



RESPUESTA DEL GOBIERNO

(184) PREGUNTA ESCRITA CONGRESO

184/12310

07/05/2020

27503

AUTOR/A: GONZÁLEZ COELLO DE PORTUGAL, Víctor (GVOX); TRÍAS GIL, Georgina (GVOX); JIMÉNEZ REVUELTA, Rodrigo (GVOX); REQUEJO NOVOA, Pedro Jesús (GVOX); SÁEZ ALONSO-MUÑUMER, Pablo (GVOX); CALVO LISTE, Pablo Juan (GVOX)

RESPUESTA:

En relación con la pregunta formulada, se informa que ICEX España Exportación e Inversiones (ICEX), como agencia estatal responsable de la promoción y apoyo a la internacionalización de las empresas españolas, realiza una labor conjunta de todas las empresas españolas, dentro de las que por supuesto se encuentra las castellano leonesa.

El Gobierno es consciente de la importancia del sector agroalimentario español y de su trascendencia económica. En 2019 se exportaron productos por valor de más de 50.000 millones de euros, con un crecimiento continuado en los últimos veinte años. Somos el primer país exportador de vino en volumen del mundo; el primer país productor mundial de vino ecológico; el primero también en la exportación de aceite de oliva y aceitunas; el cuarto en queso y en frutas y hortalizas. En definitiva, somos una potencia mundial en lo que a exportación agroalimentaria se refiere.

Así, ICEX apoya la internacionalización y diversificación de mercados de las empresas agroalimentarias españolas, dentro de las que por supuesto apoyamos también a las castellanoleonésas. ICEX ofrece un abanico amplio de instrumentos que siguen siendo especialmente útiles durante la pandemia. Además, se han creado otros instrumentos específicos adaptados al nuevo contexto:

- **Instrumentos específicos de promoción del sector agroalimentario a raíz de la pandemia:** ICEX ha desarrollado un abanico grande de instrumentos de apoyo al sector agroalimentario en sus más de cuarenta años de existencia. Muchos de ellos como los pabellones oficiales en las principales ferias del mundo (FOODEX, PROWEIN, EXPO ANTAD...); o las misiones de prensa



especializada, chefs o sumilleres a las principales regiones productoras españolas o de importadores a ferias como la Barcelona WineWeek el pasado mes de enero, no se podrán realizar en este nuevo contexto. Por ello, se han diseñado un conjunto de instrumentos adaptados a esta nueva realidad para seguir apoyando la internacionalización de las bodegas.

– **Acciones digitales**, que giran en torno a tres ejes:

- **Formación:** se ha diseñado el primer diploma integral de formación en vinos de España en inglés, que se impartirá on-line a partir del mes de septiembre de 2020 y que va destinado a formar profesionales y prescriptores de los principales mercados estratégicos para nuestros vinos (Estados Unidos (EEUU), Reino Unido, Alemania, Canadá, Japón, Corea del Sur y China). También se ha diseñado un programa de formación en gastronomía española dirigido a Escuelas Culinarias de todo el mundo, que fomenta la utilización de todos los productos de nuestra despensa por estos importantes prescriptores.

- **Catas y seminarios virtuales:** La promoción internacional del sector agroalimentario se intensifica a través del programa de seminarios y catas virtuales que ahora potencia y amplía su oferta de modalidades. Es un instrumento que permite, sin necesidad de desplazamiento alguno, llevar a los profesionales del sector el valor de todos los productos (vinos, aceites, quesos, productos gourmet...) y la gastronomía española, fomentar así el interés sobre nuestros productos en los mercados internacionales y facilitar a los distribuidores internacionales el contacto con las empresas españolas para que puedan pasar a formar parte de su cartera de clientes. En ambos casos, ya sea seminario o cata virtual, se han contemplado diferentes formatos con el objetivo de adaptarse de la mejor forma posible a las necesidades de los mercados y de los prescriptores y público profesional participante (importadores, distribuidores, responsables de compra del canal HORECA (hoteles, restaurantes y cafeterías), tiendas y grandes almacenes, escuelas de gastronomía y sumillería o periodistas especializados de medios de comunicación de todo tipo). Así, se consideran:

– Catas y seminarios virtuales con conexión punto a punto con la red de Oficinas Económicas y Comerciales. De esta forma, tanto los ponentes con experiencia y formación contrastada internacionalmente, como el público profesional asistente podrán ubicarse en los diferentes puntos de conexión ICEX para participar en la actividad.

– Catas y seminarios virtuales en multiconexión internacional. Ponentes y participantes serán convocados a través de una aplicación específica,





pudiéndose conectar desde sus respectivas empresas, en el lugar que ellos elijan para su asistencia.

- Agenda virtual Foods and Wines from Spain de reuniones personalizadas entre empresas e importadores, convocada al efecto y/o fijada tras la celebración de la cata o el seminario virtual.

En cada caso se adaptará el sistema de envío del producto para que la presentación y cata responda a la fórmula que mejor responda al evento concreto y posibilidades específicas de cada mercado.

- **Impulso al comercio electrónico:** es un canal que se quiere potenciar, para compensar la brutal caída del canal HORECA, una vía tradicional de comercialización de los vinos españoles. Los instrumentos que se van a utilizar son:
 - **Programa de formación y acompañamiento a las empresas en España:** esta iniciativa se desarrollará en colaboración con FIAB. Se pretende que las empresas puedan aprovechar los mercados electrónicos para exportar a nuevos mercados.
 - **Tiendas Foods & Wines from Spain en Amazon:** ICEX creó en 2017 cinco *market places* en España, Reino Unido, Francia, Alemania e Italia donde se venden exclusivamente productos españoles. La categoría con mejores resultados de ventas es la de vinos y se van a realizar campañas de promoción específicas en estas plataformas
 - **Desarrollo de acciones de promoción específicas en plataformas en China en las que ICEX ha firmado acuerdos de colaboración:** ALIBABA y JD.COM son dos de las plataformas donde se realizarán campañas de promoción de WinesfromSpain.
 - **Acciones dirigidas 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. Las convocatorias más clásicas de Foods and WinesfromSpain con el sector como la **SpanishWineWeek** en Irlanda o **EatSpainDrinkSpain** en Reino Unido se adaptarán a la situación específica del sector HORECA en ambos mercados para impulsar la presencia de los productos españoles en los restaurantes, vinotecas y tiendas gourmet que participan en estos eventos que se extienden a lo largo del otoño. Incluyen convocatorias dirigidas al público profesional y a consumidores como seminarios, catas guiadas, menús



maridados, promociones de productos en tienda, combinando las acciones presenciales con otras de carácter virtual.

También se contempla el establecimiento de una comunicación estrecha con las cadenas hoteleras y chefs internacionales interesados en la cocina española, escuchando sus necesidades de producto español para ampliar su oferta gastronómica en sus hoteles y restaurantes. El apoyo a través de la identificación de importadores locales de los productos de su interés, la participación en catas virtuales, etc. Se les implicará también en campañas de promoción en redes sociales, y se les plantearán retos gastronómicos, como pueden ser la fusión de platos españoles con productos autóctonos o su propia interpretación de recetas tradicionales españolas. Retos que también tendrán una repercusión comunicativa directamente sobre su negocio.

- **Revisión de los programas tradicionales de promoción agroalimentario:** ICEX colabora con un gran número de asociaciones y entidades sectoriales (INTERPORC, Consorcio del Jamón Serrano, Consorcio del Chorizo, INTERACEITUNA...) cofinanciando campañas de promoción específica en aquellos mercados de mayor potencial. Se ha realizado una revisión de estas campañas para adaptarlas a los canales de comercialización más eficaces en este nuevo contexto, especialmente el canal Retail y el canal on-line.

Por otra parte, cabe señalar que el Gobierno no realiza estimaciones macroeconómicas a un nivel inferior al nacional. En el caso de cada uno de los sectores productivos y las exportaciones, se puede asumir que el impacto en cada uno de ellos sería similar a su impacto a nivel nacional.

Para finalizar, se informa que las medidas específicas a tomar en materia de exportación post-crisis serán desarrolladas en el tercer Plan de Acción para la Internacionalización de la Economía Española 2021-2022, dentro del marco de la Estrategia de Internacionalización de la Economía Española 2017-2027.

Madrid, 08 de junio de 2020