

EL SECTOR FERIAL: UN INSTRUMENTO CLAVE PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS

D. Juan Miguel Márquez

Director de División de Promoción de Servicios

ICEX



ELCHE

14 de JUNIO de 2010

DIVISION DE PROMOCIÓN DE SERVICIOS

EL SECTOR FERIAL: UN INSTRUMENTO CLAVE PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS

1. **El Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX)**
2. **Las ferias internacionales como instrumento de promoción**
 - Participación de las empresas españolas en las ferias en el extranjero.
 - Promoción en las ferias nacionales (misiones inversas)
3. **La internacionalización de las ferias**
 - Directa:
 - Gestión de recintos feriales en otros países
 - Exportación de ferias con marca española
 - Inversa:
 - Fomentando en el extranjero ferias que se celebran en España.
4. **El Plan Sectorial AFE**

1.- EL INSTITUTO ESPAÑOL DE COMERCIO EXTERIOR (ICEX)

El ICEX (Instituto Español de Comercio Exterior) es un organismo dependiente del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, creado en 1982 y cuyo objetivo es **apoyar la internacionalización de la empresa española.**



1. EL INSTITUTO ESPAÑOL DE COMERCIO EXTERIOR (ICEX)

- Las principales objetivos del ICEX son:
 - Incrementar el número de empresas exportadoras
 - Diversificación geográfica de las exportaciones, fomentando el acceso a nuevos mercados, fundamentalmente los emergentes.
 - Consolidación en mercados tradicionales de nuestras exportaciones.
- La estrategia de promoción del ICEX se estructura en torno a cuatro grandes áreas sectoriales:



1. EL INSTITUTO ESPAÑOL DE COMERCIO EXTERIOR (ICEX)

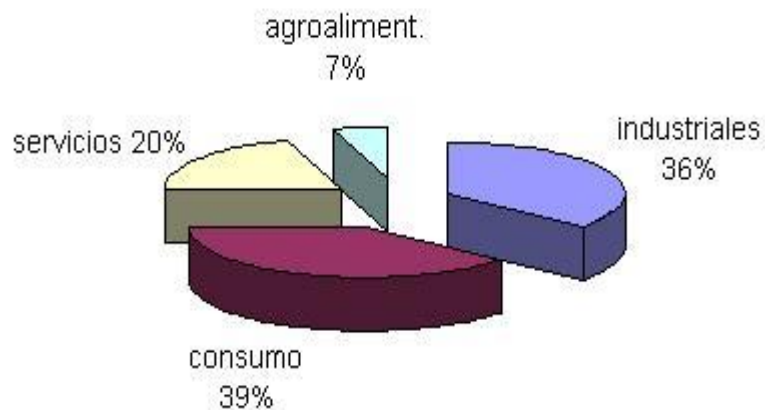
La asistencia a Ferias Internacionales se convierte en uno de los instrumentos más activos de la política de promoción comercial

- Anualmente y conforme a unos requisitos, se define un calendario y se seleccionan aquellos certámenes de mayor interés para nuestros sectores.
- La participación en ferias se rige por un principio de co-financiación con las empresas, definiéndose diversos niveles de apoyo según la modalidad de participación, años de organización o localización geográfica (países PIDM).
- Principales ventajas de la asistencia a ferias:
 - Cobertura a Pymes, ya que se co-financia su participación.
 - Creación de la imagen Made In Spain.
 - Promoción ordenada, planificada, con continuidad en el tiempo.

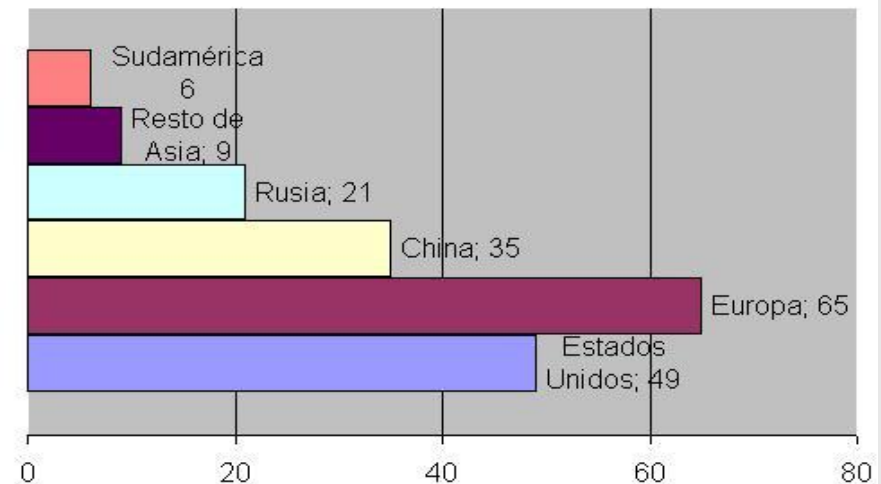
1. EL INSTITUTO ESPAÑOL DE COMERCIO EXTERIOR (ICEX)

- 293 ferias en 62 países (49 en EE.UU., 30 en China, 30 en Alemania, 28 en Francia, 21 en Rusia, 20 en Italia, 11 en México y 11 en Dubai).
- Participaron más de 4.200 empresas

Pabellones Oficiales y Participaciones Agrupadas 2008



Ferias por países en 2008



2.- LAS FERIAS INTERNACIONALES COMO INSTRUMENTO DE PROMOCIÓN

PARTICIPACIÓN DE EMPRESAS ESPAÑOLAS EN FERIAS EN EL EXTRANJERO

- **Ferias con Participación Oficial:** Un conjunto de empresas bajo una imagen común de España. ICEX asume todos los aspectos organizativos y proporciona a los expositores un servicio “llave en mano”.
- **Ferias con Participación Agrupada:** Asistencia conjunta de un grupo de empresas en una feria internacional en la que la asociación sectorial o la Cámara de Comercio correspondiente se encargan de la organización y gestión de la misma. Se incluyen en el marco del plan sectorial establecido con el ICEX.
- **Ferias con Pabellones Informativos:** Para aquellos certámenes en los que no es necesaria una participación mayor. El pabellón de España se materializa en un stand informativo con alto componente de imagen y donde se ofrece un servicio de información especializada.
- **Otras** (Expotecnia, Expoconsumo, CISMEF, Exporta)

2.- LAS FERIAS INTERNACIONALES COMO INSTRUMENTO DE PROMOCIÓN

APOYO DEL ICEX A LAS FERIAS INTERNACIONALES EN ESPAÑA

- ICEX lleva a cabo actividades de apoyo a las ferias internacionales en España, bien directamente o en colaboración con las asociaciones profesionales:
 - Participa con Stands informativos en ferias monográficas de sectores muy internacionalizados.
 - Apoya campañas de publicidad de las ferias a través de las revistas y publicaciones de las asociaciones sectoriales
 - Organiza Misiones Inversas que suponen la visita de periodistas, prescriptores de opinión y compradores que, coincidiendo con la celebración de la feria, les permite el acceso a un conocimiento directo de nuestros productos, servicios y capacidad tecnológica.
- Estas acciones tienen una rentabilidad coste/eficacia muy valorada en términos de repercusión mediática internacional.

3.- LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS FERIAS

INTERNACIONALIZACIÓN DIRECTA

- **Gestionando recintos feriales en otros países:**
 - En los mercados emergentes hay pocas empresas especializadas en el mercado ferial y faltan ejecutivos formados. La satisfacción de esta necesidad se une a la posibilidad de encauzar la exportación de servicios por esta vía.
 - Estrategias: Fusiones o adquisiciones entre recintos. Este es el método utilizado por los grandes grupos internacionales de organización de ferias (p. ej. Reed International)
 - Ejemplo: IFEMA y el Nuevo Centro de Exhibiciones Internacionales de China
Deutch Messe y el Shangai Expo Center



3.- LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS FERIAS

INTERNACIONALIZACIÓN DIRECTA

- **Exportación de ferias con marca española:**
 - Permite diversificar las actividades del organismo ferial español apoyándose en una marca ya existente y de prestigio, y a la vez sirve para promocionar la participación de empresas españolas en ellos.
 - Estrategias: Acuerdos temporales de cooperación y alianzas estratégicas tipo joint-venture y fusiones.
 - Ejemplo: Alimentaria México
Cosmoprof Hong Kong (Italia)



3.- LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS FERIAS

INTERNACIONALIZACIÓN INVERSA

- **Internacionalización inversa:** promocionando en el extranjero ferias que se celebran en España para atraer expositores y visitantes profesionales internacionales.
- **Estrategias:** Desde la elaboración de campañas de publicidad, presentaciones y actos de promoción, hasta el establecimiento de oficinas de representación. Esta es la práctica habitual para las empresas españolas del sector ferial y entra dentro de las posibilidades de apoyo ICEX a las organizaciones feriales, por ejemplo recibiendo apoyo a través del programa “Plan de Establecimiento en el Exterior”.
- **Ejemplo:** IFEMA y su red de delegaciones en los principales mercados mundiales: Alemania, Estados Unidos, China, Brasil, etc.



4.- EL PLAN SECTORIAL AFE

- :
- Misiones directas a ferias extranjeras (Encuentros con organizadores feriales)
- Misiones Inversas de organizadores feriales extranjeros a ferias españolas.
- Presencia de AFE en Pabellones Oficiales organizados por ICEX
- Apoyo a actividades de formación: Seminarios, etc.
- Presencia ICEX en Congreso de la AFE.

4.- EL PLAN SECTORIAL AFE

ACTIVIDADES 2009-2120:

- Misión directa de ferias españolas a Dubai (EAU) coincidiendo con la feria Big 5 Show
- Misión directa coincidiendo con feria maquinaria alimentación (Meknes – Marruecos)
- Presencia ICEX en Congreso AFE (Teruel 3 julio 2009) y jornada AFE (Elche 14 junio 2010)

D. Juan Miguel Márquez

GRACIAS POR SU ATENCIÓN



www.icex.es
902 349 000

DIVISION DE PROMOCIÓN DE SERVICIOS