



RESPUESTA DEL GOBIERNO

(184) PREGUNTA ESCRITA CONGRESO

184/23993

28/09/2020

58340

AUTOR/A: JIMÉNEZ REVUELTA, Rodrigo (GVOX); UTRILLA CANO, Julio (GVOX); BORRÁS PABÓN, Mireia (GVOX)

RESPUESTA:

El Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital informa de que el Gobierno de España ha presentado la estrategia España Digital 2025 con el objetivo de impulsar la transformación digital del país. Dicha agenda digital incluye un conjunto de ejes de actuación y medidas concretas que persiguen la digitalización del conjunto del tejido productivo, atendiendo por lo tanto a los distintos sectores de actividad, y poniendo el foco en el grueso del tejido productivo.

En este marco, se elaborará un Plan de Impulso de Digitalización de Pymes con el objetivo de acelerar los procesos de digitalización de las PYMEs, impulsando la adopción de las nuevas tecnologías en sus procesos productivos y el uso intensivo de datos. El Plan incluirá tanto (1) medidas transversales de alto valor añadido, que aporten economías de escala y eficiencias al uso de los fondos públicos para abordar situaciones estructurales que retrasan la digitalización del país, como (2) el desarrollo de capacidades e instrumentos con los que contribuir, complementar y acelerar las distintas iniciativas sectoriales en materia de transformación digital.

Por su parte, el Programa Acelera PYME, articula medidas en distintos ámbitos de la digitalización y la transformación digital de las empresas. Medidas por valor de 250 M€ en el ámbito tecnológico. De este presupuesto, 36 M€ se destinan a programas de Talento, 14 M€ a Transformación digital de la PYME, 130 M€ al desarrollo tecnológico en Inteligencia Artificial y otras tecnologías habilitadoras, 55 M€ al impulso de la economía del dato y contenidos digitales y 15 M€ al apoyo de emprendimiento.

El programa está compuesto por diferentes iniciativas que persiguen un triple objetivo: acelerar el proceso de digitalización de las PYMEs desde el asesoramiento y la formación, establecer medidas de apoyo a la creación de soluciones tecnológicas para la



digitalización de las PYMEs e instaurar medidas de apoyo financiero para la digitalización de las PYMEs.

Por otro lado, cabe indicar que ICEX España Exportación e Inversiones ha readaptado sus instrumentos al contexto actual derivado de la crisis sanitaria.

El sector del calzado, antes de la crisis originada por el Covid-19, ya planteaba grandes retos para adaptarse a la nueva realidad económica y a las necesidades del consumidor actual: la coexistencia de la distribución tradicional con la venta on-line, la crisis global del canal multimarca, la necesidad de poseer una logística capaz de enviar el producto al consumidor en el menor tiempo posible, etc. La crisis sanitaria originada por el coronavirus ha agravado la situación y acentuado estas carencias.

En estos momentos es urgente acometer estos retos, aumentar la velocidad con la que el sector absorbe las nuevas tecnologías y acelerar la transformación digital de las empresas. Solo así podrán mejorar su competitividad internacional.

En este sentido, ICEX está apoyando iniciativas tendentes a paliar la ausencia de las empresas del sector en grandes eventos. En aquellos casos en los que la propia organización ferial lo sustituye por un certamen on-line, se está organizando y facilitando la participación de las empresas españolas. En aquellos casos en los que la feria o el evento finalmente se realice en mercados clave, se está estudiando la posibilidad de participar, sin necesidad de que el personal de la empresa asista desde España, a través de distribuidores o showrooms que puedan representar a las empresas españolas.

En resumen, desde ICEX:

- Se apuesta firmemente por potenciar y aumentar la presencia de las marcas de calzado en el exterior a través de los distintos canales digitales. Se ha llegado a acuerdos con plataformas B2B, dirigidas a poner en contacto a las empresas con profesionales (compradores, distribuidores, representantes, etc. como JOOR, The Brand Circular y Iloveplaytime para que las empresas españolas accedan en condiciones preferentes a las mismas.
- Se han realizado acuerdos con plataformas B2C aquellas que ponen en contacto a las marcas directamente con los consumidores finales. Se ha llegado a un acuerdo con la plataforma B2C Zalando, para poder lanzar programas que potencien nuestras marcas. Zalando es la plataforma de moda B2C que más se adapta a la mayoría de las empresas españolas por posicionarse en un segmento medio-alto y cuidar especialmente la imagen de las marcas (tanto de calzado como de confección).





- Se ha puesto en marcha el programa ICEX-Influencer que posibilita el acceso de las empresas de todos los sectores de la moda, confección, calzado, bisutería y demás accesorios, a influencers en los mercados de Alemania, Estados Unidos de América, México, Rusia y China.
- ICEX, a través de su red de Oficinas Comerciales en el exterior, continúa realizando gestiones con las principales ferias del sector del calzado por si finalmente tienen una edición presencial, con el fin de mejorar el posicionamiento de las empresas españolas, obteniendo información sobre tendencias, novedades y demás datos relevantes para las empresas de calzado en ese mercado.
 - Oficina Comercial de Milán: Contacto continuo con los organismos feriales de MICAM y Garda Shoes.
 - Oficina Comercial de Dusseldorf: gestión constante con la organización de Gallery Shoes.
 - Oficina Comercial de Moscú: interlocución con las ferias Obuv Mir Kozhi y Euro Shoes.
 - Oficina Comercial de Nueva York, las ferias Magic de Las Vegas y Sole Commerce de Nueva York,
- Además de estas ferias que organizan eventos exclusivos de calzado, ICEX, a través de sus Oficinas, también organiza la participación de las empresas de calzado en eventos de moda que incluyen calzado, confección, bolsos, bisutería y demás accesorios. Con Messe Frankfurt, organizamos la feria Neonyt de moda sostenible en la que participan empresas de calzado respetuoso con el medio ambiente.
- El calzado infantil también está presente en actividades dirigidas a promocionar la moda infantil. En este sentido, con la organización ferial de PlayTime, empresa con sede en París, organizamos las ferias Playtime de Nueva York y Playtime de Shanghai.
- Distribución y Agentes Comerciales de calzado de cada país. Cada Oficina Comercial dispone de bases de datos con los que ayudar a las empresas españolas que solicitan ayuda en este sentido. Además, se les convoca a las actividades de promoción que en ese país se realizan.
- Se está en contacto con la prensa especializada en el sector: revistas como Footwear News y Footwear plus, Footwear Insight, WWD desde Nueva York, Textil Wirtschaft, Schukurier, Schumarkt, Shoez desde Alemania, Business of fashion, Drapers en Reino Unido, o Edizione AF en Italia.



- Finalmente, el Real Decreto Ley 11/2020, de 31 de marzo, habilitó a ICEX para la devolución, a costa de los presupuestos de la Entidad, de las cuotas abonadas por las empresas por su participación en actividades canceladas o pospuestas debido al COVID19. 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 epidemia.

Madrid, 29 de octubre de 2020