



RESPUESTA DEL GOBIERNO

(184) PREGUNTA ESCRITA CONGRESO

184/10954

27/04/2020

24545

AUTOR/A: CASTILLO LÓPEZ, Elena (GP); GÁZQUEZ COLLADO, Paloma (GP); HERRERO BONO, José Alberto (GP); REDONDO CALVILLO, María de la O (GP); HOYO JULIÁ, Belén (GP); GONZÁLEZ TEROL, Antonio Pablo (GP); CORTÉS CARBALLO, Mario (GP); MARISCAL ANAYA, Guillermo (GP); LEDESMA MARTÍN, Sebastián Jesús (GP); ALMODÓBAR BARCELÓ, Agustín (GP); POSTIGO QUINTANA, Jesús Juan Bautista (GP); MORALEJA GÓMEZ, Tristana María (GP)

RESPUESTA:

En relación con la pregunta formulada, cabe señalar que ICEX España Exportación e Inversiones (ICEX) está desarrollando una serie de actividades en áreas fundamentales para la internacionalización de la automoción.

Así, en el sector del vehículo eléctrico, ha puesto en marcha un plan para apoyar la presencia de empresas españolas del ecosistema del vehículo eléctrico en China, el primer mercado mundial de este tipo de vehículos.

Para desarrollar la estrategia, ICEX firmó un convenio de colaboración con la asociación China EV 100, organización sin ánimo de lucro y thinktank, enfocado a la promoción y desarrollo del vehículo eléctrico; la asociación se presenta como una plataforma para la convergencia y colaboración innovadora entre los distintos campos de la investigación y comunicación y en la actualidad dispone de 174 miembros nacionales y 32 miembros internacionales. Los miembros de la organización incluyen agencias gubernamentales, OEM locales y foráneas, organizaciones sectoriales, empresas de la cadena de valor, etc. Con esta asociación, se han desarrollado ya 2 jornadas en 2019 y está prevista la realización de actuaciones adicionales, supeditadas en estos momentos a las restricciones impuestas por la COVID-19.

En el sector del vehículo tradicional, se está desarrollando el plan sectorial de la Industria Auxiliar de Automoción en colaboración con SERNAUTO, que incluye actividades de participación en ferias, misiones directas y planes de comunicación; dada la situación originada por la COVID-19, se están potenciando especialmente los planes



de comunicación, especialmente a través de la plataforma www.autopartsfromspain.com, con actuaciones tendentes a incrementar la visibilidad de la plataforma Autoparts from Spain y de las empresas integrantes en los canales adecuados de mercados estratégicos y a posicionar la marca “Autoparts from Spain” como marca de proveedores de componentes con máximos niveles de calidad, altamente competitivos y con fuerte carácter tecnológico, cuyos clientes objetivo son grandes constructores de vehículos, TIER1 y TIER 2, y grupos de distribución de recambios internacionales; al ser una campaña que se realiza en internet y redes sociales, su desarrollo en estos momentos se ha considerado prioritaria.

Madrid, 02 de junio de 2020

