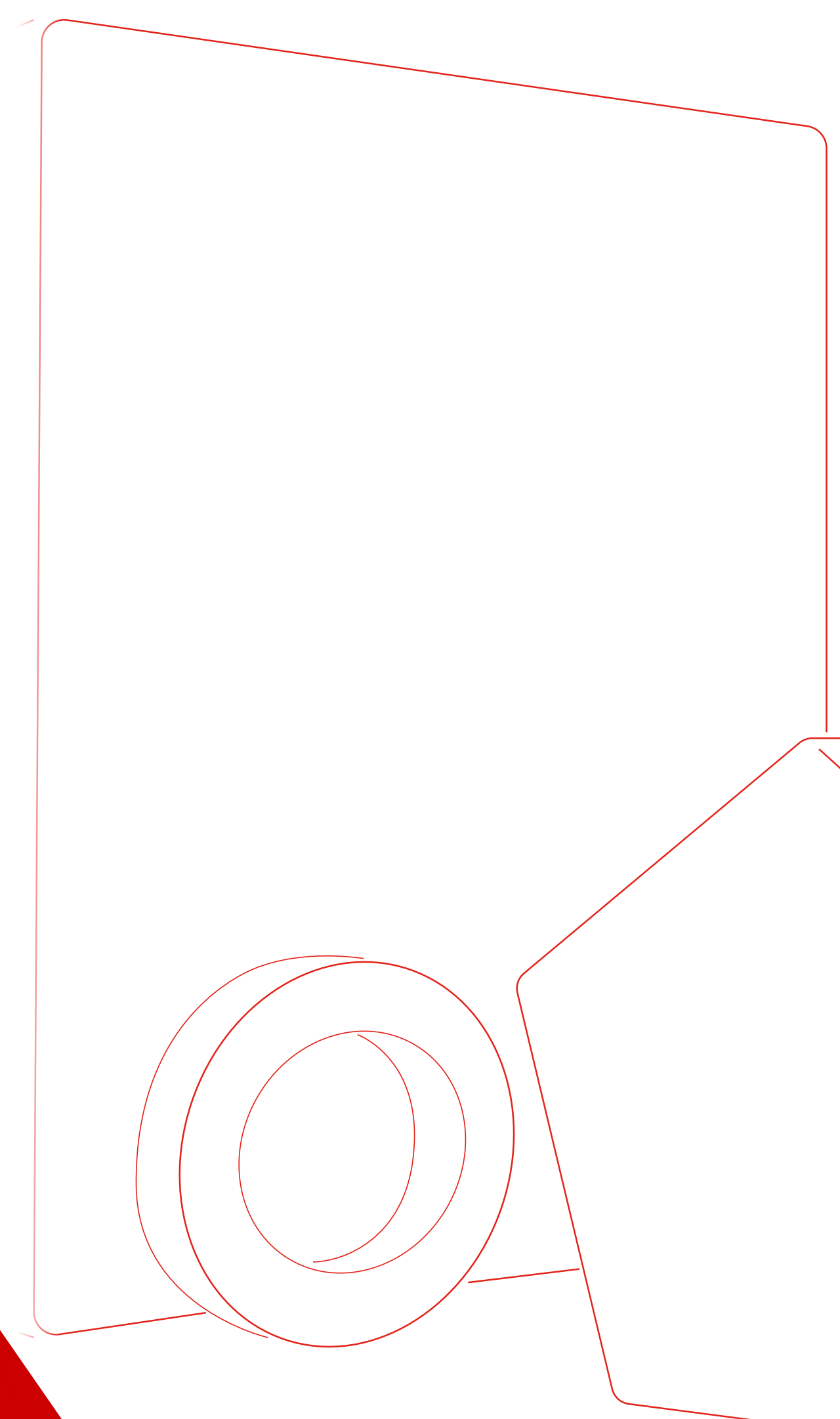
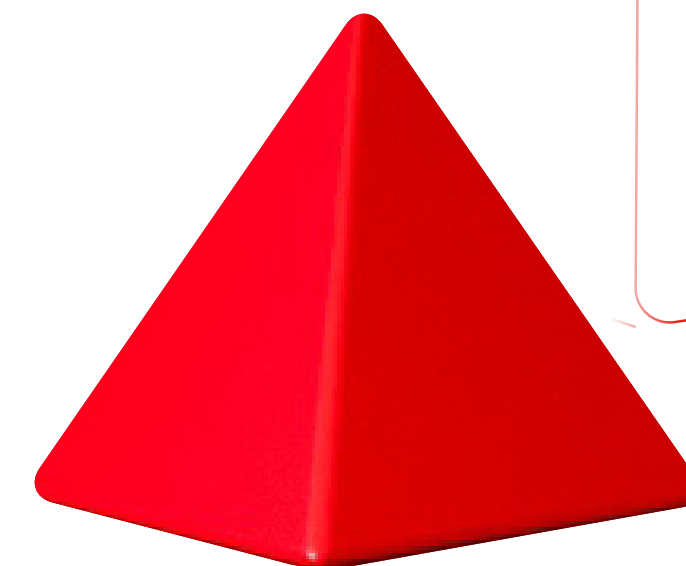
Facilitan apoyo personalizado a las empresas ICEX Next y PIPE en el acceso a los mercados de Francia, México, Portugal y Reino Unido. Se trata de especialistas en la búsqueda de información que ofrecen un apoyo personalizado desde las Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior.

#### Actividades de networking

Título	DDTT	Empresas	Fecha
Redes sociales en marketing internacional	Madrid	37	15-ene
¿Cómo reclamar un impagado en el extranjero?	Alicante (virtual)	27	26-nov
Comunicación y negociación intercultural	Valencia (virtual)	12	15-dic

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

Durante 2020, dada la situación sanitaria, se ha reducido el número de *meet-ups* realizados, hasta un total de tres, dos de ellos virtuales en formato *webminario*. En ellos, han asistido 76 empresas PIPE e ICEX Next en total. Los *meet-ups* del son reuniones con diferentes expertos en materias de interés identificadas a partir de encuestas realizadas entre los participantes.



# 2

## SERVICIOS DE APOYO A LA EXPORTACION II

### ACTIVIDADES E INSTRUMENTOS DE PROMOCIÓN

Medidas urgentes relacionadas con la imposibilidad de celebrar ferias presenciales (devolución cuotas):

Se han devuelto  
**10,23**  
millones de euros.

Más de  
**1.500**  
empresas beneficiadas.

#### Ferias

**96**  
ferias presenciales y virtuales.

**18**  
países.

**1.137**  
participaciones empresariales.

**884**  
empresas beneficiadas.

#### Misiones

**69**  
misiones comerciales  
(76% virtual).

**145**  
participaciones empresariales.

**88**  
empresas únicas participantes.

### ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN SECTORIAL

**71**  
planes de internacionalización sectoriales.

**204**  
actividades.

**621**  
empresas participantes.

#### Mercados prioritarios



#### Alimentos, Vinos y Gastronomía

- 3 pabellones oficiales
- 3 espacios España
- 12 seminarios/jornadas
- 21 campañas de promoción
- 21 campañas de promoción sector mercados
- 11 exposiciones

#### Tecnología Industrial y Servicios Profesionales

- 2 pabellones oficiales
- 10 espacios España
- 9 participaciones agrupadas
- 4 estands informativos
- 27 misiones (directa, estudio, inversa)
- 16 jornadas técnicas
- 8 campañas de promoción sector-mercados
- 2 campañas de comunicación

#### Moda, Hábitat e Industrias Culturales

- 3 pabellones oficiales
- 5 espacios España
- 38 participaciones agrupadas
- 1 stand informativo
- 2 misiones (directa, estudio, inversa)
- 19 seminarios/jornadas
- 33 campañas de promoción
- 3 campañas de promoción sector-mercados
- 3 campañas de comunicación
- 1 desfile
- 5 exposiciones
- 2 jornadas técnicas

#### Infraestructuras, Sanidad y TIC

- 2 pabellones oficiales
- 8 espacios España
- 4 participaciones agrupadas
- 3 estands informativos
- 40 misiones (directa, estudio, inversa)
- 44 jornadas técnicas
- 3 campañas de promoción
- 1 encuentro de promoción comercial

## 2.2 ACTIVIDADES E INSTRUMENTOS DE PROMOCIÓN

El objetivo de ICEX en el año 2020, marcado por la crisis sanitaria y los retos que ha generado, ha sido reorientar sus estrategias y adaptar los instrumentos tradicionales de promoción para mantener y consolidar la presencia estable de empresas y marcas españolas en los mercados internacionales a pesar de la cancelación de la mayoría de las actividades presenciales desde el mes de marzo.

Así pues, ante la imposibilidad de celebrar eventos presenciales de promoción internacional o participaciones en ferias físicas, se ha optado por digitalizar los instrumentos de promoción, potenciando la organización de actividades en formato virtual. De esta manera, se ha logrado mantener las actividades programadas, muchas de ellas actividades de continuidad realizadas en años anteriores y otras, fruto de nuevas oportunidades.

En 2020, ICEX ha adoptado medidas urgentes relacionadas con la imposibilidad de celebrar ferias presenciales, entre otras medidas.

*En concreto, se ha redactado el artículo 40 del RD-11/2020, de 31 de marzo, a través del cual se habilita a ICEX para la devolución de las cuotas de ferias y convocatorias de actividades canceladas, gravemente afectadas o aplazadas como consecuencia del situación sanitaria derivada de la covid-19. Estas cuotas corresponden a las cantidades pagadas por las empresas que iban a participar en ferias y que fueron canceladas por la situación de alarma sanitaria mundial, a costa de los presupuestos de ICEX.*

**En total, se han devuelto 10,23 millones de euros, beneficiando a más de 1.500 empresas.**

Asimismo, se ha habilitado el pago de las ayudas ya aprobadas a empresas por los gastos no recuperables en actividades incluidas en planes sectoriales con entidades colaboradoras, finalmente canceladas a causa de la covid-19.

Igualmente, se han focalizado las actividades de promoción en aquellos mercados, especialmente del Sudeste Asiático, que bien han sufrido menos las consecuencias de la covid-19 o se han recuperado con mayor rapidez. Además, se han realizado algunas actividades comerciales presenciales en mercados como el americano, incluso en este contexto de crisis sanitaria.

### A. Ferias

En 2020



### 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 2020:

- 10 pabellones oficiales organizados.
- 6 países.
- 427 participaciones empresariales.
- 325 empresas únicas participantes.

Distribución sectorial:

**Alimentos, Vinos y Gastronomía:**

**Tres** ferias en **tres** países.

**Moda, Hábitat e Industrias Culturales:**

**Tres** ferias en **tres** países.

**Tecnología Industrial y Servicios Profesionales:**

**Dos** ferias en **dos** países.

**Infraestructuras, Sanidad y TIC:**

**Dos** ferias en **un** país.

## Espacios España

ICEX facilita la presencia española en ferias en el exterior cuando en las mismas no se cuenta con un Pabellón Oficial que agrupe a las empresas españolas. Estos espacios constituyen un área colaborativa 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 2020:

- 27 espacios España
- 8 países
- 169 participaciones empresariales
- 153 empresas únicas participantes

Distribución sectorial:

<b>Alimentos, Vinos y Gastronomía:</b>
<b>Tres</b> ferias en <b>tres</b> países.
<b>Moda, Hábitat e Industrias Culturales:</b>
<b>Cinco</b> ferias en <b>cuatro</b> países.
<b>Tecnología Industrial y Servicios Profesionales:</b>
<b>15</b> ferias en <b>cuatro</b> países.
<b>Infraestructuras, Sanidad y TIC:</b>
<b>Ocho</b> ferias en <b>seis</b> países.
<b>Subdirección de Internacionalización de la Empresa:</b>
<b>Una</b> feria en <b>un</b> 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 se contemplan dentro de la estrategia de promoción sectorial.

En 2020:

- 51 participaciones agrupadas en ferias
- 13 países
- 541 participaciones empresariales
- 406 empresas únicas participantes

Distribución sectorial:

<b>Moda, Hábitat e Industrias Culturales:</b>
<b>38</b> ferias en <b>nueve</b> países.
<b>Tecnología Industrial y Servicios Profesionales:</b>
<b>Nueve</b> ferias en <b>cinco</b> países.
<b>Infraestructuras, Sanidad y TIC:</b>
<b>Cuatro</b> ferias en <b>cinco</b> países.

## Estandos informativos sectoriales

Presencia en ferias a través de stands dispuestos por entidades colaboradoras de ICEX, 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 2020 se organizaron ocho stands informativos sectoriales en siete países.

### Distribución ferias por sector y tipología

Sector	Pabellón Oficial	Espacio España	Participación Agrupada	Estandos Informativo	TOTAL
Alimentos Vinos y Gastronomía	3	3	-	-	6
Tecnología Industrial y Servicios Profesionales	2	10	9	4	25
Infraestructuras, Sanidad y TIC	2	8	4	3	17
Moda, Hábitat e Industrias Culturales	3	5	38	1	47
Subdirección de la Empresa e Instituciones Multilaterales	-	1	-	-	1
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>27</b>	<b>51</b>	<b>8</b>	<b>96</b>

## B. Misiones



### Misiones Directas

Viajes realizados por empresarios españoles a mercados extranjeros para establecer contactos comerciales, mantener reuniones con profesionales locales, dar a conocer sus productos y 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



### Misiones 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.

#### Principales destinos



### 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.

#### Principales países de origen





### C. 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 entre los que cabe destacar, por su importancia:

- Jornadas técnicas.
- Campañas de promoción.
- Exposiciones.

En 2020 se han realizado un total de 293 actividades de promoción comercial diferentes a las ferias y misiones.

#### Principales destinos



#### Por Sector y Dirección Sectorial

	Alimentos, Vinos y Gastronomía	Moda, Hábitat e Industrias Culturales	Tecnología Industrial y Servicios Profesionales	Infraestructuras, Sanidad y TIC	Iniciación, Implantación y Cooperación Empresarial	Subdirección de Internacionalización de la Empresa	TOTAL
Campaña de promoción	21	33		3			57
Campaña de promoción sector-mercados	21	3	8				32
Comunicación		3	2				5
Desfile		1					1
Encuentro de promoción comercial		1		1			2
Encuentro empresarial					2		2
Exposición	11	5					16
Jornada técnica		2	16	44			62
Jornada técnica / Partenariado multilateral						15	15
Material de promoción	1	12	25	8			46
Actividades gastronomía	3						3
Publicidad	2	16					18
Relaciones públicas	2		2				4
Seminario / Jornada	12	19					30
<b>TOTAL</b>	<b>73</b>	<b>94</b>	<b>53</b>	<b>56</b>	<b>2</b>	<b>15</b>	<b>293</b>

## D. Actividades de financiación multilateral

### Sectores

Las actividades de promoción llevadas a cabo por el Departamento de Organismos Multilaterales en 2020, han tratado un amplio abanico de sectores, financiados por instituciones financieras de desarrollo, que ofrecen oportunidades de negocio para las empresas españolas. Entre estos sectores, cabe destacar las infraestructuras del transporte, energía, agua y saneamiento, salud, turismo, educación y agricultura, además de una actividad informativa y promocional en el ámbito de la innovación en energías limpias, así como tecnología aplicada a la agricultura, la salud y la educación.

No obstante, en un año marcado por los desafíos generados por la covid-19, los organismos multilaterales han reorientado sus estrategias. De esta manera, se han comprometido fondos para superar los retos más inmediatos, dando lugar a la aparición de oportunidades en otras áreas y sectores como el equipamiento médico y hospitalario, así como equipos de protección, que también han sido tratados en las actividades de promoción organizadas por ICEX.

### Número de actividades

En 2020, se llevaron a cabo 15 actividades (jornadas técnicas) organizadas y coorganizadas con terceros en las que participaron un total de 967 empresas.

Desde el estallido de la crisis sanitaria en marzo de 2020, la actividad se ha llevado a cabo en formato virtual, con una asistencia media por actividad de 88 personas.

- 11 jornadas técnicas:

- o Jornada Técnica “ACNUR. Compras y alianzas público-privadas”. 16 empresas españolas participantes y 45 reuniones B2B.
- o Webinar “Presentación de la U.S. International Development Finance Corporation”. 46 empresas españolas participantes y 57 asistentes conectados.
- o Webinar “Educación y Tecnologías Educativas (Edtech) Banco Mundial”. 46 empresas españolas participantes y 58 asistentes conectados.
- o Webinar “Contenciosos en proyectos multilaterales”. 61 empresas españolas participantes y 75 asistentes conectados.
- o Webinar “Oportunidades de Negocio Multilaterales. Servicio ICEX ON”. 113 empresas españolas participantes y 137 asistentes conectados.

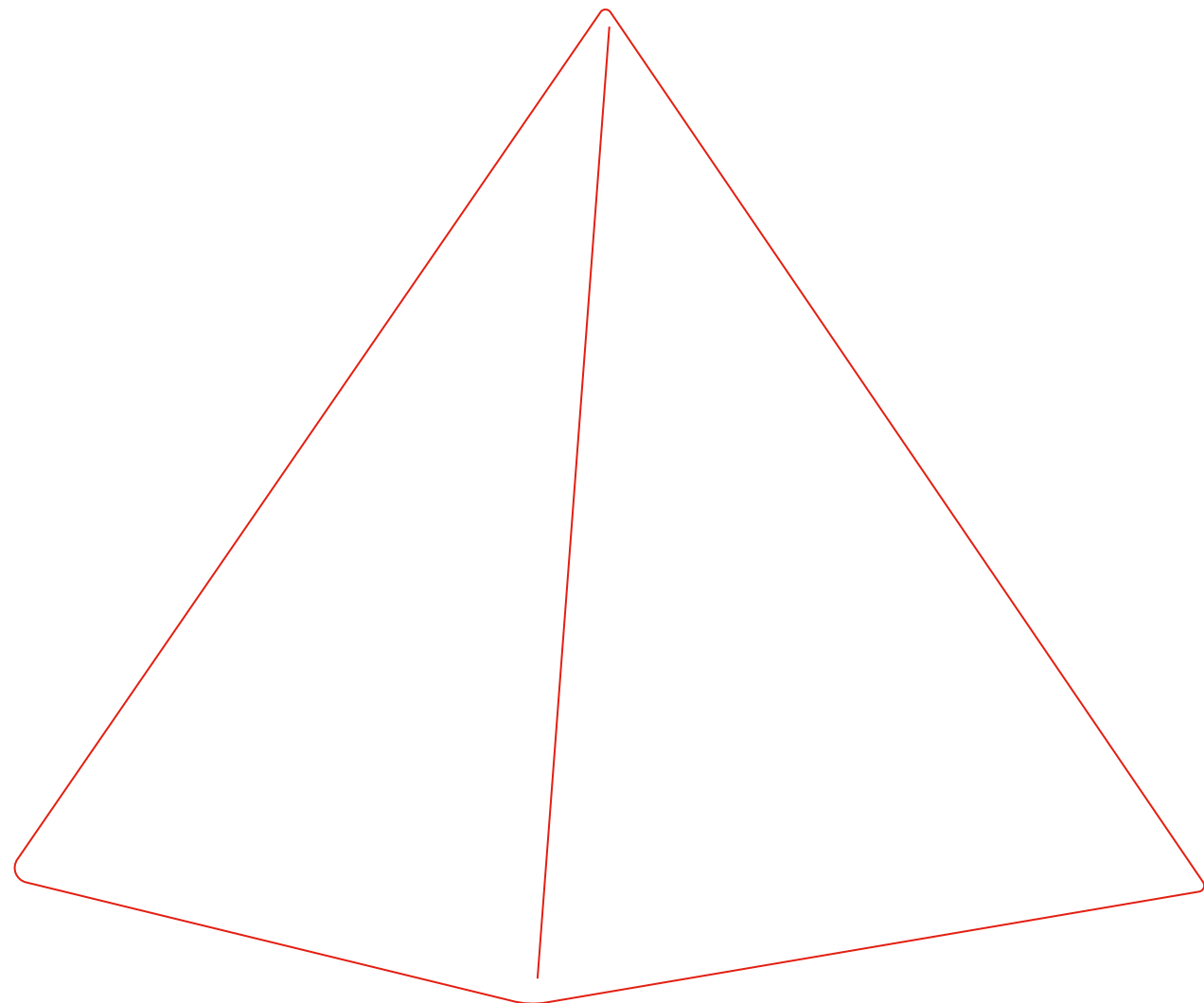
- o Webinar “Presentación del Fondo de Capital Riesgo del Banco Asiático de Desarrollo para la financiación de startups -ADB Ventures-”. 36 empresas españolas participantes y 41 asistentes conectados.
- o Webinar “Actividad del Banco Europeo de Reconstrucción y Desarrollo -BERD- en Egipto”. 55 empresas españolas participantes y 72 asistentes conectados.
- o Webinar “Covid response in EU External Action financing”. 47 empresas españolas participantes y 55 asistentes conectados.
- o Webinar “Identificación de oportunidades de negocio con MINURSO”. 62 empresas españolas participantes y 82 asistentes conectados.
- o Webinar “La Corporación Financiera Internacional en Marruecos. Identificación de Oportunidades de Financiación para la Empresa Española”. 24 empresas españolas participantes y 29 asistentes conectados.
- o Webinar “Nueva Guía Práctica de Contratación para la Acción Exterior de la Unión Europea”. 60 empresas españolas participantes y 97 asistentes conectados.

- Cuatro actividades coorganizadas con terceros:

- o V Encuentro Empresas Licitadoras Españolas (virtual), coorganizado con la Cámara de Comercio de Madrid y Cámara de Comercio de España, y centrado en “Oportunidades de negocio del Banco Asiático de Desarrollo; planificación de proyectos 2020-2022”. Se inscribieron un total de 37 empresas, siendo 76 los asistentes virtuales.
- o Primera Sesión del Ciclo de Seminarios “Respuesta de los Organismos Multilaterales frente al COVID-19”, coorganizada con el Departamento de Información de Mercados de ICEX, centrada en la respuesta del Banco Mundial y del Banco Interamericano de Desarrollo. Se inscribieron un total de 159 empresas, siendo 221 los asistentes virtuales.
- o Segunda Sesión del Ciclo de Seminarios “Respuesta de los Organismos Multilaterales frente al COVID-19”, coorganizada con el Departamento de Información de Mercados de ICEX, centrada en la respuesta del Banco Europeo de Inversiones, Acción Exterior Europea, el Banco Europeo de Reconstrucción y Desarrollo, el Banco Asiático de Desarrollo, y el Banco Africano de Desarrollo. Se inscribieron un total de 144 empresas, siendo 195 los asistentes virtuales.
- o IV Encuentro Empresas Licitadoras Españolas (presencial; Avilés), coorganizado con la Sociedad de Promoción Exterior Principado de Asturias, S.A. (Asturex), y centrado en “Perspectivas de la Ayuda Exterior Europea: nueva programación 2021-2027”. Se inscribieron un total de 61 empresas, siendo 108 los participantes.

### Mercados prioritarios

Países que cuenten con financiación multilateral. En 2020, los mercados con interés prioritario fueron Guatemala, Egipto e India, habiéndose previsto la celebración de Partenariados Multilaterales para el Desarrollo en Ciudad de Guatemala, El Cairo y Nueva Delhi. Con motivo de la situación derivada de la covid-19, en el mes de marzo las tres actividades fueron aplazadas, convirtiéndose en interés prioritario la respuesta de los Organismos Multilaterales frente a la covid-19 y las oportunidades de negocio que pudieran surgir en el contexto de su actividad.



### Ejes estratégicos

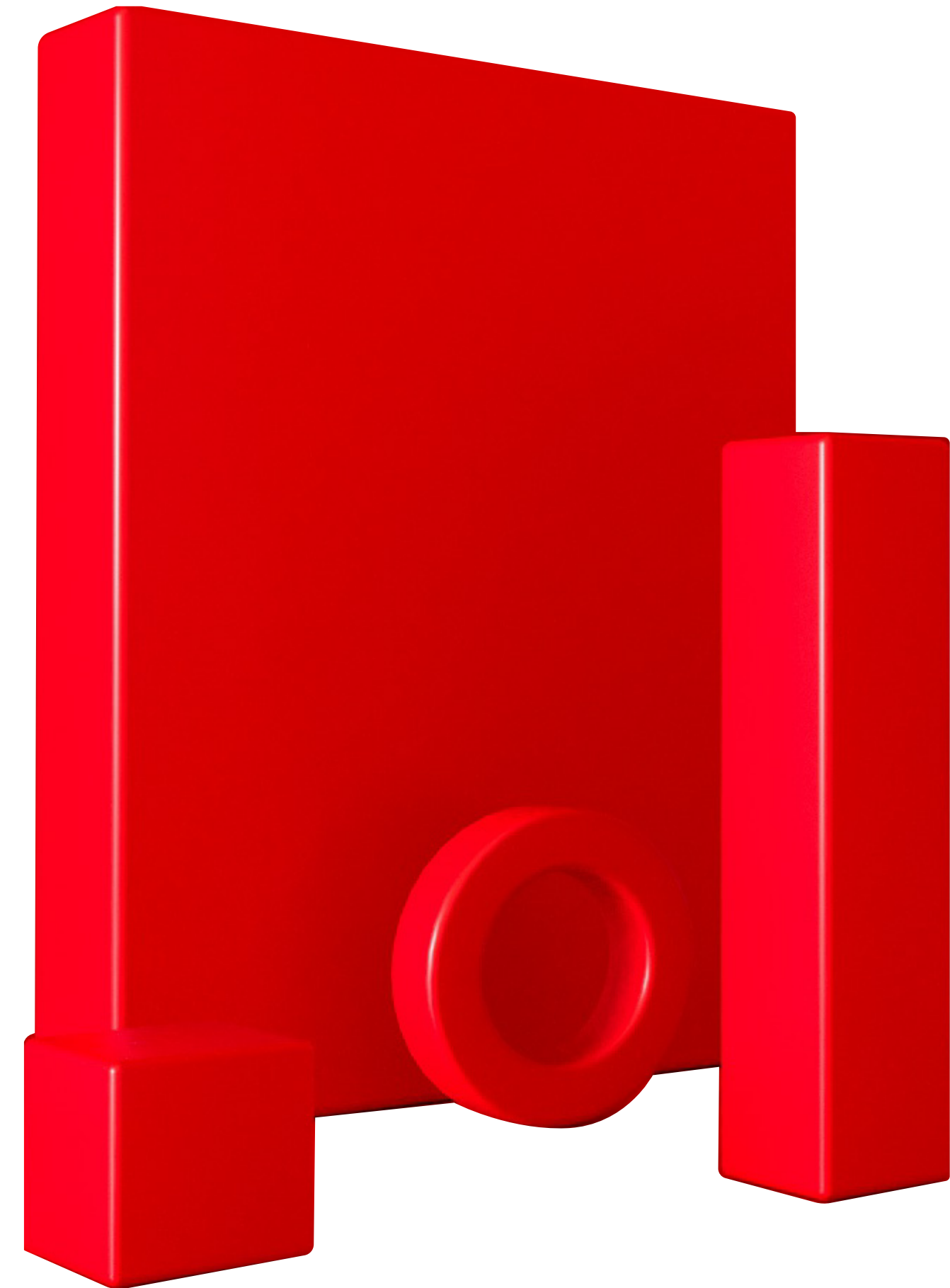
Desde el departamento de Organismos Multilaterales, se ha puesto a disposición de las empresas un sistema de información sobre las oportunidades de negocio generadas por la financiación multilateral, a la vez que se ha ofrecido un rango de instrumentos para favorecer el aprovechamiento de estas oportunidades de negocio (principalmente servicios de información, formación, promoción y apoyos individuales). De esta manera, se ha logrado fomentar la internacionalización de nuevas empresas y la diversificación de la actividad empresarial en mercados de difícil acceso.

ICEX, entre otras actividades:

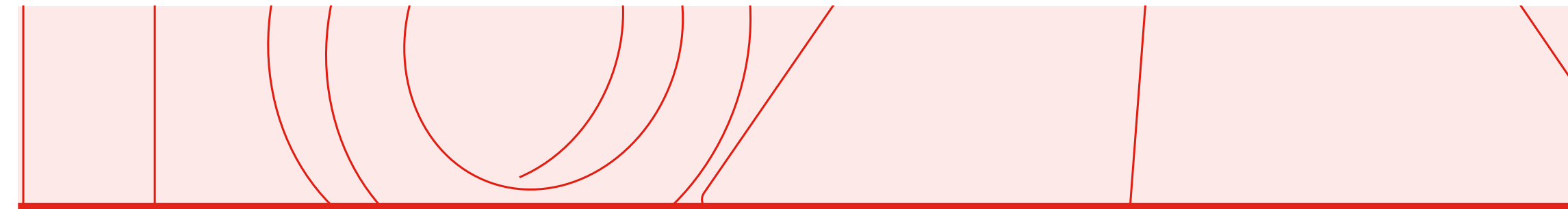
- Ha elaborado guías, informes y estudios de mercado sobre los organismos multilaterales, su funcionamiento y estrategias.
- Ha difundido información actualizada sobre proyectos y licitaciones multilaterales mediante el Servicio de Oportunidades de Negocio.
- Ha colaborado y apoyado a la Dirección Ejecutiva de Formación ICEX-CECO en sus programas formativos (másteres, cursos avanzados y NOOCS).

- Ha asistido a las empresas con apoyos personalizados presentados por las Antenas Multilaterales de ICEX que incluyen el asesoramiento en materia de buenas prácticas a seguir durante el proceso de licitación, la elaboración de agendas de reuniones con representantes de los organismos, agencias ejecutoras, y empresas, la asistencia en contenciosos, así como la compra de pliegos.

ICEX también ha ayudado a las empresas españolas en la organización de agendas de reuniones con los responsables sectoriales de los organismos internacionales para el desarrollo en sus sedes de Washington y Manila. Con ello se ha perseguido el objetivo de orientar sobre las pautas a seguir en la solicitud de las licitaciones y las buenas prácticas a realizar durante el proceso y a conectarlas con empresas locales como potenciales futuros socios a la vez que ha servido para conocer a representantes de las agencias ejecutoras, lo que les otorga una inteligencia empresarial que favorece una correcta toma de decisiones.



## Actividades destacadas



### Organismos multilaterales frente a la covid-19. Sesión 1

#### 21 de mayo. Conexión por videoconferencia con Washington DC.

El impacto de la crisis causada por la covid-19 ha sido muy elevado en términos sanitarios y económicos. Con el cese de la práctica totalidad de la actividad económica y comercial decretada por la mayoría de los países como medida de prevención y contención frente a la covid-19, se produjo una ralentización económica en todos ellos y, por ende, en la economía mundial en su conjunto. Esto derivó en una caída en los niveles de producción, disrupciones en las cadenas de suministro y distribución y un elevado impacto financiero en las empresas y los mercados de valores.

Los organismos multilaterales reaccionaron y comprometieron fondos para apoyar a los países a superar los desafíos presentados (recursos en cartera redirigidos, así como nuevos recursos), estando el monto total por encima de los 100.000 millones de dólares.

Desde el Departamento de Organismos Multilaterales se consideró de interés el poner el foco en esta circunstancia y organizar un ciclo de *webinarios* para informar a las empresas españolas sobre la respuesta que los organismos multilaterales más relevantes estaban dando y tenían previsto dar en el corto y medio plazo a la crisis de la covid-19.

#### Organismos presentes

La actividad se organizó por ICEX España Exportación e Inversiones en colaboración con la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Washington DC.

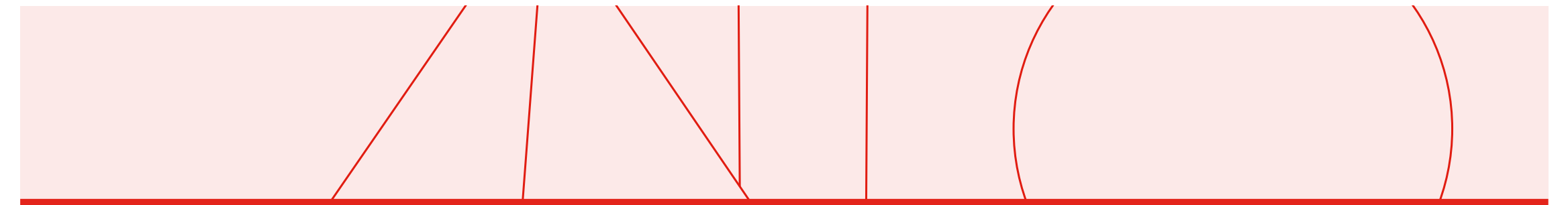
En ella, intervinieron el director ejecutivo de España en el Banco Mundial, la directora ejecutiva de España en el Banco Interamericano para el Desarrollo, la Antena Multilateral ICEX Washington DC y el director general de Internacionalización de la Empresa de ICEX.

#### Nº empresas participantes

Se registraron un total de **159** empresas españolas, siendo más de **220** los asistentes.

#### Objetivo

Conocer las medidas adoptadas por el Banco Mundial y el Banco Interamericano de Desarrollo frente a la covid-19, así como sus implicaciones en términos de oportunidades de negocio para las empresas españolas.



### Organismos multilaterales frente a la covid-19. Sesión 2

#### 27 de mayo. Conexión por videoconferencia con Londres, Bruselas, Manila y Abiyán.

En la segunda sesión del ciclo de seminarios sobre la respuesta de los organismos multilaterales frente a la covid-19, se informó a las empresas españolas sobre la respuesta que se estaba dando en el corto y medio plazo a la crisis por parte del Banco Europeo de Inversiones, la Acción Exterior Europea, el Banco Europeo de Reconstrucción y Desarrollo, el Banco Asiático de Desarrollo y el Banco Africano de Desarrollo.

#### Organismos presentes

La actividad se organizó por ICEX España Exportación e Inversiones en colaboración con las Oficinas Económicas y Comerciales de las Embajadas de España en Bruselas, Manila y Abiyán.

En ella, intervinieron la vicepresidenta del Banco Europeo de Inversiones, el director ejecutivo de España ante el Banco Europeo de Reconstrucción y Desarrollo, el consejero senior del Banco Africano de Desarrollo, los consejeros Económicos y Comerciales de España en Bruselas, Manila y Abiyán, las Antenas Multilaterales de ICEX en Bruselas y Manila y la consejera delegada de ICEX.

#### Nº empresas participantes

Se registraron un total de **144** empresas españolas, siendo más de **195** los asistentes.

#### Objetivo

Conocer las medidas adoptadas frente a la covid-19 por el Banco Europeo de Inversiones, la Acción Exterior Europea, el Banco Europeo de Reconstrucción y Desarrollo, el Banco Asiático de Desarrollo y el Banco Africano de Desarrollo, así como sus implicaciones en términos de oportunidades de negocio para las empresas españolas.

## 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.

### Planes sectoriales

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

En 2020:

- Se llevaron a cabo 71 planes de internacionalización sectoriales.
- Se ejecutaron más de 204 actividades.
- Participaron 621 empresas.
- Se registraron 1.254 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 2020, 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 2020, ICEX ha intentado 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.

### Principales mercados



# Alimentos, Vinos y Gastronomía

## Sector

Alimentos, Vinos y Gastronomía

## Número de actividades

- 3 pabellones oficiales
- 3 espacios España
- 12 seminarios/jornadas
- 21 campañas de promoción
- 21 campañas de promoción sector mercados
- 11 exposiciones

## Mercados prioritarios

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

## Ejes estratégicos

ICEX ha puesto en marcha diferentes acciones para que el tejido empresarial de la industria alimentaria en su conjunto pueda retomar la actividad de promoción internacional en un contexto de crisis sanitaria generada por la covid-19.

El objetivo de todas las acciones emprendidas en 2020 ha estado encaminado a poner en manos de las empresas diferentes instrumentos, algunos innovadores, que no supongan ni cargas ni reajustes adicionales a los ya generados por la situación sanitaria y, de forma paralela, ayudar a impulsar la venta de alimentos y vinos españoles en los mercados internacionales, así como fortalecer la imagen de España en el exterior.

Con estas premisas, se ha contemplado una línea de actuación combinada, articulada sobre cinco grandes ejes interconectados:

### 1. Acciones de promoción en canales digitales:

La formación y la promoción han sido los dos ejes vertebradores de estas iniciativas, que contemplan:

- Formación virtual para profesionales y prescriptores internacionales con la obtención de la titulación Wines From Spain Diploma y Spain's Pantry.
- Catas y seminarios virtuales, con conexión a la red ICEX o con multiconexión internacional, y con la realización de agendas virtuales.
- Impulso a canales digitales propios y apertura de otros nuevos. Además, el portal [www.foodswinesfromspain.com](http://www.foodswinesfromspain.com) (FWS), destinado al público profesional internacional, ha actuado como referente digital para la exportación, con el renovado apartado "Exporters", que se ha erigido en la vía de contacto y de acceso de los agentes comerciales internacionales con las empresas exportadoras españolas.

### 2. Impulso a la promoción local, con especial atención a importadores:

Con el objetivo de facilitar el acceso de los agentes internacionales a los alimentos y vinos españoles, y así apuntalar su apuesta por el producto español, se han agrupado diferentes actividades presenciales, de pequeño formato, concebidas y organizadas de forma exclusiva por ICEX, y dirigidas a grandes cadenas de supermercados, comercio independiente, canal HoReCa y prensa especializada.

Se trata de actividades que conviven con las acciones de los Planes Integrados de Alimentos (PIA), que han presentado un programa revisado acorde a la nueva normalidad y adaptado a cada mercado. Así, las participaciones en congresos, ferias o promoción en punto de venta se han transformado hacia una presencia destacada en las plataformas de las cadenas de supermercados, catálogos de tiendas especializadas y programas de presentación de productos en formato virtual.

### 3. Apoyo a la recuperación del canal HoReCa:

El canal HoReCa es un punto de venta esencial para los productos españoles y al tiempo un sector muy afectado por la crisis sanitaria. Así, convocatorias clásicas como la Spanish Wine Week en Irlanda o la Eat Spain Drink Spain en Reino Unido se han adaptado a la situación específica del sector para lo que se ha buscado impulsar la presencia de los productos españoles en los restaurantes, vinotecas y tiendas *gourmet* con acciones presenciales y virtuales.

La comunicación estrecha con las cadenas hoteleras y chefs internacionales interesados en la cocina española ha sido una constante. En este sentido, se han atendido sus necesidades sobre productos nacionales para ampliar su oferta gastronómica en sus hoteles y restaurantes, a la vez que se ha trabajado en la identificación de importadores locales de productos de su interés, la participación en catas virtuales, etc.

### 4. Nuevo enfoque para instrumentos tradicionales de promoción:

ICEX ha hecho un ejercicio de revisión de todos los grandes certámenes internacionales y ha seleccionado aquellos de especial importancia para las empresas españolas del sector y que ofreciesen formatos de participación versátiles.

Además, ha incorporado espacios donde se ha amplificado la puesta en valor de los productos españoles: Spain's EVOO Experience, Cheese Area, Mocktail Bar y espacios de *showcooking*. En ellos se han desarrollado una gran variedad de acciones de degustación y seminarios, en los que han participado importadores, distribuidores, jefes de compra de grandes cadenas de restauración y comercializadores internacionales, prensa, bloggers y otros prescriptores.

### 5. Campaña de promoción internacional:

La comunicación forma parte del eje transversal de este conjunto de acciones diseñadas para impulsar la promoción en los mercados exteriores. Así, todas las acciones han contado con el respaldo de una campaña de promoción internacional que, bajo el lema Spain Food Nation, se ha centrado en el fortalecimiento de la imagen exterior de los alimentos y vinos españoles.



La crisis generada por la covid-19 ha dañado la imagen de los alimentos y vinos españoles, así como de su gastronomía. En los momentos de desinformación vividos, era necesario lanzar una campaña de comunicación para cambiar la percepción y fortalecer la imagen de calidad, trazabilidad, seguridad, sostenibilidad y excelencia del sector agroalimentario en su conjunto, comunicando el valor de los productos gastronómicos españoles a través de un concepto global adaptable a cada mercado.

El sector agroalimentario español, a diferencia de la imagen proyectada en los mercados internacionales, ha seguido produciendo con total normalidad y con la misma efectividad y calidad que antes de la crisis sanitaria. Ha mantenido, e incluso incrementado, sus exportaciones habituales a los mercados internacionales.

Además, los valores empresariales diferenciales del sector se han puesto de manifiesto, pues mientras se garantizaba el corredor alimentario, este ha diversificado su producción hacia la elaboración de material sanitario de primera necesidad.

## Campaña Spain Food Nation

(<https://www.foodswinesfromspain.com/spainfoodnation.com>)

### 14 de septiembre – 31 de diciembre

Campaña internacional de promoción, realizada en colaboración con el MAPA, para destacar el compromiso, excelencia, diversidad y sostenibilidad del sector agroalimentario español.

Bajo el lema Spain Food Nation, la campaña ha buscado potenciar la imagen de España como país que alimenta a Europa y al mundo, gracias a:

- La trazabilidad de sus productos.
- La sostenibilidad del país, con la mayor producción ecológica del mundo.
- Su calidad diferenciada.
- Su innovación.
- Su seguridad alimentaria
- Sus valores empresariales distintivos puestos de manifiesto durante la crisis sanitaria.

### La campaña se ha apoyado en dos pilares de actuación:

- Inserciones de contenidos en medios de comunicación internacionales: medios generalistas de referencia internacional, medios internacionales de estilo de vida dirigidos a consumidores de productos *premium* y profesionales del sector, y medios sectoriales internacionales y locales especializados en alimentos, vinos y gastronomía.
- Desarrollo de acciones de relaciones públicas en eventos promocionales organizados por ICEX dirigidos a prescriptores, importadores y prensa especializada.

### Objetivos de la campaña Spain Food Nation:

- Incrementar la notoriedad, visibilidad y reputación de los alimentos, vinos y gastronomía española, englobados en la marca genérica “Foods and Wines From Spain”, aportando confianza y credibilidad.
- Transmitir cómo la calidad y la responsabilidad en la producción alimentaria española influyen en la salud y en el bienestar.
- Promover la exportación y la expansión internacional de las empresas agroalimentarias españolas, en base a la calidad del producto, cultivado y producido por personas.
- Poner énfasis en el compromiso y la generosidad demostrada por los productores en un momento de especial dificultad.
- Reconocer la potencia de la industria española sostenible y respetuosa con el medio ambiente.
- Establecer con el consumidor (con alto nivel de renta) y el público profesional con capacidad de decisión de compra un vínculo, por medio de valores y emociones, que trascienda a los productos, en favor de la confianza y la atracción.

31 eventos organizados por ICEX

**Europa**

- Reino Unido
- Alemania
- Polonia
- Serbia
- Croacia
- Irlanda
- Gracia
- Países Bajos
- Austria



- Estados Unidos

- Costa de Marfil

- China
- Japón
- Singapur

Eventos ICEX con acciones de relaciones públicas:

- **Garnacha's Fingerprint** (Alemania – 14 septiembre).
- **Cata de Vinos en Búsqueda de distribución** (Reino Unido – 17 septiembre).
- **Degusta España – A walk around the great Spanish diversity** (Polonia – 17 septiembre).
- **Online Tastings “Feinkost aus Spanien”** (Alemania – 21 septiembre a 10 de octubre).
- **Spanish Wines in the heart of the city 2.0** (Serbia – 22 a 27 septiembre).
- **Spanish Wine&Food Business Meeting – Japón** (Osaka) (28 septiembre).
- **Jornadas de promoción de la fruta** (China - Guangzhou – 1 a 7 de octubre).
- **Spain's Day. Taste the Mediterranean** (Croacia – 8 a 9 de octubre).
- **Spanish Wine Week** (Irlanda – 12 a 18 de octubre).
- **Spain's Day** (Estados Unidos – Miami, 13 de octubre).
- **Degusta España – Back to classics** (Polonia – 15 de octubre).
- **Spanish Speciality Weeks** (Austria – 19 a 30 de octubre).
- **Cata de quesos** (Serbia – 21 de octubre).
- **Spain Wines in Motion** (Alemania – 26 a 27 de octubre).
- **Spanish Wine&Food Business Meeting** (Japón – Tokio, 27 octubre).
- **Eat Spain Drink Spain** (Reino Unido – 1 a 30 de noviembre).
- **China International Import Expo** (China – 5 a 10 de noviembre).
- **Prowine China 2020** (China – 10 a 12 de noviembre).
- **Spanish Wine Week** (Irlanda – octubre a diciembre).
- **Wines from Spain Virtual Tasting** (Grecia – 5 de noviembre).
- **Update Rueda, using the example of certified organic wines** (Alemania – 8 de noviembre).
- **Masterclass Spanish cheeses** (Países Bajos – 9 de noviembre).
- **Spain's Day in Seattle** (EE.UU. – 12 de noviembre).
- **Online tasting Wines from Galicia** (Países Bajos – 16 de noviembre).
- **Spain's Day in Houston** (EE.UU. – 18 de noviembre).
- **Spanish Food Showroom** (Singapur – 16 a 20 de noviembre).
- **Update La Mancha, virtual learning, real tasting** (Alemania – 16 de noviembre).
- **Degusta España – Cardiology in Spanish** (Polonia – 19 de noviembre).
- **From Spain with Love 2020** (Países Bajos – 20 a 23 de noviembre).
- **Spanish Virtual Wine and Food Tasting** (Costa de Marfil – 25 de noviembre).
- **Wines from Spain virtual tasting** (Singapur – 14 a 17 de diciembre).

El dimensionamiento fue todavía mayor, puesto que diferentes Comunidades Autónomas e interprofesionales se sumaron a la campaña. De esta forma, se logró la dinamización de todos los productos de la despensa española y la participación de las empresas exportadoras españolas.



### Medios de comunicación internacionales:

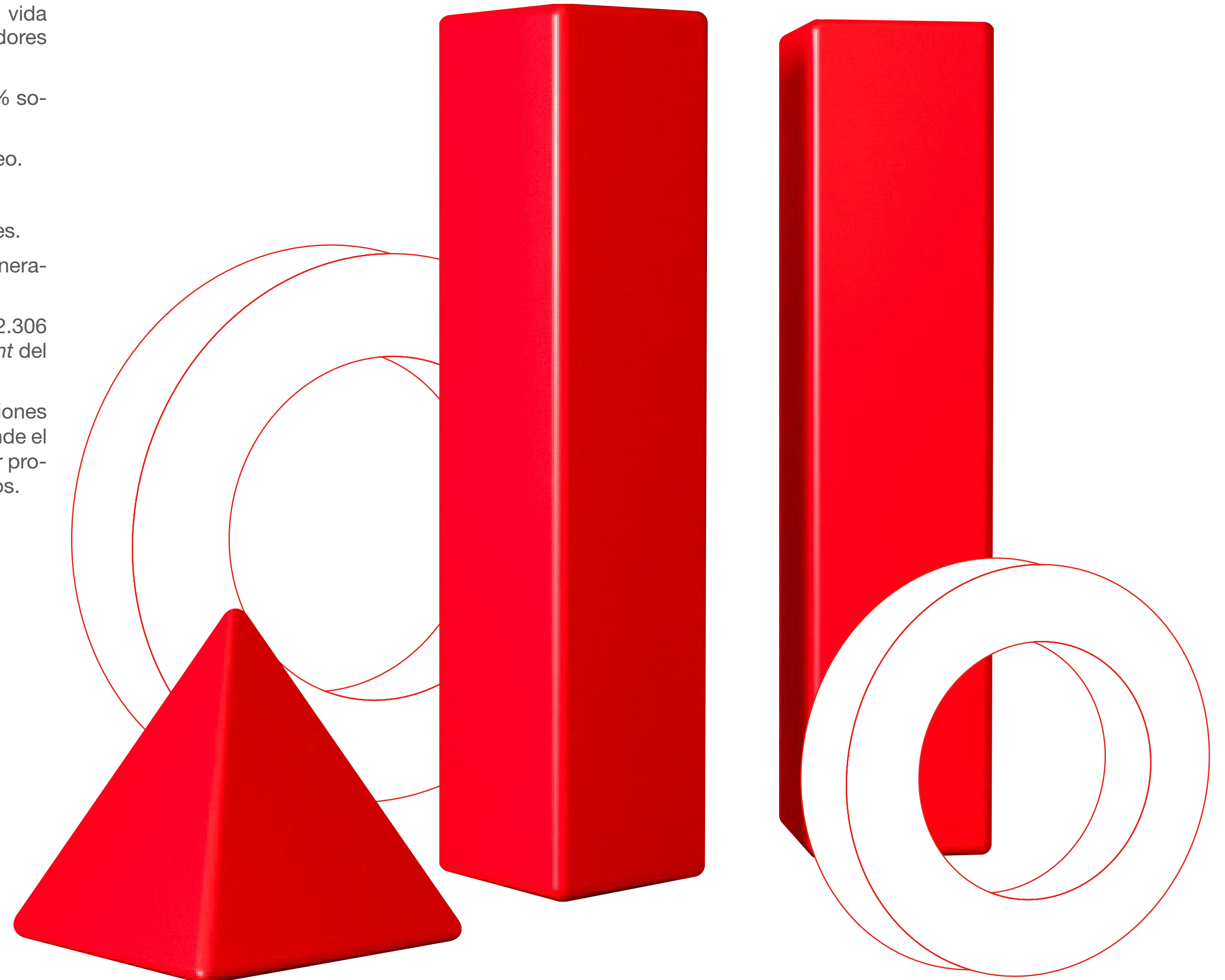
Publicación de reportajes, artículos y vídeos (*branded content*) en:

- Medios generalistas de referencia internacional: Welt&Zontag, Yomiuri Shimbun, The Times, The New York Times y Euronews.
- Medios internacionales de estilo de vida dirigidos a consumidores de productos premium y profesionales del sector: Medios del grupo Condé Nast en Alemania, Estados Unidos, Japón, Corea, Rusia, Reino Unido, Hong Kong y China.
- Medios sectoriales locales especializados en alimentos, vinos y gastronomía: Epicurious, Bon Appetit, Weinwelt Meininger, Cornelia Poletto, Laffer, Lebensmittelzeitung, Food & Wine, Great British Chefs, Decanter, BBC Good Food, Boston Rising Star Magazine, Eating Well y Foods and Wines from Spain.

### Resultados:

- Campaña en 'Euronews' (audiencia mundial) en televisión, digital y redes sociales:
  - Siete episodios - 'Here we Grow'.
  - 9 idiomas.
  - 99 millones de penetración total en TV.
  - 42 millones en *leads* de negocio.
  - 4 millones de impresiones en digital.
  - 3 millones de impresiones en redes sociales.
  - 65% notoriedad de campaña.
  - 159% en mejoramiento de la imagen de marca.

- Acciones en medios internacionales de estilo de vida (audiencia de más de 1.000 millones de consumidores en todo el mundo):
  - Más de 23,8 millones de impresiones (un 179% sobre el objetivo).
  - Más de 2,9 millones de visualizaciones en video.
  - Más de 149.000 páginas vistas (+175%).
  - 2,1 millones de interacciones en redes sociales.
- Otros resultados en medios especializados o generalistas:
  - A destacar los 36.339 visitantes únicos y las 42.306 páginas vistas en el artículo de *branded content* del 'The New York Time'.
  - El interés levantado en Japón, tras las publicaciones de artículos en el diario 'Yomiuri Shimbun', donde el 41% de sus lectores han considerado comprar productos españoles tras la lectura de los artículos.



## Actividades destacadas



### Espacio España en “Salon du fromage et des produits laitiers”

23-26 de febrero. París (Francia).

El Salon du Fromage es una feria profesional dedicada exclusivamente a los quesos y productos lácteos en el que se dan cita las empresas y profesionales más destacados del sector, tanto en lo relativo a la producción como de productos de acompañamiento, servicios auxiliares, organizaciones profesionales y prensa. En la presente edición España fue país de honor, circunstancia que propició que desde ICEX y la organización ferial se realizara un especial esfuerzo de difusión de la participación española.

Con el fin incrementar la afluencia de público de calidad se organizó una zona degustación en la que el Maestro Afinador José Luis Martín (QAVA) impartió varias sesiones para presentar y degustar los quesos de España participantes en el pabellón.

#### Autoridades y organismos presentes

Los organismos de promoción de Andalucía (EXTENDA), Asturias (ASTUREX), así como el CRDO Mahón, coordinaron la participación de empresas de su región o denominación dentro del pabellón español.

#### Nº empresas participantes

32 empresas españolas participantes.

#### Objetivo

El Salon du Fromage representa para los productores españoles una buena oportunidad de abordar un mercado de proximidad y donde España se sitúa como el sexto proveedor de queso.

#### Características técnicas globales

Nº expositores: 281 | Países participantes: 14 | Visitantes: 8.468 profesionales



### Pabellón Oficial en Gulfood

16-20 de febrero. Dubái (Emiratos Árabes Unidos).

Gulfood es el principal evento de alimentación para profesionales del sector de alimentación y bebidas no alcohólicas en la región MENA, así como parte de Asia, ya que reúne a la mayor parte de fabricantes, distribuidores y procesadores de alimentos presentes en la zona.

La presencia de empresas españolas les permite desarrollar operaciones comerciales, expandir su presencia y reforzar su imagen de marca en el mercado, a través de visitas guiadas, en este caso, para mercados como India, Jordania, Kenia, Arabia, Qatar, Omán y Egipto.

Como complemento a la exposición se diseñaron dos espacios dinamizadores de las visitas al pabellón español: el Extra Virgin Olive Oil Experience, donde se dieron a conocer las peculiaridades de aceites españoles, y el Mocktail Bar, donde se pudieron probar las posibilidades de la gastronomía española.

#### Autoridades y organismos presentes

En la presente edición participaron dos agrupaciones territoriales bajo el paraguas de las correspondientes entidades de promoción autonómicas: Andalucía (EXTENDA) y Extremadura (AVANTE).

#### Nº empresas participantes

143 empresas españolas.

#### Objetivo

Gulfood es un evento de importancia estratégica para la oferta española, tanto por las dimensiones del sector agroalimentario en nuestro país, como por la excelente plataforma que supone para exponer la calidad y diversidad de los productos españoles. La mayor parte de las empresas mostraron su interés en volver a participar en próximas ediciones, pues son conscientes de la importancia de las relaciones a largo plazo en este mercado, y consideran además que es un foro que permite analizar a clientes y competidores de diferentes zonas geográficas.

#### Características técnicas globales

Nº expositores: 5.000 | Países participantes: 120 | Visitantes: 92.902



## Food Pitch, un nuevo formato para promoción

**Colombia, Marruecos, Serbia y Suecia (2).**

Formato de promoción comercial que pone en contacto a importadores o distribuidores en búsqueda de productores y proveedores españoles, a través de las Oficinas Económicas y Comerciales de España, que valoran aspectos como la capacidad exportadora de la empresa, la madurez comercial, su adecuación al mercado, así como factores que garanticen la imagen de calidad del producto español.

ICEX se encarga de ofrecer asesoramiento previo a las empresas españolas para poder afrontar con éxito las conversaciones B2B dadas las diferentes maneras de hacer negocios en cada mercado concreto.

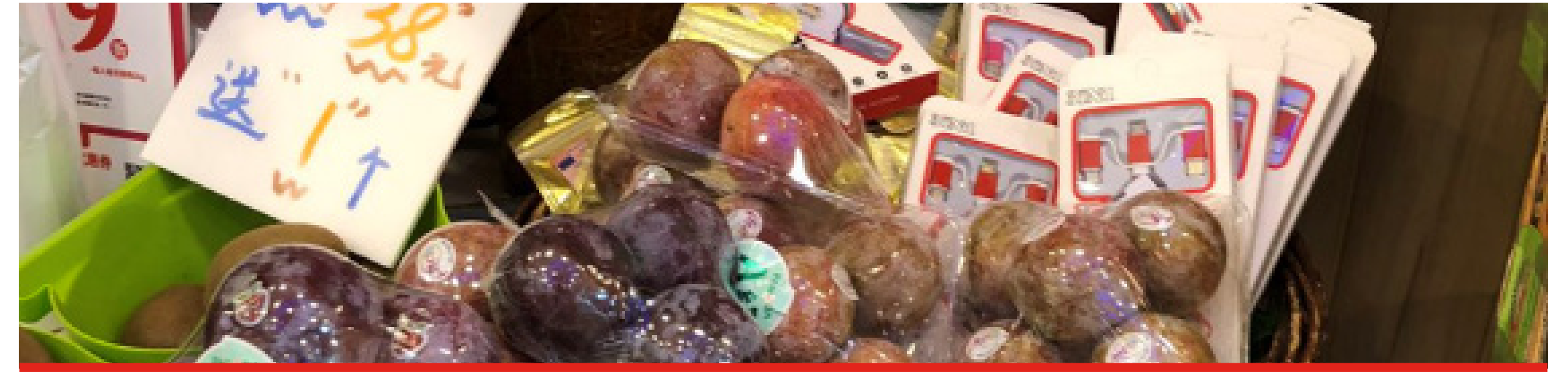
De esta manera, los Food Pitch permiten adecuar de manera satisfactoria la oferta española con la demanda, lo que otorga mayores posibilidades de consecución de acuerdos comerciales para la empresa española.

### Nº empresas participantes

**479** empresas de los siguientes sectores: aceitunas, arroz, bebidas probióticas, bebidas sin alcohol, carnes veganas, cereales, cerveza con y sin alcohol, confitería, conservas de pescado y marisco con certificación ecológica, conservas vegetales, especias, frutos secos, galletas y otros productos de confitería, gazpacho, leche en polvo, legumbres cocidas, margarina, patatas fritas, pepinillos y otros encurtidos, pescado y mariscos congelados, productos congelados tipo snack, productos lácteos, sal con certificación Orgánicas, salsas, snacks, vinos biodinámicos, vinos orgánicos y zumos.

### Objetivo

Establecer una relación directa de las empresas españolas con el comprador extranjero, desarrollándose posteriormente entre ambos una relación comercial.



## Spanish Fruit Week – 1ª semana de la promoción de fruta española en el sur de China

**1-8 de octubre. Cantón (China).**

La primera semana de promoción de fruta española, en este caso centrada en la ciruela nacional, se celebró simultáneamente en 15 tiendas de la franquicia Pagoda, una de las mayores cadenas de fruterías del sur de China y empresa líder a nivel nacional. El impacto de la promoción se maximizó al coincidir con las fiestas de la Semana Nacional China (Golden Week), uno de los periodos más destacados del calendario chino, y en el que es habitual regalar fruta.

España es uno de los seis países autorizados para exportación de fruta de hueso a China y si bien el consumo de ciruelas en China es inferior a la de otras frutas de hueso como melocotones y nectarinas, las ciruelas importadas gozan de una posición privilegiada en el mercado chino.

Dentro de las actividades desarrolladas, además de confeccionar materiales como cartelería, bolsas, folletos informativos y material promocional, se puso en marcha una plataforma electrónica en la que los clientes que hubieran comprado el producto español y compartieran fotos de la promoción podían optar a premios adicionales, logrando un efecto multiplicador de la promoción física en tiendas.

### Objetivo

Posicionar la fruta española como un producto seguro, saludable y de calidad en la mente de los consumidores de las zonas más exclusivas de Guangzhou. Así lo ha considerado también Pagoda, que ha manifestado su interés en ampliar esta promoción a un mayor número de establecimientos y otros productos españoles en futuras ocasiones.



## Eat Spain Drink Spain

**Noviembre. Reino Unido.**

ESDS es un programa de promoción de alimentos y vinos de España que supone un gran escaparate de la excelencia, prestigio y variedad de los productos de la despensa española de alta calidad en el país, enfocado al consumidor, profesionales de la distribución y el canal HoReCa.

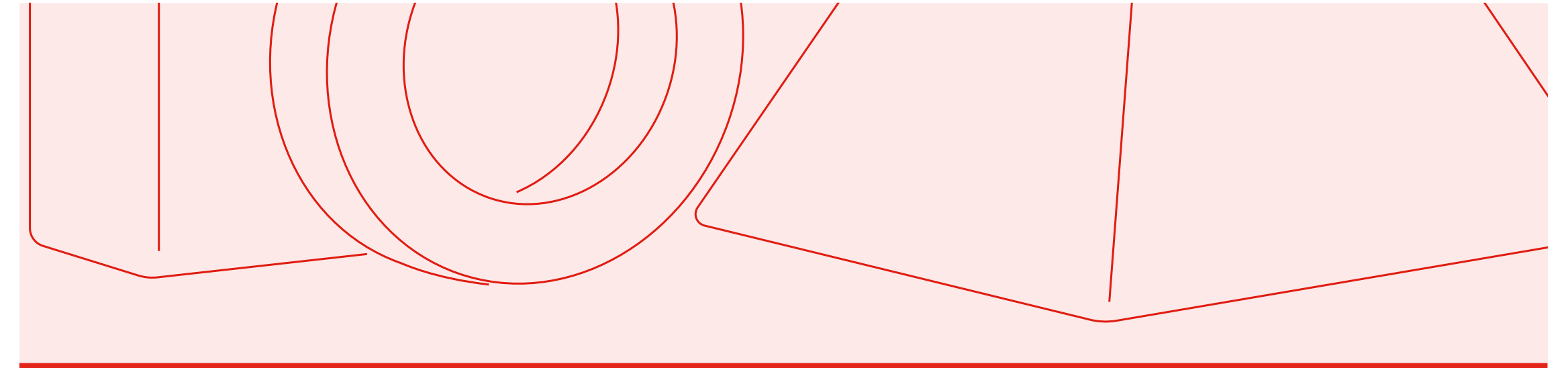
Se ha contado con 50 colaboraciones tanto de tiendas especializadas de vino y productos *gourmet* (que se suman a la puesta en marcha de actividades promocionales tanto en sus locales como en sus tiendas *online*), como de bares y restaurantes. Por otro lado, destacaron muy especialmente la organización de seis seminarios dirigidos a profesionales de sectores como el canal *retail*, importadores, periodistas especializados y hosteleros.

### Nº empresas participantes

**45** empresas españolas inscritas (40 alimentos y casi 60 referencias de vino).

### Objetivo

Impulsar la imagen y venta de los productos españoles de alta calidad presentes en el mercado, apoyando su presencia en el canal HoReCa. Objetivo cumplido al lograr, en esta nueva y peculiar edición, una mayor sinergia con los restaurantes españoles presentes en todo el país.



## Spanish Day en “Taste the Mediterranean”

**8 de octubre. Split (Croacia).**

Jornada de promoción de vinos y alimentos, enmarcada dentro del festival de gastronomía “Taste the Mediterranean”.

Entre las principales actividades realizadas, destacaron el panel sobre dieta mediterránea, turismo y sostenibilidad, la degustación de alimentos españoles, dirigida por la chef española María José San Román, y la cata de vinos españoles realizada por tres sumilleres locales. La jornada culminó con una cena degustación con maridaje de productos españoles y croatas a la que asistieron profesionales del sector, personalidades locales y el grupo de chefs internacionales y locales participantes en el certamen.

### Nº empresas participantes

**12** productoras españolas de alimentos (aceite de oliva, vinagres, embutidos serranos e ibéricos, quesos, dulces y conservas) y **11** bodegas españolas.

### Objetivo

Reforzar la imagen de España como productor de productos de gran calidad y consolidar el papel de la gastronomía como motor de promoción de los mismos. La alta participación y la gran repercusión en los medios locales dejó patente el interés que despertaron y el empuje de la marca España en este sector.



## Spanish Wine & Food Business Meetings

**28 de septiembre. Osaka (Japón) | 27 de octubre. Tokio (Japón).**

Actividad pensada para que los importadores japoneses de vino y producto *gourmet* español expongan su catálogo, ofreciéndolo a mayoristas, minoristas, restaurantes, supermercados, etc. y consigan ampliar su cartera de clientes.

Entre los productos mostrados destacaron los vinos, cervezas, vermut, agua mineral, jamón y embutidos, aceite de oliva, quesos, conservas de pescado y vegetales o frutos secos, entre otros.

En la edición de Tokio se celebró un seminario sobre carnes de vacuno y cordero españoles, realizado en colaboración con las asociaciones sectoriales españolas Provacuno e Interovic.

A pesar de que las restricciones generadas por la crisis de la covid-19 obligaron a limitar el número de visitantes, la exposición contó con la participación de 499 profesionales entre las dos convocatorias.

### Nº empresas participantes

En total participaron **61** importadores japoneses, **35** en Tokio y **26** en Osaka.

### Objetivo

Incrementar la presencia de alimentos y vinos españoles en el mercado, apoyando su distribución en todos los canales, especialmente en la hostelería, tras el hundimiento sufrido en el canal HoReCa por la crisis sanitaria. También se ha buscado impulsar el sector cárnico español, dentro del Acuerdo de Asociación Económica entre la Unión Europea y Japón, en vigor desde el 1 de febrero de 2019.



## Plataformas digitales

Conjunto de actividades en plataformas de comercio electrónico y en plataformas de distribución

### Plataformas de comercio electrónico

pensadas tanto para empresas que todavía no tienen distribución en el mercado, como para empresas que quieren profundizar en los canales de distribución de mercados en los que ya están presentes.

En las plataformas B2B globales de diferentes países, ICEX obtiene condiciones ventajosas para participar, a la vez que también está generando marca país en todos los mercados. Alguno de estos programas se está realizando en la plataforma de entrevistas personalizadas ECRM y en la plataforma de contactos profesionales sectorializados RANGEME.

En el ámbito B2C, las Tiendas Amazon Foods&Wines from Spain (España, Reino Unido, Alemania, Francia e Italia) dan visibilidad agrupada a los productos españoles, ofreciendo productos de alta calidad. Los programas desarrollados en las plataformas de las cadenas como Jumbo, Vivino, Farmy, etc, en diferentes mercados, han completado la oferta de servicios de promoción en este canal.

### Plataformas de distribución

orientadas a empresas que ya están presentes en el mercado. Acciones de agrupamiento de la oferta española en tiendas donde ya están presentes, como Tesco, Waitrose, Ocado, etc. Forman parte de programas articulados para profundizar en canales de comercialización y mejorar la visibilidad de la despensa española: PIA, Eat Spain Drink Spain, etcétera. Programas individuales en cadenas retail con desarrollo de plataformas virtuales, como Jumbo y Vivino en Países Bajos o Farmy en Suiza.

Acciones mixtas tanto para empresas con y sin distribución en el mercado, como la promoción de productos gourmet en Feinkost Käfer (Alemania): la cadena realiza una promoción de los productos que ya están presentes y se ofrece la opción de incorporar nuevos productos gourmet a la oferta de la cadena.

### Objetivo

Incrementar la presencia de alimentos y vinos españoles en todas las plataformas de distribución posible, apoyando a la empresa española en su introducción a los canales *online*.



### Sesiones virtuales de cata

Catas con presentaciones de productos a través de diferentes redes sociales y plataformas, realizadas a modo de reuniones comerciales. Dirigidas a importadores, distribuidores, canal HoReCa, jefes de compra del cadenas hoteleras, tiendas especializadas y prescriptores de opinión, pueden adoptar la forma de catas genéricas y formativas de alimentos y vinos de España, catas para búsqueda de distribución e introducción de nuevos productos en un mercado o catas para profundizar y diversificar los canales de distribución.

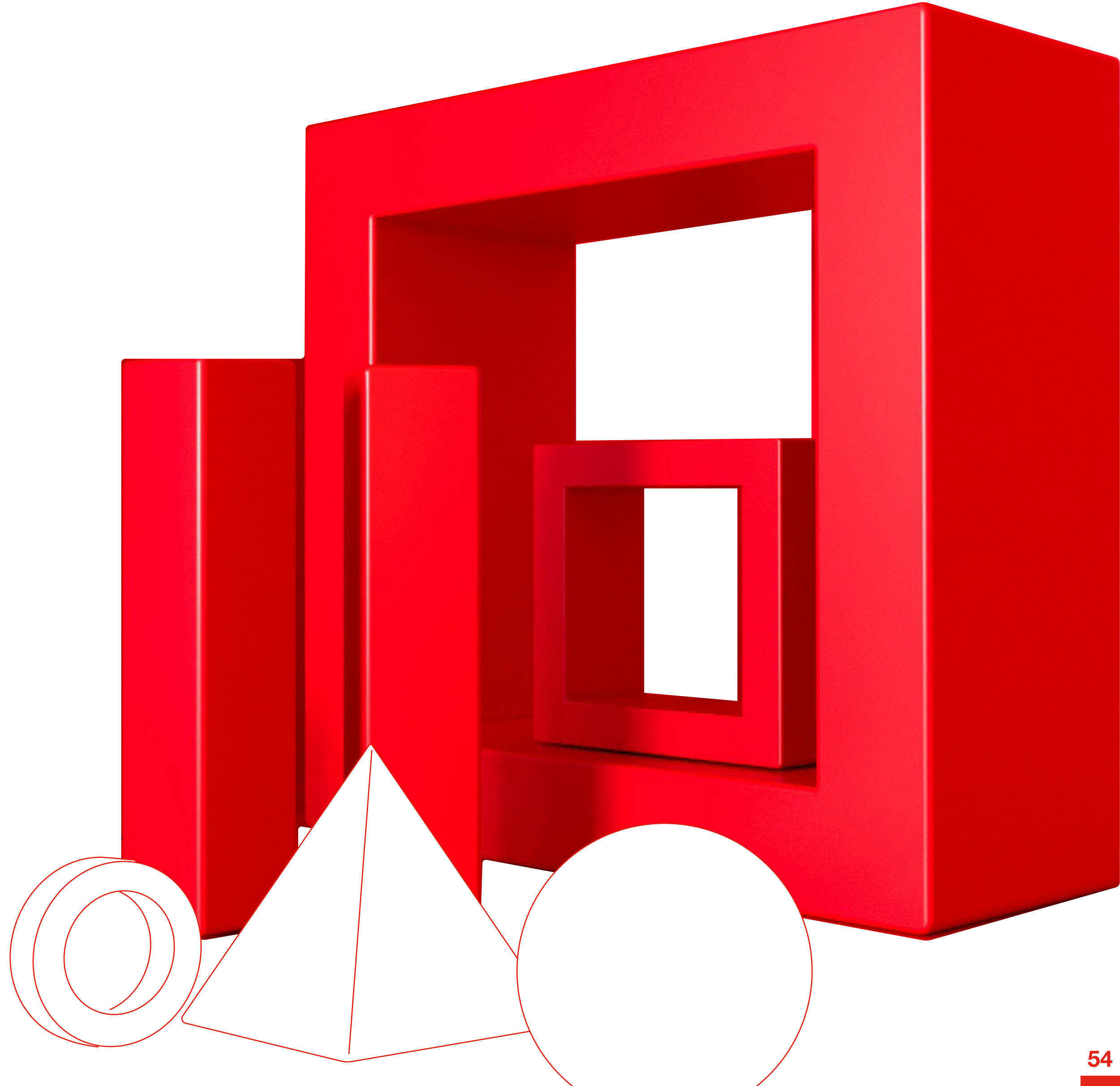
Destacar la importante cata virtual del chef José Andres para consumidores estadounidenses (enlace aquí), que contó con la participación de Bodegas Álvaro Palacios y de Raventos i Blanc), y en la que los consumidores podían adquirir los vinos degustados a través de [www.wine.com/spain](http://www.wine.com/spain).

---

### Objetivo

---

Convertir esta herramienta de presentación de alimentos y bebidas en un instrumento de promoción y contacto con el público profesional y consumidores en los distintos mercados, más allá de los tiempos de la covid-19, pues permite la participación de productores frente a importadores y prescriptores sin necesidad de desplazamiento.



# Moda, Hábitat e Industrias Culturales

## Sector

Calzado y sus componentes, confección textil, productos para la infancia, tejidos e hilados, cosmética y perfumería, joyería, bisutería, curtidos, marroquinería, mueble, iluminación, textil hogar, editorial, música, audiovisual y juguete, entre otros.

## Número de actividades

- 3 pabellones oficiales
- 5 espacios España
- 38 participaciones agrupadas
- 1 estand informativo
- 2 misiones (directa, estudio, inversa)
- 19 seminarios/jornadas
- 33 campañas de promoción
- 3 campañas de promoción sector-mercados
- 3 campañas de comunicación
- 1 desfile
- 5 exposiciones
- 2 jornadas técnicas

## Mercados prioritarios

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

## Ejes estratégicos

En 2020, la promoción de los sectores de Moda, Hábitat e Industrias Culturales se ha centrado en la incorporación de nuevas empresas a 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 lograr estos objetivos, se han tenido que adaptar los instrumentos comerciales tradicionales a la coyuntura generada por la alarma sanitaria.

En efecto, la situación derivada de la covid-19 ha impedido los movimientos internacionales de personas a partir del mes de marzo, teniendo que llevarse a cabo una digitalización de los instrumentos de promoción. Para ello, entre otros aspectos, se han logrado acuerdos con las principales plataformas de comercio electrónico de moda, a la vez que se han organizado misiones comerciales virtuales, *webinarios* y campañas de comunicación.

Los ejes estratégicos se han consolidado y reforzado mediante los siguientes planes macrosectoriales:

- Plan Hábitat de España
- Plan de Promoción de la Moda Española
- Plan de Promoción de las Industrias Culturales

## Plan Hábitat de España

El principal objetivo de este plan es poner en valor la industria española de hábitat, que mantiene una constante evolución para integrar propuestas cada vez más innovadoras y versátiles. Además, pretende dar respuesta a inquietudes actuales como la sostenibilidad, el bienestar, la organización de los espacios compartidos o la ergonomía aplicada al propio hogar, sin olvidar las raíces en la tradición artesanal de esta industria.

Buena prueba de esta imagen de excelencia, ha quedado patente en los prestigiosos premios internacionales por las empresas españolas en 2020:

- 27 Red Dot.
- 6 German Design Awards.
- 5 Frame Awards.
- 6 Best of Year de Interior Design.

El inevitable proceso de transformación digital emprendido en 2020 ha derivado en diferentes acuerdos con webs de arquitectura y librerías de producto digitales que han permitido impulsar la presencia de los fabricantes españoles en estas plataformas, como fuentes de inspiración y de selección de productos para los profesionales y prescriptores de los proyectos de interiorismo.

El impulso a la imagen país ha continuado en 2020 a través del posicionamiento de las marcas individuales a través del Plan de Medios Hábitat, bajo la marca paraguas 'Interiors From Spain'. Se han llevado a cabo publlirreportajes en los principales medios especializados internacionales de todo el ecosistema de diseño español (fabricantes y diseñadores): Elle Decor en Italia, Dezeen, Disegno/Darc/Wallpaper en Reino Unido, Metropolis en Estados Unidos.

Finalmente, la campaña 'What is Spain', con más de 43.000 visualizaciones en Youtube, ha contribuido a que el diseño español estuviese presente entre los profesionales del sector pese a las dificultades.

### Plan de Promoción de la Moda Española

Durante 2020, dadas las circunstancias excepcionales derivadas de la situación sanitaria, se ha marcado el objetivo de mantener y consolidar la presencia estable de empresas y marcas españolas en los mercados internacionales.

Para ello, se ha puesto el foco en la transformación digital del sector y facilitar los medios digitales para que ayuden a mantener la actividad comercial.

En este sentido, se ha lanzado con la asociación FICE el programa Global Through Innovation dirigido a empresas de calzado.

Además, se ha aprovechado la coyuntura para priorizar otro de los elementos diferenciadores de las marcas a nivel internacional como es la sostenibilidad, sobre todo en lo referente a la innovación en materiales sostenibles, ahorro de suministros de agua y electricidad y a la reducción y mejora del tratamiento de residuos, como tintes y químicos. En este sentido, se ha seguido apostando por la feria Neonyt y se ha trabajado con la plataforma The Brand Show especializada en moda sostenible.

Cabe destacar el impulso de la presencia en la región de Asia Pacífico del sector de la perfumería y cosmética, debido a su crecimiento económico y su mejor posicionamiento frente a la crisis sanitaria actual, siendo la región que en los próximos años impulsará el crecimiento del mercado de belleza frente a mercados maduros. Estados Unidos también ha sido un mercado prioritario, donde se combinan eventos presenciales y herramientas digitales.

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

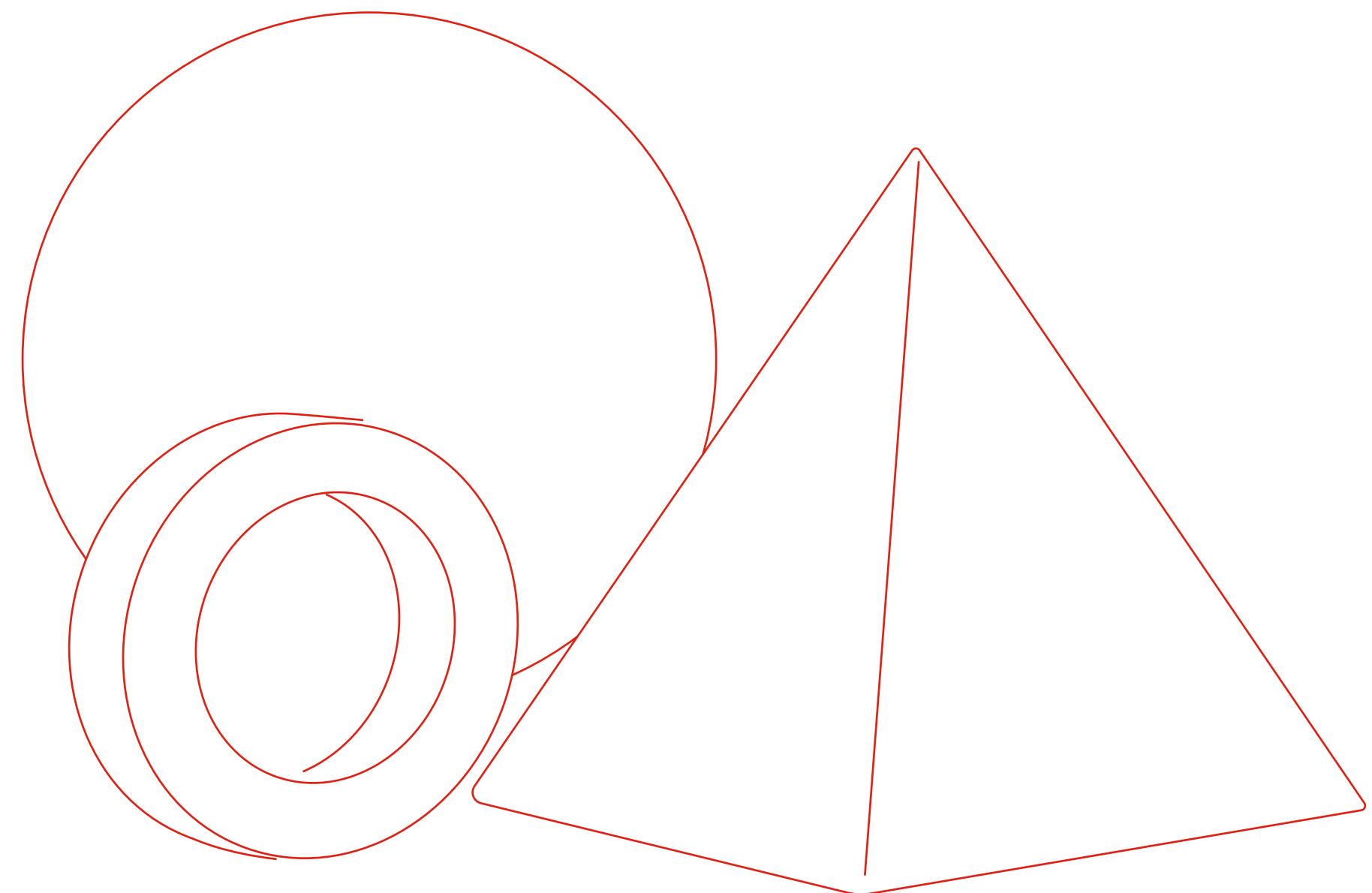
Se trata de una apuesta por la iniciación a la internacionalización, la competitividad, así como la imagen y comunicación de las empresas culturales, elementos indispensables para obtener una mayor visibilidad y prestigio internacional.

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, diversificando los mercados de influencia y prestando especial atención a aquellos nichos de mercado de difícil acceso.

Por otro lado, se busca optimizar el desarrollo digital de los diferentes sectores de la industria cultural.

El plan de promoción de Industrias culturales apoya la

modernización y profesionalización de los diferentes sectores a través de la apuesta por los *screenings* virtuales, uso masivo de las plataformas de promoción y comercio electrónico, desarrollo de estrategias de marketing y comunicación, siempre teniendo en cuenta el grado de aceptación de los diferentes sectores. Los sectores audiovisual y de la música han implementado la idea de mejorar la internacionalización a través de la digitalización, mientras que el sector del libro, más tradicional, tiene un mayor reto en la adaptación a los nuevos modelos de negocio, por lo que hay es necesario un mayor esfuerzo de de las nuevas tecnologías como factor de internacionalización.





## Actividades destacadas



### Pabellón Oficial en Design Shanghai 2020

26-29 de noviembre. Shanghái (China).

Feria anual de carácter internacional dedicada al mundo del diseño de interiores, sector que incluye mobiliario, iluminación y otros sectores del hábitat. Design Shanghai se ha convertido en uno de los eventos de diseño internacional más relevantes de Asia, al que acuden cada año las mejores marcas de diseño y galerías de todo el mundo.

Entre los productos expuestos destacaron mobiliario, iluminación, textiles para el hogar, pavimentos y revestimientos cerámicos, así como complementos de decoración.

La feria además fue el primer evento en el que se dio visibilidad al reciente Acuerdo de Colaboración entre ICEX y Valencia Capital Mundial del Diseño (VWDC) 2022, que busca difundir el diseño español a nivel internacional.

#### Nº empresas participantes

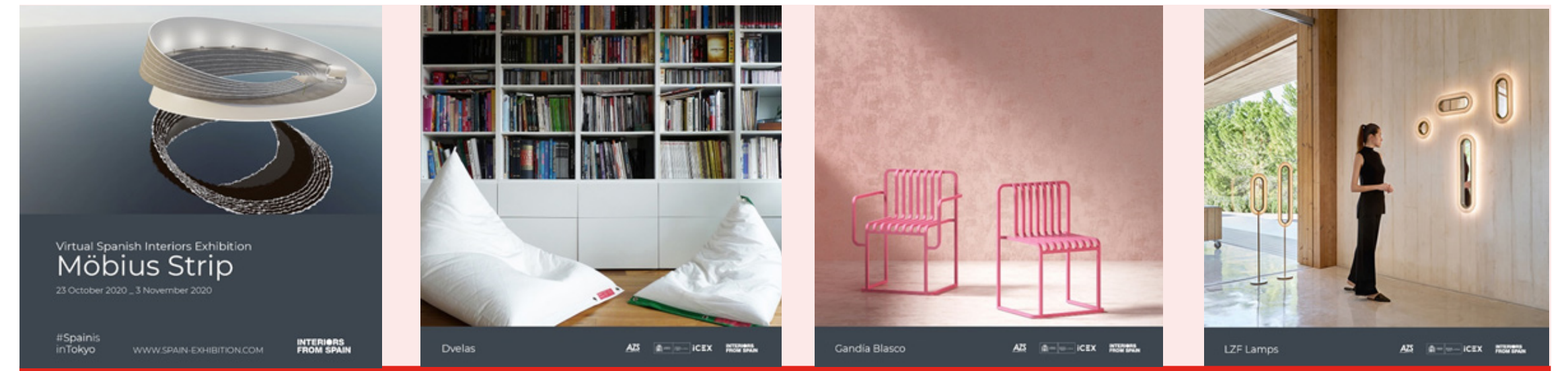
Seis empresas españolas.

#### Objetivo

Dar a conocer la oferta española de hábitat de diseño en China de manera más eficiente ya que en la actualidad la presencia de empresas españolas es reducida.

#### Características técnicas globales

Superficie en exposición: El pabellón oficial contó con 383,5 m<sup>2</sup> | Nº expositores: 400 | Visitantes: 70.000 profesionales y amantes del diseño.



### Möbius Strip: Exposición virtual de empresas españolas de hábitat de diseño durante la Design Art Tokyo 2020

23 de octubre-3 de noviembre. Tokio (Japón).

Se organizó por primera vez una exposición virtual para empresas españolas del sector hábitat de diseño, coincidiendo con la 4ª edición del festival "Designart Tokyo". En 2020, debido a la covid-19, la exposición presencial que se venía celebrando los últimos años en la Embajada de España en Tokio se llevó a cabo en formato virtual.

La exposición, que estuvo comisariada por el estudio de arquitectura japonés Azusa Sekkei, contó con la presencia de empresas españolas de mueble, iluminación, alfombras y cuadros. Designart, creada en realidad virtual y navegable en japonés e inglés, permitió al visitante pudo desplazarse por diferentes stands, donde se expusieron los productos en 3D.

El tema principal de la exposición fue la 'Cinta de Möbius' expuesta como vínculo de conexión entre España y Japón.

La exposición fue accesible para profesionales y para particulares, desde Japón y desde el resto del mundo y estará abierta hasta el 30 de septiembre de 2021, a través del enlace: <http://www.spain-exhibition.com>.

#### Nº empresas participantes

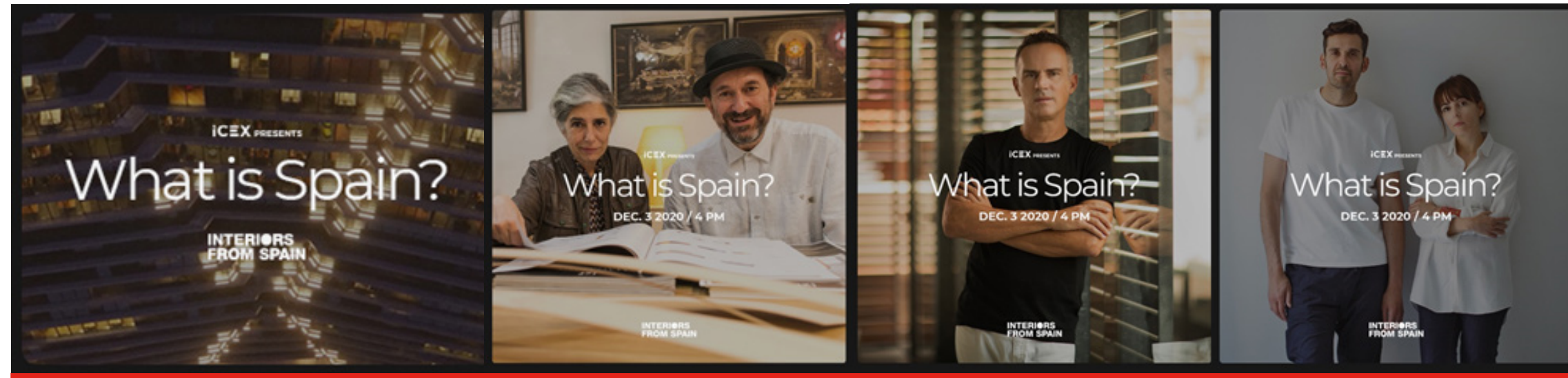
Ocho empresas españolas.

#### Objetivo

Continuar acercando el diseño español de hábitat al mercado nipón. Se trata de la decimoquinta exposición del diseño de hábitat español en Tokio 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.

#### A destacar

Hasta el 6 de noviembre la exposición había recibido más de 1.800 visitas de público especialista en el sector (1.100 de ellas de Japón).



## Campaña de imagen del Diseño de Hábitat de España, “What is Spain?”

3 de diciembre.

Lanzamiento de la campaña *What is Spain?* y presentación del vídeo *online* a través de YouTube, que fue dinamizada con una charla sobre los valores y logros del diseño español a nivel internacional. *What is Spain?*, pieza central de la campaña, resalta los valores de innovación, tradición, conocimiento, investigación, tecnología, progreso y desarrollo como algunos de los rasgos distintivos más destacados del diseño español. El vídeo transmite que el diseño español del sector del hábitat puede ser un mundo tan tecnológico como artesano y tan funcional como emocional.

El evento contó con la participación de la firma de iluminación LZF Lamps, que acaba de recibir el Premio Nacional de Innovación y Diseño 2020 en la categoría de empresas, el arquitecto Ramón Esteve, los fundadores del estudio de diseño Mayice Studio y Pablo Conde Diez del Corral, director de Moda, Hábitat e Industrias Culturales de ICEX. El encuentro fue conducido por Marisa Santamaría, investigadora y divulgadora de tendencias de diseño y directora de la asociación de empresas de diseño de España (RED AEDE).

### Objetivo

Poner de manifiesto la diversidad de valores que caracteriza a los influyentes diseñadores y empresas de la industria española del hábitat, así como su relevante y competitiva posición en el ámbito internacional.

### Características técnicas globales

La campaña realizada en redes sociales consiguió tener casi 27.000 visualizaciones, principalmente en Reino Unido, Francia, Estados Unidos y China, y 16.000 en Livestream.



## Global Through Innovation

Octubre 2020-diciembre 2022. España.

Programa de internacionalización del sector del calzado a través de la innovación y la transformación digital.

ICEX junto con la Federación de Industrias del Calzado Español (FICE) han puesto en marcha esta novedosa iniciativa que nace con el objetivo de impulsar la transformación digital del sector. Los principales aspectos tratados han ido, la experiencia del consumidor, la mejora de los materiales, la customización, la optimización de los procesos, la mejora de las ventas y el marketing digital, entre otros.

Las empresas participantes en el programa están abordando la primera fase de diagnóstico y plan de innovación, de la mano de consultores expertos en este campo. El programa culmina con una segunda fase de implementación de estos desarrollos digitales y de tecnologías innovadoras tangibles dentro de la empresa para alcanzar los objetivos perfilados en el plan.

### Nº empresas participantes

Siete empresas de calzado.



## Exposición feria Neonyt I 2020

14-16 de enero. Berlín (Alemania).

Se trata de una feria en la que la moda refuerza su compromiso con la sostenibilidad y que se celebra durante la Berlín Fashion Week, por lo que se convierte en el escaparate en el que se dan cita gran número de compradores especializados a nivel mundial.

La oferta de moda sostenible fue muy amplia, e incluyó no solo confección masculina y femenina, sino también joyas y complementos, cosmética, textil hogar e incluso moda infantil.

### Nº empresas participantes

20 empresas agrupadas por ICEX de las cuales **ocho** estuvieron apoyadas por Extenda.

### Objetivo

Posicionar España como una potencia en materia de moda sostenible. A nivel internacional, todos los expositores coinciden en que es la feria más importante donde acuden compradores de todo el mundo, por lo que se trata de una cita ineludible.

### A destacar

Como parte de la campaña de promoción de la participación española en la feria Neonyt, las empresas pudieron participar en Prepeek, una actividad de promoción centrada en los *influencers*, que presentaron diferentes productos de las marcas participantes en la actividad.

### Características técnicas globales

Superficie en exposición: La participación española contó con 211,50 m<sup>2</sup> | Nº expositores: 210 | Países participantes: 22 | Visitantes: 11.796



## Exposición en el Showroom FashionLAB. Fashion Week

14-16 de septiembre. Nueva York (Estados Unidos).

Exposición de empresas en el showroom FashionLAB de Nueva York, con la que ICEX quiso asegurar la presencia física de empresas españolas durante su semana de la moda. Se trata de un showroom muy cuidado, especializado en “concept stores” de gama media-alta y con una ubicación privilegiada, muy cerca del Javits Center, Penn Station, Grand central y The Piers en el corazón de la moda en Nueva York.

FashionLAB se encargó de dar soporte comercial a aquellas empresas que no tenían distribuidor o cuyos distribuidores no pudieron trasladarse a Nueva York.

Durante las cuatro semanas previas a la celebración de la exposición se llevó a cabo una campaña de promoción de las marcas, a través de las redes sociales, mostrando los productos que se iban a presentar.

### Nº empresas participantes

Siete empresas.

### Objetivo

Con esta exposición, organizada en el marco del Plan de la Moda en Estados Unidos, se pretendió reforzar la imagen conjunta del sector español de la moda en el mercado americano.

### A destacar

Los resultados de esta exposición han sido muy positivos, con aumento del 40% en las citas de los compradores respecto a ediciones anteriores.



## Mision Directa Virtual India 2020

Octubre de 2020.

Como ejemplo de la capacidad de ICEX para buscar alternativas de apoyo a las empresas exportadoras en el contexto de crisis sanitaria, se llevó a cabo una misión directa virtual con el objetivo de crear una agenda de entrevistas por videoconferencia entre potenciales clientes indios y empresas españolas.

### Nº empresas participantes

12 empresas españolas de los sectores de cosmética de gran consumo y artículos de tocador/aseo personal; cosmética profesional (beauty salón); productos para el cuidado del cabello; productos para el cuidado de uñas; equipamiento y mobiliario; productos Natural & Organic.

### Objetivo

Facilitar a las pymes españolas un acceso directo, ágil, rápido y con garantías a la comunidad de compradores indios. De esta manera, se ha pretendido aliviar considerablemente los efectos negativos de la interrupción de las relaciones comerciales presenciales previas a la situación de crisis sanitaria y suplir los efectos negativos de la cancelación de la feria Cosmoprof Mumbai.



## Acuerdos con Plataformas digitales de venta de moda B2B y B2C

De forma general, y con el objetivo de paliar la práctica cancelación de todas las ferias internacionales de los sectores de la moda y complementos, se han volcado buena parte de los esfuerzos en incorporar el mayor número de empresas españolas a los canales digitales. Este trabajo ya se había iniciado meses atrás, y la situación derivada de la covid-19 sirvió de catalizador acelerando el proceso de búsqueda de nuevos canales comerciales a las empresas de los sectores de la industria de la moda.

En este sentido, se ha llegado a acuerdos con plataformas B2B dirigidas a poner en contacto a las empresas con profesionales (compradores, distribuidores, representantes, etc.). Se ha firmado un contrato con la plataforma JOOR, una de las plataformas más potentes a nivel internacional que opera en más de 100 países para todo tipo de empresas del sector de la moda. También, con *Iloveplaytime* para la moda infantil, The Brand Show especializada en moda sostenible y con RangeMe para las empresas de cosmética en el mercado americano. Además, se ha colaborado con la plataforma B2C Zalando, dirigida al consumidor, obteniendo importantes ventajas para las empresas españolas presentes en dicha que plataforma deseen promocionarse en ella para mejorar sus ventas.

Además, en aquellos casos en los que las ferias o eventos se han cancelado, pero han ofrecido una opción digital, se han apoyado la presencia virtual de empresas españolas como en el caso de las cinco ferias de moda norteamericanas: Magic, Coterie, Project, Micam Americas y Children's Club.

### Nº empresas participantes

74 empresas.



## Pabellón Oficial en European Film Market / Berlinale

20-27 de febrero. Berlín (Alemania).

Es el evento de contenidos de cine de referencia internacional, junto con Marché du Film (Cannes). Lugar de encuentro para la compra/venta de novedades cinematográficas y quizá, el mercado más significativo tanto para las agencias de venta españolas como para la difusión y éxito del cine español.

Por primera vez, se organizó, en el marco del pabellón, un programa de conferencias con el título “Cinema from Spain presents...”, con el objetivo de aumentar la visibilidad de la industria española. Además, como en ediciones anteriores, se apoyó el visionado de películas españolas y se dio difusión a las películas presentadas en las secciones oficiales.

### Autoridades y organismos presentes

ICAA, coordinando con ICEX el Pabellón Oficial. Institut Valencià de Cultura, Extenda. Además, participó en el Pabellón Spain Film Commission, agrupando a las oficinas españolas de atracción de rodajes, así como los organismos autonómicos responsables del sector audiovisual de su demarcación, como País Vasco, Cataluña, Cantabria, Canarias, Madrid y Galicia.

### Nº empresas participantes

16 empresas españolas.

### Objetivo

Venta de películas ya terminadas, proyección de películas sin estrenar y presentación de películas seleccionadas en alguna de las secciones del festival, así como búsqueda de coproducciones. Por otro lado, se pretende dar a conocer los incentivos fiscales que presenta España para atraer rodajes a la península, a Canarias e Islas Baleares.

### Características técnicas globales

Superficie en exposición: 170 m<sup>2</sup> | Nº participantes: 6.000 | Países participantes: 100



## Marché du Film online 2020

22 al 26 de junio.

El mercado de cine que anualmente tiene lugar en Cannes se celebró de forma virtual. Las agencias de venta españolas tuvieron la oportunidad de participar bajo la marca ‘Cinema from Spain’ en el pabellón virtual organizado por ICEX e ICAA y de proyectar sus estrenos en la sala de *screenings* exclusiva para nuestras empresas.

### Autoridades y organismos presentes

Organismos de promoción autonómicos y de atracción de rodajes: Basque Audiovisual, Spain Film Commission, Canary Islands Film, Madrid Film Office, Andalucía Film Commission.

### Nº empresas participantes

Siete empresas españolas.

### Objetivo

Facilitar a las agencias de venta españolas la mayor visibilidad posible en el mercado *online* y promocionar las novedades de sus catálogos. Potenciar la imagen internacional del cine español y reforzar el posicionamiento de la marca ‘Cinema from Spain’.

### A destacar

El pabellón español recibió el premio al mejor pabellón nacional.



### Latin Alternative Music Conference (LAMC)

9-13 de junio. Nueva York (Estados Unidos).

Por primera vez, LAMC, conferencia y festival de música latina alternativa, se celebró de forma virtual, manteniendo sus características, con conferencias, talleres, mesas redondas y una amplia programación de conciertos. ICEX e INAEM participaron en este festival bajo la marca 'Sounds from Spain', a través de la articulación de un concierto virtual y la preparación de agendas con productores y promotores musicales para las empresas españolas participantes.

Para complementar la presencia española se realizaron acciones promocionales y se emplearon los servicios de una agencia de comunicación para poner en contacto a las empresas y bandas españolas con plataformas de *streaming* y profesionales de la música indie norteamericanos.

#### Nº empresas participantes

15 empresas y bandas españolas.

#### Objetivo

La participación en la actividad permitió a las empresas y bandas participantes tanto el contacto personalizado con los principales agentes contratantes del circuito latino alternativo como una importante visibilidad en los medios y redes sociales especializadas.



### Campaña de comunicación New Spanish Books

Octubre-diciembre.

Con el fin de incrementar la difusión de 'New Spanish Books', el portal de ICEX para la venta de derechos de traducción de libros españoles en el mundo, se realizó una campaña de comunicación tanto en aquellos mercados en los que está presente, como en aquellos donde se ha detectado mayor interés en la compra de derechos de traducción españoles, como Rusia o China.

La campaña realizada en China, a través de canales profesionales del sector editorial en las redes sociales Wechat y Bili-bili, se centró en las publicaciones infantiles seleccionadas y se difundió ampliamente en la feria del libro infantil de Shanghái. El retorno de la acción fue inmediato y permitió el inicio de conversaciones entre editoriales españolas y chinas para la venta de derechos de traducción de algunos de los títulos.

#### Nº empresas participantes

150 empresas españolas.

#### Objetivo

La campaña tuvo por objetivo la atracción de tráfico a las páginas web de 'New Spanish Books' en Alemania, Francia, Reino Unido, Estados Unidos, Brasil y Japón y la difusión de los títulos seleccionados en los seis países a compradores en terceros mercados. La venta de derechos de traducción con 'New Spanish Books' es el eje fundamental de la promoción internacional del sector editorial para ICEX y tiene como objetivo tanto la ampliación de mercados como la diversificación de canales de venta.

# Tecnología Industrial y Servicios Profesionales

## Sector

Tecnología industrial, automoción, equipamiento de manipulación de fluidos, bienes de equipo, minería, agroindustria, aeroespacial, naval, arquitectura, aplicaciones constructivas, azulejo, equipamiento de hostelería y restauración, servicios y bienes para la industria del turismo, tecnologías de la educación y servicios educativos.

## Número de actividades

- 2 pabellones oficiales
- 10 espacios España
- 9 participaciones agrupadas
- 4 estands informativos
- 27 misiones (directa, estudio, inversa)
- 16 jornadas técnicas
- 8 campañas de promoción sector-mercados
- 2 campañas de comunicación

## Mercados prioritarios

Estados Unidos, Canadá, Latinoamérica (México, Colombia, Perú, Chile), Unión Europea (Alemania, Reino Unido, Francia, Italia, Países Bajos...), Asia (China, Corea del Sur, India, Singapur), Rusia, Turquía, Emiratos Árabes Unidos y Magreb.

## 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 siendo especialmente relevantes grandes mercados como Estados Unidos, China, India o Rusia, así como mercados emergentes con potencial de crecimiento en Asia, África y Latinoamérica. Tras la crisis internacional provocada por la covid-19 se ha buscado poner el foco en aquellos mercados, especialmente del Sudeste Asiático, que bien han sufrido menos sus consecuencias o se están recuperando con mayor rapidez.
- Ante la imposibilidad de celebrar eventos presenciales de promoción internacional o participaciones en ferias físicas durante casi todo 2020, se ha optado por potenciar la organización de jornadas técnicas y misiones comerciales en formato virtual, así como la celebración de *webinars* o reuniones virtuales. De esta manera, se han podido mantener las actividades programadas, muchas de ellas actividades de continuidad realizadas en años anteriores y otras, fruto de nuevas oportunidades.
- Continuar impulsando el desarrollo de actividades en los segmentos de mayor contenido tecnológico: vehículo autónomo/conectado, aeroespacial, Travel Tech, Edu Tech, *e-learning*, UAVs, Agritech, etc.

- Incorporar o reforzar la promoción internacional de nuevos sectores o segmentos en los que se identifique un destacado componente de sostenibilidad como, por ejemplo, la cadena de valor para la acuicultura, la agricultura de precisión o el vehículo eléctrico, entre otros.
- Mantener un contacto continuado con las entidades colaboradoras y las empresas de los sectores de tecnología industrial, aplicaciones constructivas y servicios profesionales, con objeto de adaptar y flexibilizar al máximo los 33 programas sectoriales negociados para 2020 y adaptarlos a las necesidades surgidas tras la crisis sanitaria, para continuar apoyando a las empresas pese a las difíciles circunstancias.
- *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:

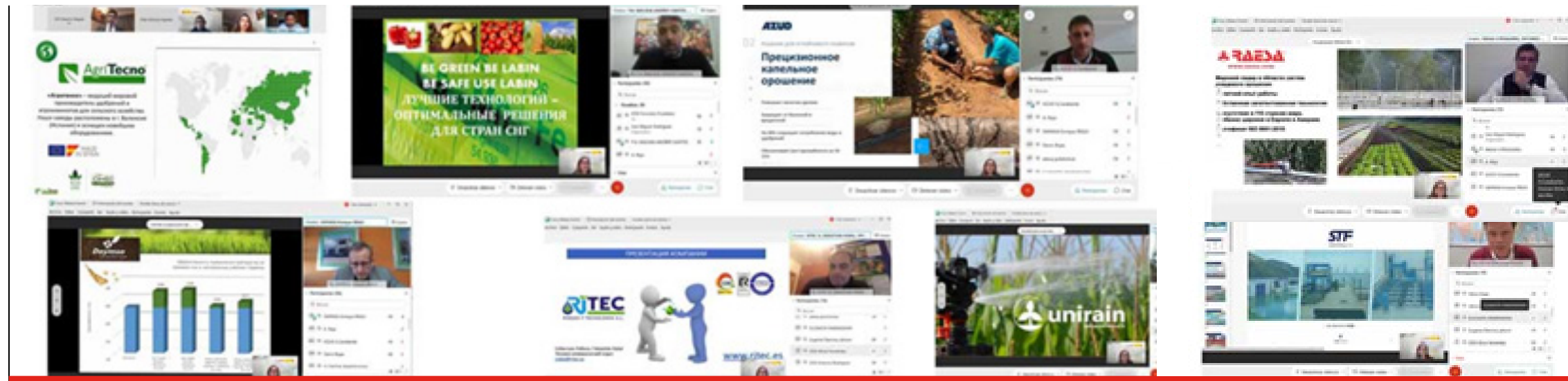
- Planes de promoción en los seis principales mercados objetivo: Estados Unidos, Rusia, Alemania, Francia, Italia, Reino Unido.
- Seminarios y jornadas virtuales para público prescriptor (arquitectos y diseñadores de interiores principalmente).
- Participación en ferias internacionales: Surface Design Show 2020.

- Publicación de la revista Ceraspaña (bianual).
- Misión inversa a la feria Cevisama, con casi un centenar de periodistas de prestigiosas revistas de arquitectura, interiorismo y cerámica de todo el mundo.
- XIX Premios de Cerámica de Arquitectura e Interiorismo
- *Study in Spain*, que desarrolla el posicionamiento de España como destino preferente en la movilidad internacional de estudiantes proyectando la marca 'Estudiar en España' con sus valores de excelencia educativa y alta calidad de la oferta española.

### Principales acciones:

- Participación en ferias virtuales de referencia.
- Actividades de captación de estudiantes en mercados emergentes menos consolidados: Corea, India, Indonesia, Taiwán y Emiratos Árabes Unidos.
- Desarrollo del plan mercado específico en Estados Unidos, principal mercado emisor de España.
- Jornadas técnicas virtuales para establecer contacto directo entre centros educativos extranjeros y españoles con el objeto de captar estudiantes internacionales.

## Actividades destacadas



### Jornada técnica de agroindustria Rusia 2020

3 de diciembre.

La limitación de movilidad generada por la covid-19, y ante el elevado interés y potencial del mercado ruso para la tecnología agroindustrial española, llevó a ICEX a convocar de manera virtual la tradicional jornada técnica orientada al sector de la agroindustria que se celebraba presencialmente en Rusia. Los encuentros se enfocaron, no tanto en la generación de reuniones B2B, sino a la realización de una presentación atractiva de las empresas españolas participantes ante profesionales rusos del sector.

La jornada contó con una serie de presentaciones de las empresas españolas ante un público local de importadores, distribuidores y clientes finales preseleccionados en función de los requerimientos e intereses de las empresas participantes. Al desarrollarse la actividad en formato online, ello permitió extender el ámbito geográfico de las empresas contactadas a países limítrofes como Bielorrusia y Uzbekistán.

#### Nº empresas participantes

**Nueve** empresas de los subsectores de fertilizantes/agro nutrientes y riego.

#### Objetivo

Con esta actividad se perseguía incrementar el conocimiento y los contactos locales de la Oficina Económica y Comercial de España en Moscú en el ámbito de la tecnología agrícola, así como permitir a las empresas españolas participantes ofrecer al público ruso interesado una panorámica de sus capacidades y favorecer una primera toma de contacto entre la oferta de las empresas españolas participantes y las necesidades de tecnología de las empresas locales.



### Espacio España Bauma China. International Trade Fair for Construction Machinery, Building Material Machines, Mining Machines and Construction Vehicles

24 al 27 de noviembre. Shanghái (China).

Se trata de la feria internacional de referencia para el mercado chino y gran parte del continente asiático, para todos los sectores relacionados con la industria de la maquinaria para la construcción y obra pública. Esta feria, bienal, constituye una excelente puerta de entrada a las oportunidades de negocio en el área de la construcción en esta zona geográfica.

ICEX, en colaboración con la Oficina Económica y Comercial de España en Shanghái, organizó por décima vez la participación española, en esta edición con un Espacio España, en esta feria que tuvo lugar en el recinto ferial New International Expo Centre (SNIEC) de Shanghái (China).

#### Nº empresas participantes

**Tres** empresas de maquinaria de construcción que presentaron novedades en los segmentos de ventilación para obra pública, repuestos para maquinaria de obra pública y minería y componentes hidráulicos.

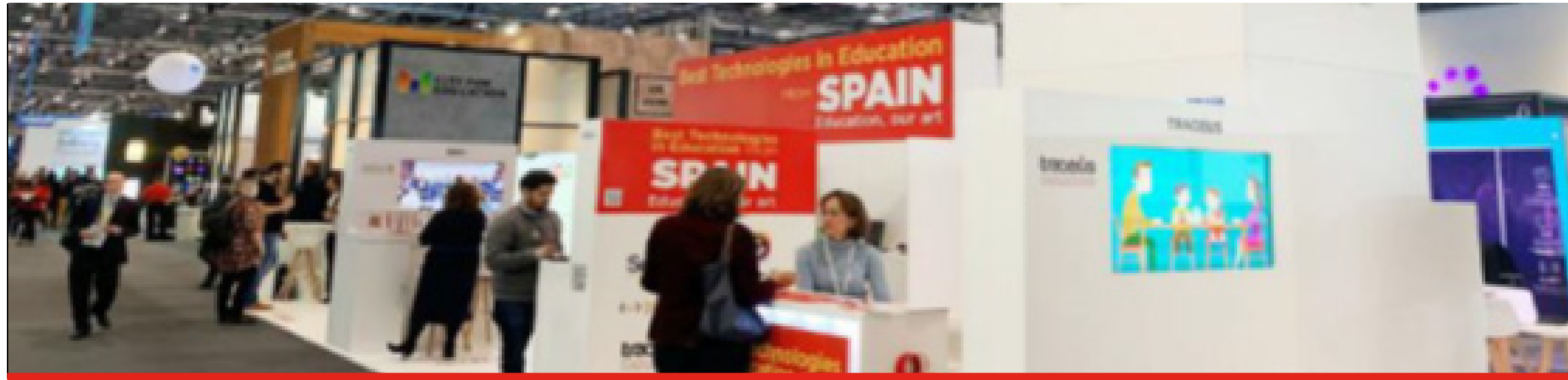
#### Objetivo

Favorecer y consolidar la presencia en una feria que constituye el principal escaparate en Asia para este tipo de tecnología y donde la presencia de empresas españolas favorece la percepción del equipamiento industrial español como altamente competitivo y tecnológico.

#### Características técnicas globales

Superficie: 300.000 m<sup>2</sup> | N.º expositores: 2.867 de 34 países | Países participantes: Tres pabellones nacionales: Alemania, Italia y España. | Visitantes: 80.000





## Bett Show 2020

22-25 de enero. Londres (Reino Unido).

ICEX y la Oficina Económica y Comercial de España en Londres coordinaron, por sexto año consecutivo, la participación en la feria Bett Show 2020, con un pabellón oficial. Se trata del mayor punto de encuentro internacional para el sector de las tecnologías de la educación (*software, hardware, contenidos, aplicaciones para el aula, etcétera*).

### Nº empresas participantes

**Siete** empresas expositoras, entre las que se encontraban una plataforma para la gestión de centros educativos, una herramienta de trabajo para crear contenidos digitales, una herramienta tecnológica para crear un entorno formativo basado en un control y seguimiento exhaustivo del alumnado, la primera y única solución de formación en soldadura con simulación por realidad aumentada interactiva, una plataforma web enfocada a la gestión y optimización de rutas escolares, un desarrollador de herramientas STEM (*science, technology, engineering and mathematics*) y la feria Simo Educación (Ifema).

### Objetivo

Agrupar y presentar la oferta española de tecnología de la educación en el punto de encuentro más internacional del sector.

### Características técnicas globales

Número de expositores: +850 expositores + 103 nuevas *startups* de *edtech*

Número de visitantes: 34.700 visitantes de +140 países diferentes



## Webminario International Arbitration of Tecnology Disputes

18 de noviembre.

ICEX, con el apoyo de la Oficina Económico y Comercial de España en Miami, y la colaboración del Consejo General de la Abogacía Española (CGAE), organizó un *webminario* sobre el arbitraje internacional como resolución de conflictos de carácter tecnológico.

Esta jornada virtual se planteó como una acción de seguimiento de las Jornadas Técnicas de Abogacía que se llevaron a cabo en junio de 2019 en Miami y que pusieron de manifiesto el gran potencial de colaboración en este campo, tanto para los bufetes españoles como para los americanos, y su extensión hacia los mercados latinos de la región.

El seminario se estructuró en torno a dos mesas redondas bajo la denominación de: Derecho Internacional de Inversión y Tecnología: El papel del Arbitraje y Disputas relacionadas con la Tecnología en el Arbitraje Comercial Internacional.

### Nº empresas participantes

Más de 130 asistentes de España, Miami y algunos mercados de Latinoamérica como Perú, Ecuador o Colombia.

### Objetivo

Generar un entorno de debate en torno a las oportunidades y ventajas que ofrece el arbitraje como modelo de resolución de conflictos en general y para entornos tan complejos como puede ser el tecnológico en particular, donde la figura del árbitro como especialista en el área del litigio, aporta sin duda beneficios a las empresas litigantes.



## Jornadas virtuales sector educativo India

20-22 de octubre.

ICEX y la Oficina Económica y Comercial de España en Mumbai han organizado, por primera vez, unas jornadas virtuales del sector educativo en India.

La actividad se dividió dos partes:

Parte I. Seminario virtual desde Mumbai dirigido a estudiantes y potenciales clientes de India interesados en estudiar en España, con cerca de 200 inscritos.

Parte II. Agendas bilaterales virtuales entre centros españoles y contrapartes indias

---

### Nº empresas participantes

---

10 empresas españolas del sector educativo, entre universidades y centros de idiomas.

---

### Objetivo

---

Presentar en el mercado indio la oferta española educativa con el objetivo de atraer estudiantes indios a España.



## Jornada “Vehículo conectado y autónomo España/Estados Unidos: intercambio de experiencias para acelerar el cambio. Iniciativas en Míchigan”

8 de octubre.

ICEX, en colaboración con la Oficina Económica y Comercial de España en Chicago, Michigan Economic Development Corporation y Michigan Office of Future Mobility & Electrification organizó la primera jornada virtual dedicada exclusivamente al vehículo conectado y autónomo en Estados Unidos.

La autonomía y, por tanto, la conectividad de los vehículos, se ha convertido en una prioridad para el sector de automoción en Estados Unidos, de cara, principalmente, al sector del transporte (tanto de mercancías, como de pasajeros).

---

### Autoridades y organismos presentes

---

Se contó con la colaboración y participación de la Michigan Economic Development Corporation y la Michigan Office of Future Mobility & Electrification.

---

### Nº empresas participantes

---

Participaron 44 empresas.

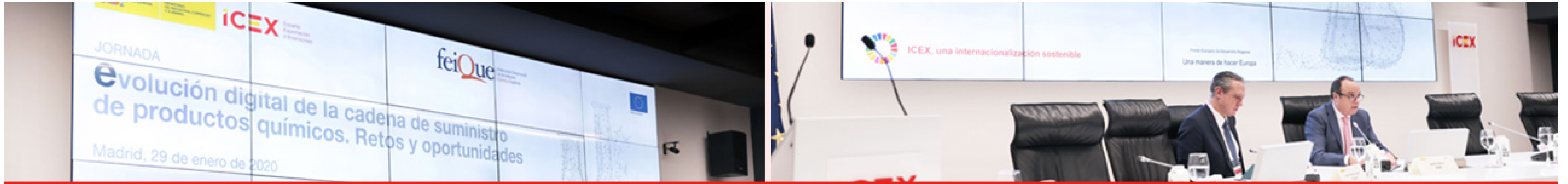
---

### Objetivo

---

Desarrollar un programa que contemplara los siguientes temas:

- Vehículo conectado y autónomo en Míchigan (Estados Unidos): marco actual y perspectivas.
- Presentación de las líneas de trabajo de dos empresas punteras en conectividad y autonomía, radicadas en el estado de Michigan, una española y otra estadounidense.



## Jornadas del sector químico

### 2020.

ICEX, en colaboración con la Federación Empresarial de la Industria Química Española (FEIQUE), desarrolló un ciclo de jornadas dirigidas al sector químico.

El sector químico está sometido a una escrupulosa regulación, tanto en la Unión Europea como fuera de ella, así como a estrictos controles, por lo que el conocimiento del estado actual de los diferentes procedimientos es un ingrediente básico para la práctica en la internacionalización de las empresas.

Por ello, durante 2020, se desarrollaron seis jornadas para abordar estos temas, una de ellas en formato presencial y el resto virtuales.

El programa de jornadas fue el siguiente:

- 29/01/2020 e-Volución Digital de la Cadena de Suministro de Productos Químicos. Retos Y Oportunidades.
- 14/07/2020 Gestión Global de la Seguridad de Productos Químicos en Rusia.
- 20/10/2020 Gestión Global de la Seguridad de los Productos Químicos en Corea Del Sur.
- 27/10/2020 Brexit y sus Implicaciones en el Suministro y Uso de Productos Químicos para las Empresas Españolas.
- 18/11/2020 Gestión Global de la Seguridad de los Productos Químicos En México.
- 25/11/2020 Control Técnico al Comercio de Productos Químicos: Precursores de Explosivos.

### Autoridades y organismos presentes

Se han desarrollado en colaboración con FEIQUE y con las Oficinas Económicas y Comerciales de los países. También se cuenta con la presencia de organismos españoles como CITCO (Centro de Inteligencia contra el Terrorismo y el Crimen Organizado).

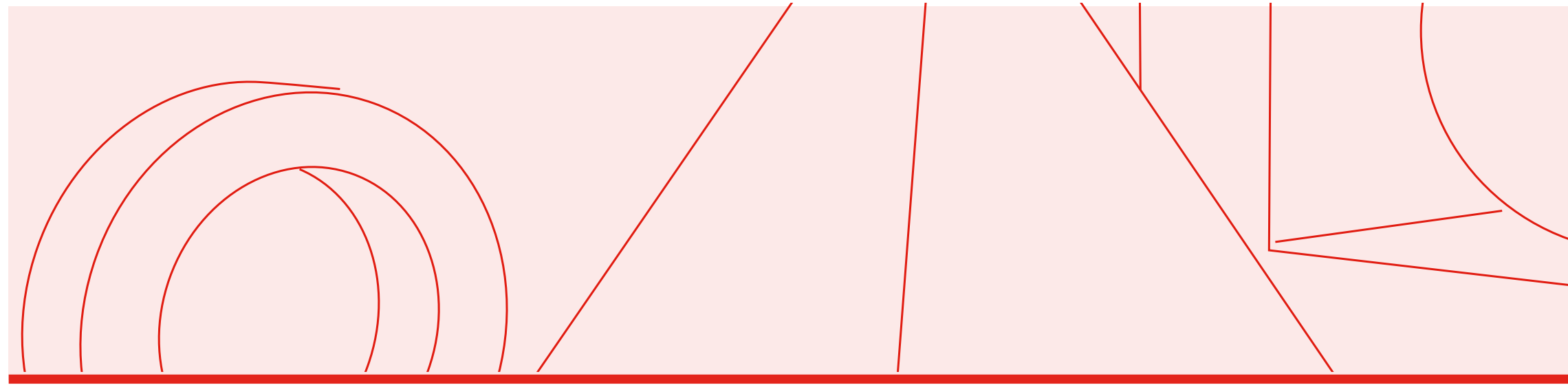
### Nº empresas participantes

629 asistentes de 454 empresas.

### Objetivo

Cubrir las cuatro líneas de trabajo que conformaron la estrategia del año 2020:

- Reforzar el conocimiento de las normativas y de los sistemas de registro y control de importaciones de productos químicos en mercados seleccionados.
  - En 2020, se abordaron los siguientes mercados: Corea del Sur, México y Rusia.
- Incidir sobre aspectos técnicos del comercio intra y extracomunitario de productos químicos.
  - En 2020, se focalizaron en el control técnico de precursores.
- Analizar el impacto previsto de las tecnologías de *blockchain* e inteligencia artificial en la cadena de suministro de los productos químicos.
- Realizar un seguimiento del impacto del Brexit en la cadena de suministro de la industria química.



## Tiles of Spain days en Rusia

7 al 11 de diciembre.

Por vez primera se organizó una presentación digital de las novedades y tendencias de las empresas cerámicas españolas para el mercado ruso. Esta actividad se enmarca en el plan de promoción del azulejo español en la Federación Rusa, cofinanciado por ICEX y ASCER, y gestionado en destino por la Oficina Económica y Comercial de España en Moscú.

Las empresas participantes dispusieron de un espacio virtual individual en el que se podía visualizar la presentación de la marca y las novedades para el mercado ruso, así como un espacio donde los visitantes podían encontrar catálogos digitales, vídeos, imágenes y poder atender a las consultas de los asistentes.

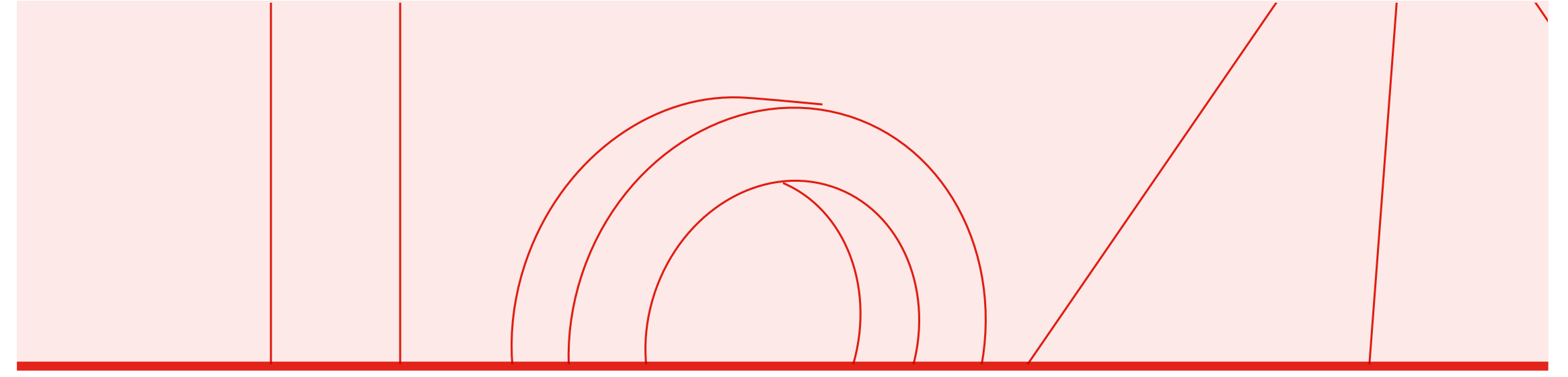
Para la difusión de esta iniciativa se contó con el apoyo de las plataformas digitales especializadas en arquitectura y diseño Design – Mate (<https://design-mate.ru>), Ad Magazine ([www.admagazine.ru](http://www.admagazine.ru)), Archspace ([www.archspace.ru](http://www.archspace.ru)), entre otras.

### Nº empresas participantes

Participaron **25** empresas españolas

### Objetivo

Presentar las novedades de las empresas españolas que participaron en el evento tanto a prescriptores (arquitectos e interioristas) como a la distribución de la Federación Rusa, dando así continuidad a las distintas actividades que se han venido organizando cada año de forma presencial para promocionar el azulejo español en dicho mercado.



## Promoción digital del azulejo en Estados Unidos. Digital Events Showcasing Spanish Ceramic Tile.

Abril a noviembre.

En el marco del plan de promoción del azulejo español en Estados Unidos, cofinanciado por ICEX y ASCER y gestionado en destino por la Oficina Económica y Comercial de España en Miami, se organizaron una serie de eventos digitales.

- Coverings Connected: Con las jornadas “Full Spectrum Ceramics Industry Solutions & Best Practices 2020” y “Global Tile Trends 2020” en las que se presentaron los nuevos diseños, técnicas y materiales del sector azulejero español.
- “Watch Parties” durante el mes de mayo, consistentes en el lanzamiento de vídeos en Facebook: “Ceramic Tile Trends of 2020”, dirigido a la prescripción y la distribución. “Tile Installation: The Power to Change the Industry”, dirigido a instaladores. “Express Yourself”, dirigido a arquitectos y diseñadores.
- *Webinario* “Forecasting ‘21: Ceramics’ Horizon View in the New Normal”, acreditado por AIA y IDCEC, sobre las novedades e innovaciones del sector cerámico español y centrado en las nuevas necesidades y requerimientos de los consumidores en la era covid.

### Objetivo

Presentar las novedades e innovaciones del sector cerámico español, así como ofrecer argumentos y herramientas para los prescriptores norteamericanos de cara a la venta de la cerámica en una época en la que los requisitos de limpieza, desinfección y versatilidad han ganado peso frente a los criterios puramente estéticos.

# Infraestructuras, Sanidad y TIC

## Sectores

Infraestructuras de transporte, energía, agua, gestión de residuos, ciudades inteligentes, equipamiento urbano, industrias de la Ciencia; biotecnología, equipamiento y material médico, farmacia y farmacéutica, turismo sanitario; tecnologías de la información y comunicación y economía digital (ciberseguridad, tecnofinanzas, videojuegos, animación, etc.).

## Número de actividades

- 2 pabellones oficiales
- 8 espacios España
- 4 participaciones agrupadas
- 3 estands informativos
- 40 misiones (directa, estudio, inversa)
- 44 jornadas técnicas
- 3 campañas de promoción
- 1 encuentro de promoción comercial

## Mercados prioritarios

**Infraestructuras:** Se han llevado a cabo un elevado número de actividades en el transporte terrestre, donde se ha continuado con el foco puesto en mercados europeos (Grand Paris, CPK, Suecia, Reino Unido). Por otra parte, se ha podido comenzar a organizar jornadas de proveedores con clientes muy importantes, como Deutsche Bahn. En lo referente a medio ambiente, lo más destacado ha sido la apuesta por el agua, donde confluyen crecimiento, sostenibilidad y liderazgo español.

**Sanidad:** En un año claramente afectado por la crisis derivada de la covid-19, la sanidad se ha convertido en el sector con mayor número de actividades. Las principales actuaciones han sido relacionadas con misiones virtuales, esencialmente, agendas de reuniones entre exportadores españoles e importadores y distribuidores extranjeros y han mostrado la capacidad de adaptación de ICEX.

En este sentido, se han organizado más de 30 misiones con organizaciones internacionales con el objetivo de analizar sus políticas de compra y prioridades y fomentar el intercambio de información con gobiernos extranjeros y organizaciones internacionales sobre la oferta exportadora española.

**TIC y Contenidos Digitales:** La actividad en este sector se ha concentrado fundamentalmente en la digitalización de las diferentes actuaciones, como es el caso de ENISE o Desafía San Francisco y Tel Aviv-Hong Kong, que se celebraron virtualmente. Además, se ha apostado por la innovación abierta, una línea que se espera consolidar a lo largo de 2021 y que trasciende las propias TIC). Además, se han organizado seminarios masivos, algunos con presencia de importantes figuras de Silicon Valley.

## Ejes estratégicos

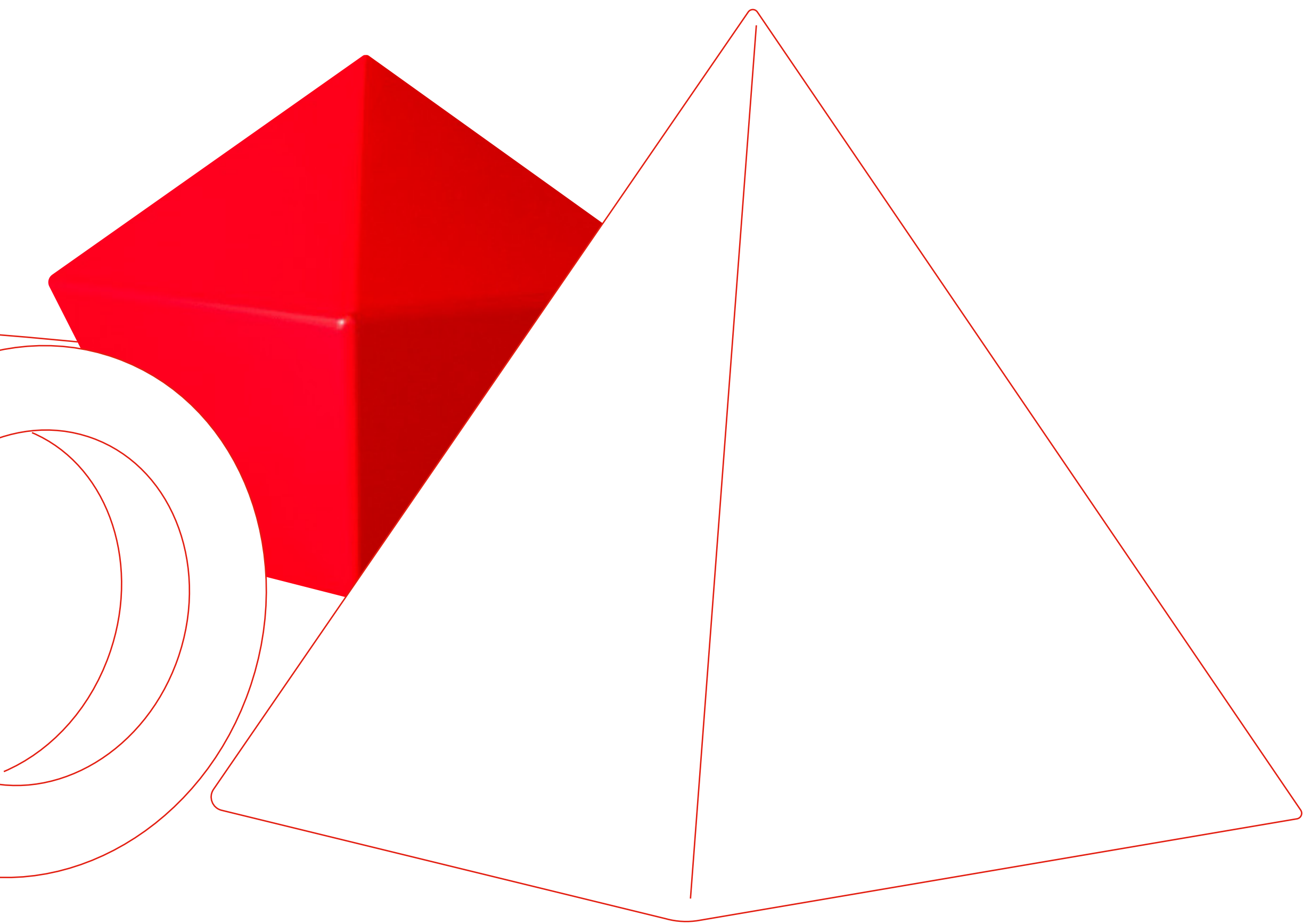
El objetivo principal de las acciones de promoción en el ámbito de Infraestructuras, Sanidad y TIC ha sido el apoyar a las empresas y cubrir sus necesidades, en función de su situación en el proceso de internacionalización, del tipo de empresa y del sector en el que opere.

## La apuesta por el agua

ICEX comenzó en 2020 a elaborar una nueva estrategia para el sector del agua. Uno de sus objetivos ha sido enfatizar el liderazgo español en el ciclo integral del agua, uno de los asuntos clave del siglo XXI y vinculado a grandes conceptos y tendencias como el cambio climático, la sostenibilidad o la urbanización.

Las empresas españolas, desde las ingenierías a las constructoras, pasando por las que proveen soluciones tecnológicas al mundo del agua, tienen importantes referencias mundiales, muchas de ellas señeras en sus respectivos campos.

De esta manera, el agua, entendida y trabajada a través de sus diferentes subsectores, irá ganando un progresivo peso en las actividades de ICEX, en su comunicación y su presencia institucional. Además, se concibe la ejecución de la estrategia, como es habitual, en colaboración con otras instituciones y organismos públicos y privados.



## Actividades destacadas

- **Ciclo de misiones directas virtuales de material y equipamiento sanitario:**

En el escenario marcado por la crisis sanitaria, y anulada toda actividad presencial en destino, ICEX ha llevado a cabo una rápida transformación digital con el objetivo de continuar ofreciendo apoyo en la salida al exterior de quienes habían reforzado su capacidad productiva o de quienes se habían reorientado.



### Ciclos de misiones directas virtuales

**Junio-diciembre 2020.**

---

#### A destacar

---

**33** misiones directas virtuales de material y equipamiento sanitario

**32** países impactados

**193** participaciones empresariales

**1.051** agendas de reuniones celebradas

**1.003** contrapartes locales

**Jornadas sobre fuentes de financiación:**

Durante 2020, se han puesto en marcha unas nuevas facilidades de financiación a cargo del Fondo Financiero Internacional y del Banco Africano de Desarrollo para empresas españolas.



**Presentación del Programa Upstream de la Corporación Financiera Internacional (IFC)**

15 de abril.

Jornada virtual de presentación de la nueva estrategia corporativa de IFC (IFC 3.0) centrada en la creación de mercados, la captación de capital privado y el apoyo a países donde los flujos de capital privado son inadecuados para abordar las principales necesidades de desarrollo.

IFC puede financiar estudios empleando fondos del programa Upstream, dotado con más de 40 millones de dólares, y cuya finalidad es generar nuevos proyectos desde el inicio que puedan ser finalmente financiados por IFC durante su desarrollo.

**Nº empresas participantes**

78 empresas.



**Financiación de proyectos de energía en África a través del nuevo fondo FEI (Facility for Energy Inclusion)**

Presentación del el nuevo fondo FEI, puesto en marcha para financiar proyectos de energías renovables de hasta 25 MW en África, así como los fondos OGEF, que financian proyectos aislados de red e la región, y el ALCBF, que promueve financiación a largo plazo en moneda local.

El Banco Africano de Desarrollo, la Comisión Europea, KfW, el Clean Technology Fund y Norfund han dotado de 160 millones de dólares al FEI, que podrían alcanzar los 400 millones de dólares, destinados a mejorar el acceso a la energía en África a través de plantas de energía renovable a pequeña escala y proyectos de mini redes.

**Nº empresas participantes**

27 empresas.



## Demo Day MTS Startup Hub 2020

**5-9 de octubre.**

A través de ICEX, la mayor teleoperadora del mercado ruso, MTS, pudo identificar bienes y servicios tecnológicos españoles para su plataforma de reciente creación: MTS StartUp Hub. Esta solución tecnológica integra a empresas emergentes en el ecosistema MTS Digital a través de una aceleradora, y cuenta con un programa de acceso prioritario, un fondo de capital riesgo, así como, una incubadora para empresas emergentes con soluciones en telefonía 5G.

Las principales áreas de interés de MTS estaban referidas a tecnofinanzas, internet de las cosas, marketing (productos digitales B2B para pymes), medios (contenido móvil y televisión), telecomunicaciones y salud digital (diagnóstico, tratamiento, rehabilitación y comercialización y ventas en medicina).

Las empresas seleccionadas por MTS pudieron participar en un programa de aceleración de seis meses, periodo en el que se formalizaron colaboraciones bajo diferentes formatos: firmas de contrato y acuerdo de participación en los ingresos (*revenue share*) así como ofertas de inversión en el capital de las *startup*.

### Organismos involucrados

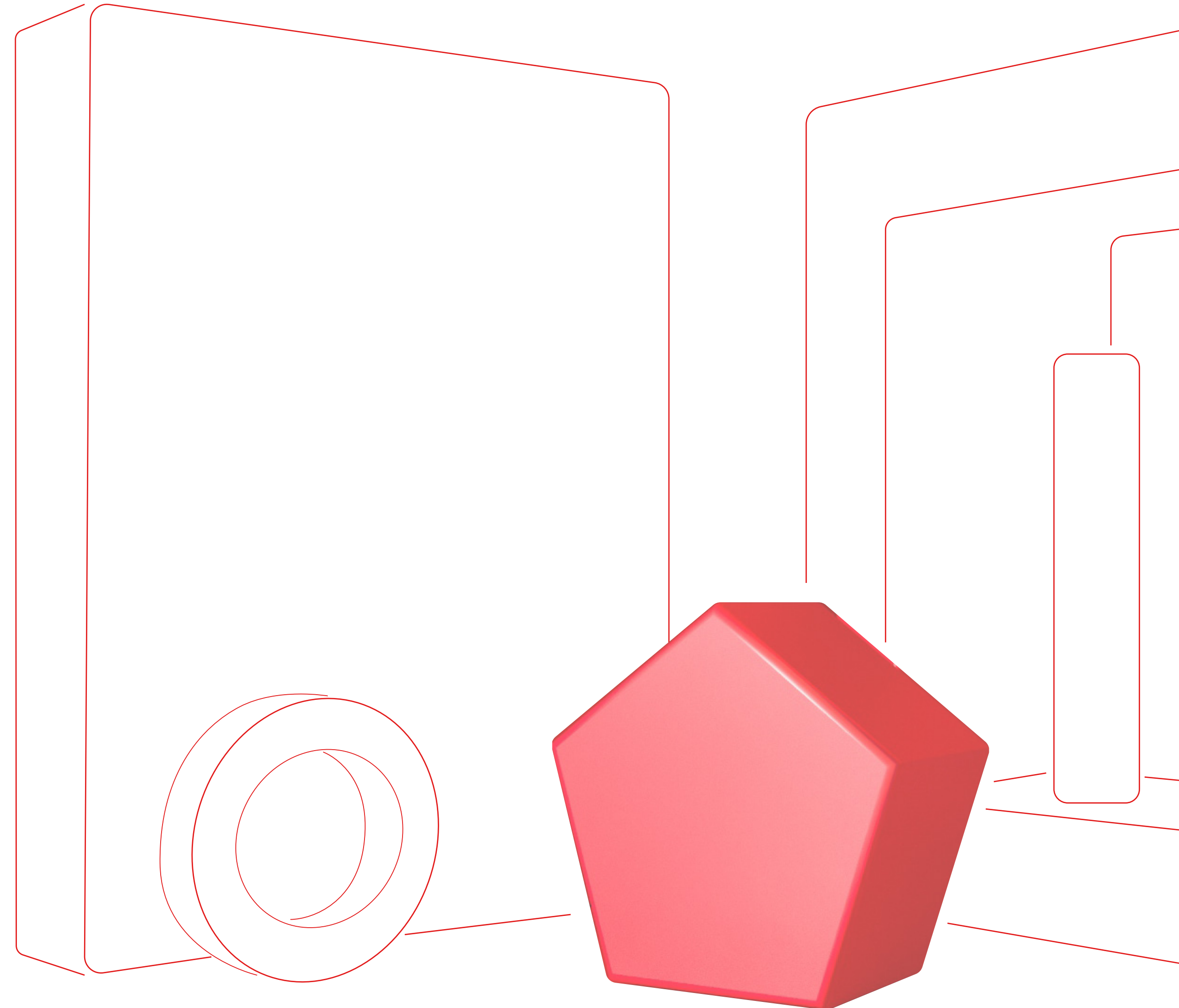
ICEX España Exportación e Inversiones, Oficina Económica y Comercial de España en Moscú.

### Nº empresas participantes

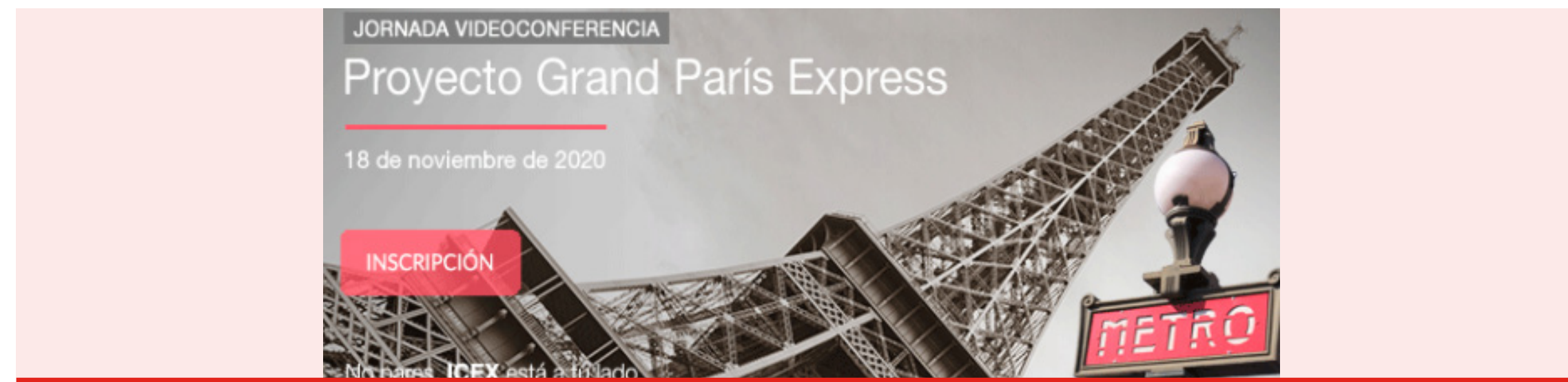
24 empresas españolas.

### Objetivo

Ayudar a los emprendedores españoles a comercializar sus productos y servicios en el exterior, para lo cual, ICEX está abriendo una nueva línea de trabajo de innovación abierta que tiene por objeto ofrecer a grandes corporaciones internacionales la posibilidad de captar talento en nuestro país.







### Jornada Grand París Express

Por segundo año consecutivo, la Société du Grand Paris (SGP) presentó a las empresas españolas las necesidades existentes en el gran proyecto parisino de la ampliación de su red de metro. Para ello, se diseñó una agenda de reuniones B2B con potenciales proveedores con posibilidad de presentarse directamente a los concursos, preferentemente de manera agrupada con otras empresas, o ser subcontratadas por las empresas ganadoras del concurso.

Tras los dos encuentros celebrados, primero en París y después en formato virtual, se ha programado para principio de 2021 una ronda de encuentros de SGP con las grandes constructoras francesas.

A la vez, es una línea de trabajo que se pretende replicar en otros proyectos similares, como la ampliación del metro de Turín.

#### Nº empresas participantes

46 empresas.



### Jornada “Centro de Comunicaciones Solidaridad”

3 de julio 2020. Polonia.

Esta jornada permitió conocer el estado actual del proyecto y los planes de futuro del mayor plan de infraestructuras del este de Europa, así como poner en valor la experiencia española en la construcción de megaproyectos de infraestructuras en general y de referidos a la alta velocidad, en particular.

Se trata de un proyecto de aeropuerto y nodo ferroviario de alta velocidad que se construirá a 40 km de Varsovia y cuya construcción tiene previsto iniciarse en 2023, entrando en funcionamiento a principios de 2028. Según las autoridades de CPK, se tratará de un proyecto eficiente, amigable para el pasajero y el medio ambiente, y con alto componente tecnológico.

#### Nº empresas participantes

31 empresas y dos asociaciones (Seopan y Mafex).



## Jornadas con operadores ferroviarios

**Deutsche Bahn, 15-16 enero. Madrid. | ÖBB. 7 julio. Videoconferencia desde Viena.**

En 2020, se organizaron sendas actividades con Deutsche Bahn y ÖBB, organismos responsables de las infraestructuras ferroviarias en Alemania y Austria respectivamente.

Además de la presentación de la cartera de proyectos y líneas generales de actuación, ambos organismos explicaron a las empresas su procedimiento de precalificación y selección de proveedores, requisito inexcusable para poder trabajar con estos organismos.

La jornada de Deutsche Bahn fue precedida de una visita a las obras de la línea de alta velocidad de Extremadura, organizada en colaboración con ADIF.

Se ha dado seguimiento a estas jornadas, estrechando la relación con ambos organismos y consiguiendo programar, a posteriori, encuentros con constructoras españolas.

Se trata de una línea de trabajo que se va a seguir explotando con distintos operadores ferroviarios de otros mercados europeos.

### Objetivo

Conocer empresas españolas susceptibles de convertirse en potenciales proveedores, con las que se programaron agendas de reuniones B2B, donde pudieron presentar de primera mano sus productos y servicios.

### Autoridades y organismos presentes

ICEX España Exportación e Inversiones, Oficina Económica y Comercial de España en Berlín, Secretaría de Estado de Comercio, Deutsche Bahn, ÖBB y ADIF.

### Nº empresas participantes

Deutsche Bahn: **38** empresas españolas. | ÖBB: **47** empresas españolas.

### • ICEX y Plug & Play:

Uno de actores más conocidos de Silicon Valley, pusieron en marcha una iniciativa conjunta dirigida a empresas y emprendedores de sectores tecnológicos, con el objetivo de ofrecer una visión actualizada sobre el papel de las nuevas tecnologías y de los nuevos modelos de negocio como factor de transformación.

Esta colaboración se tradujo en una serie de charlas en las que expertos, tanto del ámbito público como privado, procedentes de diferentes sectores y áreas de conocimiento vinculadas a la inversión y transformación digital, ofrecieron su visión sobre el impacto de las tecnologías en diferentes ámbitos económicos.

Esta iniciativa se concretó en una serie de tres *webinarios* en los que se trataron diferentes temáticas vinculadas a los sectores financiero, salud y de inversión.



## The Evolution of Public and Private Venture Capital in Spain

**25 de mayo.**

Jornada virtual sobre las diferentes alternativas de financiación públicas y privadas que ofrece el ecosistema español. Además, sirvió para analizar las tendencias del sector a nivel global y responder a preguntas sobre cómo los fondos están reaccionando ante la nueva realidad y su visión sobre el futuro más inmediato de la industria.

### Participantes

ICEX España Exportación e Inversiones, P&P, CDTI, AXIS- ICO y Cabiedes & Partners.

### Número de asistentes

**56** participantes españoles y más de **40** extranjeros.



### Digital Revolution in the Health sector: A private-public insight

10 de septiembre.

Plataforma para el debate sobre estado del sector sanitario en España, su presente y futuro, así como sobre el impacto de la covid-19 en la industria que puso de manifiesto cómo la colaboración público-privada puede ser un motor de innovación y cambio.

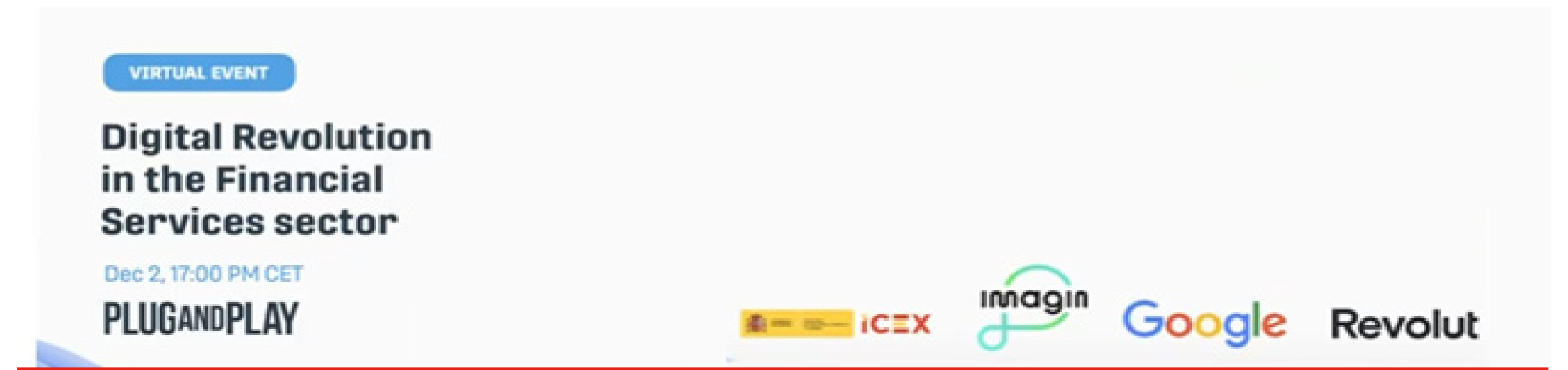
En esta ocasión el *webinario* contó con la participación expertos del sector, que representaban diferentes áreas del negocio y la gestión sanitaria, así como de la industria de la salud, farmacéutica y de la innovación abierta en el sector de salud.

#### Participantes

ICEX España Exportación e Inversiones, Sanitas BUPA Group, Almirall, Plug and Play EMEA y Rafael Bengoa.

#### Número de asistentes

84 españoles y más de 31 extranjeros.



### Digital Revolution in the Financial Services sector

2 de diciembre.

Encuentro digital que supuso la puesta en común de diferentes visiones sobre tecnología aplicada al sector financiero y las expectativas de futuro de una de las industrias más dinámicas en el ámbito de la transformación digital.

Representantes de neo-bancos, del sector de tecnofinanzas, innovación abierta, junto a la presencia de una de las grandes tecnológicas que conforman el grupo de las “GAFA”, debatieron los retos a los que se enfrenta el sector con la aparición de nuevos actores ajenos a la industria y las oportunidades que la transformación digital está trayendo a un sector en plena revolución digital.

#### Participantes

ICEX España Exportación e Inversiones, Imagin (CaixaBank Group), Google, Revolut Spain y Plug & Play EMEA.

#### Número de asistentes

42 participantes.

# 2

## SERVICIOS DE APOYO A LA EXPORTACION III

### OTROS INSTRUMENTOS DE PROMOCIÓN COMERCIAL

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

▲ **14** participaciones en ferias.

▲ **10** campañas de promoción.

▲ **11** jornadas técnicas y seminarios.

▲ **2** misiones comerciales virtuales.

▲ **2** exposiciones.

▲ **3** visitas a estados de Estados Unidos.

○ **3** reuniones presenciales del Spain Business Forum (SBF).

### PROGRAMAS ESPECIALES

#### Negocios sostenibles e inclusivos

#### Programa ICEX IMPACT+

▲ Identifica oportunidades de negocio sostenibles en Colombia, Perú, Bolivia, Ecuador, Brasil y Marruecos.

▲ Lanzamiento del nuevo servicio de “Oportunidades de Negocio Sostenibles e Inclusivas”.

▲ El programa IMPACT+ ha sido galardonado en segundo lugar en los Premios WTPO del International Trade Center.

○ En **2020** ICEX entra a formar parte del Comité Ejecutivo de la Red Española del Pacto Mundial.

#### Apuesta por:

▲ Convertirse en un organismo de referencia en sostenibilidad.

▲ Consolidar su papel estratégico como puente entre el sector público y privado.

#### Programa Cre100do

- Rebasado el objetivo inicial: hacer crecer en cinco años a un centenar de empresas españolas
- 120 empresas forman la comunidad
- Se ha incorporado 10 nuevas empresas

#### Programas inmersión DESAFÍA

Primer programa de inmersión en remoto

- San Francisco
- Tel Aviv
- Hong Kong

#### Programa digitalXborder

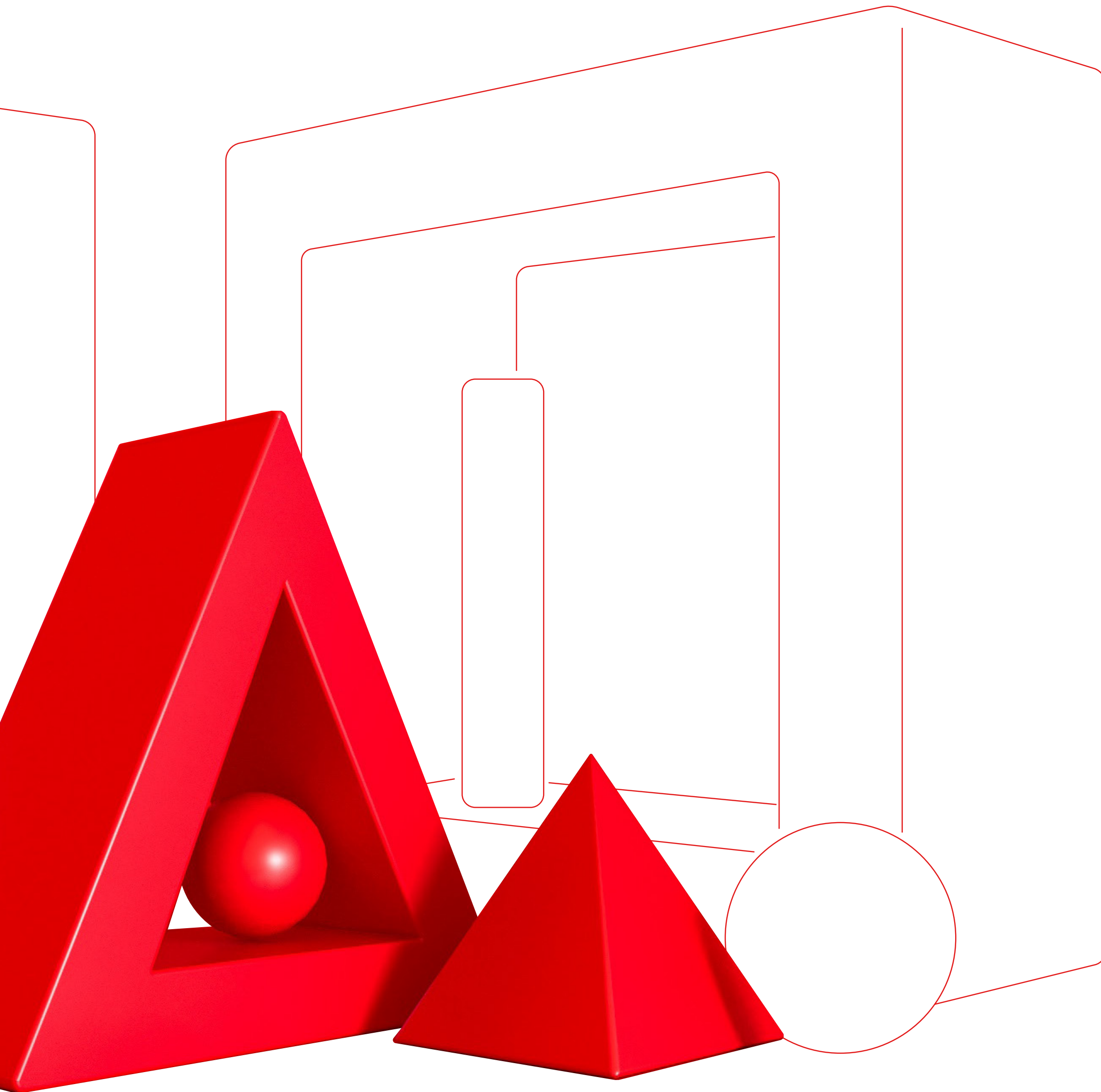
Dirigida a altos directivos (CEO) de empresas españolas

- 7 jornadas impartidas por expertos de empresas digitales líderes
- 500 CEOs participantes
- 17 ciudades españolas visitadas

#### Marca & Innovación (nuevo programa)

- 3 sesiones (Alicante, Sevilla y Valladolid)
- 80 CEOs participantes

## 2.4 Otros instrumentos de promoción comercial



### A. Plan de Promoción de la Imagen de las Empresas Españolas en Estados Unidos

Durante 2020, se ha continuado con el desarrollo del Plan de Promoción de la Imagen de las Empresas Españolas en Estados Unidos que la Secretaría de Estado de Comercio lanzó en 2009. El objetivo de dicho plan es el de desarrollar acciones de mejora de la percepción de las empresas, marcas, bienes y servicios españoles en este país.

Para la Secretaría de Estado de Comercio, el mercado estadounidense sigue siendo prioritario, y así lo demuestran las más de 80 actividades realizadas en 2020, entre las que destacan:

- 14 participaciones en ferias.
- 10 campañas de promoción
- 11 jornadas técnicas y seminarios.
- 2 misiones comerciales virtuales.
- 2 exposiciones.
- 3 visitas a estados de Estados Unidos.
- 3 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.

A esta cifra habría que añadir, 71 Servicios Personalizados realizados a empresas españolas en este mercado y 13 entrevistas Conecta2.

Los principales logros del plan, desde su lanzamiento en 2009, han sido:

- Mejorar la percepción de España en los sectores prioritarios, participando en los principales eventos sectoriales en Estados Unidos (biotecnología, tecnologías de la información y la comunicación, infraestructuras, etc.).
- Fortalecer las relaciones económicas y comerciales entre Estados Unidos y España, mediante el programa de visitas institucionales a diferentes estados. Se ha llevado a cabo 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. En total, desde el comienzo del plan, se han realizado 187 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 (SBF), que ha realizado un total de 165 reuniones presenciales desde su puesta en marcha.

## Actividades más destacadas del Plan USA 2020



### Spain Business Forum en el marco de la feria RSA CONFERENCE 2020

24 de febrero

En el marco del Espacio España, se realizó este Spain Business Forum al cual se invitó a españoles asentados en empresas de Estados Unidos, así como otras figuras relevantes del sector. En total se contó con la presencia de 85 personas en este *networking*.



### Visita al Estado de Texas

25 y 26 de febrero

El consejero se entrevistó con Adriana Cruz, directora Ejecutiva de la división de Desarrollo Económico y Turismo de la Oficina del Gobernador de Texas, Greg Abbott, y con Ruth Hughs, secretaria de Estado de Texas, uno de los seis funcionarios estatales nombrados por la Constitución de Texas para formar el Departamento Ejecutivo del Estado.

El objeto del viaje era estrechar el contacto con las principales autoridades del estado y dar visibilidad a la presencia de empresas españolas a la vez que se subrayaba su interés por desarrollar proyectos y colaborar en el crecimiento Texas.

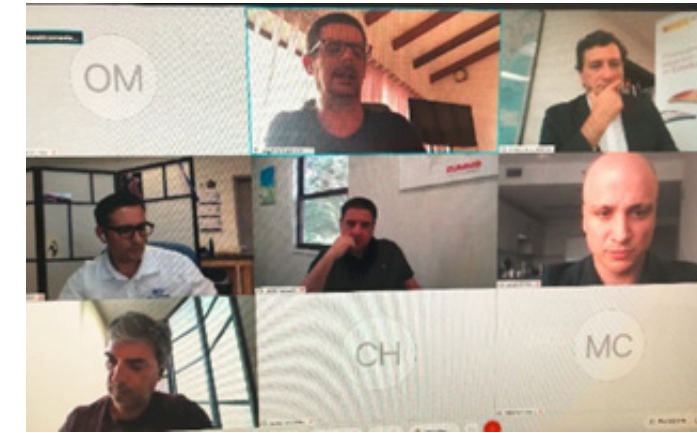


### Jornada sobre oportunidades de inversión en Estados Unidos en los sectores aeroespacial/ aviación y energías renovables

Madrid. 3 de marzo

ICEX España Exportación e Inversiones, junto con el Departamento de Comercio de la Embajada de Estados Unidos en España, organizaron esta jornada destinada a promover la inversión en Estados Unidos, a la que asistieron 75 empresas.

La sesión contó con dos mesas redondas especializadas sectorialmente en las que participaron representantes de las Oficinas Económicas de Desarrollo de los estados de Virginia, Florida, Ohio, Carolina del Norte y Carolina del Sur y con una mesa especializada en instrumentos financieros, jurídicos y de aseguramiento orientada a la inversión. En esta jornada se contó con la colaboración de CDTI, CEOE y Cámara de España.



### Spain Business Forum Virtual Florida

17 de septiembre

La Oficina Económica y Comercial de España en Miami realizó, en formato virtual, este Spain Business Forum para fomentar el *networking* y mantener el contacto con algunas empresas españolas en Florida.

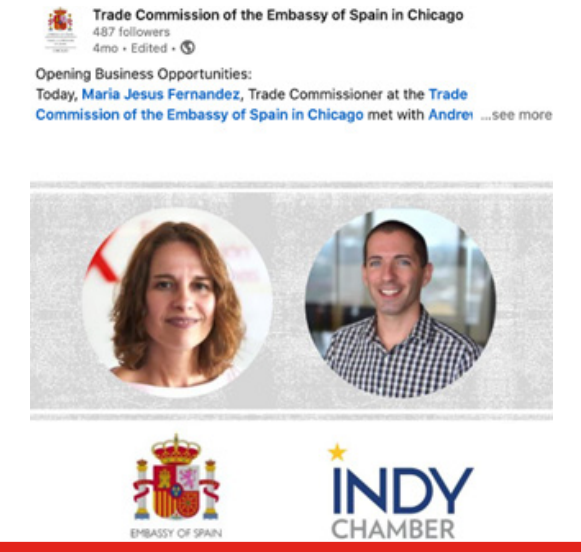
En general, las empresas han mantenido su actividad durante el difícil ejercicio 2020 y tienen buenas perspectivas para 2021.



### Reunión virtual con la oficina del gobernador de Kentucky

19 de octubre

La Oficina Económica y Comercial de España en Chicago celebró una reunión con la Oficina del Gobernador de Kentucky y el Gabinete de Desarrollo Económico del estado para explorar vías que permitan abrir oportunidades de negocio para las empresas españolas y del estado.



### Reunión virtual con Indy Chamber

26 de octubre

La consejera Económica y Comercial de España en Chicago se reunió con la Cámara de Comercio de Indiana, para explorar vías con las que reforzar el apoyo a las empresas que quisieran internacionalizarse, así como mostrar a las empresas españolas las ventajas que podrían disfrutar si decidieran establecerse en este estado.

## 2.5 Programas especiales

### A. Negocios sostenibles e inclusivos

Durante 2020, se ha profundizado en la línea estratégica de sostenibilidad de ICEX con carácter transversal en todas las áreas de negocio. El compromiso de España con la Agenda 2030 de Naciones Unidas permite enfrentar los retos sociales, económicos y medioambientales de la globalización, poniendo en el centro a las personas, el planeta, la prosperidad y la paz, bajo el lema de “no dejar a nadie atrás”.

En este sentido, se han desarrollado durante 2020 herramientas de formación, comunicación, promoción e inversión para, en el medio plazo, contribuir al posicionamiento de ICEX como institución de referencia en el ámbito de la internacionalización sostenible y generar una marca país basada en valores de sostenibilidad y alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible asumidos por España.

Asimismo, se ha participado en foros y se han organizado jornadas sobre internacionalización sostenible, inversión de impacto y nuevos modelos de negocio alternativos. Cabe destacar el ciclo de *webinarios* sobre sostenibilidad e internacionalización, cuyo objetivo ha sido la formación y sensibilización a las empresas sobre internacionalización y desarrollo sostenible a nivel sectorial: crecimiento económico sostenible, pesca y acuicultura, agroalimentario, movilidad, construcción, moda y turismo.

También se ha organizado, junto con Amfori, el *webinario* “Preparando a las empresas para el nuevo marco de la Debida Diligencia en Derechos Humanos” y se ha colaborado en el 5º Congreso GO GLOBAL en el foro “La sostenibilidad, una oportunidad empresarial a explorar en la internacionalización”.

Por último, tras la adhesión de ICEX al Pacto Mundial de las Naciones Unidas en 2017, *en 2020 entra a formar parte del Comité Ejecutivo de la Red Española del Pacto Mundial. Toda una apuesta por convertirse en un organismo de referencia en sostenibilidad y consolidar su papel estratégico como puente entre el sector público y privado.*

#### Programa ICEX IMPACT+

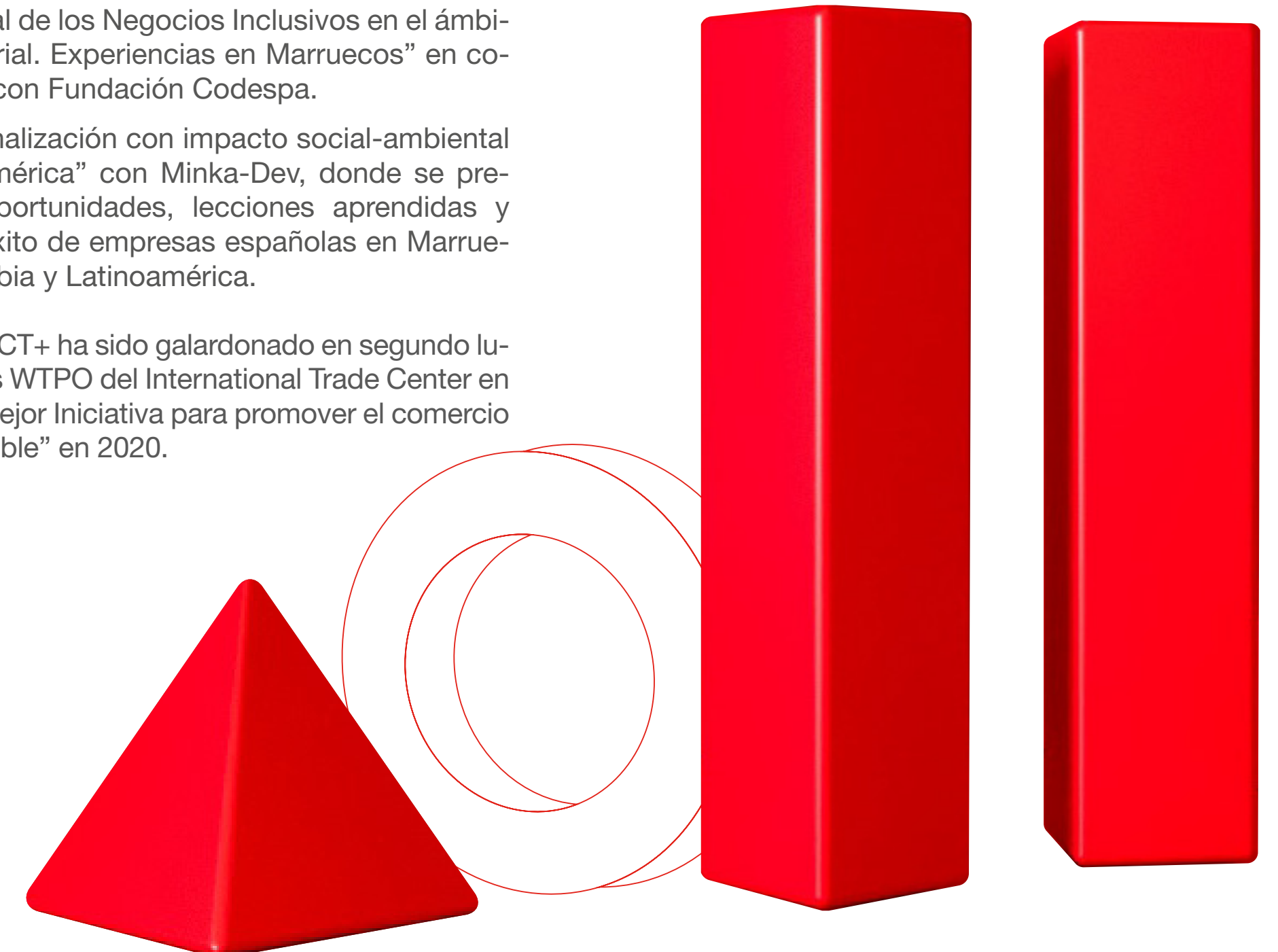
En 2020, se ha continuado identificando oportunidades de negocio sostenibles concretas para empresas españolas en Colombia, Perú, Bolivia, Ecuador, Brasil y Marruecos. Además, se han realizado diversas actividades en estos y otros países de interés para el programa, entre las que han destacado:

- Lanzamiento del nuevo servicio de “Oportunidades de Negocio Sostenibles e Inclusivas”. Se trata de una plataforma propia para vincular oportunidades de negocio detectadas por las Oficinas Comerciales en sus mercados con soluciones empresariales españolas enfocadas a los retos del desarrollo.
- Formación del equipo de la Oficina Económica y Comercial de España en La Paz (Bolivia) en materia de negocios sostenibles e inclusivos. Encuentros con los diferentes actores y socios del programa IMPACT+ en el país, de cara a la organización, en 2021, del primer *bootcamp* digital del programa.
- Seguimiento de las oportunidades identificadas e impulsadas por las Oficinas Económicas y Comerciales

de España en Bogotá (Colombia), Casablanca (Marruecos) y Lima (Perú). Acompañamiento a empresas españolas en el desarrollo de modelos de negocio inclusivos en Colombia.

- Organización y desarrollo de diversas jornadas de difusión y formación en materia de sostenibilidad y de negocios inclusivos. Destacan los *webinarios*:
  - “El Potencial de los Negocios Inclusivos en el ámbito empresarial. Experiencias en Marruecos” en colaboración con Fundación Codespa.
  - “Internacionalización con impacto social-ambiental en Latinoamérica” con Minka-Dev, donde se presentaron oportunidades, lecciones aprendidas y casos de éxito de empresas españolas en Marruecos, Colombia y Latinoamérica.

El programa IMPACT+ ha sido galardonado en segundo lugar en los Premios WTPO del International Trade Center en la categoría de “Mejor Iniciativa para promover el comercio inclusivo y sostenible” en 2020.



## B. Programa Cre100do.es



Cre100do es un programa-país promovido por ICEX, Fundación Bankinter y Círculo de Empresarios que se puso en marcha en 2014, y cuyo propósito es contribuir al desarrollo del modelo productivo español, basado en empresas con más valor añadido, más innovadoras, más competitivas y más internacionalizadas. Para conseguirlo, Cre100do desarrolla un marco de referencia que favorece el crecimiento de las empresas, difundiendo conceptos y prácticas empresariales de alto impacto.

Cre100do ha superado su propósito inicial de hacer crecer en cinco años a 100 empresas españolas del *middle market*, llegando a formar una comunidad de 120 compañías, añadiendo durante el año 2020 10 nuevas empresas.

Las principales cifras de las empresas que participaron en el programa son:

- Facturación media de 134 millones de euros.
- 100% internacionalizadas.
- 52% de facturación en mercados exteriores.
- 86% con filiales en el exterior.
- 60% apoya su crecimiento en alianzas, *joint ventures* y adquisiciones.

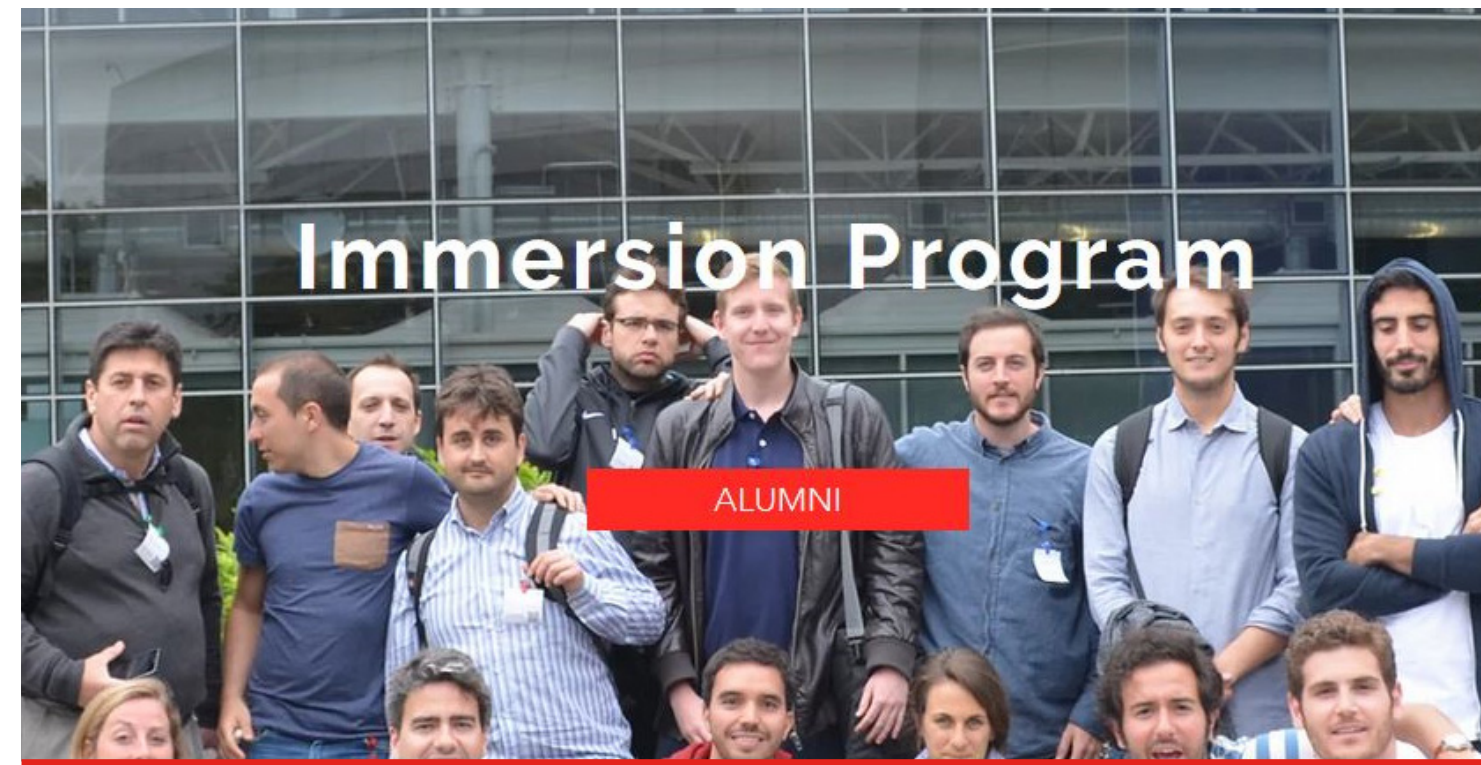
Durante 2020, se han organizado 131 actividades de alto impacto en las que han participado 638 altos directivos y 370 expertos en transformación empresarial, a través de numerosas jornadas, talleres y eventos sobre temas fundamentales para el crecimiento de la empresa. Entre los más destacados cabe resaltar:

- Preparando la empresa del mañana.
- Hoja de ruta para crecer.
- Capital privado, socio para el crecimiento.
- La economía de los intangibles.
- Internacionalización.
- Liderar el cambio.
- Incertidumbres y retos.
- Ideas para la crisis.
- Mercados: efectos de la covid-19, escenarios y prioridades.
- Mi negocio post covid-19.
- Marca y reputación post covid-19.
- Nueva normalidad tecnológica y social.
- Gestión de riesgos internacionales.



## C. Programa DESAFÍA

En 2020, ICEX ha realizado el primer programa de inmersión en remoto que se lleva a cabo en España, tras 10 años ofreciendo este servicio de manera presencial en el ecosistema de San Francisco y dos años en Tel Aviv y Hong Kong.



### Programas de inmersión en remoto: Desafía San Francisco y Tel Aviv

**20 de abril - 1 de mayo. San Francisco (Estados Unidos).**

El primer programa de inmersión remoto Desafía San Francisco ofreció una venta virtual a través de la cual poder acceder a mentores y expertos de Silicon Valley. Esta primera edición contó con la participación de 11 empresas que se enfrentaron a un intenso programa de talleres, charlas, reuniones y presentaciones ante inversores, con el objetivo de crecer como emprendedores y aprender a escalar su modelo de negocio. Posteriormente se celebró, del 14 al 25 de septiembre un segundo programa de inmersión en San Francisco.

Este programa persigue la exposición de *startups* españolas a modelos avanzados de aprendizaje y conocimiento, fundados en la experiencia acumulada del ecosistema de S.V, mediante una metodología eminentemente práctica que les ayuda a desarrollar su propio plan de acción para hacer escalar su propia compañía a nivel global.

#### Participantes:

Desafía es una iniciativa pública auspiciada por ICEX España, Exportación e Inversiones y Red.es.

#### Número de asistentes:

Programa de inmersión del 20 de abril al 1 de mayo: **11 startups**.  
Programa de inmersión del 14 al 25 de septiembre: **Cinco startups**



### Programas de Inmersión: Desafía Tel Aviv - Hong Kong

**14 de septiembre – 16 de octubre. Tel Aviv (Israel) - Hong Kong (China).**

El programa de inmersión Desafía Tel Aviv-Hong Kong, desarrollado en formato remoto, permitió combinar un programa que ofrece una preparación intensiva con mentores de Tel Aviv para preparar las sesiones en Hong Kong, dirigidas a las empresas seleccionadas del sector de tecno-finanzas y ciberseguridad y optimizar así sus opciones para levantar financiación y escalar en el mercado asiático.

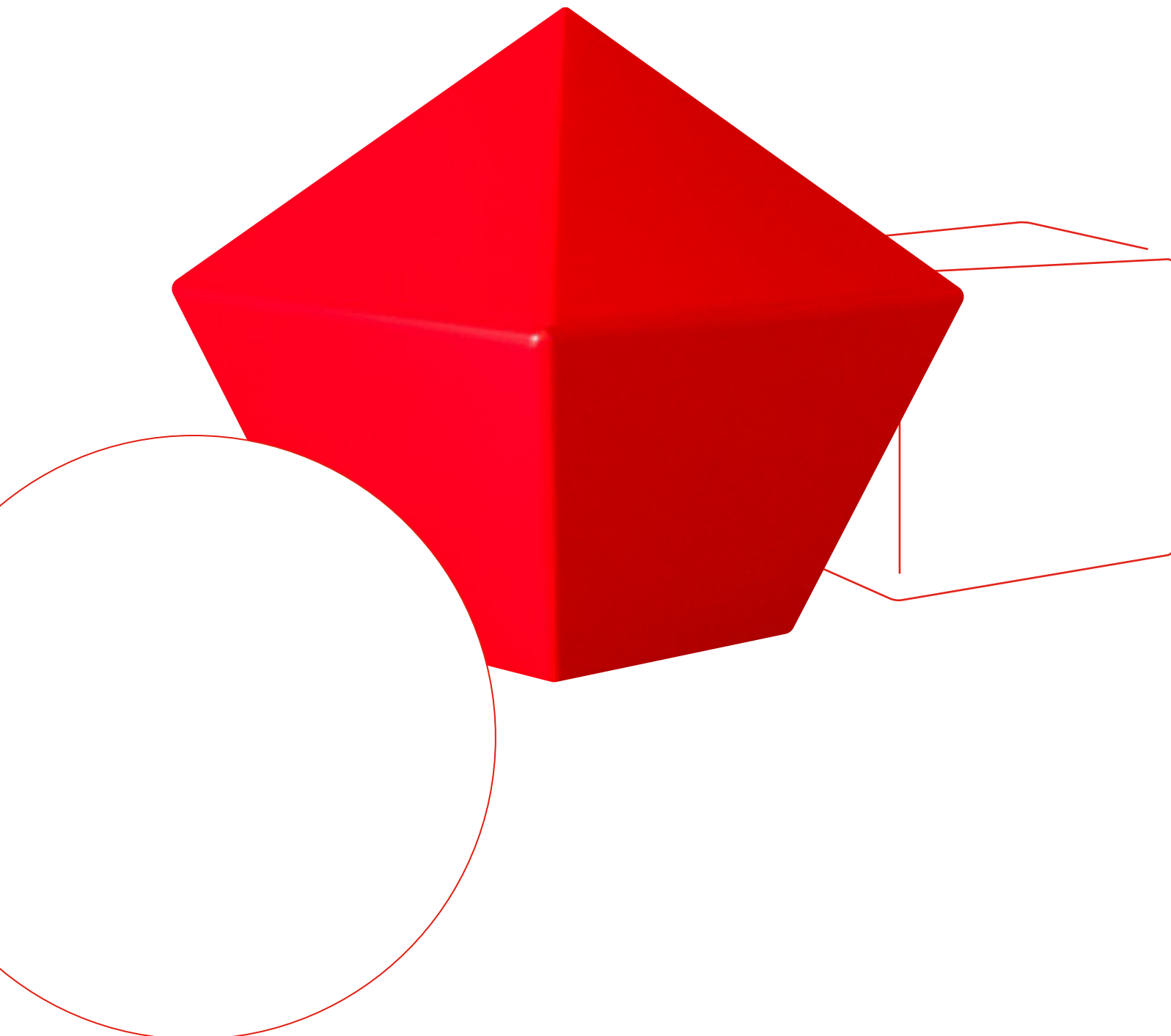
El programa de inmersión Desafía Tel Aviv está orientado a *startups* con soluciones aplicables al sector de las finanzas y de la ciberseguridad y ofrece una oportunidad de exponerse a uno de los ecosistemas más disruptivos del mundo, combinando la capacidad de Hong Kong como puerta de acceso a Asia y la posibilidad de obtener financiación de los grandes fondos de China Continental.

#### Participantes:

Desafía es una iniciativa pública auspiciada por ICEX España Exportación e Inversiones y Red.es.

#### Número de asistentes:

14 de septiembre al 16 de octubre: **Siete startups**.



## D. Programa digitalXborder



DigitalXborder es un programa impulsado por ICEX, la Asociación Española de la Economía Digital y la Escuela de Organización Industrial en 2018 y que cuenta con la co-financiación del Fondo Social Europeo.

El programa aporta una visión 360° para facilitar la toma de decisiones en el entorno digital actual. Una inmersión para potenciar la competitividad de las empresas españolas, favoreciendo su crecimiento en el ámbito internacional.

Las sesiones, siete jornadas en total, fueron impartidas por expertos de las empresas líderes digitales, como Google, Microsoft, Telefónica, Atento, Alibaba, Amazon Web Services, entre otras.

El programa aporta a los CEOs que participan:

- Conocimiento de las ventajas en el uso de plataformas y herramientas en la nube.
- Herramientas para la toma de decisiones de negocio que permitan incrementar la internacionalización de la empresa.
- Un mayor conocimiento del entorno digital, que les permita ganar competitividad en el mercado global.

DigitalXborder ha recorrido ya 17 ciudades españolas: Alicante, Málaga, Zaragoza, Murcia, Valladolid, Barcelona, San Sebastián, Gijón, Palma de Mallorca, Sevilla y Tenerife, y durante 2020, a pesar de las limitaciones impuestas por la crisis de la covid-19, se ha conseguido celebrarlo en seis ciudades más: Valencia, Pamplona, Bilbao, Badajoz, Burgos y Santander.

En estas 17 ediciones han participado 500 CEOs, que han valorado el programa como extraordinario, y ha supuesto una ventaja para superar los retos que ha planteado la crisis sanitaria.

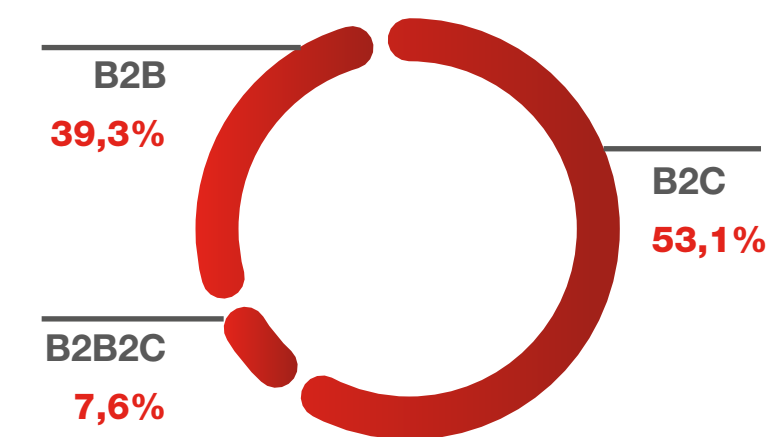
La facturación media de las empresas participantes ha sido de 26,2 millones de euros anuales, la media de exportación del 37% y la venta online del 36%. El modelo de negocio es al 50% B2B y B2C. Y el macrosector más destacado, con un 52%, ha sido el industrial.

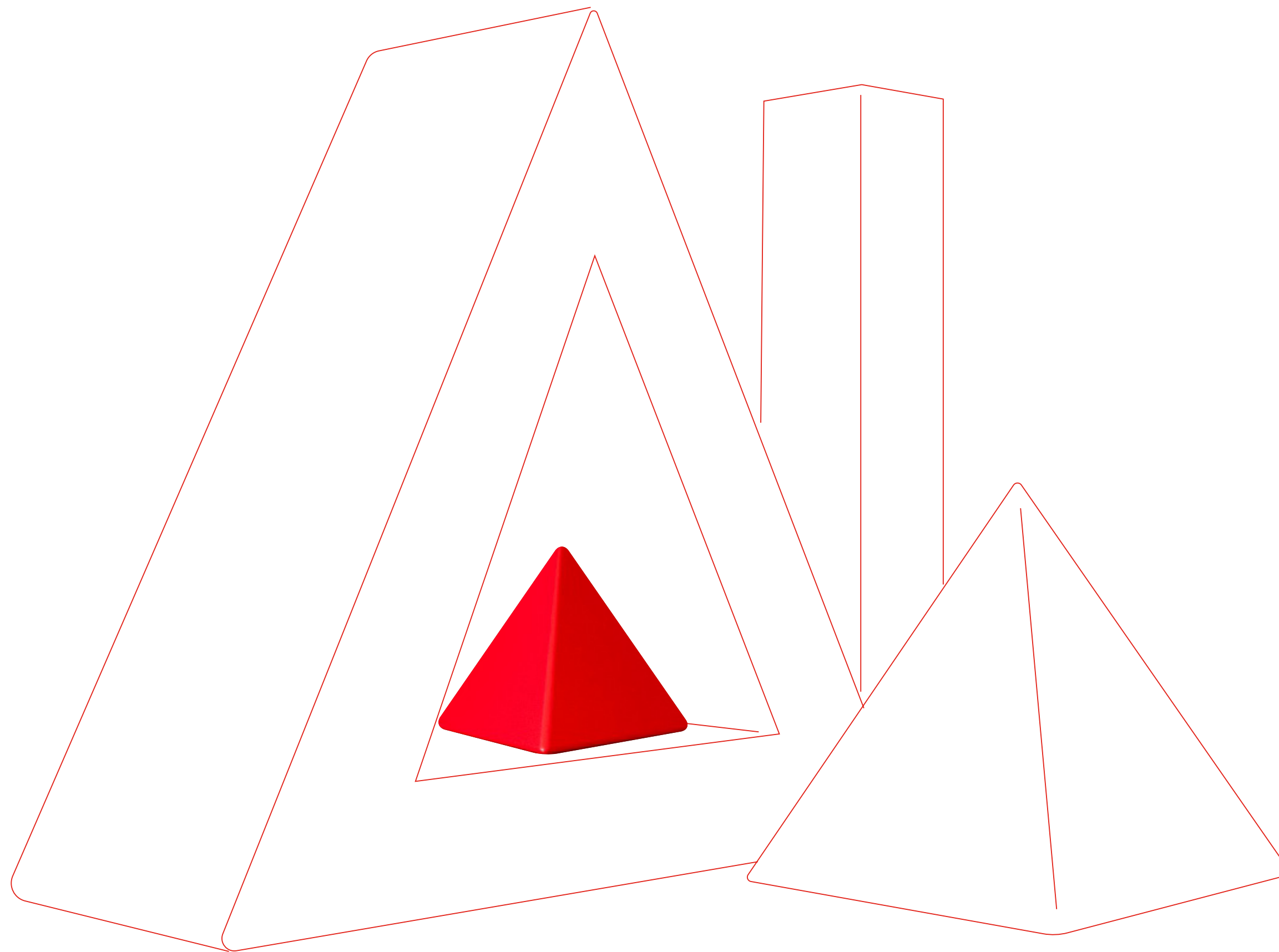
Hasta la fecha prevista de finalización del programa, se espera la participación de 750 CEOs.

### Macrosectores de las empresas participantes



### Modelo de negocio de las empresas participantes





## E. Programa Marca & Innovación



Marca & Innovación es un novedoso programa impulsado por ICEX, Foro de Marcas Renombradas Españolas y Banco Santander y que cuenta con ESIC como socio académico. El programa está cofinanciado por ICEX y Banco Santander.

Los activos intangibles se han convertido en uno de los motores de crecimiento más importantes de las organizaciones y, actualmente, constituyen más de la mitad del valor empresarial a escala mundial.

Marca & Innovación aporta una visión estratégica de estos activos intangibles que permiten generar ventajas competitivas duraderas y un crecimiento internacional sostenido.

Este programa de diferenciación competitiva para CEOs es una experiencia de aprendizaje intensiva. Ofrece las herramientas clave para impulsar la internacionalización de la marca y la innovación, como palancas de competitividad y generación de valor, en un entorno cada vez más global y competitivo, en el que la diferenciación es cada vez más sofisticada.

Las sesiones (cinco jornadas) son presenciales y son impartidas por expertos de las empresas líderes en marca e innovación, como Opinno, ThinkersC<sup>o</sup>, Hoy es Marketing, 21 Gramos, LLYC, Nunky World, Reputation Institute, Insight Foresight Institute, Marcas con Valores, Brand Finance, Cotec, Stigmergy H&A o Elzaburu, con la colaboración de grandes expertos de ESIC y de marcas líderes del Foro de Marcas Renombradas.

Marca & Innovación se ha celebrado durante 2020 en Alicante, Sevilla y Valladolid y está prevista su continuidad en los próximos años.

En estas tres ediciones han participado 80 CEOs de empresas con una facturación media de 38 millones de euros anuales y un 37% de negocio internacional, así como una altísima orientación a la marca, la innovación y la internacionalización.

## 2.6 Mercados electrónicos

### A. Programa eMarketServices

ICEX viene impulsando, desde hace más de veinte años, el uso del canal digital para aumentar la presencia internacional de los productos y servicios españoles a través del programa eMarketServices. Con ello, se pretende facilitar a las empresas españolas, y particularmente a las pymes, la venta internacional a través de canales *online* y especialmente la utilización de mercados electrónicos.

El programa ofrece una cartera de servicios y herramientas para facilitar a las empresas la definición y puesta en marcha de planes de internacionalización *online*, acompañándolas en todo el proceso, tales como:

- Herramientas de evaluación de su capacidad para abordar el canal: autodiagnóstico *online*.
- Formación en comercio electrónico y desarrollo digital.
- Servicios e instrumentos para analizar mercados digitales: informes y estudios de mercado, observatorio de tendencias de *ecommerce*, directorio de mercados electrónicos e información a medida.
- Servicios de asesoramiento y consultoría a medida, orientados a acompañar a las empresas en el diseño e implementación de planes de venta *online* internacional.
- Actualidad de los mercados digitales: noticias, entrevistas, casos de éxito, artículos en profundidad y de opinión de la Red de Expertos, en formato textual, *podcast* y videos.

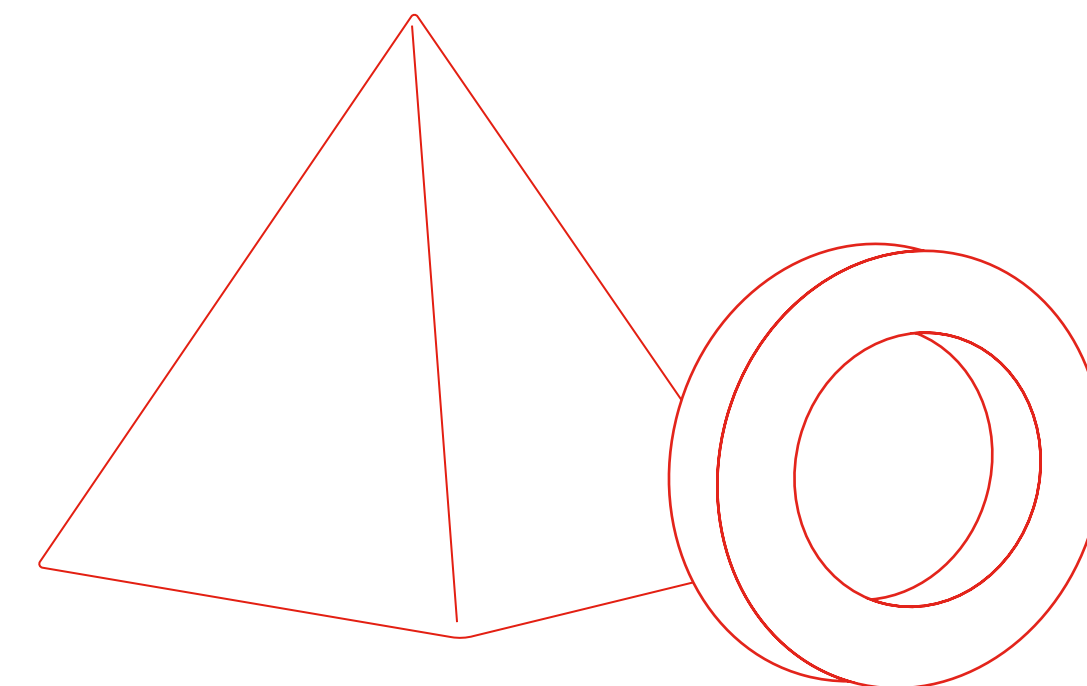
Además de la web del programa [www.emarketservices.es](http://www.emarketservices.es), eMarketServices tiene presencia en Facebook, Twitter y LinkedIn, con más de 6.650 seguidores.

En 2020, se ha hecho un esfuerzo especial por reforzar los servicios del programa, con el fin de paliar los efectos generados por la covid-19. De esta manera, se ha podido atender a las empresas que se han volcado en buscar soluciones de negocio a través de canales digitales cuando se cerraron los tradicionales. Algunas de las actividades más destacadas llevadas a cabo en 2020 fueron:

- Producción de contenidos informativos sobre mercados *online*: 191 informes *e-País* y estudios de mercado especializados en comercio electrónico de más de 70 países, además de mantener actualizado el repertorio de 629 fuentes de información y el Mapa de Indicadores de Tendencias de Ecommerce. Cabe destacar la colección de píldoras en video sobre el “Ecommerce en China”, un nuevo formato de información de mercado realizado por la Oficina Comercial de España en Shanghái que completa los más tradicionales.



- Información de actualidad, con 336 noticias, 39 posts en la Red de Expertos, mayoritariamente realizados por consejeros Económicos y Comerciales, y una docena adicional de contenidos en forma de entrevistas, casos de éxito y *podcast* de *ecommerce* a fondo, un nuevo formato de contenido que ha tenido una muy buena acogida.
- Conocimiento detallado de los distintos *marketplaces*, gracias a la actualización continua del directorio eMarketServices de mercados electrónicos y otras plataformas de venta *online*: 1.059 referencias publicadas, de más de 40 sectores y más de 80 países. Incluye numerosas plataformas de mercados prioritarios para empresas españolas, entre ellas:
  - 321 plataformas de Estados Unidos.
  - 135 plataformas de Alemania.
  - 147 plataformas de China.
  - 137 plataformas de Reino Unido.
  - 102 plataformas de Francia.

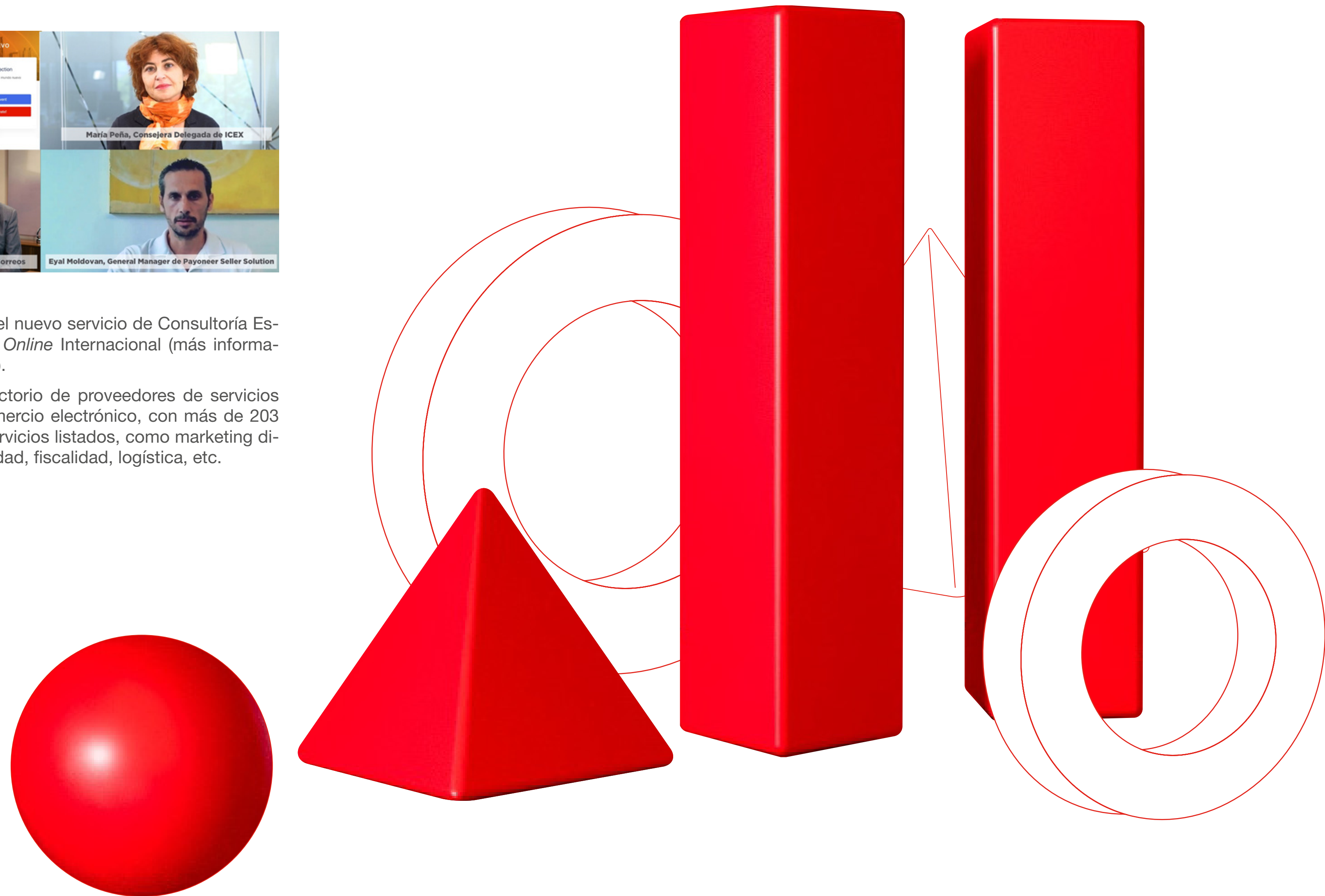




- La primera edición de MarketPlaces Connection, ([www.marketplacesconnection.com](http://www.marketplacesconnection.com)): jornada técnica virtual organizada por ICEX, en colaboración con Correos y Payoneer, con el fin de poner en contacto a las pymes españolas con los principales mercados electrónicos internacionales. En esta primera edición participaron 11 de los mayores *marketplaces* multisectoriales del mundo (Amazon, Aliexpress, eBay, CDiscount, Rakuten, Real.de, ePrice, Fruugo, NewEgg, Wish y Joom) distribuidos en tres paneles focalizados en internacionalización, logística y financiación de las operaciones de comercio electrónico, que reunieron en conjunto a casi 1.000 asistentes únicos.

Además, se lanzó el nuevo servicio de Consultoría Estratégica en Venta *Online* Internacional (más información en Cap. 1.3 C).

- Se impulsó el directorio de proveedores de servicios auxiliares para comercio electrónico, con más de 203 empresas y 568 servicios listados, como marketing digital, sellos de calidad, fiscalidad, logística, etc.



## B. Colaboración con plataformas internacionales de comercio electrónico

En 2020, se ha continuado colaborando con plataformas de comercio electrónico con las que se firmaron acuerdos de colaboración: Amazon, Alibaba, JD.com y Chunbo.

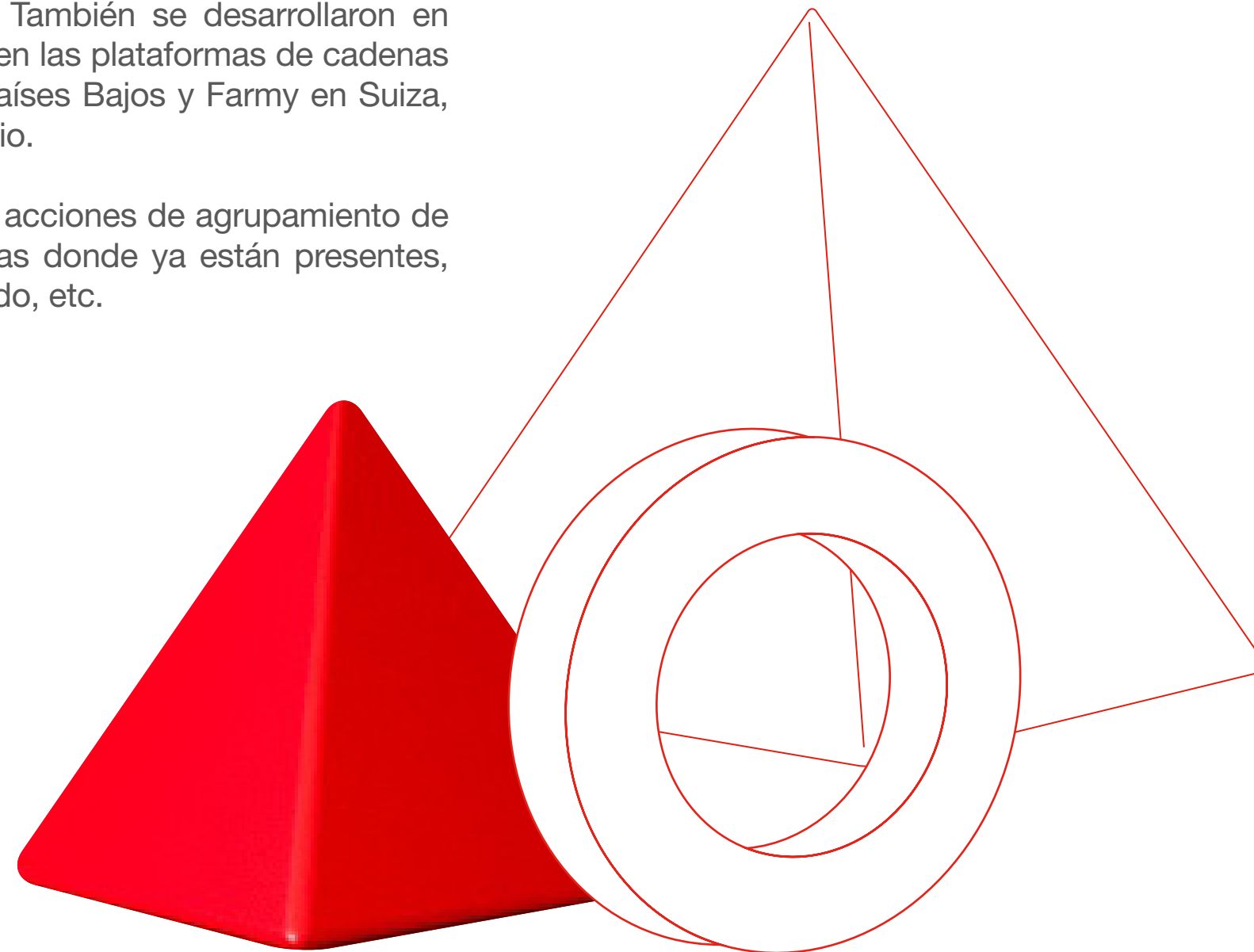
Cabe resaltar la participación en el Programa Despega de Amazon, aportando los recursos formativos relacionados con internacionalización en canales digitales. También se ha llevado a cabo múltiples colaboraciones con otros *marketplaces* como Aliexpress, eBay, ManoMano, Ankorstore, eMAG, Tridge, Mercado Libre o Linio, para dar a conocer las oportunidades que ofrecen a las empresas españolas que operen en ellos.

Por otro lado, se han mantenido operativas las tiendas Amazon Foods&Wines from Spain en España, Reino Unido, Alemania, Francia e Italia para dar visibilidad agrupada de los productos agroalimentarios españoles, ofreciendo productos de alta calidad. También se desarrollaron en 2020 diferentes programas en las plataformas de cadenas como Jumbo y Vivino en Países Bajos y Farmy en Suiza, para el sector agroalimentario.

Durante 2020, se realizaron acciones de agrupamiento de la oferta española en tiendas donde ya están presentes, como Tesco, Waitrose, Ocado, etc.

En el sector de la moda se ha facilitado la entrada a más de 70 empresas españolas accediendo por primera vez a canales digitales que no utilizaban con anterioridad. Adicionalmente, se llegó a un acuerdo con Zalando donde las empresas que venden a través de la plataforma pudieron promocionar sus productos y mejorar sus ventas, al igual que con Le New Black Joor (principal plataforma de moda a nivel mundial), Fashion Cloud (principal plataforma en mercados de habla alemana), I Love Playtime (moda infantil) y the Brand Circular (moda sostenible).

En el sector de cosmética y perfumería se llegó a un acuerdo con la plataforma B2B RangeMe para que las empresas españolas pudieran recurrir a sus servicios *premium* para contactar con compradores de Estados Unidos.



## C. Capacitación y formación en mercados electrónicos

Dentro del programa eMarketServices, se han llevado a cabo un importante número de acciones formativas en mercados electrónicos. En total, durante 2020, se han celebrado 55 *webinarios* con un total de 9.311 asistentes. Entre los celebrados destacan:

- 13 *webinarios* con Amazon.
- Dos *webinarios* sobre cómo vender en el mercado electrónico ManoMano.
- “Ankorstore: plataforma para vender B2B a minoristas europeos”.
- “Cómo vender *online* en México”.
- “Aliexpress Businesses: expande tu negocio de la mano de expertos”.
- “Cómo vender en Tridge”.
- “Cómo vender en Emag”.

Otras actividades de capacitación en mercados electrónicos realizadas en 2020 han sido:

- *Webinario* “La plataforma Rangeme como canal de acceso al mercado estadounidense para el sector de la alimentación”.
- *Webinario* de comercialización *online* de productos de hábitat en Alemania.
- *Webinario* prescripción digital de productos de hábitat: “Archiproducts y Archidaily”.

Desde el punto de vista de la formación en mercados electrónicos, en 2020 se ha hecho un esfuerzo especial en la creación de cursos específicos en esta materia. Los más destacados han sido:

- Máster en International E-Business (*online*).
- Curso Marketing Digital para la Internacionalización de la Empresa (*online*).
- Curso Comercio Electrónico Internacional (*online*).
- MBA in International Management - Módulo “Desarrollo y gestión internacional de E-Business”.
- *Webinario* “Casos de éxito que están construyendo un nuevo mundo en el comercio electrónico”.
- *Webinario* “Ejemplo real de estrategia de *ecommerce*”.
- *Webinario* “Estrategia de *ecommerce* internacional”.
- *Webinario* “Aspectos legales del comercio electrónico”.
- *Webinario* “Oportunidades de uso del reconocimiento de voz en *ecommerce*”.
- *Webinario* “Soluciones de transporte y logística para montar un *ecommerce* internacional”.
- *Webinario* “Impacto del coronavirus en *ecommerce*: Perspectivas a corto, medio y largo plazo en escenarios B2B y B2C”.
- *Webinario* “El comercio electrónico como canal de exportación”.
- *Webinario* “*Marketplaces*: Cómo, cuándo y dónde”.
- *Webinario* “Convergencia entre Estrategias B2B y B2C en *ecommerce* internacional: algunos ejemplos”.

# 3

## SERVICIOS DE APOYO A LA IMPLANTACIÓN



## ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN DE INVERSORES

En 2020, se ha puesto en marcha un nuevo formato:

### **Encuentros Empresariales Virtuales**

#### ▲ Encuentro Empresarial Regional España-Brasil, Chile y Ecuador



#### ▲ Encuentro Empresarial España-Emiratos Árabes Unidos



Han participado:

**375**

empresas españolas y locales.

## PLATAFORMAS DE APOYO EN EL EXTERIOR

ICEX cuenta con un total de

**30**

centros de negocios:

#### América del Norte

Chicago y Miami (Estados Unidos)

#### Europa

Bucarest (Rumania)  
Dublín (Irlanda)  
Düsseldorf (Alemania)  
Estocolmo (Suecia)  
Londres (Reino Unido)  
Milán (Italia)  
Praga (República Checa)  
Sofía (Bulgaria)  
Varsovia (Polonia)

#### Latinoamérica

Bogotá (Colombia)  
Brasilia y São Paulo (Brasil)  
Ciudad de México (México)

#### Asia

Guangzhou, Pekín y Shanghai (China)  
Ho Chi Minh (Vietnam)  
Kuala Lumpur (Malasia)  
Moscú (Rusia)  
Mumbai y Nueva Delhi (India)  
Seúl (Corea del Sur)

#### Oriente Medio

Dubái (Emiratos Árabes Unidos)  
Estambul (Turquía)  
Túnez (Túnez)

#### Oceanía

Sídney (Australia)

#### África

Argel (Argelia)  
Casablanca (Marruecos)  
Lagos (Nigeria)

**3**

**SERVICIOS DE APOYO A LA IMPLANTACIÓN**



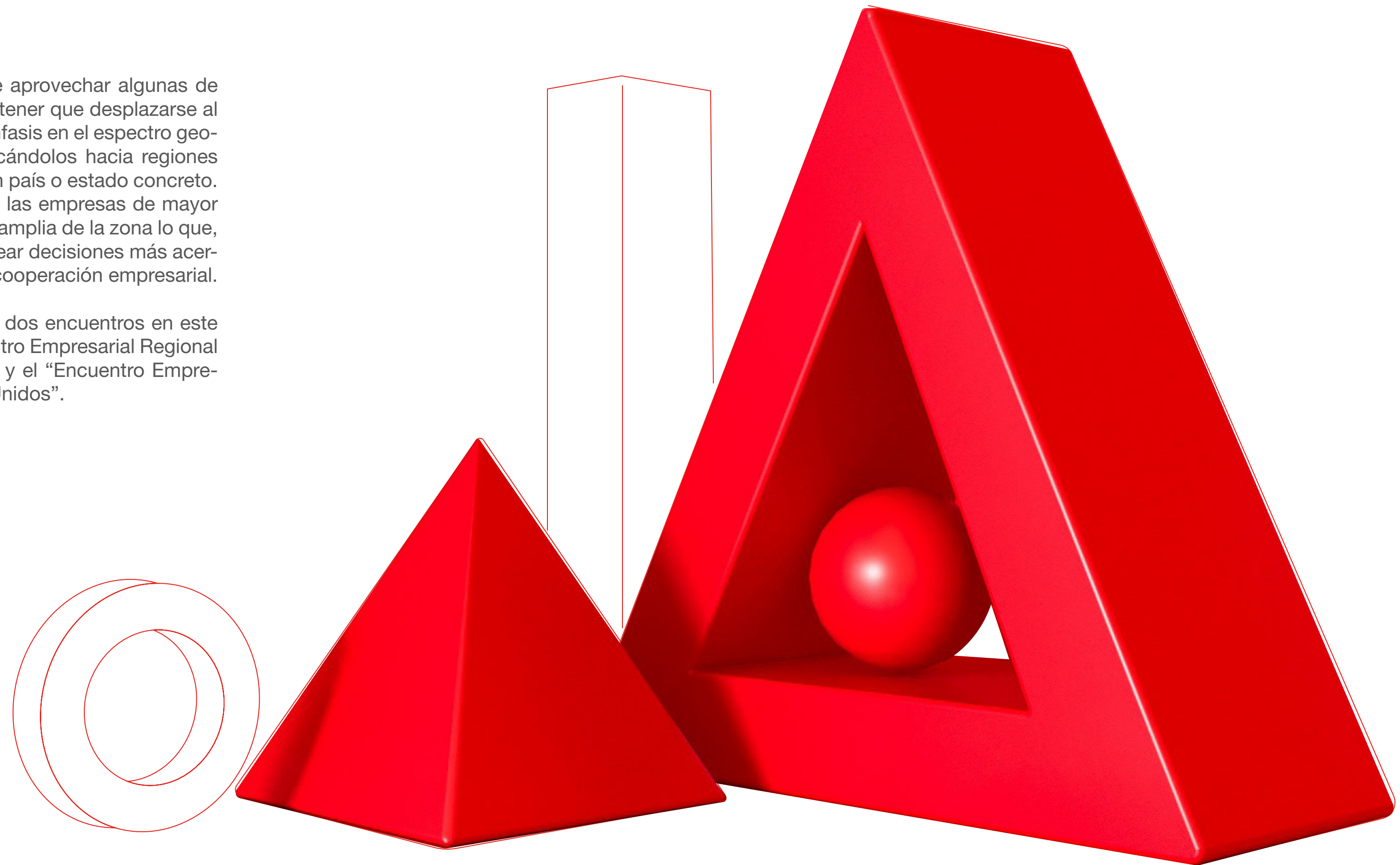
## 3.1 Actividades de promoción de inversiones

Durante 2020, y en línea con las medidas contempladas en el Plan de Choque Frente a la Covid-19 en Apoyo a la Internacionalización, se inició un proceso de reconversión y adaptación de los instrumentos de promoción de inversiones a un formato digital.

En este sentido, y atendiendo a las sugerencias e inquietudes de las empresas participantes, se han puesto en marcha los Encuentros Empresariales Virtuales. En ellos, la identificación de potenciales socios en el exterior ha continuado siendo uno de los ejes centrales y de mayor valor añadido. Asimismo, y como ocurría en los formatos anteriores, uno de los pilares básicos para su éxito ha sido el apoyo institucional, más necesario que nunca para lograr la notoriedad necesaria para congregar, aunque fuera de forma virtual, a las autoridades locales y empresas *target* de cada sector y que las empresas se sintieran respaldadas en los momentos de incertidumbre.

Como novedad, y para tratar de aprovechar algunas de las ventajas que implicaba el no tener que desplazarse al exterior, se ha puesto especial énfasis en el espectro geográfico de los encuentros, enfocándolos hacia regiones más amplias en lugar de hacia un país o estado concreto. De esta manera, se ha dotado a las empresas de mayor información y de una visión más amplia de la zona lo que, sin duda, les ha ayudado a plantear decisiones más acertadas en materia de inversión y cooperación empresarial.

Durante 2020, se han celebrado dos encuentros en este nuevo formato virtual: el “Encuentro Empresarial Regional España-Brasil, Chile y Ecuador” y el “Encuentro Empresarial España-Emiratos Árabes Unidos”.



## Encuentro Empresarial Regional España-Brasil, Chile y Ecuador

5-9 de octubre 2020. Formato digital.

Este encuentro supuso, no sólo el primero en la modalidad virtual, sino también el primero que ICEX organizaba con carácter regional. Derivado de esto, uno de los aspectos más exitosos del mismo para las empresas españolas fue la posibilidad de poder solicitar agendas en varios países al mismo tiempo lo que les permitía, de una forma muy sencilla y eficiente, evaluar comparativamente varios mercados a la vez.



### Sectores representados

**Brasil:** Economía verde (agua y saneamiento, energías renovables y medio ambiente) e infraestructuras.

**Chile:** Agua y saneamiento; energías renovables y minería.

**Ecuador:** Agua y saneamiento; energías renovables y movilidad eléctrica.

### Empresas participantes

200 empresas españolas y locales.

### Programa

Las Oficinas Económicas y Comerciales confeccionaron 14 agendas virtuales de reuniones multipaís con más de 100 ruedas de negocio celebradas con potenciales socios locales brasileños, chilenos y ecuatorianos.

Asimismo, se llevaron a cabo sendos seminarios y mesas redondas sobre Brasil, Chile y Ecuador y sobre los sectores convocados para cada uno de estos mercados, con la participación de expertos de primer nivel, tanto del ámbito público como privado. Además, tuvo lugar una charla-coloquio con la secretaria de Estado de Comercio de España y con los consejeros Económicos y Comerciales de España en dichos mercados.

### A destacar

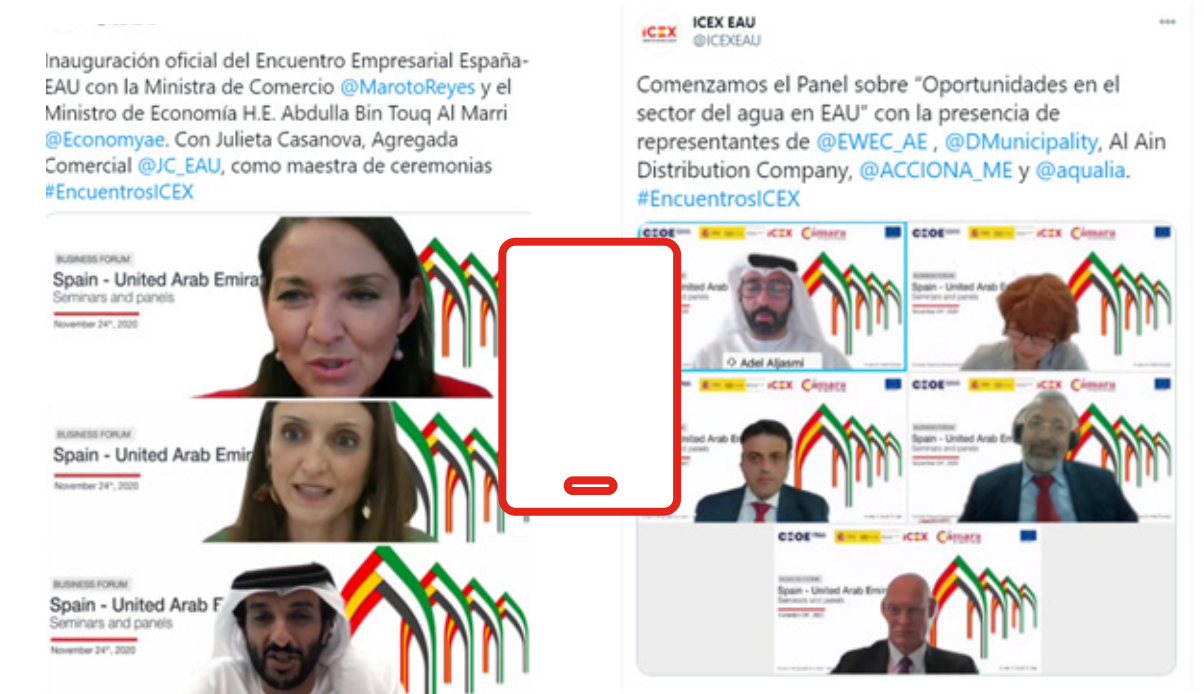
Por lo que se refiere al procedimiento de convocatoria del encuentro, y con objeto de hacerlo más atractivo para las empresas españolas, se diseñó una sección en el portal [www.icex.es](http://www.icex.es) con los siguientes contenidos:

- ▲ Videos institucionales de autoridades españolas y locales presentando el encuentro y los países.
- ▲ Programa completo del evento.
- ▲ Información detallada sobre los ponentes.
- ▲ Amplia documentación sobre cada uno de los mercados y sobre los sectores convocados.
- ▲ Enlace directo a la inscripción.

## Encuentro Empresarial España-Emiratos Árabes Unidos

23-26 de noviembre 2020. Formato digital.

Programa de seminarios y mesas redondas con ponentes locales de gran relevancia, así como con los representantes de las principales empresas españolas de los sectores convocados establecidas en destino y que contó con la intervención de la ministra de Industria, Comercio y Turismo de España y el ministro de Economía de Emiratos Árabes Unidos.



### Sectores representados

- ▲ Agroindustria y agrotecnología.
- ▲ Agua y saneamiento.
- ▲ Salud.

### Empresas participantes

175 empresas españolas y locales.

### Programa

La Oficina Económica y Comercial de España en Dubái confeccionó agendas virtuales de reuniones para 11 empresas españolas con más de 50 ruedas de negocio celebradas. Asimismo, las empresas españolas pudieron participar en una charla-coloquio con el consejero Económico y Comercial de España en Dubái.

### A destacar

De acuerdo con el *feedback* recibido por parte de las empresas españolas participantes, a través de los cuestionarios de valoración que cumplimentaron de forma *online*, la valoración global del encuentro fue de **4,65 sobre 5**.

## 3.2 Plataformas de apoyo en el exterior

### A. Centros de negocios

Integrados en las instalaciones de las Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior, ofrecen a las empresas españolas un espacio de trabajo independiente y completamente equipado, así como el apoyo técnico y administrativo necesario para desarrollar su actividad internacional. Dentro de los centros se proporciona un amplio catálogo de servicios:

- Respaldo en la contratación de servicios de logística, transporte, traducción, mensajería, etc. que permiten facilitar y agilizar la actividad empresarial diaria.
- Acceso directo a los Servicios Personalizados, entre los que se encuentran el asesoramiento individualizado y especializado enfocado a las necesidades específicas de cada empresa en cada país, relativo a la toma de decisiones en el ámbito de su actividad.
- Apoyo institucional.

A 31 de diciembre 2020, ICEX contaba con un total de 30 Centros de negocios:

- Argel (Argelia)
- Bogotá (Colombia)
- Brasilia y São Paulo (Brasil)
- Casablanca (Marruecos)
- Chicago y Miami (Estados Unidos)
- Dubái (Emiratos Árabes Unidos)
- Dublín (Irlanda)
- Düsseldorf (Alemania)
- Estambul (Turquía)
- Estocolmo (Suecia)
- Guangzhou, Pekín y Shanghái (China)
- Ho Chi Minh (Vietnam)
- Kuala Lumpur (Malasia)
- Lagos (Nigeria)
- Londres (Reino Unido)
- Milán (Italia)
- Moscú (Rusia)
- Mumbai y Nueva Delhi (India)
- Ciudad de México (México)
- Praga (República Checa)
- Seúl (Corea del Sur)
- Sídney (Australia)
- Sofía (Bulgaria)
- Túnez (Túnez)
- Varsovia (Polonia)



# 4

## SERVICIOS DE FORMACIÓN



## 4

## SERVICIOS DE FORMACIÓN

## ICEX – CECO

- **180**  
actividades realizadas.
- **7.374**  
alumnos inscritos.
- **2.260**  
alumnos MOOC/NOOC.
- **9.634**  
total alumnos.
- **17.933**  
horas impartidas.
- Más de **850.000**  
visitas recibidas en el portal de formación [www.icex-ceco.es](http://www.icex-ceco.es).

## PROGRAMA DE BECAS ICEX

- **45<sup>a</sup>**  
promoción.
- **2.369**  
jóvenes interesados.
- **288**  
candidatos seleccionados.
- **Dotación económica**  
bruta entre **21.300** euros y **42.800** euros.
- El **98,6%**  
de las empresas recomendarían a otras empresas que participen en el programa.
- El **98%**  
de los exbecarios recomendaría a otros jóvenes universitarios participar en el programa.

## PROGRAMA DE ESTUDIANTES EN PRÁCTICAS

- **7<sup>a</sup>**  
edición.
- **48**  
estudiantes de prácticas.
- Convenios con **30**  
universidades españolas.
- Valoración global del programa:
  - ▲ **8,33**  
sobre 10 por parte de los estudiantes.
  - ▲ **9,37**  
sobre 10 por parte de los tutores.

La captación de talento y la formación de personas para una internacionalización sostenible forma parte de los objetivos prioritarios de ICEX. A través de sus políticas y programas, ICEX apuesta por el desarrollo de la cultura de la internacionalización y el crecimiento económico más digital, inclusivo y sostenible, con empleo de calidad que ayuda a mejorar el bienestar de las personas. Para ello cuenta con:

#### 4.1. ICEX-CECO

Potencia la formación de empresas, empleados públicos y jóvenes utilizando las nuevas tecnologías, así como promoviendo y difundiendo programas especializados en:

- Internacionalización.
- Negocios digitales.
- Sostenibilidad.
- Mercados multilaterales.

#### 4.2. Programa de Becas de Internacionalización Empresarial

Destinado a jóvenes universitarios menores de 28 años, este programa se extiende a lo largo de un periodo de tres años y contempla las siguientes fases:

- Fase 0: Realización del Máster Universitario en Gestión Internacional de la Empresa (MBA in International Management), de 75 ECTS, impartido por ICEX-CECO en alianza académica con la Universidad Internacional Menéndez Pelayo.
- Fase I: Prácticas en la Red de Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior.
- Fase II: Prácticas en empresas españolas con actividad internacional o en entidades u organismos internacionales de los que España es miembro.

#### 4.3 Programa de Estudiantes en Prácticas

Dirigido a estudiantes universitarios, preferentemente de postgrado, interesados en realizar sus prácticas académicas externas curriculares o extracurriculares en los servicios centrales de ICEX o bien en la Red de Direcciones Territoriales y Provinciales de Comercio en España.

Este programa ofrece a los participantes:

- Completar su formación.
- Mejorar su capacitación profesional en el ámbito de la internacionalización.
- Conocer, de primera mano, los servicios que la administración económica y comercial española pone a disposición de las empresas, así como las oportunidades de carrera que este sector les puede ofrecer.
- Facilitar su inserción en el mercado laboral.

## 4.1 ICEX-CECO

Es el referente en formación para la internacionalización, ofreciendo programas a todo tipo de profesionales que aspiran a desarrollar una actividad vinculada a la economía internacional.

La formación se lleva a cabo a través de diferentes formatos:

- Presencial.
- Mixtos (*Blended*).
- *Online*.
- Masivos en abierto (MOOC / NOOC).

### CIFRAS 2020

- **180**  
actividades realizadas.
- **7.374**  
alumnos inscritos.
- **2.260**  
alumnos MOOC/NOOC.
- **9.634**  
total alumnos.
- **17.933**  
horas impartidas.
- Más de **850.000**  
visitas recibidas en el portal de formación [www.icex-ceco.es](http://www.icex-ceco.es).

En 2020, la actividad de ICEX-CECO se ha incrementado considerablemente ante la necesidad de ofrecer nuevos servicios 100% *online* y adaptados al nuevo entorno laboral.

Cabe destacar la puesta en marcha de un ciclo de *webinars* gratuitos covid-19 con expertos colaboradores de ICEX-CECO, concebidos como respuesta a la crisis sanitaria, cuya ejecución ha sido inmediata y que ha tenido un gran éxito de convocatoria. Se han celebrado 73 *webinars* con un total de 3.573 participantes. Esta medida se ha complementado con descuentos especiales covid-19 para facilitar la formación en digitalización de negocio internacional o en gestión económico y financiera de operaciones internacionales.

ICEX-CECO ha llevado a cabo un centenar de actividades en 2020, entre las que destacar.

- Curso de formación *online* masivo y abierto (MOOC) “La Empresa en la Economía Digital Global”.

Dada la importancia que ha cobrado en 2020 la transformación digital, ICEX-CECO ha puesto en marcha un nuevo curso *online*, desarrollado conjuntamente con la Fundación Rafael del Pino e impartido por el prestigioso Catedrático de Dirección Internacional de la Empresa en Wharton School, Mauro F. Guillén.

El curso se ha dirigido tanto a estudiantes de FP, grado y posgrado, como a profesionales de empresas y organizaciones empresariales, independientemente de su nivel de formación o categoría profesional. Un total de **683 alumnos** han finalizado el curso.

- o Nano-Curso *online* masivo, abierto, especializado (NOOC): “Identificación de proyectos en instituciones multilaterales: BM y BID”.

La ayuda al desarrollo tiene como finalidad principal la mejora de las condiciones sociales y económicas de los países en vías de desarrollo y los proyectos financiados con fondos de ayuda al desarrollo generan multitud de oportunidades de negocio a través de licitaciones en todo tipo de sectores.

Con esta formación, impartida previamente para el personal de las oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior, se pretende que el alumno conozca el funcionamiento de dos relevantes instituciones multilaterales como el Banco Mundial y el BID. De esta manera, pueden conocer la estructura de estas instituciones y aprender a detectar las oportunidades de negocio que general. Un curso en el que han participado **231 alumnos**.

- o Nano-Curso *online* masivo, abierto, especializado (NOOC): “Entender el Brexit y sus desafíos”.

Curso de corta duración dirigido a directivos, profesionales de pymes y empresas familiares, estudiantes de grado o posgrado y, en general, cualquier interesado en entender las características del Brexit, más allá de la coyuntura del último minuto. A lo largo de 2020, **545 alumnos** se han inscrito en este curso.

- o Nano-Curso *online* masivo, abierto, especializado (NOOC): “Neoproteccionismo, guerras comerciales y el futuro del sistema global de comercio”.

ICEX ha lanzado este NOOC sobre el futuro del sistema global del comercio, con el que se pretende dar respuesta a los desafíos comerciales que plantean la desintegración económica y los conflictos comerciales y que ha contado con **213 alumnos inscritos**.

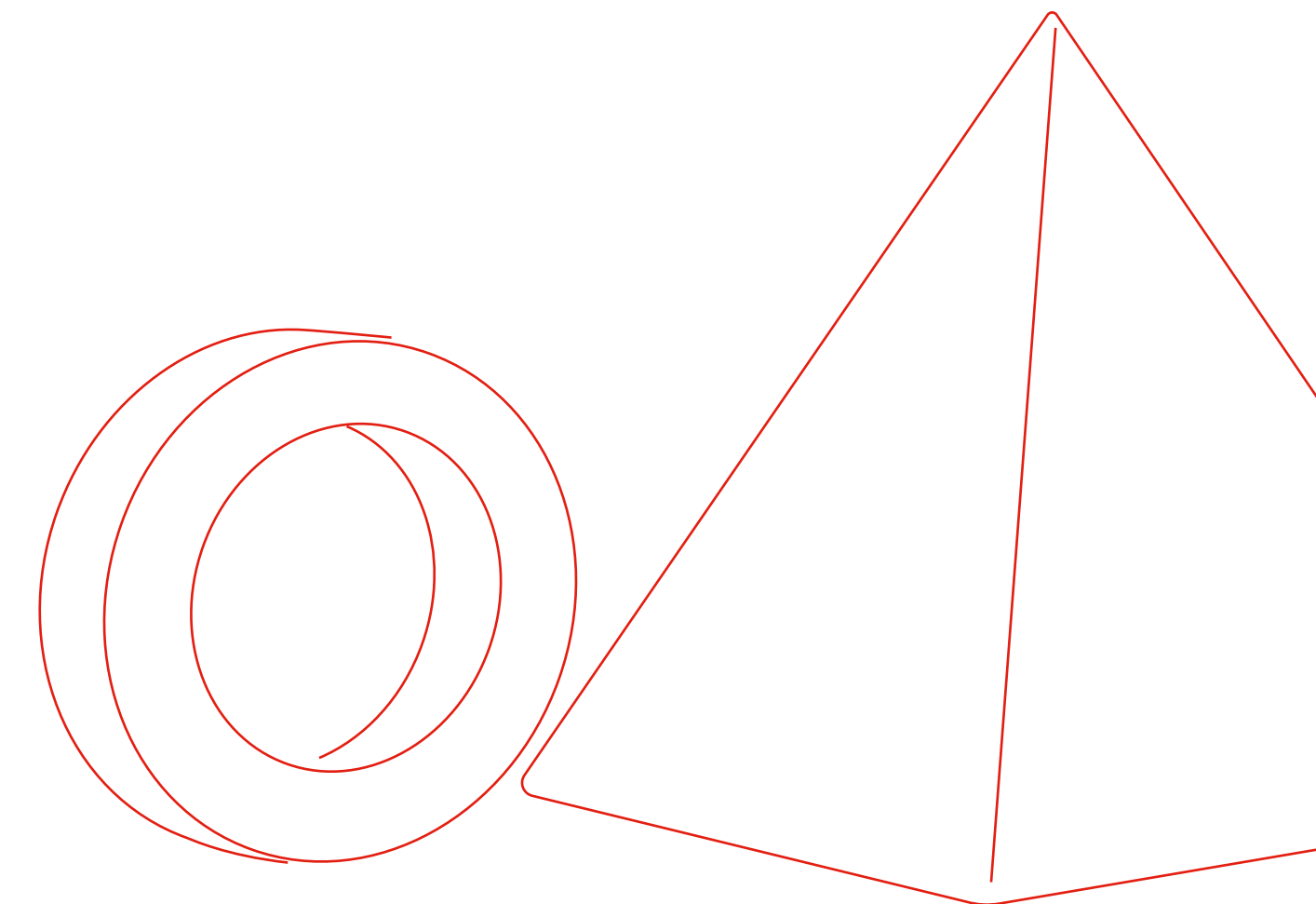
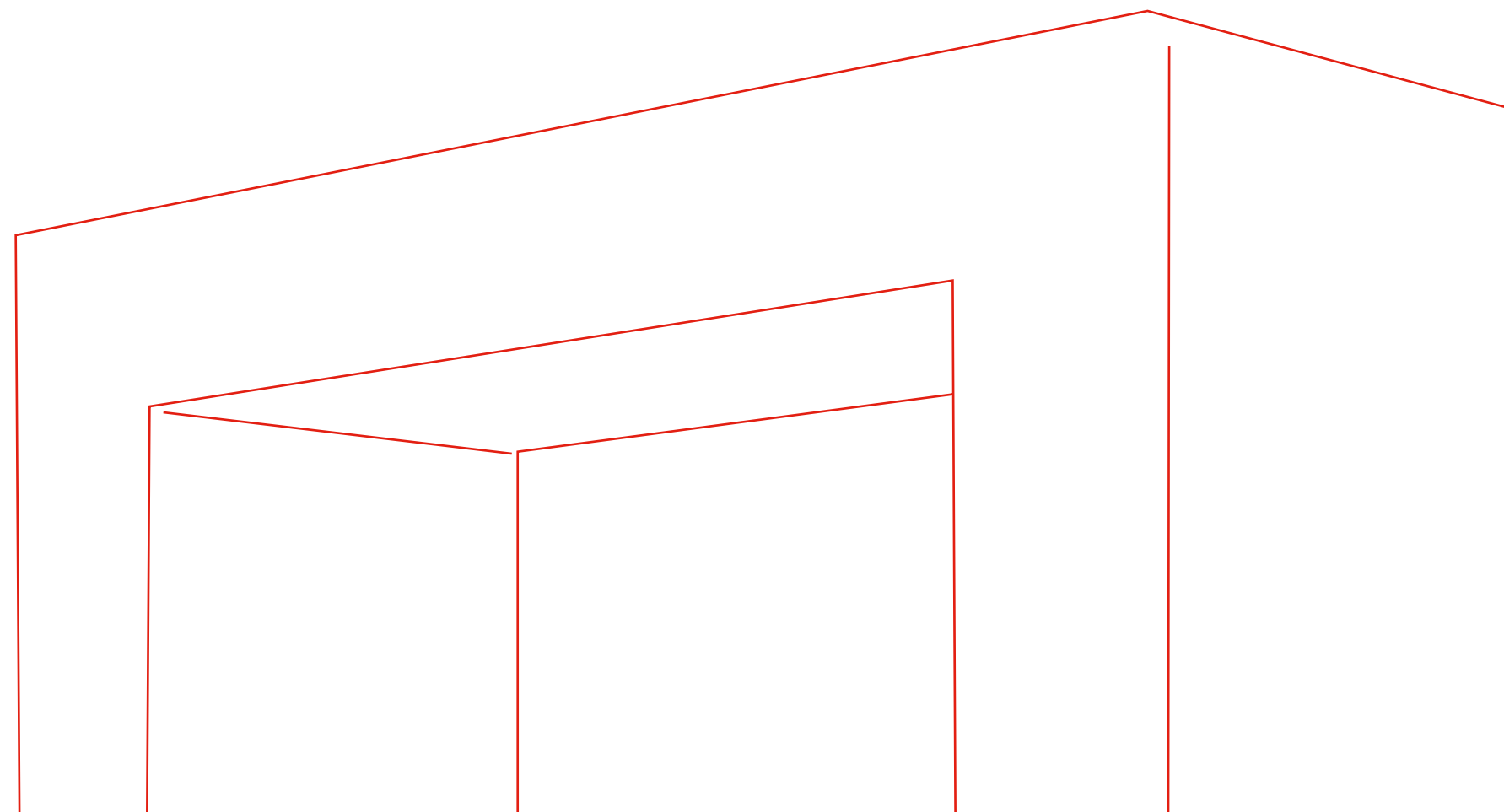
- o Colaboración con SEPIE (Servicio Español para la Internacionalización de la Educación) en el Proyecto “Young Generation as Change Agents”.

Se trata de un proyecto financiado por la Unión Europea en el que participan los gobiernos marroquí y español junto con la Organización Internacional para las Migraciones de las Naciones Unidas (OIM). Su objetivo es desarrollar un plan de movilidad a corto plazo entre Marruecos y España para estudiantes universitarios marroquíes, permitiéndoles mejorar y fortalecer sus habilidades profesionales. Para ello, se promueve la realización de un máster en una universidad española y el desarrollo de un proyecto de emprendimiento para los estudiantes, retornando después a su país de origen de cara a su inserción laboral o a la creación de su propia empresa.

ICEX en concreto ha participado en la “Fase III” del proyecto, denominada “Reintegración de los estudiantes en Marruecos”, en lo que se refiere a la valoración de los proyectos de emprendimiento y la propuesta de selección de los 10 mejores alumnos. Para ello, ICEX-CECO ha elaborado una metodología de evaluación adaptada a la realidad económica marroquí, con el objetivo de identificar aquellos proyectos que, en ese mercado concreto, pudieran tener una mayor calidad y viabilidad real de implantación. En todo el proceso de evaluación de los proyectos realizado, se ha observado la perspectiva de género y el posible impacto social y económico que pudieran tener los proyectos dentro de la sociedad marroquí.

Otros datos de interés sobre ICEX-CECO:

**Valoración de los cursos:**





## 4.2 Programa de becas de internacionalización empresarial

En 2020 ha culminado el proceso de adecuación de este programa a la Ley General de Subvenciones. Ello ha implicado, entre otras adaptaciones de carácter formal, que el programa ahora abarca tres años, ya que el año del MBA se considera parte del mismo. Así, los alumnos que lo están cursando ya son considerados becarios ICEX, dando por comenzada la “Fase 0” de este programa.

Posteriormente, hasta un máximo 285 becarios realizarán un año de prácticas en la Red de Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior (Fase I) y un segundo año de prácticas en empresas españolas con actividad internacional o en entidades u organismos internacionales de los que España es miembro (Fase II).

La naturaleza oficial del máster permite a los seleccionados acceder a las becas y ayudas al estudio convocadas anualmente por el Ministerio de Educación, garantizando que ningún beneficiario pueda verse excluido por motivos económicos, asegurando así la cohesión social y la igualdad de oportunidades. Además, ICEX concede en esta “Fase 0” una dotación de 500 euros por beneficiario (hasta 2.000 euros en los casos de empadronamiento fuera de la Comunidad de Madrid) para afrontar los gastos de transportes y manutención durante la duración del máster oficial.

En la “Fase I” y “Fase II” la beca concedida tendrá una dotación económica bruta de entre 21.300 euros y 42.800 euros.

Cabe resaltar que esta convocatoria, que constituye la 45ª promoción, ha sido una de las que mayor interés de ha despertado desde que comenzó este programa, en 1975. Un proceso realizado íntegramente de forma *online* que ha contado con:

- **2.369** jóvenes interesados.
- **1.294** inscritos.
- **1.166** admitidos a las pruebas de selección.
- **288** candidatos seleccionados.

A causa de la situación de emergencia sanitaria provocada por la covid-19, en 2020 se han tenido que tomar las siguientes medidas extraordinarias relacionadas con el Programa de Becas en su conjunto:

- **Adaptación:** Desde el 10 de marzo, se ha reformulado la metodología presencial a *online* y se han creado 64 salas virtuales para la impartición del máster MBA in International Management.
- **Repatriación:** Un total de 129 becarios que estaban realizando sus prácticas en la Red de Oficinas Económicas y Comerciales de España en el extranjero en el marco de la “Fase I” del programa, tuvieron que ser repatriados y continuar con su formación a distancia, si bien a fecha de elaboración de esta memoria, solo dos becarios continuaban en España.
- **Interrupción:** A las empresas con becarios en “Fase II” se les ha habilitado una interrupción temporal de la beca, que podrá ser retomada una vez se inicie la recuperación de la actividad de forma más sostenida.
- **Cofinanciación:** Se ha ampliado la cofinanciación de ICEX para becarios que estén desarrollando su “Fase II” en pymes hasta un 75%.

- **Apertura del mercado virtual de “Fase II”:** En aquellos casos en los que se ha producido una inevitable extinción de la beca con la empresa, ICEX ha seguido apoyando a los becarios afectados ofreciéndoles otras empresas que hubieran sido admitidas en el programa y así poder culminar el ciclo completo de duración de su beca.

### Otros datos de interés sobre el Programa de Becas ICEX (2020):

- El 98,6% de las empresas recomendarían a otras empresas que participen en el programa.
- El 98% de los exbecarios recomendaría a otros jóvenes universitarios participar en el programa.

En cuanto a la situación laboral de los exbecarios:

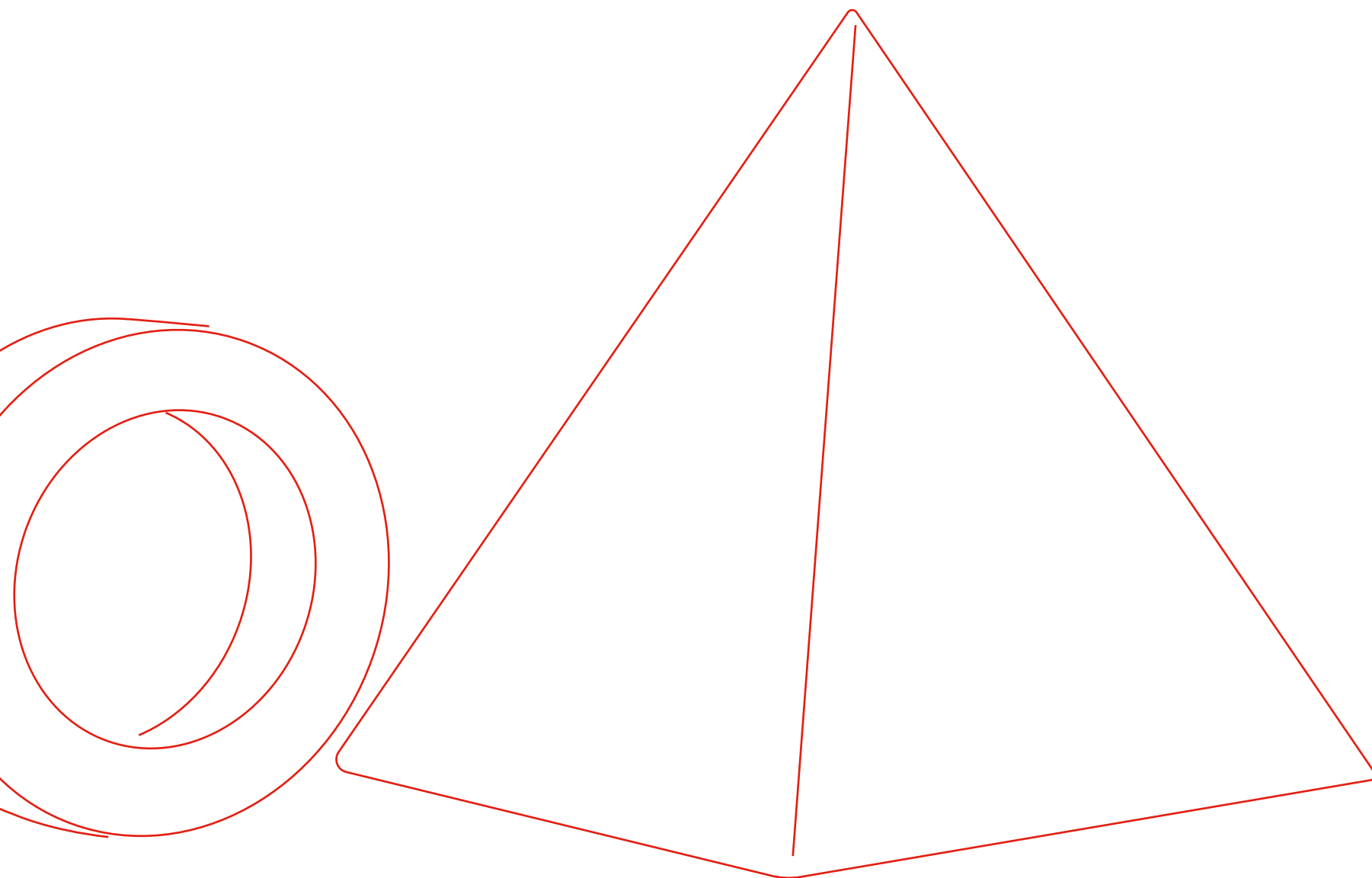
- El 57,6% de los exbecarios continúan trabajando en la misma empresa donde realizaron su “Fase II”,
- El 70,4% tiene una contratación indefinida.
- El 73,0% recibe un salario más alto de lo que recibía como dotación de beca en la “Fase II”,

**Cuadro Becarios por destino (Fase 0, Fase I y Fase II)**

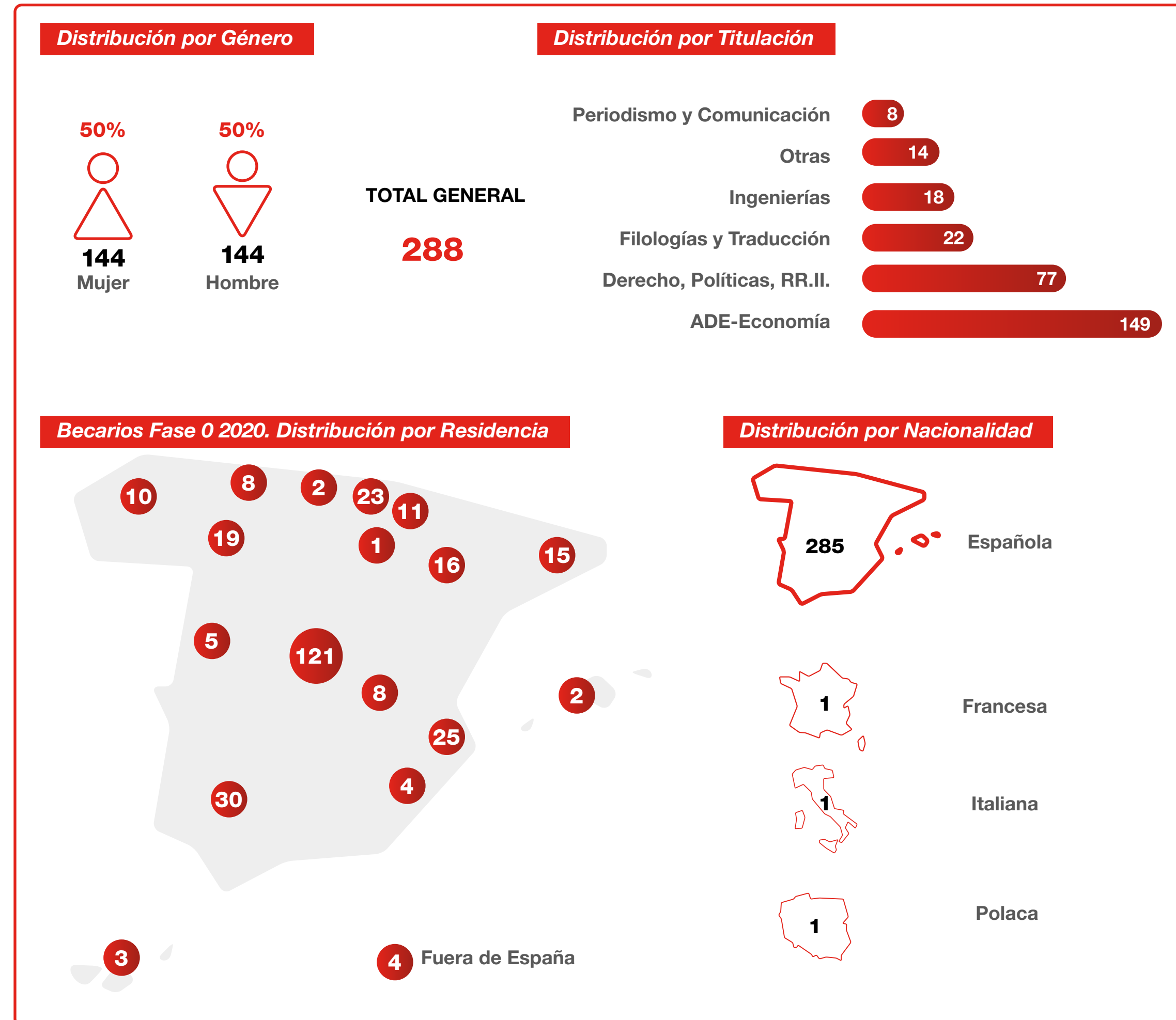
<b>AÑO</b>	<b>TOTAL BECARIOS</b>	<b>BECARIOS EN EL MBA (FASE 0)</b>	<b>BECARIOS EN OFECOMES (FASE I)</b>	<b>BECARIOS EN EMPRESAS (FASE II)</b>	<b>BECARIOS EN OOII (FASE II)</b>
2016	440		235	187	18
2017	471		260	199	12
2018	509		285	210	14
2019	540		285	239	16
<b>2020</b>	<b>821</b>	<b>288</b>	<b>285</b>	<b>233</b>	<b>15</b>

**Becarios Fase 0 2020. Distribución por Universidad de procedencia**

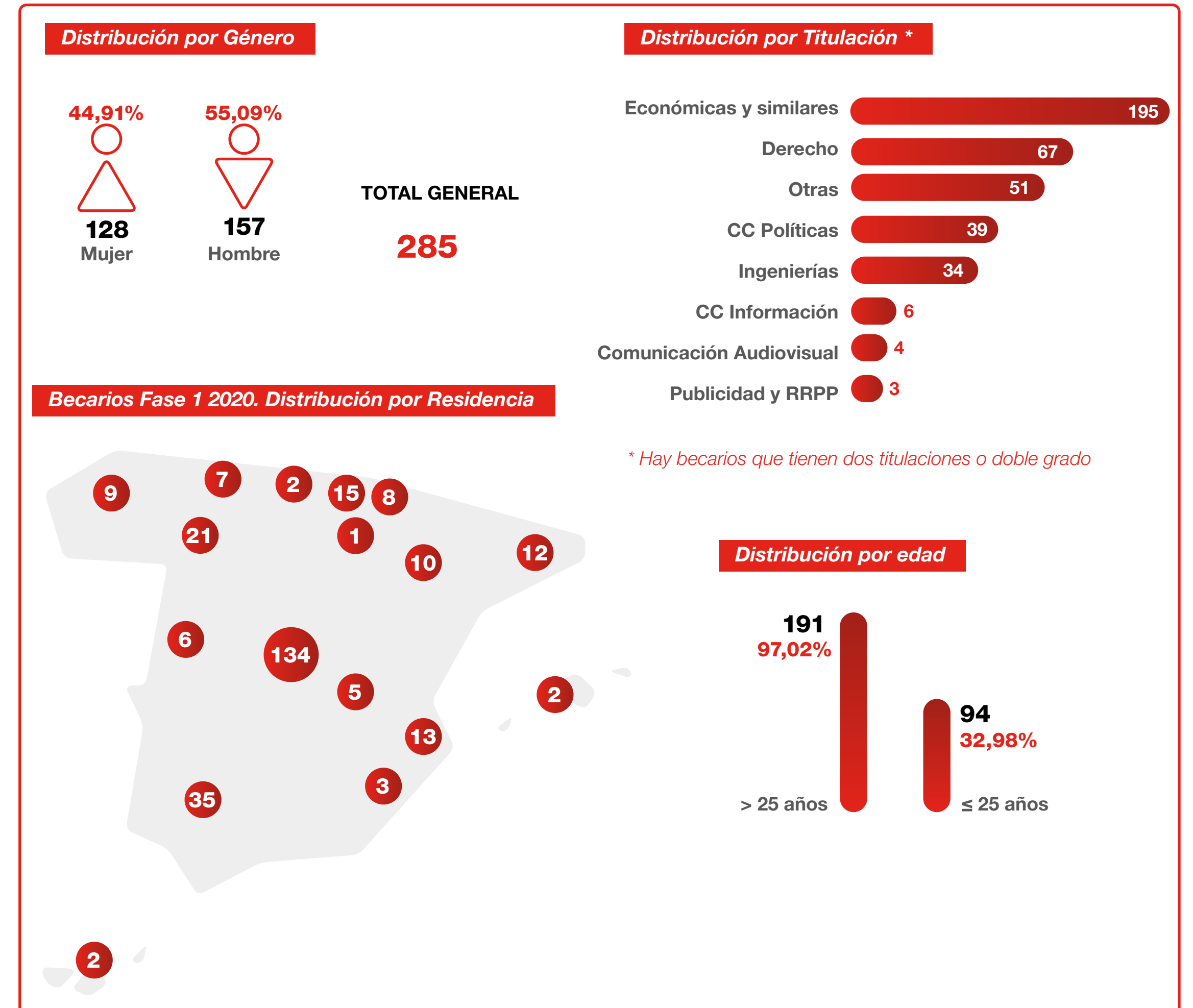
<b>Universidades</b>	<b>Nº de alumnos</b>	<b>Universidades</b>	<b>Nº de alumnos</b>
Universidad Carlos III de Madrid	29	Universidad Loyola Andalucía	3
Universidad Complutense de Madrid	21	Universidad Ramón Llull	3
Universidad Autónoma de Madrid	19	Universidad San Pablo-CEU	3
Universidad de Deusto	16	IE Universidad	2
Universidad Pontificia Comillas	16	Universidad de Barcelona	2
Universidad Rey Juan Carlos	16	Universidad de La Laguna	2
Universidad de Zaragoza	14	Universidad de Vigo	2
Universidades extranjeras	14	Universidad Pablo de Olavide	2
Universidad Pompeu Fabra	12	Universitat de les Illes Balears	2
Universitat de València (Estudi General)	11	ESIC Universidad	1
Universidad de Alcalá	9	Real Escuela Superior de Arte Dramático	1
Universidad de Navarra	8	Universidad Alfonso X El Sabio	1
Universidad de Valladolid	7	Universidad Camilo José Cela	1
Universidad Pública de Navarra	7	Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir	1
Universidad de Granada	6	Universidad de A Coruña	1
Universidad de Oviedo	6	Universidad de Cádiz	1
Universidad Politécnica de Madrid	6	Universidad de Castilla-La Mancha	1
Universidad de Alicante	5	Universidad de Extremadura	1
Universidad de Málaga	5	Universidad de Huelva	1
Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea	5	Universidad de Santiago de Compostela	1
Universidad Autónoma de Barcelona	4	Universidad Europea de Madrid	1
Universidad de Córdoba	3	Universidad Europea de Valencia	1
Universidad de León	3	Universidad Miguel Hernández de Elche	1
Universidad de Salamanca	3	Universidad Nacional de Educación a Distancia	1
Universidad de Sevilla	3	Universidad San Jorge	1
Universidad Francisco de Vitoria	3		
		<b>Total general</b>	<b>288</b>



### Becarios Fase 0 2020



### Becarios Fase I 2020

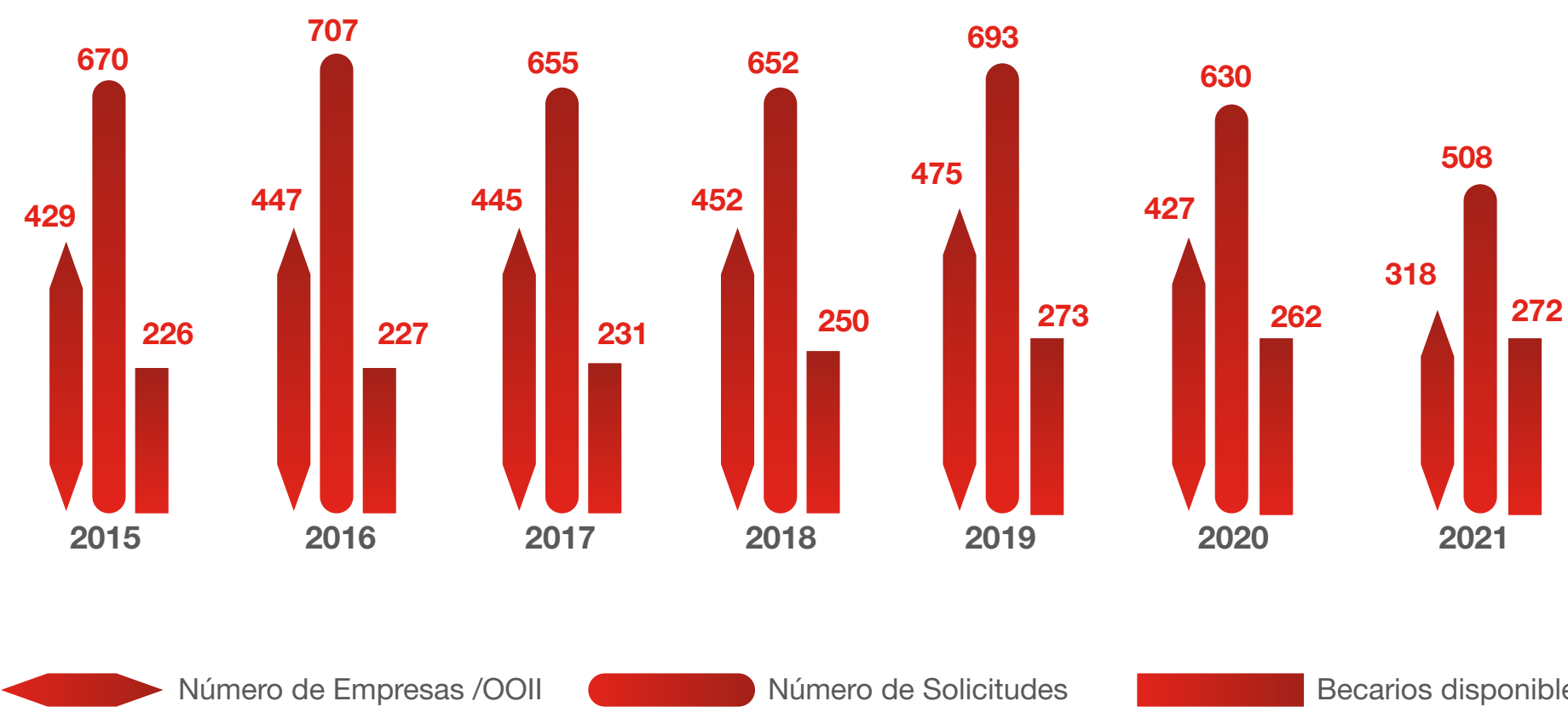


### Becas Fase II 2020

#### Programa de Prácticas en Empresa. Solicitudes para 2021

	Número de Entidades solicitantes	Número de Becarios Solicitados
Grandes Empresas	56	130
Pymes	233	330
Entidades	20	31
Organismos Internacionales	9	17
<b>Total</b>	<b>318</b>	<b>508</b>

#### Programa de Prácticas en Empresas y OOII



### ICEX Alumni

La comunidad de exbecarios ICEX representa ya un conjunto de más de 7.000 profesionales con talento formación y experiencia, repartidos por todo el mundo.

La asociación ICEX Alumni tiene por finalidad promover, proteger y prestigiar el Programa de Becas ICEX. A la vez, busca fomentar el *networking* y las sinergias entre sus socios, así como acompañar a los exbecarios en el desarrollo de sus carreras profesionales mediante la formación y el apoyo constante, o mediante la difusión de productos o servicios que puedan aportar valor añadido a su carrera profesional y empresarial.

Como punto de encuentro *online* de sus miembros, la plataforma [www.icexalumni.com](http://www.icexalumni.com) cuenta ya con más de 2.700 exbecarios, repartidos por 80 países.

Para dar forma a los diversos intereses del colectivo y ofrecer servicios a aquellos exbecarios que residen fuera de España, ICEX Alumni cuenta con una serie de clubs para agrupar a sus miembros en función de su área geográfica y de interés. Actualmente, hay 39 clubs repartidos entre funcionales, sectoriales y territoriales. Destaca el Club de Mujeres, que tiene como misión fomentar la participación y dar mayor visibilidad a la mujer en sectores de internacionalización de la economía española.

Además, la asociación cuenta con una activa bolsa de empleo en la que en 2020 se han publicado un total de 165 oportunidades laborales.

## 4.3 Programa de estudiantes en prácticas

En 2020, ha tenido lugar la 7ª edición de este programa en el que un total de 48 estudiantes han realizados sus prácticas académicas en las distintas unidades de los servicios centrales de ICEX, así como en las Direcciones Territoriales y Provinciales de Comercio que han participado en esta edición.

Estas prácticas se basan en convenios que ICEX firma con las principales universidades españolas. Actualmente, ICEX tiene convenios con 30 universidades españolas.

El objetivo del programa es identificar nuevas vocaciones en internacionalización, proporcionando a estudiantes universitarios la posibilidad de completar su formación, combinando los conocimientos teóricos con los de contenido práctico en el ámbito de la internacionalización y facilitar así su incorporación al mercado laboral.

Como novedad en esta edición, se ha permitido la participación en el programa de estudiantes de último año de Grado de la Universidad Complutense de Madrid, lo que ha permitido que 4 estudiantes hayan podido realizar sus prácticas en los servicios centrales de ICEX. Se trata de una prueba piloto que, dados los positivos resultados, se pretende instaurar en un futuro próximo en el resto de las universidades participantes.

De esta edición, también hay que destacar que más de dos tercios del periodo de prácticas se han desarrollado a distancia a causa de la situación de emergencia sanitaria provocada por la covid-19 (desde el 10 enero al 11 de marzo fueron presenciales para todos los estudiantes).

Otros datos de interés sobre el programa de estudiantes en prácticas:

- Desde su creación, en 2014, han pasado 250 estudiantes por este programa.

### Valoración global del programa:



### Valoración de la utilidad del programa:



- En diciembre de 2020, ICEX firmó un convenio con **la Fundación PRODIS para la realización de prácticas académicas externas para la formación de estudiantes con discapacidad**. Esta alianza va a permitir que estudiantes del título propio "Formación para la Inclusión Laboral", realizado por PRODIS en colaboración con la Facultad de Formación de Profesorado y Educación de la Universidad Autónoma de Madrid, puedan realizar prácticas de carácter formativo -sin relación laboral- en las oficinas de ICEX en Madrid.

### Distribución por Universidad de procedencia

Universidad	Número de alumnos
Universidad Complutense de Madrid	14
Universidad Europea de Madrid	5
Universidad Rey Juan Carlos	3
Barcelona School of Management	2
Universidad Carlos III de Madrid	2
Universidad CEU San Pablo	2
ESIC	2
Universidad Francisco de Vitoria	2
Universidad Pontificia de Comillas	2
Fundación Universidad Empresa de la Región de Murcia (ENAE Business School)	1
Universidad a Distancia de Madrid	1
Universidad Autónoma de Madrid	1
Universidad de Alcalá de Henares	1
Universidad de Blanquerna (Ramón Llull)	1
Universidad de Castilla - La Mancha	1
Universidad de La Laguna	1
Universidad de Las Palmas	1
Universidad de Málaga	1
Universidad de Murcia	1
Universidad de Valladolid	1
Universidad de Vigo	1
Universidad del País Vasco	1
Universidad Politécnica de Madrid	1

### Distribución por titulación y género

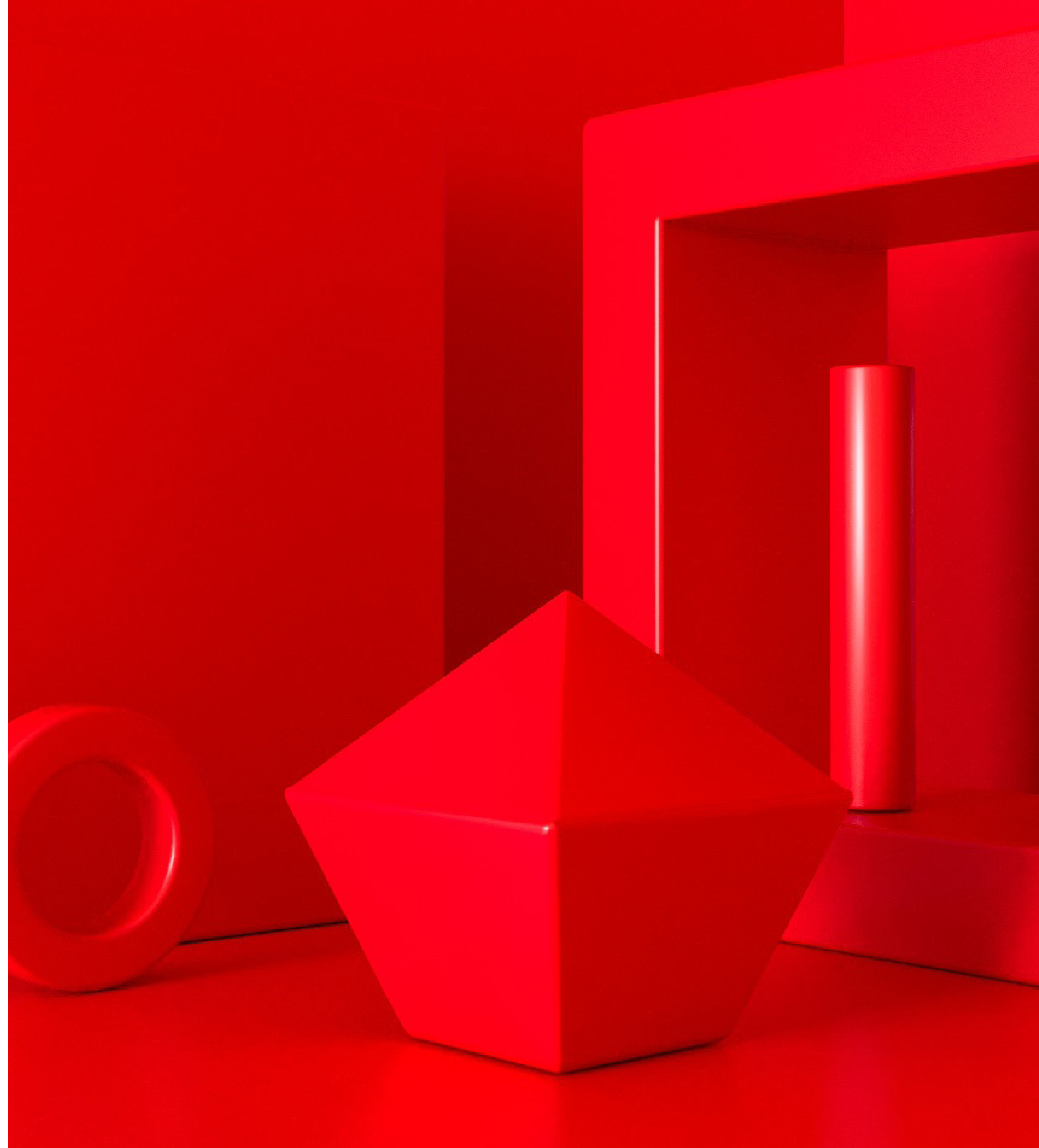


### Distribución por Centro de actuación

CENTRO	Número estudiantes
Dirección General de Cooperación Institucional y Coordinación	15
Dirección General de Internacionalización de la Empresa	12
Dirección Ejecutiva de Invest in Spain	5
Secretaría General y del Consejo de Administración	2
Dirección Económico-Financiera	1
Dirección Ejecutiva de Formación	1
DT Barcelona	3
DT Murcia	2
DT Valladolid	1
DT Toledo	1
DT Las Palmas	1
DT Vigo	1
DT Bilbao	1
DT Tenerife	1
DT Málaga	1

# 5

## SERVICIOS DE ATRACCIÓN DE INVERSIONES EXTRANJERAS



5

## SERVICIOS DE ATRACCIÓN DE INVERSIONES EXTRANJERAS

- Se han generado **200** nuevos proyectos de inversión y se han ganado otros 40.
- Se han atendido **1.029** consultas sobre inversión en España que han requerido un asesoramiento especializado.
- Se han mantenido **539** reuniones con inversores internacionales (empresariales y financieros), empresas españolas, prescriptores y entidades públicas y privadas.
- Se han realizado **113** actividades de promoción destinadas a la captación de nuevos proyectos de inversión.

### Gestión con las Comunidades Autónomas

- Se han trasladado **60** proyectos de inversión extranjera a través de la plataforma colaborativa Inter@ctua.

### Red de Inversores

- Se han realizado **282 uniones** entre inversores internacionales y empresas españolas.
- Se ha empezado a trabajar con **144 nuevas empresas españolas.**

- Se han apoyado **3 operaciones M&A.**

### Programa de inversiones de empresas extranjeras de I+D

- Desde 2008, **250** proyectos beneficiados.
- 2.500 trabajadores** (empleo directo y asociado).
- Inversión superior a los **91 millones de euros.**

### Rising UP in Spain

- 250** empresas.

## 5.1 Actividad en 2020

### A. Líneas de trabajo

ICEX España Exportación e Inversiones, a través de la Dirección Ejecutiva de Invest in Spain, desarrolla actividades de atracción de inversiones extranjeras a España, siguiendo cinco grandes líneas de trabajo:

- Captación y mantenimiento de proyectos de inversión directa de empresas extranjeras, prioritariamente, proyectos *greenfield* en sectores industriales, tecnológicos y de servicios.
- Ayuda a la financiación internacional de las empresas españolas, especialmente de las pymes.
- Posicionamiento de España como plataforma global para la inversión.
- Mejora del clima de negocios en España y fomento de la competitividad.
- Gestión de sendos programas de ayuda dirigidos a la atracción de talento y de I+D.

En 2020, ICEX-Invest in Spain ha seguido trabajando en estas líneas estratégicas, aunque ha tenido que adaptarse a los nuevos desafíos causados por la covid-19. Para ello, se ha intensificado la estrategia de retención de inversiones y se ha fortalecido la política de *aftercare* a las empresas extranjeras ya instaladas en España.

En el mismo sentido, se ha mantenido una comunicación constante con los inversores en un intento por reducir la incertidumbre, sobre todo con los potenciales inversores proporcionándoles información en su proceso de toma de decisiones, de forma que no abandonasen sus proyectos de implantación a pesar de las difíciles circunstancias. En este sentido, durante 2020, se ha lanzado la nueva web de ICEX-Invest in Spain. Se trata de una herramienta más moderna y funcional que añade valor a los servicios y programas ofrecidos por ICEX y que intensifica el contacto con los inversores.

Finalmente, se ha reforzado la colaboración con las agencias de atracción de inversiones, a nivel nacional e internacional, para compartir el análisis de impacto económico de la crisis sanitaria y discutir posibles estrategias para hacer frente a la incertidumbre existente.

En resumen, ha habido tres líneas de acción principales para mitigar el impacto de la covid-19:

- Proximidad con los inversores.
- Digitalización.
- Intercambio de buenas prácticas.

### B. Principales cifras de actividad y evolución durante los últimos años

<b>Datos</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Proyectos anuales totales	181	180	181	208	277	200
Reuniones con empresas	452	394	373	568	705	539
Actividades promoción	170	166	189	195	247	113
Consultas	1967	1620	1650	1834	1476	1029

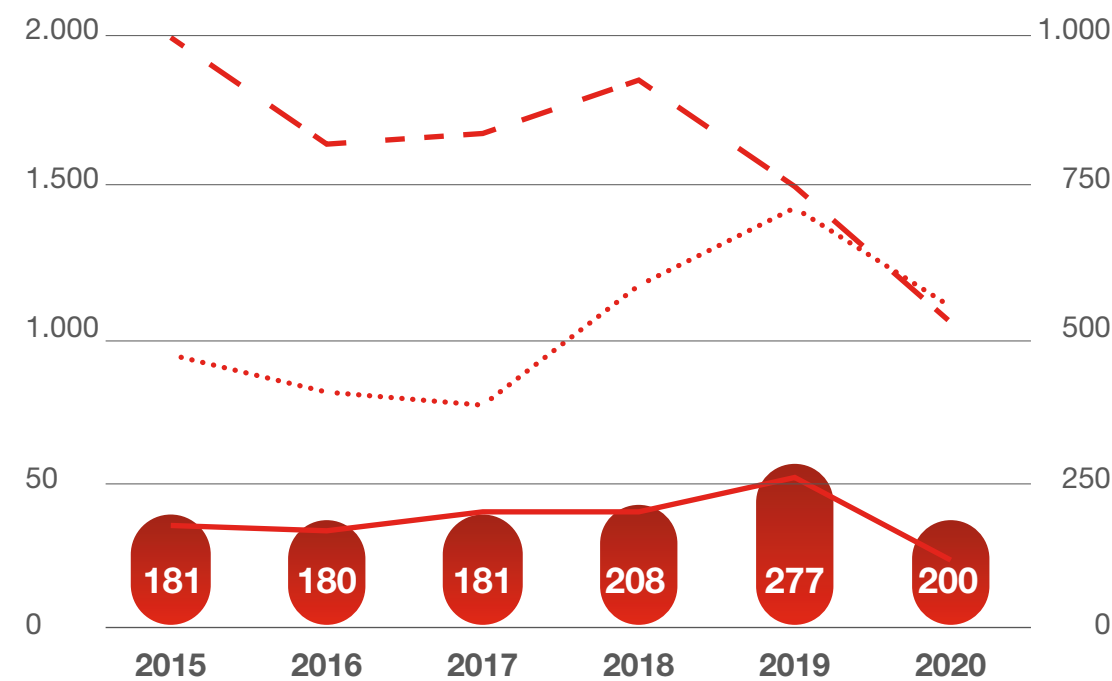


## 5.2 Captación de nuevos proyectos de inversión extranjera y proyectos ganados

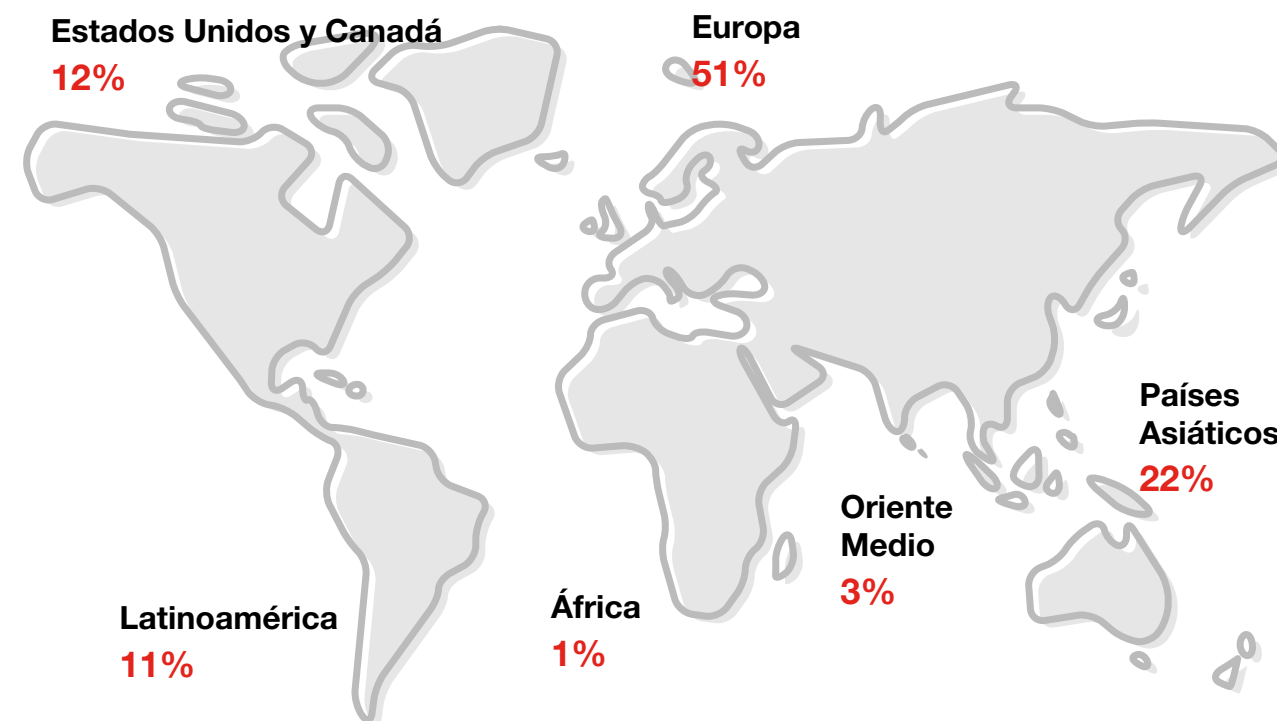
En 2020, se han captado **200** nuevos proyectos y se han ganado **40**.

La captación de proyectos durante un ejercicio incluye, tanto los nuevos, como los potenciales ya existentes de ejercicios anteriores y que han podido elevarse a la categoría de proyecto

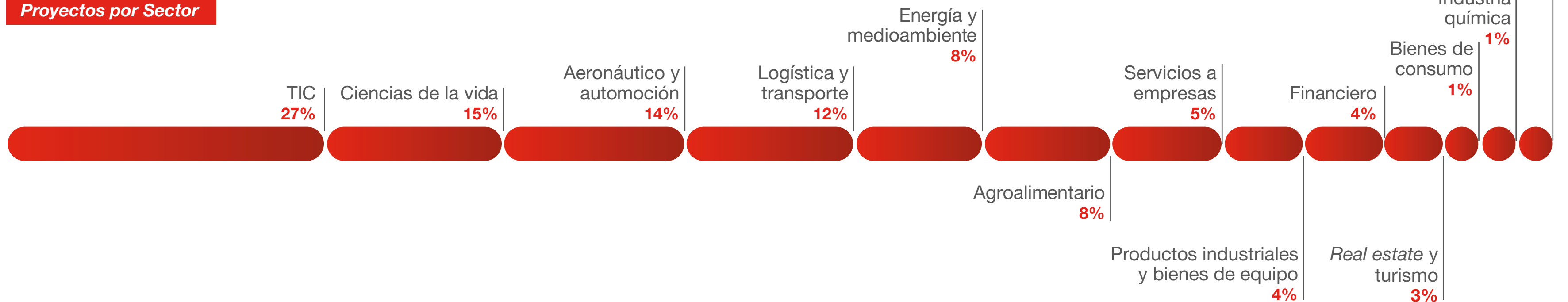
Actividad Invest in Spain (2015-2020)



Proyectos por áreas geográficas



Proyectos por Sector



## A. Gestión con las Comunidades Autónomas

Las actividades desarrolladas en colaboración con los organismos de atracción de inversiones de las Comunidades Autónomas se centran en:

- La gestión conjunta de proyectos de inversión extranjera.
- La coordinación de actividades de promoción de la inversión extranjera en el exterior.
- La puesta en común de buenas prácticas y el análisis estratégico de oportunidades y tendencias de inversión en el sector de automoción.

Por lo que respecta a la gestión conjunta de proyectos, se han trasladado a las Comunidades Autónomas, a través de la plataforma colaborativa Inter@ctua, **60 proyectos de inversión extranjera en 2020**, lo que supone un total de **706** proyectos gestionados conjuntamente desde la puesta en marcha de dicha herramienta, en 2006.

A lo largo de 2020, a pesar del confinamiento, únicamente se debió cancelar un grupo de trabajo. A principios de mayo los responsables de las agencias y organismos responsables de la Inversión Extranjera Directa (IDE) tuvieron ocasión de celebrar un encuentro virtual, organizado por ICEX, con el objetivo de realizar un primer análisis del impacto de la covid-19, tanto en el número de proyectos, como en las formas de trabajar y definir las acciones para afrontar el reto al que tienen que enfrentarse las organizaciones.

Por último, el Comité de Atracción de Inversiones (CAI) del Consejo Interterritorial de Internacionalización celebró una reunión *online* el 22 de septiembre, bajo la presidencia de Navarra, en la que se abordó el nuevo marco normativo de inversiones extranjeras. Además, se realizó un análisis del impacto de la covid-19 en la Inversión Extranjera Directa, tanto en cifras globales, como para el caso concreto de España. También sirvió para poner en común el trabajo y los diferentes mecanismos puestos en marcha para dar respuesta a la situación de crisis y se subrayó la necesidad de reforzar el trabajo conjunto en beneficio de la empresa inversora extranjera.



## 5.3 Asistencia a la empresa española en la búsqueda de financiación internacional

### A. Red de Inversores

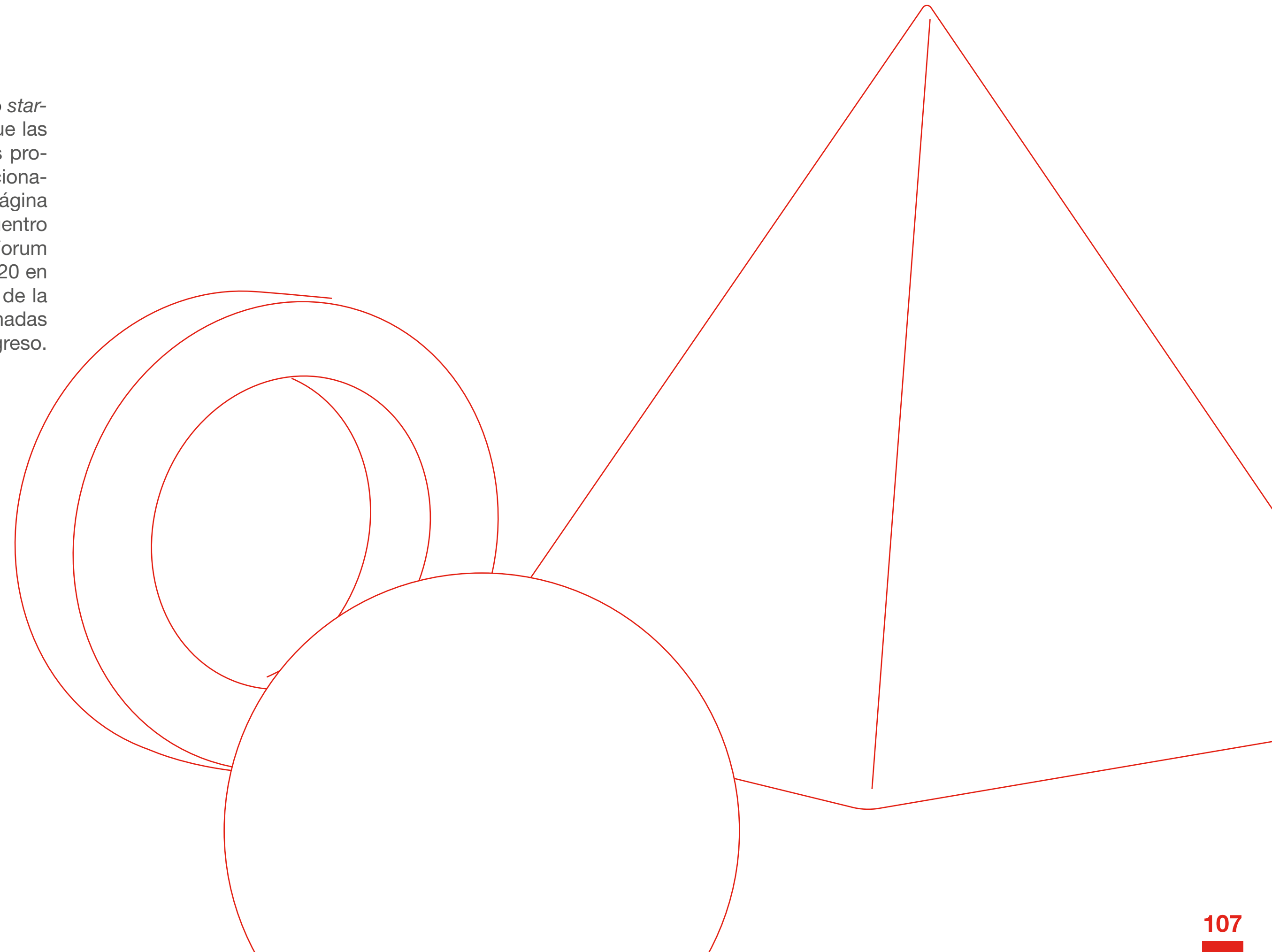
Es un instrumento que permite realizar un alineamiento entre inversores internacionales que buscan oportunidades de inversión en España y empresas españolas que buscan un socio estratégico internacional. De esta manera, se facilita a las empresas españolas, o a las extranjeras con proyectos en España, el acceso a la financiación internacional privada, a través de fondos de inversión, inversores institucionales, banca de inversión, *corporate finance*, *private equity*, *venture capital*, *business angels*...

En 2020:

- Se han realizado **282 uniones** entre inversores internacionales y empresas españolas.
- Se ha empezado a trabajar con **144 nuevas empresas españolas** que están en búsqueda de financiación para ampliar sus negocios.
- Se han apoyado **tres operaciones M&A** de inversores extranjeros, en los sectores de aluminio-automoción, TIC-consultoría y semiconductores.

### B. Programa Meet Investors

En 2020, se ha coordinado la participación de **ocho startups** españolas en un evento internacional, en el que las empresas tuvieron la oportunidad de presentar sus proyectos, mantener reuniones con inversores internacionales, publicar su perfil en el folleto del evento y en la página web, así como acceder a talleres y sesiones. El encuentro tuvo lugar en el World Business Angels Investment Forum (WBAF), que se celebró el 17 y 18 de febrero de 2020 en Estambul (Turquía), en el que dos de las empresas de la delegación de ICEX-Invest in Spain fueron seleccionadas entre las 10 mejores empresas presentes en el congreso. Participaron un total de 100 *startups*.



## 5.4 Otros instrumentos de captación

### A. Programas de ayudas

#### Programa de inversiones de empresas extranjeras de I+D

ICEX-Invest in Spain lleva gestionando fondos FEDER desde el año 2008, con el objetivo de atraer a España inversiones de empresas extranjeras de alto contenido tecnológico e I+D. Desde el inicio del programa han resultado beneficiarios cerca de **250 proyectos**, en los que han intervenido más de **2.500 trabajadores** (empleo directo y asociado) y se ha movilizado una inversión superior a los **91 millones de euros**.

En la convocatoria de 2020:

- Se han recibido **48 solicitudes** para proyectos en las regiones de Extremadura (17), Canarias (14), Galicia (10), Castilla-La Mancha (4) y Murcia (3) que suponen una inversión superior a los 12 millones de euros y un empleo asociado de más de 600 puestos de trabajo de alta cualificación.
- Los sectores con mayor número de solicitudes han sido: biotecnología y ciencias de la salud (23%), agroalimentario (17%), tecnologías de la información (15%), industrial (15%), energía y medioambiente (13%) y automoción (13%).
- Por procedencia del capital, han predominado los proyectos de Alemania (13%), Francia (10%), Portugal (10%) y Reino Unido (10%).
- Tras el proceso de evaluación de las solicitudes, se han concedido ayudas a **18 proyectos**: Canarias (6), Galicia (5), Extremadura (4), Castilla-La Mancha (2) y Murcia (1).

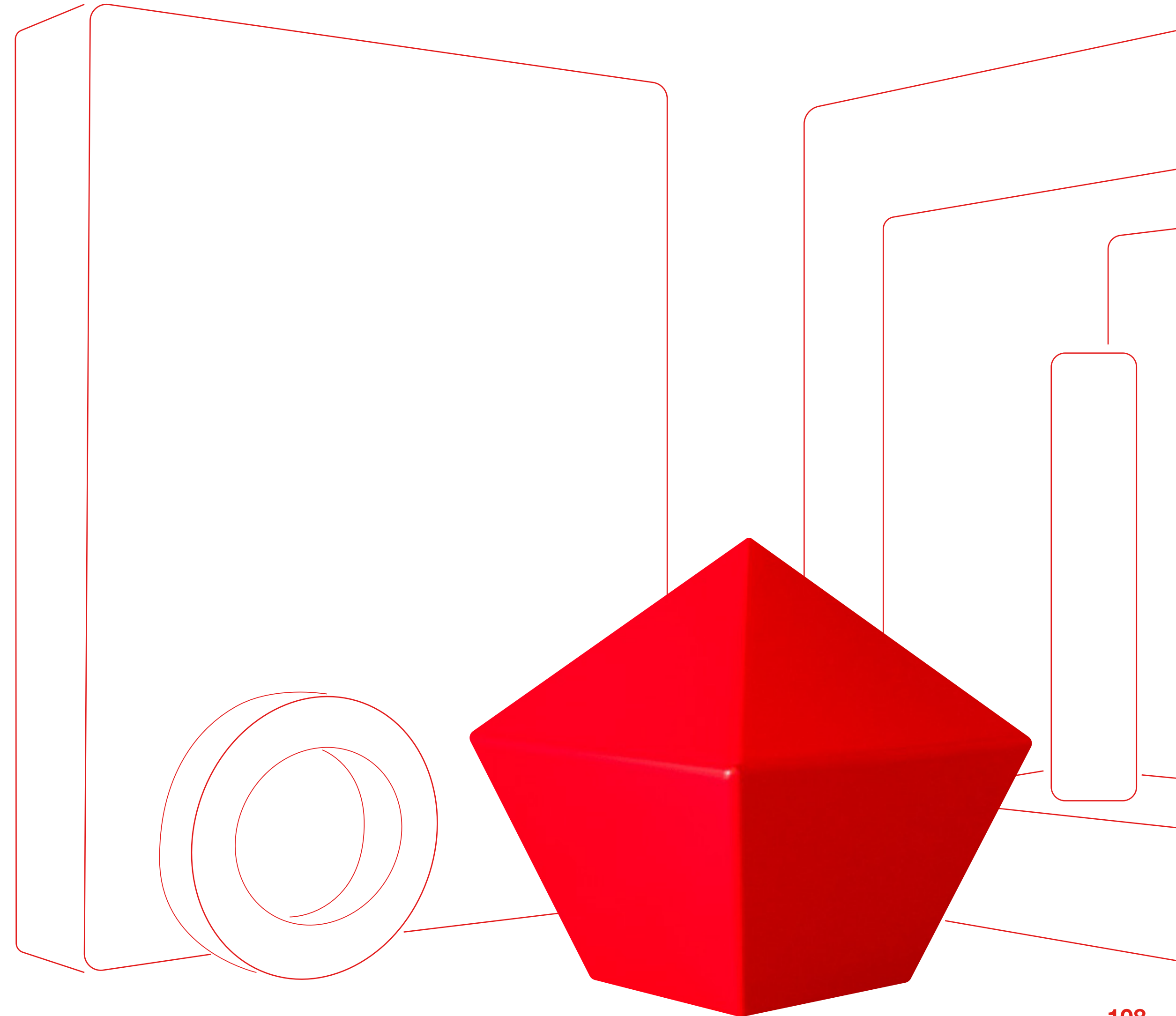
#### Rising UP in Spain

Es un programa de atracción de talento y emprendimiento que ofrece servicios de aceleración y *soft-landing* a *startups* extranjeras que se quieren instalar en España. En las cuatro convocatorias que se han celebrado hasta el 19 de enero de 2020, se han recibido un total de **1.050** solicitudes procedentes de **84 países**.

En la convocatoria de 2019, que se cerró en enero de 2020, se presentaron **205 empresas**, de las que se seleccionaron **15 ganadoras**.

El panel de expertos encargado de seleccionar a las 15 empresas ganadoras se reunió en marzo de 2020, a principios del estado de alarma causado por la covid-19. En este sentido, la ejecución del programa se ha visto afectada por la pandemia y las restricciones asociadas a ella. A pesar de esto, se han podido llevar a cabo gran parte de los servicios de *soft-landing* y aceleración de forma telemática, pero la mayoría de las empresas han tenido que posponer su aterrizaje en España para 2021.

El 30 de noviembre de 2020 se publicó la nueva convocatoria del Rising UP in Spain 2020, cuyo plazo de inscripción se decidió ampliar de 60 a 90 días.



## 5.5 Posicionamiento de España como plataforma global para la inversión

### A. Posicionamiento en países, sectores y tipo de actividad

En 2020, se realizaron **115** actividades de promoción

#### Proyectos por áreas geográficas

##### América del Norte

- Canadá
- Estados Unidos
- México

##### Europa

- Reino Unido
- Alemania
- Austria
- Bélgica
- España
- Francia
- Irlanda
- Italia
- Países Bajos
- Polonia
- Rusia

##### Latinoamérica

- Argentina
- Brasil
- Colombia
- Guatemala
- Panamá

##### Asia

- China
- Corea del Sur
- India
- Japón
- Singapur
- Taiwán

##### Oriente Medio

- Emiratos Árabes Unidos
- Kuwait
- Turquía

##### África

- Marruecos

#### Por sectores



Electromovilidad y transición ecológica



Industria conectada 4.0/ Tecnologías habilitadoras



Bioalimentación



Servicios de comunicación audiovisual y contenidos digitales



Ocio y deporte/ servicios relacionados



Centros de excelencia en I+D+i

#### Por tipo de actividad

Alto nivel	5
Jornadas genéricas	29
Ferias, congresos y <i>partnering</i>	29
Jornadas técnicas sectoriales	8
Foros de inversión y financiación	44

## B. Principales actividades de promoción



### Spain Investors Day

14-15 de enero | Madrid (España)

Foro financiero de referencia en España, que en esta ocasión celebró su X edición. Se trata de un punto de encuentro primordial para que los inversores internacionales conozcan la situación de la economía española y de sus principales empresas, con el objetivo de dinamizar las oportunidades de inversión.

#### Participantes

Ministra de Industria, Comercio y Turismo, ministra de Economía, ministra de Asuntos Exteriores, ministra de Transición Ecológica y la secretaria de Estado de Comercio y presidenta de ICEX.

#### Cometido

ICEX-Invest in Spain es patrocinador institucional de este foro desde la primera edición, gracias a lo cual pudo contar con un stand informativo y una sala reservada para mantener reuniones con inversores. Por su parte, la consejera delegada y la directora ejecutiva, junto con el resto de los directores de ICEX-Invest in Spain, tuvieron un papel activo en todos los actos públicos llevados a cabo en el marco de este foro.



### Presentación informe Global LATAM

30 de enero | Madrid (España)

El informe Global LATAM es una publicación elaborada por ICEX-Invest in Spain que tiene como objetivo analizar la inversión latinoamericana en el mundo e identificar las principales tendencias y actores que la protagonizan.

#### Participantes

ICEX-Invest in Spain y la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB).

#### Cometido

Se llevó a cabo una presentación del informe que contó con la intervención de la consejera delegada de ICEX en la apertura. Tras la presentación, se debatió sobre los desafíos de la economía de la región en 2020 y hubo una mesa redonda con casos de éxito de empresas latinoamericanas establecidas en España moderada por la directora ejecutiva de ICEX-Invest in Spain.



### Jornada presentación “Invertir en España” con empresarios alemanes y Jornada de atracción de Inversiones con emprendedores en Berlín

12-13 de febrero | Berlín (Alemania)

La directora ejecutiva de ICEX-Invest in Spain viajó a Berlín donde participó en dos jornadas de atracción de inversiones extranjeras. En la primera de ellas fue ponente en una conferencia organizada por la Asociación Berlinnet para sus miembros, principalmente emprendedores. En la segunda, intervino en un encuentro organizado por la asociación federal de las empresas medianas (BVMW), de la federación de empresarios en Alemania (Unternehmerverband Deutschlands E.V.), con diferentes empresarios alemanes.

#### Participantes

Directora ejecutiva de ICEX-Invest in Spain, la Oficina Económica y Comercial de España en Berlín, Asociación Berlinnet y BVMW (Asociación federal de las empresas medianas).

#### Cometido

La directora ejecutiva de ICEX-Invest in Spain realizó una ponencia ante los miembros de la asociación Berlinnet, fundamentalmente emprendedores españoles afincados en Alemania con intereses en España. Habló, principalmente, del ecosistema de emprendimiento existente en nuestro país, oportunidades para los emprendedores y el programa “Rising Up in Spain” de ICEX-Invest in Spain. Por otro lado, al día siguiente se reunió con la BVMW y empresas alemanas asociadas, donde presentó la situación económica de España, el clima de negocio y las oportunidades de inversión existentes para los inversores extranjeros.



### Feria PDAC (Prospectors and Developers Association of Canada)

1-4 de marzo | Toronto (Canadá)

Participación en la convención PDAC 2020, dentro del stand informativo de la Unión Europea, feria sobre el sector de la minería que se celebró en el Metro Toronto Convention Centre.

#### Participantes

Oficina Económica y Comercial de España en Ottawa e Instituto Geológico y Minero de España.

#### Cometido

La Oficina Económica y Comercial de España en Ottawa mantuvo reuniones con empresas extranjeras interesadas en España. Además, apoyó la ponencia del Instituto Geológico y Minero de España sobre el sector minero en España, titulada “The Spanish Mining Potential” en el marco del desayuno de *networking* organizado por la Unión Europea, “Opportunities in the EU’s Exploration and Mining Sector”.

En el marco de la feria, tuvieron lugar diversos eventos, entre ellos conferencias, seminarios y eventos de *networking* de gran interés para los asistentes. Adicionalmente, el desayuno organizado por la UE y la visita a los stands, permitieron la realización de numerosas reuniones informales con empresas mineras, instituciones, asociaciones y empresas proveedoras de bienes y servicios.



### Presentación informe Fondos Soberanos

6 de marzo | Madrid (España)

VIII edición del ‘Sovereign Wealth Funds Report’ que analiza las principales tendencias y operaciones de los fondos soberanos, incluyendo las operaciones más destacadas de 2019. Asimismo, aborda con mayor profundidad las inversiones en sectores como tecnología, ciencias de la vida, inmobiliario, servicios e infraestructuras.

#### Participantes

ICEX-Invest in Spain y el Instituto de Empresa (IE).

#### Cometido

Se llevó a cabo la presentación en Madrid que contó con la presencia de la consejera delegada de ICEX y la directora ejecutiva de ICEX-Invest in Spain, así como con representantes de IE Business School, Seaya Ventures, MCH Private Equity y Arcano.



## Launching event OPEN INNOVATION FOR EFKO GROUP

1 de junio | Madrid (España) – Moscú (Rusia) *online*

Actividad de innovación abierta organizada para el gigante ruso de la alimentación EFKO Group, en colaboración con la Oficina Económica y Comercial de España en Moscú. Esta actividad estaba inicialmente prevista para el mes de abril en formato “demoday” presencial en Madrid, pero la irrupción de la covid-19 obligó a su reprogramación en versión digital.

### Participantes

ICEX-Invest in Spain, Oficina Económica y Comercial de España en Moscú y EFKO Group.

### Cometido

El objetivo inicial de la actividad era identificar *startups* españolas con soluciones tecnológicas capaces de contribuir a la resolución de una serie de retos planteados por EFKO con la finalidad de materializar la inversión procedente del fondo corporativo de capital riesgo en alguna de las startups participantes.

La sesión de lanzamiento se dirigió a las 12 empresas y tres centros tecnológicos preseleccionados por EFKO de entre las más de 30 propuestas recibidas. A esta sesión de lanzamiento le siguieron 15 reuniones individuales entre EFKO y las empresas españolas.



## Feria CIFIT (China International Fair for Investment and Trade) y encuentro “The Investment Matching for Outbound Chinese Enterprises”

8-11 de septiembre | Xiamen (China)

Participación en la feria CIFIT (China International Fair for Investment and Trade), una de las más destacadas del país en esta materia, así como en el encuentro B2B “The Investment Matching for Outbound Chinese Enterprises”, organizado en el marco de la feria.

### Participantes

Oficina Económica y Comercial de España en Cantón.

### Cometido

La Oficina Económica y Comercial de España en Cantón participó con un stand informativo que ponía de manifiesto las oportunidades de inversión existentes en el país para el inversor extranjero. Además, se atendió a empresas con intereses en España y se resolvieron consultas.



## Jornada de Automoción y Movilidad en el EU Investment Forum

22 de septiembre | Taipéi (Taiwán)

Presencia en el Foro de Inversiones de la Unión Europea, promovido por la Oficina de la UE en Taipéi, relacionado con la automoción y las soluciones de movilidad.

### Participantes

Cámara de Comercio de España en Taiwán.

### Cometido

La Cámara de Comercio de España en Taiwán, en nombre de ICEX-Invest in Spain, contó con un stand informativo sobre oportunidades de inversión en el país, a la vez que sirvió de punto de encuentro para la recepción de visitas de empresas e inversores interesados en España y resolución de consultas. Por otro lado, también intervinieron con la ponencia “España Automotive Industry and Smart Mobility” en el seminario de automoción organizado en el marco del evento.





## Webinario fintech: Transformación digital del sector bancario en Japón y España

12 de noviembre | Madrid (España) – Tokio (Japón) *online*

Encuentro *online* donde se presentó la transformación digital del sector bancario en España y las oportunidades existentes y en el que, las *startups* seleccionadas tuvieron la oportunidad de presentar su proyecto delante de los inversores japoneses participantes.

### Participantes

ICEX-Invest in Spain, Oficina Económica y Comercial de España en Tokio, Nomura Research Institute (NRI) y BBVA.

### Cometido

El objetivo principal del *webinario* fue, por un lado, dar a conocer la estrategia innovadora en el sector financiero de España de la mano de BBVA, así como la presentación del proyecto de seis *startups* del sector de *fintech* a potenciales inversores japoneses convocados por NRI. Una vez finalizado el evento, se cerraron reuniones privadas entre las *startups* y los inversores interesados.



## Desayuno de trabajo de la Secretaria de Estado de Comercio con inversores brasileños

30 de noviembre | Sao Paulo (Brasil)

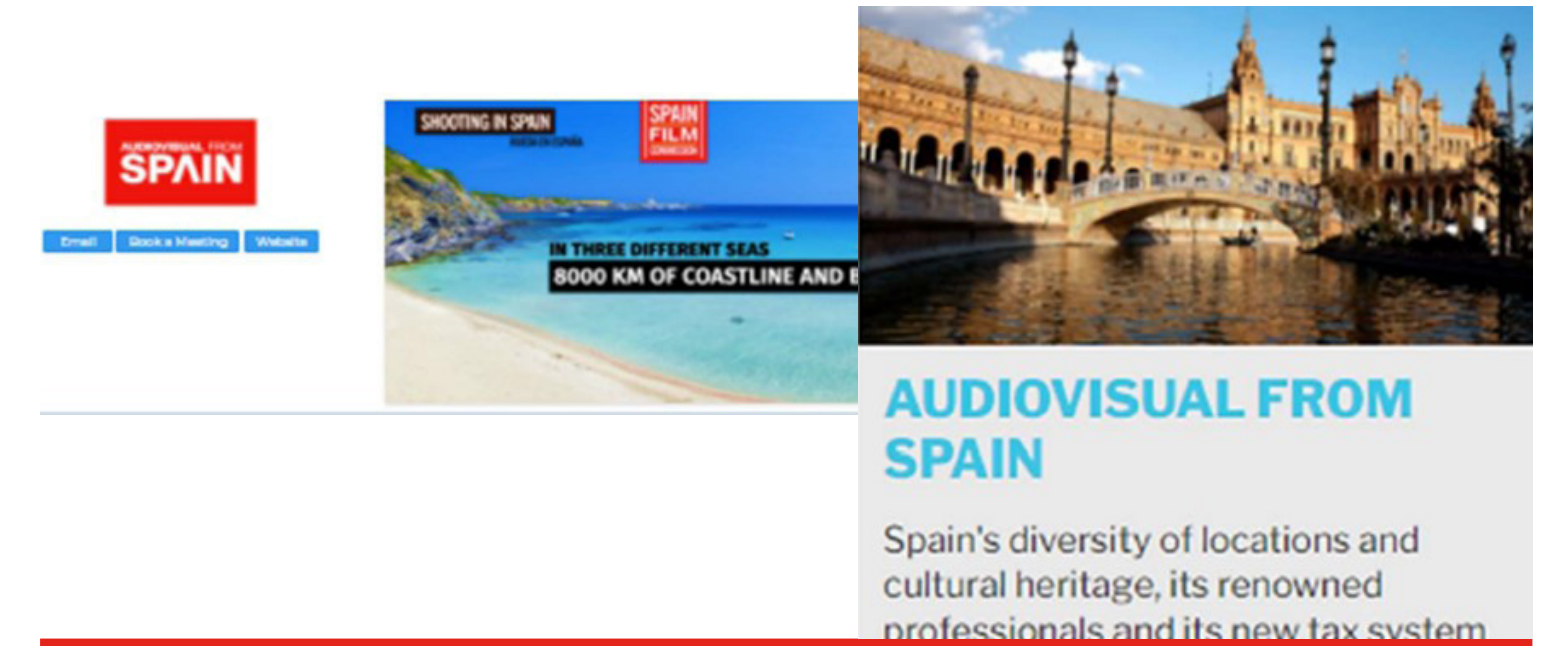
Encuentro restringido de atracción de inversiones a España entre empresarios brasileños con presencia y/o intereses en España y la secretaria de Estado de Comercio. Fue en formato híbrido, ya que algunas empresas estuvieron presentes vía videoconferencia, debido a las restricciones en el país por la pandemia.

### Participantes

La Secretaría de Estado de Comercio, la Oficina Económica y Comercial de España en Sao Paulo, el Consulado General de España en Sao Paulo, la Federación de las Industrias del Estado de Sao Paulo (FIESP) y la Federación del Comercio (FECOMERCIO).

### Cometido

El evento se enmarcó en el viaje institucional que hizo la secretaria de Estado de Comercio a Brasil en el que habló de la situación de la economía en España, destacando el efecto de las medidas de apoyo y de los recursos de la Unión Europea para la reconstrucción del país. Finalmente, subrayó algunos de los atractivos de España como destino de inversiones extranjeras.



## LocationExpo (American Film Market)

9-13 de noviembre | Los Ángeles (Estados Unidos) virtual

Participación en LocationExpo, la principal feria del sector audiovisual de Estados Unidos, que además contó con actividades paralelas como *networking*, conferencias y visionado de películas *online*.

### Participantes

Oficina Económica y Comercial de España en Los Ángeles.

### Cometido

La Oficina Económica y Comercial de España en Los Ángeles asistió a la feria virtual bajo la marca "Audiovisual from Spain" en calidad de expositor. Desde el stand informativo se difundió material promocional de España y la industria cinematográfica, especialmente fotos y vídeos facilitados por ICEX y Shooting in Spain (Spain Film Commission). Además, se mantuvieron reuniones con empresas interesadas en rodajes en España y se resolvieron consultas relativas a las oportunidades existentes en el sector e incentivos fiscales.

Las Film Commissions españolas interesadas en participar en el evento, como Andalucía Film Commission o City of Madrid Film Office, además de contar con stand propio, podían acudir al evento bajo el paraguas "Shooting in Spain".

# 6

## COOPERACIÓN INSTITUCIONAL PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN



## COOPERACIÓN INSTITUCIONAL NACIONAL

En 2020, se ha puesto en marcha el punto virtual

### ○ **juntosmaslejos.es**

Iniciativa conjunta:

Secretaría de Estado de Comercio	ICEX	Cámara de Comercio de España	CEOE
-------------------------------------	------	---------------------------------	------

### ○ **Consejo Interterritorial de Internalización (CII)**

- ▲ Reunión plenaria en Navarra
- ▲ Retos en el comercio internacional derivados de la crisis post covid-19

### ○ **Relaciones ICEX-CEOE**

Segundo año del convenio de colaboración bienal.

- ▲ Se han impulsado **17** actividades.

### ○ **Colaboración con la Asociación de Marcas Renombradas Españolas**

- ▲ Se han organizado **cinco** *webinars*, llegando a un total de **220** asistentes.

## COOPERACIÓN INSTITUCIONAL INTERNACIONAL

### ○ **Cooperación multilateral**

ICEX se ha incorporado al Comité Ejecutivo de Coordinación de las TPOs de la ETPOA.

- ▲ Subcomité encargado de desarrollar el programa de estudios y encuestas

### ○ **Cooperación bilateral**

- ▲ Se han prorrogado los acuerdos de cooperación bilateral ProChile y ProEcuador
- ▲ Visitas presenciales de los ministros de Economía de Guatemala y de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca de Ecuador.
- ▲ Seminario sobre las relaciones 'USA-España'

# 6

**COOPERACIÓN  
INSTITUCIONAL  
PARA LA INTER-  
NACIONALIZACIÓN**

## 6.1 Cooperación institucional nacional

Durante 2020, ICEX ha seguido dando continuidad a la coordinación y cooperación con todas aquellas instituciones públicas y privadas que comparten la tarea de apoyar la internacionalización de las empresas españolas.

### A. Punto virtual [www.juntosmaslejos.es](http://www.juntosmaslejos.es)

En 2020, la Secretaría de Estado de Comercio, a través de ICEX, la Cámara de Comercio de España y CEOE han puesto en marcha un punto virtual de acceso único a los servicios de apoyo a la internacionalización empresarial ofrecidos por las tres instituciones. Así, [juntosmaslejos.es](http://www.juntosmaslejos.es) nace con vocación de reforzar la cooperación público-privada con el objetivo de facilitar a la pyme la búsqueda de información sobre apoyos a la internacionalización y en concreto mitigar el impacto de la crisis post covid-19 sobre el sector exterior.

Esta nueva colaboración parte de la confianza mutua, de las lecciones aprendidas durante años de trabajo conjunto y del conocimiento acumulado por las distintas redes. Con ello, se permite dar respuestas ágiles, rápidas y ambiciosas a las necesidades de las empresas, basadas en la información de mercado disponible y el conocimiento compartido por las instituciones participantes. Las principales temáticas tratadas tienen que ver con mercados internacionales, formación, promoción comercial, financiación, digitalización, asesoramiento, ayudas y subvenciones, logística y barreras de entrada.

### B. Consejo Interterritorial de Internacionalización (CII)

Cumpliendo con el mandato identificado en el plan estratégico de ICEX 2019 -2020, el Consejo Interterritorial de Internacionalización (CII) ha seguido sirviendo de cauce para optimizar el uso de los recursos públicos y maximizar la eficiencia en el servicio prestado a las empresas en términos de impacto.

Debido a la crisis sanitaria, en 2020 sólo ha tenido lugar una reunión plenaria bajo la presidencia de la Comunidad Foral de Navarra, que se celebró el 22 de septiembre, cuyo objetivo ha sido reforzar la colaboración de la actividad de promoción de la internacionalización de las empresas españolas y la atracción de inversiones a nuestro país. Durante el evento, se analizaron las medidas adoptadas por todos los organismos para enfrentar los retos en el comercio internacional derivados de la crisis post covid-19. Participaron los representantes de todas las comunidades autónomas, CEOE, y Cámara de Comercio de España, además de la secretaria de Estado de Comercio e ICEX.



*Inauguración del CII a cargo de María Peña, Consejera Delegada de ICEX e Izaskún Goñi, Directora General de Política de Empresa, Proyección Internacional y Trabajo del Gobierno de Navarra*

Asimismo, en el contexto del Consejo Interterritorial de Internacionalización, se han mantenido a lo largo del año las reuniones de los distintos Grupos de Trabajo operativos, tanto del Comité de Promoción Exterior (CPE) como el de Atracción de Inversiones (CAI), en este caso de carácter virtual.

## C. Relaciones ICEX-CEOE

Durante 2020, se ha continuado con la colaboración institucional público-privada recogida en el convenio de colaboración bienal que ICEX tiene suscrito con la CEOE.

Su principal objetivo ha sido el de brindar apoyo a las empresas españolas con necesidades de internacionalización para aportarles mayor visibilidad y facilitar su presencia en mercados de difícil acceso, a través de encuentros con otras instituciones y personalidades de diversa índole. Fruto de este trabajo conjunto, se han llevado a cabo 17 actividades de este tipo.

Referente a los encuentros empresariales de alto nivel, durante 2020 se han llevado a cabo un total de siete, entre los que cabe destacar:

- Encuentro Empresarial España-Perú, con motivo de la visita a España del ministro de Comercio y Turismo de Perú.
- Encuentro Empresarial, con motivo de la Comisión Mixta Económica y Comercial España-Turquía.
- Encuentro Empresarial España-Vietnam, para dar a conocer las oportunidades del acuerdo de libre comercio.

Por otro lado, se han organizado varias jornadas informativas para poner de manifiesto las oportunidades de negocio en el ámbito internacional a las empresas españolas, entre las que cabe destacar:

- Jornada sobre financiación internacional.
- Jornada informativa sobre regiones polacas.

Por último, también en el marco del convenio, se han celebrado las siguientes visitas institucionales:

- Visita del ministro de Economía de Guatemala a España.
- Visita a España del presidente de la Cámara de Diputados de Brasil.



Encuentro Empresarial España-Perú, con motivo de la visita a España del ministro de Comercio y Turismo de Perú. (Madrid, 21 de enero)

## D. Colaboración con el Foro de Marcas Renombradas Españolas

En el marco de dicha colaboración, ICEX, ha organizado en 2020 cinco *webinarios*, llegando a un total de 220 asistentes.

Cabe destacar la primera reunión digital celebrada en junio, bajo el título “Impulsa tu actividad internacional: marca y digitalización en el post covid-19”. También es reseñable el ciclo de webinarios sobre el rol social de las marcas y como el marketing social puede ayudar a la empresa a adquirir crédito y prestigio internacional, generando confianza en su entorno.



Imagen del evento “Impulsa tu actividad Internacional: Marca y digitalización en el post covid-19”

## 6.2 Cooperación institucional internacional

La estrategia desarrollada a nivel internacional se resume en la suma de tres vectores: El mantenimiento de una política de colaboración activa en el marco de los organismos de promoción de comercio exterior de carácter multilateral con los que ICEX colabora estrechamente o forma parte (Redlbero, WTPO, ETPO, ETPOA e ITC).

- La cooperación con diferentes estamentos de la Administración Pública española dirigida a establecer líneas de actuación común frente a los programas en favor de la internacionalización de las pymes, desarrollados por diferentes direcciones generales y agencias de la Unión Europea, bajo el paraguas de la denominada Diplomacia Económica Europea.
- La elaboración y desarrollo de acuerdos de carácter bilateral con instituciones homólogas, así como la organización de pasantías, encuentros y seminarios con ocasión de visitas oficiales, tanto de representantes de instituciones homólogas a ICEX, como de autoridades de terceros países.

### A. Cooperación Multilateral

#### En el marco de la European Trade Promotion Organization's Association (ETPOA)

ICEX ha mantenido, en 2020, una estrecha colaboración con las diferentes instituciones de promoción de comercio exterior de la Unión Europea que forman parte del denominado Grupo Informal de las Trade Promotion Organizations (TPOs) en el marco de la ETPOA y cuya manifestación práctica es el mantenimiento de reuniones periódicas con representantes de la Dirección General de Crecimiento. Su objeto ha sido el establecimiento de una mayor y mejor coordinación con la Unión Europea, en relación con sus programas de apoyo a la internacionalización de las pymes, y evitar de este modo que las actividades programadas por los distintos servicios de la Comisión Europea y del Servicio Europeo de Acción Exterior (SEAE) entren en conflicto, se dupliquen o se solapen con las propias actividades de promoción comercial de los Estados Miembros (EEMM).

Igualmente, ICEX se ha incorporado al Comité Ejecutivo de Coordinación de las TPOs de la ETPOA y es responsable del subcomité encargado de desarrollar el programa de estudios y encuestas en favor de la organización. A este respecto, durante 2020 ha programado y lanzado dos encuestas:

- Acciones de las TPOs frente a la covid-19.
- Análisis sobre el conocimiento y grado de utilidad de los diferentes programas de la Unión Europea en favor de la internacionalización de la pyme comunitaria por parte de las TPOs que integran la ETPOA.

Asimismo, han continuado desarrollando acciones para integrarse en la Enterprise European Network (EEN) de España para el septenio 2021-2027 y poder desarrollar actuaciones que puedan ser financiadas parcialmente por este instrumento de la Comisión Europea integrado en el programa COSME (Competitiveness for Enterprises and SMEs).

#### En el marco del International Trade Center (ITC)

ICEX forma parte del Consejo Asesor para el Fortalecimiento de las Instituciones de Apoyo al Comercio Exterior y la Inversión (Advisory Board on Trade and Investment Support Institutions Strengthening- TISI). Este consejo, formado voluntariamente por directores ejecutivos (CEOs) de un grupo reducido de organismos de promoción comercial y atracción de inversiones, tiene como principal función la orientación estratégica y asesoramiento al ITC en relación con tareas dirigidas al fortalecimiento de otras instituciones dedicadas al apoyo al comercio y a las inversiones de países en desarrollo y economías en transición.

#### En el marco de la Red Iberoamericana de Instituciones de Promoción de Comercio Exterior (REDIBERO)

ICEX ha participado en una reunión virtual de la REDIBERO durante 2020 que ha sido organizada por la presidencia de turno de la organización que ostenta en la actualidad ProComer (Costa Rica).

### B. Cooperación Bilateral

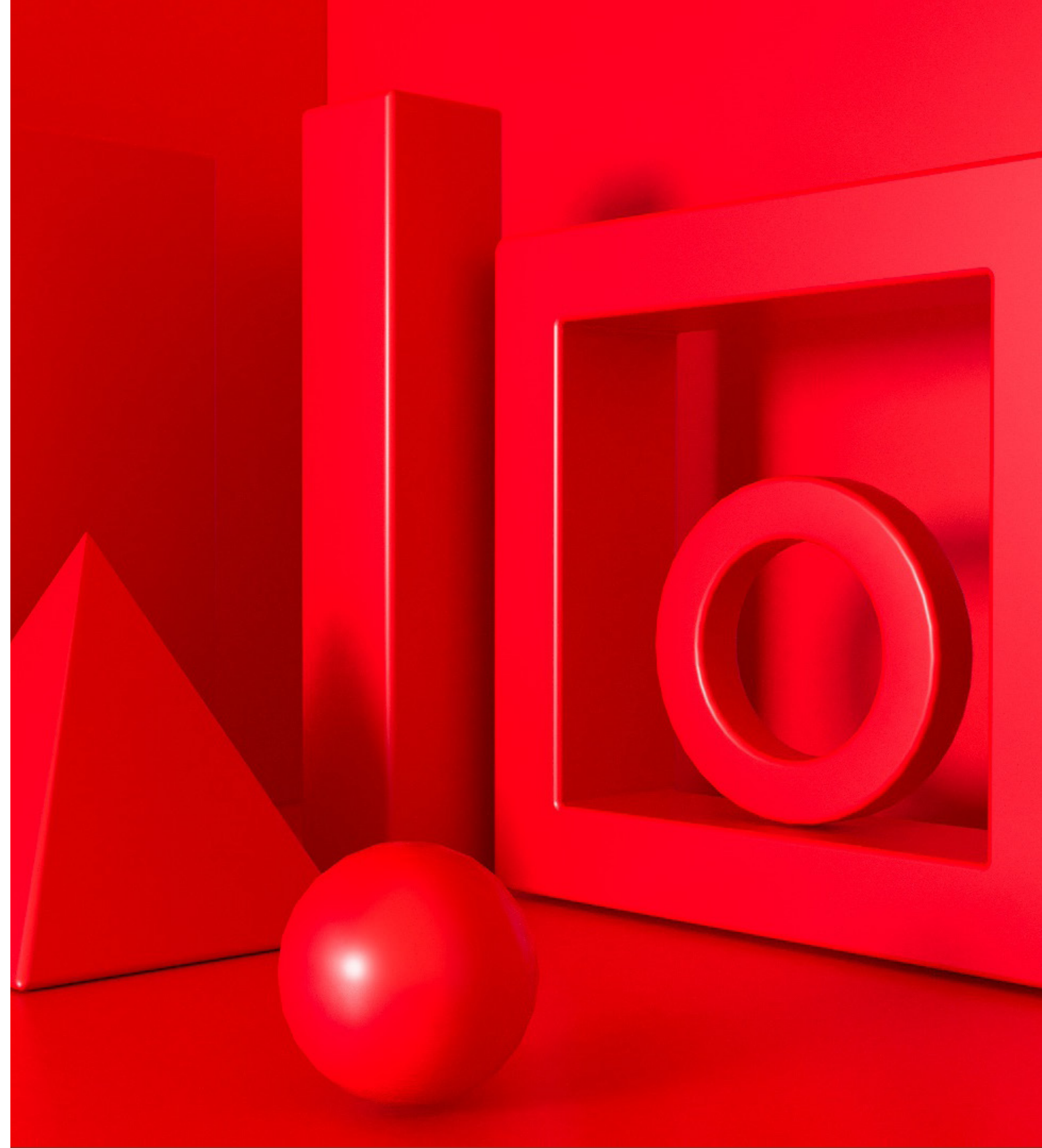
ICEX ha realizado un seguimiento de los planes anuales de actividades aprobados y desarrollados en el marco de los diferentes convenios de cooperación bilaterales firmados con instituciones de información y promoción comercial homólogas. El objeto principal de todos ellos ha sido la promoción de la cooperación económica y el desarrollo de las relaciones comerciales entre empresas españolas y las contrapartes de los países con los que se mantienen estos convenios, así como el impulso a la colaboración en el ámbito de la internacionalización de microempresas y pymes entre países. En 2020, se han prorrogado dos acuerdos de cooperación bilateral: ProChile y ProEcuador.

Asimismo, en 2020 se mantuvieron reuniones con representantes de organismos internacionales, destacando las visitas presenciales de los ministros de Economía de Guatemala y de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca de Ecuador.

Finalmente, en el contexto de colaboración de las Oficinas Comerciales de España en Estados Unidos con instituciones locales, se llevó a cabo un seminario sobre las relaciones 'USA-España' para estudiantes de posgrado de la Universidad de Georgia.

# 7

## MUJER E INTERNACIONALIZACIÓN



## 7

MUJER E  
INTERNACIONALI-  
ZACIÓN

## Compromiso con la igualdad de género

- ▲ ICEX pone el foco en la sensibilización, creación de redes y comunidad entre mujeres en el ámbito de la internacionalización
- ▲ ICEX ha firmado la iniciativa #DondeEstánEllas del Parlamento Europeo
- ▲ Las mujeres representan el **37%** del total de participantes en actividades ICEX
- ▲ Sólo un **12%** de las empresas que han contactado con ICEX están lideras por mujeres
- ▲ En 2020 se inician actividades específicas de sensibilización: Mesa de debate “El papel de la mujer en la internacionalización de la economía española”

## Apuesta por la línea de trabajo de “Mujer e Internacionalización”

ICEX ha realizado un esfuerzo en

## incorporar a mujeres expertas como ponentes

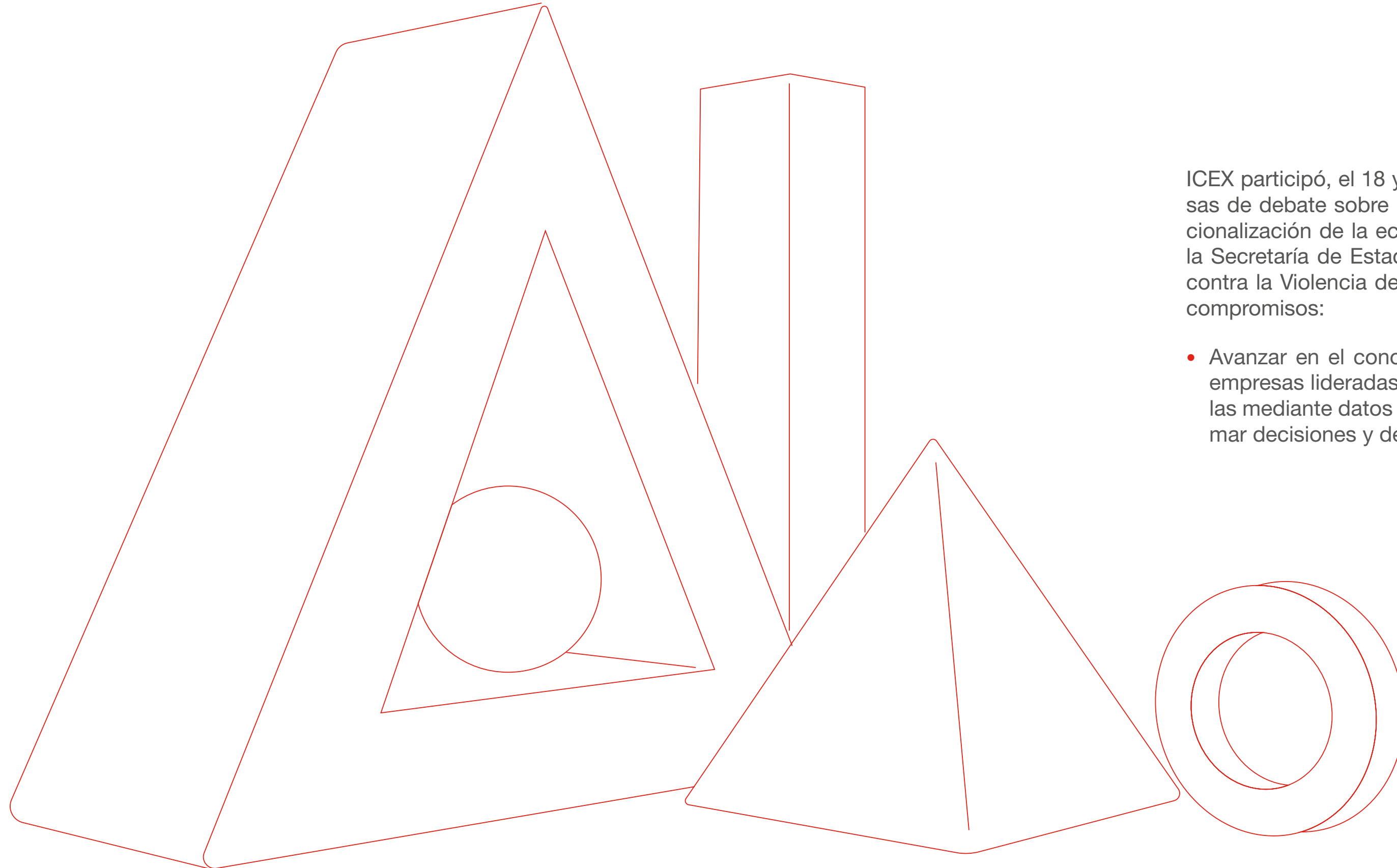
en los distintos eventos que organiza o en los que participa.

- ▲ En 2020, el **37,26%** de los ponentes fueron mujeres (**177 en total**), frente al 32,66% en 2019.



ICEX ha apostado en 2020 por la línea de trabajo de “Mujer e Internacionalización”, asumiendo un compromiso con la igualdad de género en el marco de sus políticas de apoyo a la internacionalización de la empresa española. Por ello, ha colaborado en diferentes iniciativas en pro de este objetivo:

## 7.1 Reforzar el papel de la mujer en la internacionalización de la economía española



ICEX participó, el 18 y 19 de febrero de 2020, en las mesas de debate sobre “El papel de la mujer en la internacionalización de la economía española”, impulsadas por la Secretaría de Estado de Comercio y la de Igualdad y contra la Violencia de Género, asumiendo los siguientes compromisos:

- Avanzar en el conocimiento de la situación actual de empresas lideradas o propiedad de mujeres y analizarlas mediante datos fiables y rigurosos que permitan tomar decisiones y definir acciones específicas.
- Incidir en la formación para promover la actividad de mujeres en el ámbito internacional. En este sentido, se ha trabajado en el diseño de píldoras formativas con perspectiva de género, se ha elaborado material gráfico y divulgativo específico, se ha colaborado con otros organismos (Cámara de España, CEOE, Foro de Marcas Renombradas y organismos autonómicos) y se ha impulsado la creación de una nueva línea de trabajo de mujer e internacionalización en el marco del Consejo Interterritorial de internacionalización (CII).
- Promover la inscripción de empresas de mujeres en jornadas sobre licitaciones internacionales o el registro en el servicio de Oportunidades de Negocio de ICEX.

## 7.2 Perspectiva de género en ICEX

En el contexto del Objetivo de Desarrollo quinto, “promover la igualdad de género”, con los que ICEX está firmemente comprometido, se han iniciado y reforzado diferentes líneas de acción en todas las áreas de la organización, con el objetivo de impulsar y acelerar la presencia y participación de las mujeres en el ámbito internacional. Así, durante 2020, se han llevado a cabo las siguientes actuaciones:

- Análisis del universo de empresas de mujeres en la BD ICEX, encaminado a dar una visión precisa de la situación y ayudar a desarrollar acciones orientadas a promover la presencia femenina en los negocios internacionales. De los resultados obtenidos se extrae que las mujeres:
  - Representan un 37% del total de participantes en eventos organizados por ICEX.
  - Se asocian más con consultas vinculadas con la gestión y operativa del sistema de portales de ICEX y con la formación.
  - Sólo un 12% de las empresas que han contactado con ICEX han estado lideradas por mujeres (de forma ininterrumpida entre 2014 y 2018).
  - El porcentaje de empresas con titularidad mayoritaria de mujeres es de un 8,84%, fundamentalmente microempresas, que generan menos ingresos, tienen menos empleados y su actividad está mayoritariamente relacionada con sectores de servicios a la sociedad (educación, sanitario, servicios sociales, actividades administrativas, artísticas, recreativas y de entretenimiento).
- Para ampliar esta línea de estudio, desde ICEX se está promoviendo la colaboración con terceros, incluido el ámbito universitario.

- ICEX ha pasado a incorporar criterios relativos al género en las evaluaciones de necesidades y de impacto realizadas. La primera evaluación con perspectiva de género ha mostrado que en actividades de información, capacitación y sensibilización las mujeres se asocian más con perfiles de tipo influenciador, pero sin capacidad de decisión en las empresas. En este sentido, se relacionan más con la formación y capacitación con perfiles asociados al mundo académico, organizaciones internacionales, gubernamentales y de la sociedad civil y no con grandes empresas. Además, muestran mayor interés por la sostenibilidad, no observándose diferencias en las demás temáticas.

### A. ICEX es firmante de la iniciativa #DóndeEstánEllas del Parlamento Europeo.

Iniciativa que pretende visibilizar la presencia de mujeres expertas en el espacio público, especialmente como ponentes en debates, eventos y conferencias sobre asuntos europeos, y promover la creación de una “red de expertas”. En este contexto, ICEX ha realizado un esfuerzo en incorporar a mujeres expertas como ponentes en los distintos eventos que organiza o en los que participa. En 2020, el 37,26% de los ponentes fueron mujeres (177 en total), frente al 32,66% en 2019.

### B. Sensibilización, creación de redes y comunidad: mujeres que hablan a mujeres.

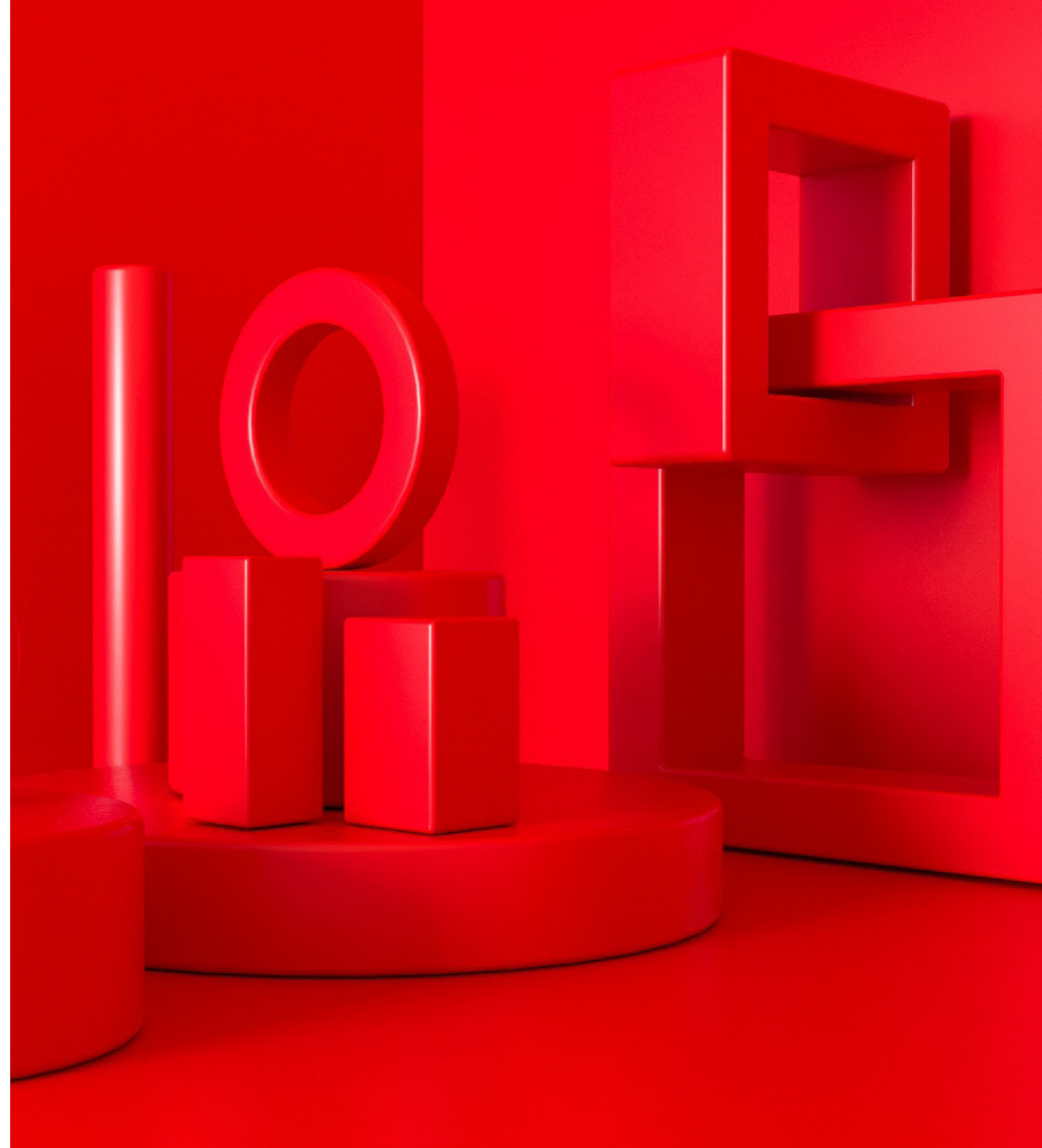
ICEX ha realizado una apuesta clara por una internacionalización más sostenible e inclusiva. En 2020, se ha elaborado un video sobre los servicios que ofrece, realizado en clave femenina, coincidiendo su lanzamiento con la celebración del Día Internacional de la Mujer.



### C. Aplicación de criterios de paridad en acceso a programas de ICEX.

Durante el ejercicio 2020, como novedad, se han incorporado criterios relativos a la paridad de género en el proceso de selección de empresas participantes en algunos programas y servicios destacados de ICEX, entre los que destacan, en caso de empate, ICEX Next y la Consultoría estratégica en venta *online* internacional.

**ANEXOS**



# A.1 Anexo económico-financiero

## Balance económico

En el ejercicio 2020, ICEX ha contado con unos ingresos de 95.175.377 euros para el desarrollo de sus actividades, provenientes de diversas fuentes:

<i>Ingresos</i>	<i>2020 Importe (€)</i>
Transferencia de la Administración General del Estado*	72.383.060
Ingresos comerciales (cuotas de expositores, aportaciones de terceros, patrocinios, ingresos por prestación de Servicios Personalizados, etc.)	11.234.167
Fondos Europeos (FEDER)	10.056.535
Otras subvenciones (FEGA, INAP)	644.728
Otros (ingresos financieros y otros)	856.887
<b>TOTAL</b>	<b>95.175.377</b>

\* Transferencias recibidas en el ejercicio. En 2020 se han imputado a resultados un importe de 68.723.095€.

Las principales partidas de gasto del presupuesto, excluidas correcciones valorativas y partidas sin salida de fondos, fueron las siguientes:

<i>Gastos</i>	<i>2020 Importe (€)</i>
Gastos de promoción y apoyo	39.041.205
Gastos de funcionamiento SSCC y RET	39.706.931
Gastos de apoyo informático a la internacionalización	10.628.239
<b>TOTAL</b>	<b>89.376.375</b>

A continuación, se detalla la distribución de los gastos de promoción y apoyo por tipo de actividad, sector y área geográfica:

<i>Tipo de actividad</i>	<i>Importe (€)</i>	<i>Área Geográfica</i>	<i>Importe (€)</i>	<i>%</i>
Iniciación a la exportación	1.298.524	África	104.396	0,27%
Planes de marketing de sectores	5.213.802	América del Norte	4.041.307	10,36%
Promoción comercial, de inversiones y sostenibilidad	14.205.033	Resto América	495.155	1,27%
Atracción de inversiones	1.723.816	Unión Europea	8.716.726	22,32%
Servicios a la empresa y formación empresarial	13.937.573	Resto Europa	664.975	1,70%
Servicios de información	2.485.931	Sudeste Asiático y Lejano Oriente	2.469.371	6,32%
Actividades complementarias	176.526	Resto Asia	2.992.073	7,66 %
<b>TOTAL</b>	<b>39.041.205</b>	Oceanía	6.701	0,02%
		Acciones genéricas	19.550.501	50,07%
		<b>TOTAL</b>	<b>39.041.205</b>	<b>100%</b>

<i>Sector</i>	<i>Importe (€)</i>	<i>%</i>
Agroalimentario	5.979.438	15,32%
Bebidas	2.952.665	7,56%
Bienes de consumo	4.183.263	10,71%
Materias primas, productos industriales y bienes de equipo	3.475.392	8,90%
Servicios	2.736.785	7,01%
No aplica	19.713.662	50,49%
<b>TOTAL</b>	<b>39.041.205</b>	<b>100%</b>

### Programas cofinanciados por la Unión Europea: Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)

El Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) tiene por objeto ayudar a rectificar los principales desequilibrios regionales que se producen en el seno de la Unión Europea, actuando en el marco de una estrategia global e integrada de desarrollo sostenible y garantizando un efecto sinérgico con las intervenciones de los demás Fondos Estructurales.

ICEX participa en la gestión de los fondos FEDER desde 1997, por lo que ha participado en tres periodos de programación de forma consecutiva: 1994-1999, 2000-2006 y 2007-2013.

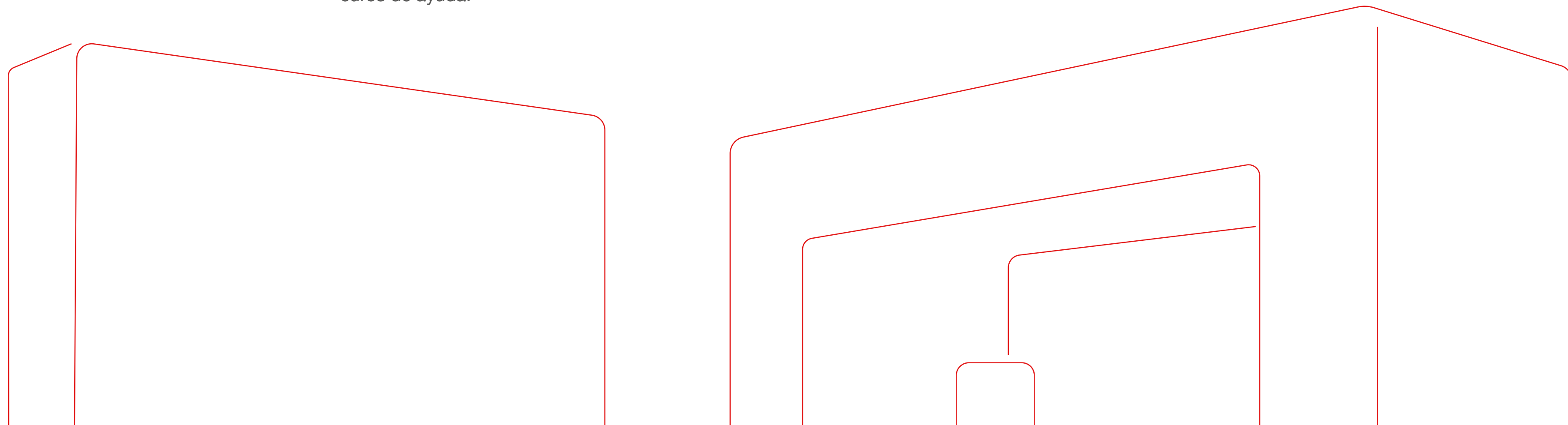
En la actualidad ICEX está certificando actividades para su cuarto periodo de programación 2014-2020.

Para este periodo, ICEX gestiona sus actividades a través del Programa Operativo Plurirregional de España (POPE) que es un programa con 11 ejes de actuación y en el que ICEX interviene en tres de ellos, con una asignación en términos de ayuda de 73,52 millones de euros con la siguiente distribución:

- Eje 1 de ayudas a la I+D, en el que se ejecutarán los proyectos de atracción de inversiones y donde se podrán gestionar 13,72 millones de euros de ayuda.
- Eje 3, que hace referencia a la competitividad de la pyme a través de su internacionalización, y donde se podrán gestionar 57,74 millones de euros de ayuda en 14 líneas de actuación.
- Eje 13, que hace referencia a la asistencia técnica del programa, donde se podrán gestionar 2,06 millones de euros de ayuda.

Durante 2020, se ha procedido a la certificación de 10,06 millones de euros de gasto público en actividades para el periodo 2014-2020, siendo la ayuda FEDER correspondiente al 100% del mismo, con el siguiente desglose:

<i>Eje</i>	<i>Línea de actuación</i>	<i>Gasto público certificado (€)</i>	<i>%</i>
1	Potenciar la Investigación, el desarrollo tecnológico e innovación	966.822	966.822
3	Mejora de la competitividad de la pyme	9.089.713	9.089.713
13	Asistencia técnica	0	0
		<b>10.056.535</b>	<b>10.056.535</b>



## A.2 Anexo Recursos Humanos

La plantilla de ICEX España Exportación e Inversiones comprende el personal contratado en los Servicios Centrales, con sede en Madrid, y el personal desplegado en la Red Territorial y las Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior. A 31 de diciembre de 2020, la plantilla de ICEX estaba compuesta por 606 empleados, de los cuales el 68,48% eran mujeres.

En 2020, la tasa de reposición autorizada por el Ministerio de Política Territorial y Función Pública para cubrir las bajas que se producen en el año fue del 110%, lo que permitirá a ICEX mantener la estructura de recursos humanos de la organización. Esto supone, en la práctica, poder contratar 18 nuevos puestos de trabajo en España y uno más en las Oficinas Económicas y Comerciales. Por otro lado, la tasa de rotación apenas varió respecto a 2019, manteniéndose en el 3,82% para el total del colectivo.

El porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo de aplicación en España en 2020, ha sido del 100%, bien porque le aplica el convenio colectivo ICEX o porque está sujeto al convenio de Oficinas y Despachos de la Comunidad Autónoma de Madrid o al Convenio Sectorial de Oficinas de Importación y Exportación de la Comunidad Autónoma de Madrid. El personal contratado en el exterior no ha estado sujeto a convenio colectivo.

ICEX promueve la igualdad de oportunidades en el empleo y desarrolla distintas iniciativas encaminadas a contribuir de manera activa a la lucha contra la brecha de género en todas sus formas. En el año 2020, ICEX ha registrado el II Plan de Igualdad, después de haber sido aprobado por la Comisión de Igualdad. Transcurridos más de 10 años desde la realización del I Plan de Igualdad la participación

de la mujer se aproxima al 70% en las variables estudiadas, mejorando y resolviendo las debilidades encontradas en el anterior plan.

En el año de la covid-19, la mejora continua del desempeño de los trabajadores ha sido un objetivo prioritario y estratégico para ICEX. Se han realizado 65 de las actividades formativas definidas en el Plan de Formación 2020, alcanzando una cifra de 21.5 horas de formación de media por empleado y año. Una parte importante de este plan se ha focalizado en la igualdad de género y la prevención de riesgos laborales. Cabe destacar que la participación de la mujer en el programa de formación de 2020 alcanzó el 73.5%.

ICEX ha continuado implantando el teletrabajo en la organización, participando actualmente en esta modalidad el 99,5% del personal de la entidad.

En cuanto al área de Prevención de Riesgos Laborales, continúa con el objetivo principal de proporcionar una protección eficaz de la seguridad y salud de los trabajadores que prestan sus servicios en los distintos centros de trabajo, integrando la prevención en la gestión general de ICEX. Las actuaciones realizadas en 2020 han estado focalizadas principalmente en la lucha contra la covid-19. Durante 2020, ICEX ha cambiado cinco veces de modelo organizativo con objeto de proteger la salud de los trabajadores en España y el exterior. Los protocolos Covid-19 implantados han sido aprobados por unanimidad por el Comité de Seguridad y Salud. Por otro lado, el área de Prevención de Riesgos Laborales continúa con los preparativos para su certificación como Empresa Saludable.

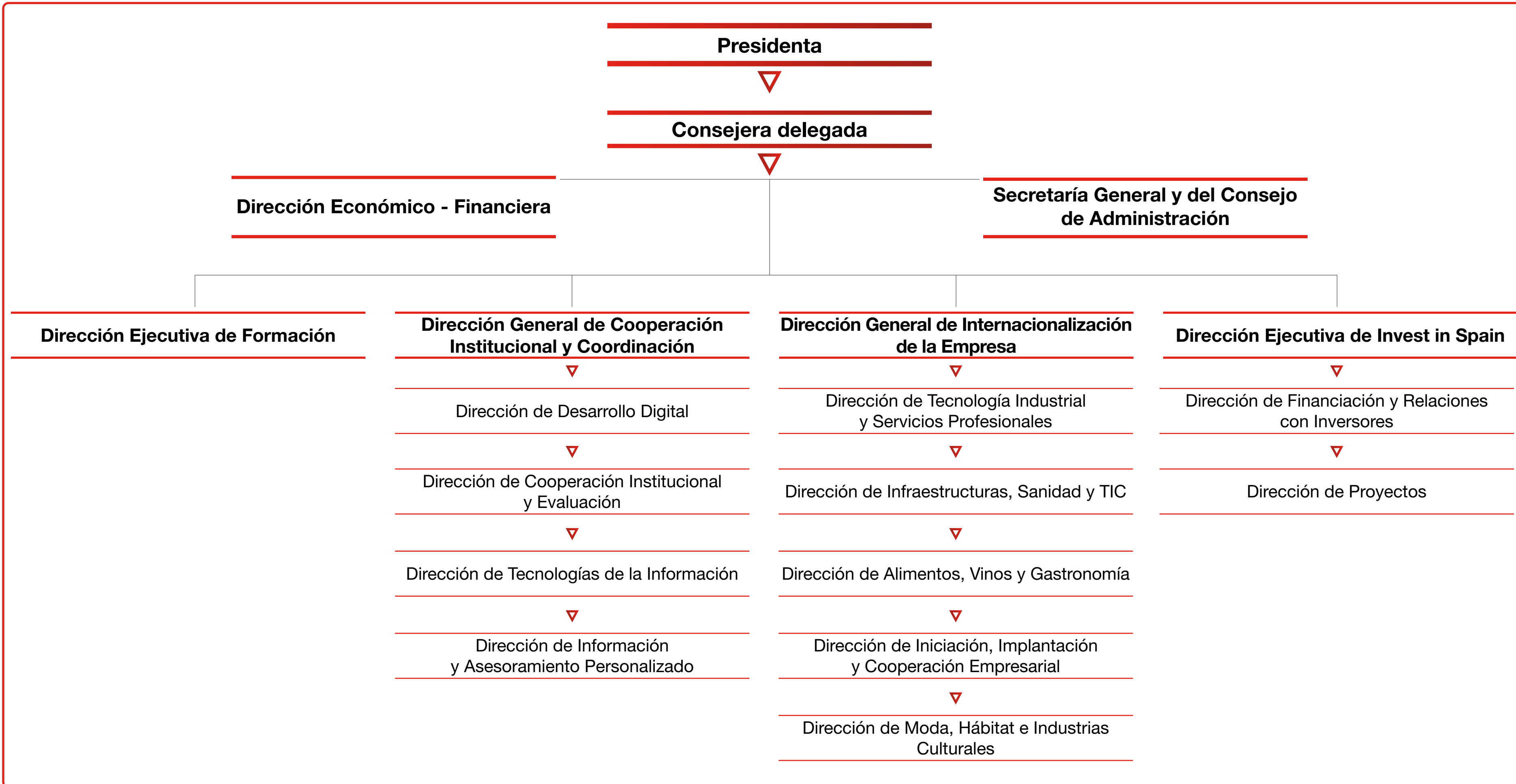
Con relación a los accidentes de trabajo, durante 2020, se comunicaron nueve en total, de los que seis fueron *in itinere*. La mayor parte de ellos fueron leves.

De acuerdo con lo previsto en el artículo 10.2 del Real Decreto 451/2012, las retribuciones de los máximos responsables y directivos a cargo de ICEX supusieron, en 2020, un importe total de 1.793.214,24 euros.

<b>Puestos en España</b>	<b>Servicios Centrales 2020</b>	<b>Direcciones Territoriales 2020</b>	<b>Total 2020</b>
Personal directivo	18	0	18
Subdirectores	6	0	6
Técnicos nivel 1-3	69	0	69
Técnicos nivel 4-7	168	22	190
Administrativos y oficios	214	16	230
<b>TOTAL en España</b>	<b>475</b>	<b>38</b>	<b>513</b>

<b>Puestos en el exterior</b>	<b>Oficinas Económicas y Comerciales 2020</b>
Jefes departamento	28
Jefes departamento adjunto	27
Analistas PIPE	4
Contables	3
Administrativos	15
Auxiliares administrativos	14
Recadistas	2
<b>TOTAL en el exterior</b>	<b>93</b>

**Organigrama**



**Consejo de Administración**

- **Presidenta:**  
D<sup>a</sup>. Xiana Margarida Méndez Bértolo
- **Vicepresidenta:**  
D<sup>a</sup>. María Peña Mateos
- **Secretaria no consejera:**  
D<sup>a</sup>. María del Mar Sebastián Merino
- **Vocales:**  
D. Erik Rovina Mardones  
D<sup>a</sup>. Carmen Laín Valenzuela  
D. José Luis Echániz Cobas  
D<sup>a</sup>. Patricia Cordovilla González  
D<sup>a</sup>. Cristina Espí Vílchez  
D. Francisco de Borja Lasheras Tina  
D<sup>a</sup>. Teresa Aznar Almazán  
D<sup>a</sup>. Inmaculada Riera i Reñé  
D. Narciso Casado Martín  
D<sup>a</sup>. Mónica Marín Díaz  
D<sup>a</sup>. Elena Rubio Aliste  
D. César Veloso Palma  
D. Arturo Bernal Bengua

## A.3 Medir para conocer y para mejorar

ICEX mantiene como línea estratégica la evaluación de sus actividades. En este sentido, las evaluaciones ex post de impacto y resultado pretenden contrastar empíricamente si el apoyo público de ICEX ha tenido efectos en las empresas beneficiarias. Por su parte, las evaluaciones ex ante de necesidades y de rediseño de producto permiten identificar las necesidades de nuestros clientes y afinar los instrumentos de apoyo existentes, así como crear nuevos instrumentos que mejoren su efectividad en el cliente. En ambos tipos de evaluación, se utilizan metodologías cuantitativas propias, que permiten extraer conclusiones y recomendaciones operativas para la mejora continua del servicio ofrecido a los clientes.

En 2020, se ha concluido la evaluación de impacto del apoyo agregado de ICEX, contemplada en el Plan de Acción para la Internacionalización de la Empresa Española 2017-2018 y que se ha podido realizar gracias al convenio de colaboración firmado al efecto entre Banco de España, ICEX, el Instituto Nacional de Estadística (INE) y la Secretaría de Estado de Comercio. Esta evaluación, cuyo diseño se inició en 2017, se ha complementado con otros dos trabajos realizados de forma interna.

### Evaluaciones ex post de impacto realizadas en 2020

<i>Evaluación</i>	<i>Años de actividad (marco temporal)</i>	<i>Fuente de datos</i>	<i>Técnica utilizada</i>
Apoyo agregado de ICEX	2014-2018	CEEPE	Emparejamiento exacto forzado combinado con diferencias en diferencias mediante estimación por datos de panel.
Impacto presupuestario de ICEX	2014-2018	CEEPE y contabilidad de ICEX	Estimación del incremento debido al apoyo de ICEX en el período, sin tener en cuenta los efectos del resto de factores.
Apoyo agregado de ICEX	2012-2016	Datos internos de ICEX	Falso contrafactual: análisis de contribución y análisis de intervención mediante estimación por datos de panel.

### Evaluaciones ex ante de necesidades realizadas en 2020 (fase cualitativa)

<i>Año de campaña</i>	<i>Campaña</i>	<i>Técnica</i>	<i>Años de actividad (marco temporal)</i>	<i>Universo</i>
2020	Genérica de necesidades (primera fase)	Técnica mixta	2012-2019	58.419
2020	Oportunidades de negocio (primera fase)	Técnica mixta	2020	2.743
<b>TOTAL ACUMULADO 2011-2020</b>				<b>69.750</b>

### Evaluaciones ex ante de necesidades realizadas en 2020 (fase cuantitativa)

<i>Año de campaña</i>	<i>Campaña</i>	<i>Años de actividad (marco temporal)</i>	<i>Muestra (1)</i>	<i>Universo</i>	<i>Tasa de respuesta (1)</i>
2019	Actividades de información, capacitación y sensibilización orientadas a empresas (segunda fase)	2018	1.615	9.626	16,78%
<b>TOTAL ACUMULADO 2011-2020</b>			<b>4.740</b>	<b>17.372</b>	<b>27,29%</b>

(\*) Las cifras de participación de la evaluación de actividades de información, capacitación y sensibilización orientadas a empresas fueron reducidas al tener que parar la campaña por causa de la covid-19.



ICEX ha continuado impulsando la realización de estudios a través de la analítica de negocio, con el objetivo de profundizar en el conocimiento de las empresas, de su situación y sus necesidades, para ofrecer respuestas más efectivas o plantear iniciativas adaptadas a sus perfiles, acordes a los retos que enfrentan.

**Trabajos de analítica de negocio, iniciados o refinados en 2020**

<b>Trabajo</b>	<b>Pregunta relevante</b>
Análisis predictivo de estrategias de utilización de instrumentos de ICEX Por tipo de apoyo y categoría de apoyo	¿Cuál es el instrumento más probable para un tipo de empresa en función de su interacción con nosotros?
Clasificadores de empresa por tipo de apoyo	¿A qué tipo de empresa pertenece una empresa determinada? ¿Cuál es la probabilidad de que esa empresa evolucione a otro tipo de empresa deseada? ¿Qué requiere para dicha evolución?
Clusterización por flujos de exportación	¿Cuál es la probabilidad de éxito de que una empresa pueda entrar en un nuevo mercado? ¿Qué empresas recurren a nosotros y por qué?
Perfilado de empresas según evolución de la competitividad y su potencial de internacionalización	¿A qué empresas, que no son clientes, deberíamos ofrecerles servicios? ¿En qué términos?

Adicionalmente, se ha promovido la difusión y el conocimiento de la labor de evaluación y analítica realizada en ICEX, mediante colaboraciones en publicaciones de carácter comercial oficiales, tal y como se muestra a continuación:

**Publicaciones en 2020**

<b>Mes</b>	<b>Publicación</b>	<b>Autores</b>
Mayo	BICE: El valor estratégico de la evaluación en ICEX	Joaquín María Núñez Varo María del Mar Gómez González
Diciembre	BICE: El impacto a corto y medio plazo del apoyo de ICEX	Joaquín María Núñez Varo María del Mar Gómez González

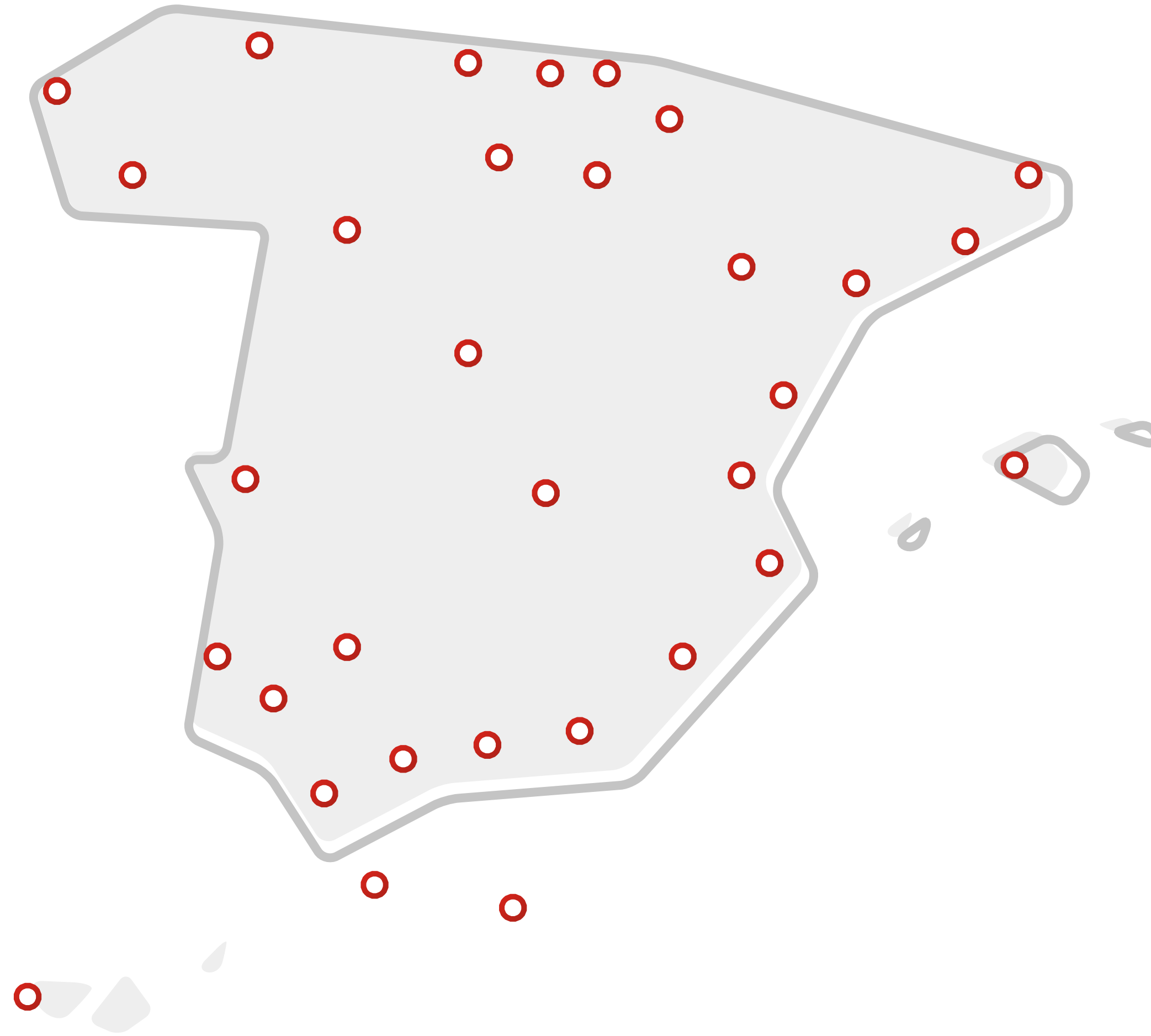
En materia de colaboración institucional, ICEX ha continuado coordinando y liderando el Grupo de Referencia en Evaluación de Impacto de la Administración General del Estado, un foro informal abierto, constituido en mayo de 2016 e integrado por 16 instituciones de la Administración General del Estado, responsables de realizar la evaluación de las actividades dentro de su competencia, que persigue poner en común novedades y compartir buenas prácticas.

## A.4 Red de oficinas económicas y comerciales de España en el exterior



Más información:  
[www.oficinascomerciales.es](http://www.oficinascomerciales.es)

## A.5 Red de oficinas en España



## A.6 Red de centros de negocios de ICEX



Más información:  
[www.icex.es/suoficinaenelexterior](http://www.icex.es/suoficinaenelexterior)

## A.7 Tablas y datos

### Ferías con Pabellón Oficial 2020

<i>Feria</i>	<i>País</i>	<i>Lugar</i>	<i>Formato</i>	<i>Fechas</i>	<i>Dirección Sectorial</i>
NATPE	Estados Unidos	Miami	PRESENCIAL	21-23 enero	Moda, Hábitat e Industrias Culturales
BETT SHOW	Reino Unido	Londres	PRESENCIAL	22-25 enero	Tecnología Industrial y Servicios Profesionales
ARAB HEALTH	E.A.U.	Dubái	PRESENCIAL	27-30 enero	Infraestructuras Sanidad y TIC
ISM	Alemania	Colonia	PRESENCIAL	2-5 febrero	Alimentos, Vinos y Gastronomía
MEDLAB MIDDLE EAST	E.A.U.	Dubai	PRESENCIAL	3-6 febrero	Infraestructuras Sanidad y TIC
PRODEXPO	Rusia	Moscú	PRESENCIAL	10-14 febrero	Alimentos, Vinos y Gastronomía
GULFOOD	E.A.U	Dubái	PRESENCIAL	16-20 febrero	Alimentos, Vinos y Gastronomía
EUROPEAN FILM MARKET	Alemania	Berlín	PRESENCIAL	20-27 febrero	Moda, Hábitat e Industrias Culturales
CHINA EDUCATION EXPO	China	Pekín / Cantón / Chengdú / Shanghái	VIRTUAL	19-27 octubre	Tecnología Industrial y Servicios Profesionales
DESIGN	China	Shanghái	PRESENCIAL	26-29 noviembre	Moda, Hábitat e Industrias Culturales

**Ferias con Espacio España, 2020**

<b>Feria</b>	<b>País</b>	<b>Lugar</b>	<b>Formato</b>	<b>Fechas</b>	<b>Dirección Sectorial</b>
MAISON OBJET	Francia	París	PRESENCIAL	17-21 enero	Moda, Hábitat e Industrias Culturales
SPIELWARENMESSE	Alemania	Nuremberg	PRESENCIAL	29 enero - 2 febrero	Moda, Hábitat e Industrias Culturales
NY NOW	Estados Unidos	Nueva York	PRESENCIAL	2-5 febrero	Moda, Hábitat e Industrias Culturales
KIDSCREEN SUMMIT	Estados Unidos	Miami	PRESENCIAL	10-13 febrero	Infraestructuras, Sanidad y TIC
Pack de Promoción Ferias Estados Unidos. Servicios Educativos (7)	Estados Unidos	Distintas ciudades	PRESENCIAL y VIRTUAL	13 febrero - 30 noviembre	Tecnología Industrial y Servicios Profesionales
VIVANESS NUREMBERG	Alemania	Nuremberg	PRESENCIAL	17-20 febrero	Moda, Hábitat e Industrias Culturales
WINTER FANCY FOOD	Estados Unidos	San Francisco	PRESENCIAL	19-21 enero	Alimentos, Vinos y Gastronomía
SALON DEL QUESO	Francia	París	PRESENCIAL	23-26 febrero	Alimentos, Vinos y Gastronomía
RSA CONFERENCE FEBRERO	Estados Unidos	San Francisco	PRESENCIAL	24-28 febrero	Infraestructuras, Sanidad y TIC
NORDIC GAME VIRTUAL	Suecia	Malmö	VIRTUAL	27-29 mayo	Infraestructuras, Sanidad y TIC
MIFA ANNECY VIRTUAL	Francia	Annecey	VIRTUAL	15-30 junio	Infraestructuras, Sanidad y TIC
CHINA BEAUTY EXPO	China	Shanghái	PRESENCIAL	9-11 julio	Moda, Hábitat e Industrias Culturales
DEVCOM VIRTUAL	Alemania	Colonia	VIRTUAL	17-30 agosto	Infraestructuras, Sanidad y TIC
SOUTH SUMMIT VIRTUAL	España	Madrid	VIRTUAL	6-8 octubre	Infraestructuras, Sanidad y TIC
GLOBAL ROBOT EXPO VIRTUAL	España	Edición Virtual	VIRTUAL	20-21 octubre	Tecnología Industrial y Servicios Profesionales
CIIE CHINA INTERNATIONAL IMPORT EXPO	China	Shanghái	PRESENCIAL	5-10 noviembre	Dirección General de Internacionalización de la Empresa
PROWINE CHINA	China	Shanghái	PRESENCIAL	10-12 noviembre	Alimentos, Vinos y Gastronomía
XVII CONGRESO NACIONAL DE LA INFRAESTRUCTURA VIRTUAL	Colombia	Cartagena de Indias	VIRTUAL	23-27 noviembre	Infraestructuras, Sanidad y TIC
BAUMA CHINA	China	Shanghái	PRESENCIAL	24-27 noviembre	Tecnología Industrial y Servicios Profesionales
RAIL LIVE VIRTUAL	España	Madrid	VIRTUAL	1-2 diciembre	Infraestructuras, Sanidad y TIC
FERIA INTERNACIONAL DE LA AGRICULTURA DE NOVI SAD VIRTUAL	Serbia	Novi Sad	VIRTUAL	14-18 diciembre	Tecnología Industrial y Servicios Profesionales

**Ferias con Participación Agrupada, 2020**

<b>Feria</b>	<b>País/Zona</b>	<b>Lugar</b>	<b>Formato</b>	<b>Fechas</b>	<b>Dirección Sectorial</b>
EXPOSICIÓN JUGUETES SHOWROOM - AEFJ	China	Hong Kong	PRESENCIAL	1-31 enero	Moda, Hábitat e Industrias Culturales
TOYS & GAMES FAIR - AEFJ	China	Hong Kong	PRESENCIAL	6-9 enero	Moda, Hábitat e Industrias Culturales
PITTI UOMO I - FEDECON	Italia	Florenca	PRESENCIAL	7-10 enero	Moda, Hábitat e Industrias Culturales
IMM - ANIEME	Alemania	Colonia	PRESENCIAL	13-19 enero	Moda, Hábitat e Industrias Culturales
EUROGUSS - FUNDIGEX	Alemania	Núremberg	PRESENCIAL	14-16 enero	Tecnología Industrial y Servicios Profesionales
PANORAMA, PREMIUM, SEEK, SHOW&ORDER, BRIGHT I - FEDECON	Alemania	Berlín	PRESENCIAL	14-17 enero	Moda, Hábitat e Industrias Culturales
DECO OFF - ATEVAL	Francia	París	PRESENCIAL	16-20 enero	Moda, Hábitat e Industrias Culturales
PITTI BIMBO I - ASEPRI	Italia	Florenca	PRESENCIAL	16-18 enero	Moda, Hábitat e Industrias Culturales
BIJORHCA I - SEBIME	Francia	París	PRESENCIAL	17-20 enero	Moda, Hábitat e Industrias Culturales
WHO'S NEXT I SEBIME	Francia	París	PRESENCIAL	17-20 enero	Moda, Hábitat e Industrias Culturales
SALON WHO'S NEXT Y SALON INTERNACIONAL DE LA LINGERIE I - AEGP	Francia	París	PRESENCIAL	17-20 enero	Moda, Hábitat e Industrias Culturales
ACCESSORIES WHO'S NEXT I / MAISON&OBJET I - ASEFMA	Francia	París	PRESENCIAL	17-21 enero	Moda, Hábitat e Industrias Culturales
MAISON & OBJET - ANIEME	Francia	París	PRESENCIAL	17-21 enero	Moda, Hábitat e Industrias Culturales
LINEAPELLE I 2020 - AEC	Reino Unido	Londres	PRESENCIAL	21-ene	Moda, Hábitat e Industrias Culturales
COLOMBIATEX 2020 - TEXFOR	Colombia	Medellín	PRESENCIAL	21-23 enero	Moda, Hábitat e Industrias Culturales
COLOMBIATEX - ATEVAL	Colombia	Medellin	PRESENCIAL	21-23 enero	Moda, Hábitat e Industrias Culturales
SALON DE LA LINGERIE PRO I - AEGP	Bélgica	Amberes	PRESENCIAL	26-27 enero	Moda, Hábitat e Industrias Culturales
ISPO WINTER - AFYDAD	Alemania	Múnich	PRESENCIAL	26-29 enero	Tecnología Industrial y Servicios Profesionales
LINEAPELLE I - AEC	Estados Unidos	Nueva York	PRESENCIAL	29-30 enero	Moda, Hábitat e Industrias Culturales
MUNICH FABRIC START I - TEXFOR	Alemania	Múnich	PRESENCIAL	4-6 febrero	Moda, Hábitat e Industrias Culturales
FNPLATFORM I - FICE	Estados Unidos	Las Vegas/Nueva York	PRESENCIAL	5-7 febrero	Moda, Hábitat e Industrias Culturales
AMBIENTE - AFEHC	Alemania	Frankfurt	PRESENCIAL	7-11 febrero	Tecnología Industrial y Servicios Profesionales
PURE LONDON/MODA UK/SCOOP/JACKET REQUIRED I - FEDECON	Reino Unido	Londres	PRESENCIAL	9-25 febrero	Moda, Hábitat e Industrias Culturales
SALONES DE MODA DE NUEVA YORK I - AEGP	Estados Unidos	Nueva York	PRESENCIAL	10-14 febrero	Moda, Hábitat e Industrias Culturales
WORLD AG EXPO - AGRAGEX	Estados Unidos	Tulare-California	PRESENCIAL	11-13 febrero	Tecnología Industrial y Servicios Profesionales
COMERCE/FOOTWEAR@COTERIE I - FICE	Estados Unidos	Moscú	PRESENCIAL	11-13 febrero	Moda, Hábitat e Industrias Culturales
PREMIÈRE VISION PARÍS I - TEXFOR	Francia	París	PRESENCIAL	11-13 febrero	Moda, Hábitat e Industrias Culturales
ISE - SECARTYS	Países Bajos	Ámsterdam	PRESENCIAL	11-14 febrero	Infraestructuras, Sanidad y TIC

**Ferias con Participación Agrupada, 2020 (Cont.)**

<b>Feria</b>	<b>País/Zona</b>	<b>Lugar</b>	<b>Formato</b>	<b>Fechas</b>	<b>Dirección Sectorial</b>
HOMI - SEBIME	Italia	Milán	PRESENCIAL	15-18 febrero	Moda, Hábitat e Industrias Culturales
MICAM I - FICE	Italia	Milán	PRESENCIAL	16-19 febrero	Moda, Hábitat e Industrias Culturales
LINEAPELLE I - AEC	Italia	Milán	PRESENCIAL	19-21 febrero	Moda, Hábitat e Industrias Culturales
LINEAPELLE I - ACEXPIEL	Italia	Milán	PRESENCIAL	19-21 febrero	Moda, Hábitat e Industrias Culturales
SEMANA DE LA MODA I - ACME	Francia	París	PRESENCIAL	24 febrero - 4 marzo	Moda, Hábitat e Industrias Culturales
HORTEX - AGRAGEX	Vietnam	Ho Chi Min	PRESENCIAL	26-28 febrero	Tecnología Industrial y Servicios Profesionales
MIDDLE EAST ELECTRICITY - AMELEC	Emiratos Árabes Unidos	Dubái	PRESENCIAL	3--5 marzo	Tecnología Industrial y Servicios Profesionales
SATELLITE - TEDAE	Estados Unidos		PRESENCIAL	9-12 marzo	Tecnología Industrial y Servicios Profesionales
CONEXPO IFPE - ANMOPYC	Estados Unidos	Las Vegas	PRESENCIAL	10-14 marzo	Tecnología Industrial y Servicios Profesionales
FERIA VIRTUAL Y PROMOCIÓN EN PITTI CONECT - ASEPRI	Italia	Madrid	VIRTUAL	1 agosto - 31 octubre	Moda, Hábitat e Industrias Culturales
GALLERY SHOES II - FICE	Alemania	Düsseldorf	PRESENCIAL	30 agosto - 1 septiembre	Moda, Hábitat e Industrias Culturales
CITEXT TROYES TEXFOR	Francia	Troyes	PRESENCIAL	23-24 septiembre	Moda, Hábitat e Industrias Culturales
HOMI II - SEBIME	Italia	Milán	PRESENCIAL	19-22 septiembre	Moda, Hábitat e Industrias Culturales
MICAM II - FICE	Italia	Milán	PRESENCIAL	20-23 septiembre	Moda, Hábitat e Industrias Culturales
LINEAPELLE II - AEC	Italia	Milán	PRESENCIAL	22-23 septiembre	Moda, Hábitat e Industrias Culturales
MICAM MILANO DIGITAL SHOW - FICE	Italia	Milán	VIRTUAL	15 septiembre - 15 noviembre	Moda, Hábitat e Industrias Culturales
ACCESSORIES WHO'S NEXT II - ASEFMA	Francia	París	PRESENCIAL	2-4 octubre	Moda, Hábitat e Industrias Culturales
OBUV MIR KOZHI II - FICE	Rusia	Moscú	PRESENCIAL	20-23 octubre	Moda, Hábitat e Industrias Culturales
INTERCLEAN ÁMSTERDAM ONLINE - ASFEL	Países Bajos	Ámsterdam	PRESENCIAL	3-6 noviembre	Tecnología Industrial y Servicios Profesionales
ELECTRONICA DE MUNICH VIRTUAL - SECARTYS	Alemania	Múnich	VIRTUAL	9-12 noviembre	Infraestructuras, Sanidad y TIC
MEDICA - FENIN	Alemania	Alemania	VIRTUAL	16-19 noviembre	Infraestructuras, Sanidad y TIC
SUSTAINABLE & SMART TECHNOLOGIES VIRTUAL FAIR #S2TECH - SO-LARTYS	Colombia y México	Colombia y México	VIRTUAL	25-26 noviembre	Infraestructuras, Sanidad y TIC
PERFORMACE DAYS II DIGITAL - TEXFOR	Alemania	Múnich	VIRTUAL	9-10 diciembre	Moda, Hábitat e Industrias Culturales



**Estandos informativos sectoriales, 2020**

<i>Feria</i>	<i>País/Zona</i>	<i>Lugar</i>	<i>Formato</i>	<i>Fechas</i>	<i>Dirección Sectorial</i>
AED SUMMIT CONDEX - ANMOPYC	Estados Unidos	Chicago	PRESENCIAL	14-17 enero	Tecnología Industrial y Servicios Profesionales
WORLD OF CONCRETE - ANMOPYC	Estados Unidos	Las Vegas	PRESENCIAL	4-7 febrero	Tecnología Industrial y Servicios Profesionales
PREMIÈRE VISION LEATHER I - ACEXPIEL	Francia	París	PRESENCIAL	11-13 febrero	Moda, Hábitat e Industrias Culturales
MIDDLE EAST RAIL - MAFEX	Emiratos Árabes	Dubái	PRESENCIAL	25-26 febrero	Infraestructuras, Sanidad y TIC
CONGRESO PEDAC - ANMOPYC	Canadá	Toronto	PRESENCIAL	1-4 marzo	Tecnología Industrial y Servicios Profesionales
NUCLEAR POWER PLANTS -FORO NUCLEAR	Turquía	Estambul	PRESENCIAL	4-5 marzo	Infraestructuras, Sanidad y TIC
INNOVATE TEXTILE & APPAREL AMEC/AMTEX	Reino Unido	Madrid	VIRTUAL	15-30 octubre	Tecnología Industrial y Servicios Profesionales
VII CISEV VIRTUAL - AEC	Panamá	Madrid	VIRTUAL	16-17 diciembre	Infraestructuras, Sanidad y TIC

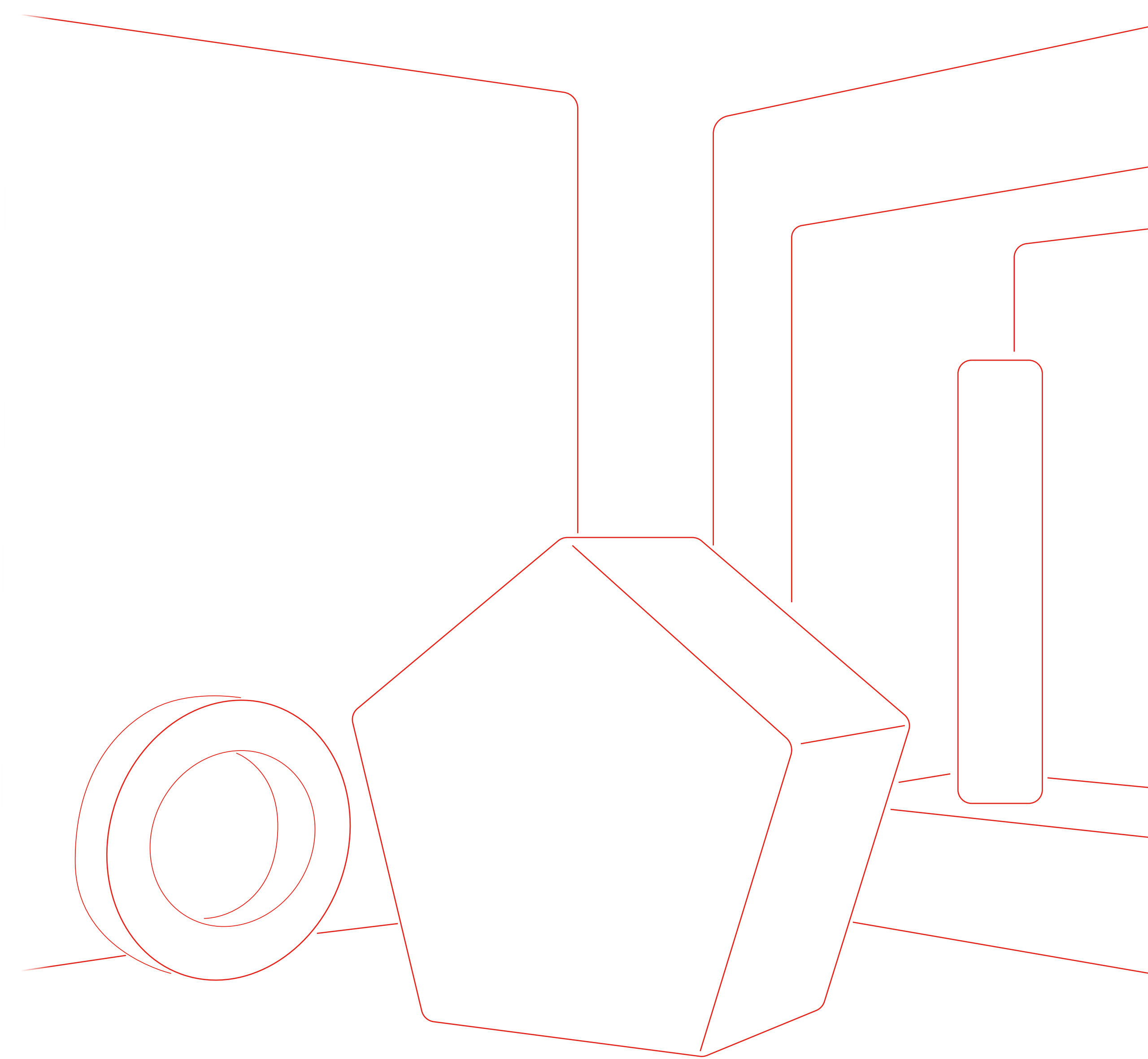
**Otros instrumentos de promoción por áreas sectoriales, 2020**

	<i>Alimentos, Vinos y Gastronomía</i>	<i>Moda, Hábitat e Industrias Culturales</i>	<i>Tecnología Industrial y Servicios Profesionales</i>	<i>Infraestructuras, Sanidad y TIC</i>	<i>Iniciación, Implantación y Cooperación Empresarial</i>	<i>Subdirección de Internacionalización de la Empresa</i>	<b>TOTAL</b>
Campaña de Promoción	21	33	-	3	-	1	<b>58</b>
Campaña de Promoción sector-mercados	21	3	8	-	-	-	<b>32</b>
Comunicación	-	3	3	-	-	-	<b>6</b>
Desfile	-	1	-	-	-	-	<b>1</b>
Encuentro de Promoción Comercial	-	1	-	1	-	-	<b>2</b>
Encuentro Empresarial	-	-	-	-	2	-	<b>2</b>
Exposición	11	5	-	-	-	-	<b>16</b>
Jornada Técnica	-	3	17	44	-	-	<b>64</b>
Jornada Técnica / Partenariado Multilateral	-	-	-	-	-	15	<b>15</b>
Material de Promoción	1	12	25	8	-	-	<b>46</b>
Actividades de Gastronomía	3	-	-	-	-	-	<b>3</b>
Publicidad	2	16	-	-	-	-	<b>18</b>
Relaciones públicas	2	-	2	-	-	-	<b>4</b>
Seminario / Jornada	12	18	-	-	-	-	<b>30</b>
<b>TOTAL</b>	<b>73</b>	<b>95</b>	<b>55</b>	<b>56</b>	<b>2</b>	<b>16</b>	<b>297</b>

**Actividades de atracción de inversiones por países, 2020**

<b><i>País Objetivo</i></b>	<b><i>Nº acciones</i></b>
Alemania	4
Argentina	1
Austria	1
Bélgica	1
Brasil	5
Canadá	4
China	12
Colombia	1
Corea del Sur	1
Emiratos Árabes Unidos	1
Estados Unidos	6
España	14
Francia	2
Guatemala	1
India	5
Irlanda	1
Italia	2

<b><i>País Objetivo</i></b>	<b><i>Nº acciones</i></b>
Japón	1
Kuwait	1
Marruecos	1
México	2
Multipaís	35
Países Bajos	1
Panamá	1
Polonia	1
Reino Unido	2
Rusia	4
Singapur	1
Taiwán	1
Turquía	2
<b>TOTAL</b>	<b>115</b>



## Actividades por países, 2020

	<i>Campana de promoción</i>	<i>Campana de promoción sector-mercado</i>	<i>Comunicación</i>	<i>Desfile</i>	<i>Espacio España</i>	<i>Encuentro de cooperación empresarial</i>	<i>Encuentro de promoción comercial</i>	<i>Exposición</i>	<i>Jornada técnica</i>	<i>Jornada técnica/Partenariado multilateral</i>	<i>Material de promoción</i>	<i>Misión inversa</i>	<i>Misión directa</i>	<i>Mision estudio</i>	<i>Pabellón Oficial</i>	<i>Participación agrupada</i>	<i>Otros</i>	<i>Publicidad</i>	<i>RRPP</i>	<i>Seminario/Jornada</i>	<i>Estand informativo sectorial</i>	<i>Total general</i>
Alemania	9	3	2		3			2	2		5	2	1		2	9	1	3	3	5		52
Angola									1													1
Arabia Saudí		1							3				2									6
Argelia											4	1	2	1								8
Argentina			1										1									2
Australia									1				2									3
Austria	1								1													2
Azerbaiyán														1								1
Bélgica																1						1
Bosnia-Herzegovina													1									1
Brasil	3								2				1									6
Canadá	1	2					1					1					1		1		1	8
Chile		2											2									4
China/China-Hong Kong	6	2	1		4				2				1		2	2	2					22
Colombia	1		1		1				1				2		3							9
Corea del Sur																	1					1
Costa de Marfil									1				1									2
Costa Rica													1									1
Croacia							1	1					1									3
Dinamarca		1																				1
Ecuador						1			2				1									4
Egipto											4	1	1									6
Emiratos Árabes Unidos		1				1							1		3	1				4	1	12
España	8		1		3				29	15	9	3							2			70
Estados Unidos	15	3	1		11		1	2	4		6	1	2		1	7	2	4	1	5	2	68

## Actividades por países, 2020 (Cont.)

	<i>Campana de promoción</i>	<i>Campana de promoción sector-mercado</i>	<i>Comunicación</i>	<i>Desfile</i>	<i>Espacio España</i>	<i>Encuentro de cooperación empresarial</i>	<i>Encuentro de promoción comercial</i>	<i>Exposición</i>	<i>Jornada técnica</i>	<i>Jornada técnica/Partenariado multilateral</i>	<i>Material de promoción</i>	<i>Misión inversa</i>	<i>Misión directa</i>	<i>Mision estudio</i>	<i>Pabellón Oficial</i>	<i>Participación agrupada</i>	<i>Otros</i>	<i>Publicidad</i>	<i>RRPP</i>	<i>Seminario/Jornada</i>	<i>Estand informativo sectorial</i>	<i>Total general</i>
Francia	9	3	2		3				1		3	2				10	1	2	1		1	<b>38</b>
Ghana													1									<b>1</b>
Grecia									1													<b>1</b>
Guatemala													1									<b>1</b>
Hungría	1																					<b>1</b>
India									3								1			1		<b>5</b>
Irlanda									1								1			1		<b>3</b>
Israel													1									<b>1</b>
Italia	1	1	1	1			1				4	1				11	1	3	1			<b>26</b>
Japón	4	1						2	2				1								1	<b>11</b>
Jordania													2									<b>2</b>
Kazajstán									1													<b>1</b>
Kuwait													1									<b>1</b>
Líbano													2									<b>2</b>
Malasia													1									<b>1</b>
Marruecos	2										4	1	2									<b>9</b>
Mauritania													1									<b>1</b>
México	1	2	1								1		2		1							<b>8</b>
Nigeria													1									<b>1</b>
Noruega									1			1					1					<b>3</b>
Omán													1									<b>1</b>
Países Bajos	1	1					1				1				2					2		<b>8</b>
Panamá											1		1	2							1	<b>5</b>
Paraguay													1									<b>1</b>
Perú													2									<b>2</b>

## Actividades por países, 2020 (Cont.)

	<i>Campaña de promoción</i>	<i>Campaña de promoción sector-mercado</i>	<i>Comunicación</i>	<i>Desfile</i>	<i>Espacio España</i>	<i>Encuentro de cooperación empresarial</i>	<i>Encuentro de promoción comercial</i>	<i>Exposición</i>	<i>Jornada técnica</i>	<i>Jornada técnica/Partenariado multilateral</i>	<i>Material de promoción</i>	<i>Misión inversa</i>	<i>Misión directa</i>	<i>Misión estudio</i>	<i>Pabellón Oficial</i>	<i>Participación agrupada</i>	<i>Otros</i>	<i>Publicidad</i>	<i>RRPP</i>	<i>Seminario/Jornada</i>	<i>Estand informativo sectorial</i>	<i>Total general</i>	
Polonia	2							1	1		2									1		7	
Puerto Rico													1										1
Qatar									1				1										2
Reino Unido	9	4						1	2		2	2			1	2	1	3	1	2			30
República Dominicana							1						1										2
Rumanía									2														2
Rusia	1	2							3		3	1		1	1				1				13
Senegal													3										3
Serbia	1							1	1				1							1			5
Sin determinar	3	2	1						2		25	2				1	2	5		1			44
Singapur	1							2	1				1										5
Sudáfrica													2										2
Suecia	3	2						1				1											7
Suiza								2															2
Tailandia													1										1
Túnez											4	1	1	1									7
Turquía													1								1		2
Uruguay													2										2
Venezuela													1										1
Vietnam													1		1								2
<b>Total general</b>	<b>83</b>	<b>33</b>	<b>12</b>	<b>1</b>	<b>25</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>18</b>	<b>73</b>	<b>15</b>	<b>78</b>	<b>21</b>	<b>61</b>	<b>5</b>	<b>10</b>	<b>52</b>	<b>14</b>	<b>21</b>	<b>11</b>	<b>24</b>	<b>7</b>	<b>568</b>	



**ICEX** España  
Exportación  
e Inversiones

T. 913 497 100 | [www.icex.es](http://www.icex.es)

NIPO: 11419074X

