

**Instituto Español
de Comercio
Exterior**



POLITICA DE PROMOCIÓN SECTORIAL

Cartagena de Indias – Septiembre 2005

» ESTRUCTURA SECTORIAL DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA

✧	SECTOR INDUSTRIAL	31,2% PIB
✧	SECTOR SERVICIOS	66,2% PIB
✧	AGRICULTURA Y PESCA	3,6% PIB

- » IMPULSO A LA PROMOCIÓN SECTORIAL CON EL FIN DE :
- ❖ VERTEBRAR EL SECTOR
 - ❖ CREAR IMAGEN SECTORIAL, LO QUE BENEFICIA A TODO EL SECTOR EN SU CONJUNTO - MAXIMIZAR EL NÚMERO DE EMPRESAS BENEFICIARIAS
 - ❖ CONSEGUIR MAYOR IMPACTO GLOBAL

» LAS ASOCIACIONES DE EXPORTADORES
SECTORIALES

- ❖ LEY QUE FAVORECIÓ EL ASOCIACIONISMO SECTORIAL
- ❖ ICEX TRABAJA CON CASI 150 ASOCIACIONES
- ❖ DISTINTOS TIPOS DE ASOCIACIONES EN FUNCIÓN DE REPRESENTATIVIDAD DEL SECTOR, ESTRUCTURA, ETC...

» PLANES SECTORIALES

- ❖ PLAN DE ACTIVIDADES COORDINADAS DE PROMOCIÓN DE UN SECTOR, DESARROLLADO POR UNA ASOCIACIÓN SECTORIAL
- ❖ DEBE TENER OBJETIVOS CUANTIFICABLES
- ❖ DEBE CONTAR CON UN CONTROL DE RESULTADOS
- ❖ ESTRATEGIA A TRES AÑOS

» PARTICIPACIONES AGRUPADAS

- ✧ PARTICIPACIÓN COLECTIVA EN UNA FERIA SECTORIAL GESTIONADA POR LA ASOCIACIÓN SECTORIAL

- ✧ IMAGEN COMÚN DE CALIDAD

» MISIONES COMERCIALES

- ✧ DIRECTAS : VIAJE COLECTIVO DE EMPRESARIOS ESPAÑOLES DE UN MISMO SECTOR A UN MERCADO CON ESCASA INTRODUCCIÓN SECTORIAL

- ✧ INVERSAS : VIAJE COLECTIVO A ESPAÑA PARA VISITAR CENTROS, ZONAS DE PRODUCCIÓN Y FERIAS NACIONALES :
 - CREADORES DE OPINIÓN
 - COMPRADORES

» JORNADAS TÉCNICAS

- ❖ ACTIVIDADES DE CARÁCTER FORMATIVO E INFORMATIVO

» OTRAS ACTUACIONES DE PROMOCIÓN

- ❖ PRESENTACIONES COLECTIVAS
- ❖ DIRIGIDAS A LA DISTRIBUCIÓN Y A PERIODISTAS EXTRANJEROS
- ❖ ORGANIZADAS POR ASOCIACIONES GENERALMENTE
- ❖ TIPOS : DEGUSTACIONES, CATAS, DESFILES, SHOW-ROOMS, SEMINARIOS

Ej. PLAN SECTORIAL AZULEJO 2003 : ASCER

PLANES SECTORIALES

País

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • REINO UNIDO - Año 2003 • FRANCIA - Año 2003 • EEUU - Año 2003 | <p>4º Año de campaña con Ag. de RR.PP.</p> <p>9º Año de campaña</p> <p>2ª Año de campaña</p> |
|---|--|

ACTIVIDADES SECTORIALES

PROMOCIÓN CEVIMASA
 ANUARIO AZULEJO
 MANTENIMIENTO PORTAL WEB
 RESERVA FOTOGRÁFICA
 CERASPAÑA INTERNACIONAL
 CERASPAÑA ALEMANIA
 ACTIVIDADES CENTRO EUROPA
 ACTIVIDADES ESTE EUROPA

FERIAS PARTICIPACIÓN AGRUPADA

FPA BUDMAN - POLONIA (24-27 Enero)
 FPA CERSAIE - BOLONIA (30 sept - 5 oct.)
 FPA SURFASES - LAS VEGAS (29-31 enero)
 FPA TILEX -DESIGN BUILD - SIDNEY (mayo)

MISIONES

MISIONES INVERSAS CEVISAMA
 MISIONES INVERSAS CEVISMA
 (Planes Sectoriales)



» PLANES SECTORIALES - DATOS

		<u>2002</u>
Nº SECTORES APOYADOS	→	141
Nº PAÍSES	→	123
Nº ACCIONES PROMOCIONALES	→	1.083

» PLANES SECTORIALES - DATOS

<u>DESCRIPCIÓN</u>	<u>Nº ACCIONES</u>
PABELLONES OFICIALES	97
PARTICIPACIONES AGRUPADAS EN FERIAS	301
MISIONES COMERCIALES DIRECTAS	251
MISIONES COMERCIALES INVERSAS	105
PROMOCIONES/DEGUSTACIONES/DESFILES	42
JORNADAS TÉCNICAS Y SEMINARIOS	30
CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD	37
RELACIONES PÚBLICAS	76
MEDIOS DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN	93
ESTUDIOS DE MERCADO	18
OTRAS ACCIONES PROMOCIONALES	32
TOTAL	1082

» PRIORIZACIÓN DE SECTORES

- ✧ CASI 150 SECTORES REPRESENTADOS POR SUS RESPECTIVAS ASOCIACIONES QUE SOLICITAN APOYO DEL ICEX

- ✧ RECURSOS DESTINADOS A LA PROMOCIÓN SECTORIAL LIMITADOS
 - NECESIDAD DE DISEÑAR UN SISTEMA QUE PERMITA ASIGNAR EFICIENTEMENTE LOS RECURSOS PARA LA PROMOCIÓN SECTORIAL

» **PRIORIZACIÓN DE SECTORES**

⇨ **DOS GRANDES GRUPOS DE FACTORES SE ANALIZAN**

★ **CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR**

★ **CARACTERÍSTICAS DEL PLAN SECTORIAL
PRESENTADO AL ICEX**

» **PRIORIZACIÓN DE SECTORES**

★ **CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR**

- ❖ **DIMENSIÓN E IMPORTANCIA DEL SECTOR**
- ❖ **DINAMISMO SECTORIAL**
- ❖ **POTENCIAL EXPORTADOR DEL SECTOR**
- ❖ **DINAMISMO EXPORTADOR DEL SECTOR**
- ❖ **COMPETITIVIDAD INTERNA DEL SECTOR**
- ❖ **CAPACIDAD Y OPORTUNIDAD DE COMPETIR EN LOS MERCADOS EXTERIORES**

» PRIORIZACIÓN DE SECTORES

* CARACTERÍSTICAS DEL PLAN SECTORIAL

- ❖ CARACTERÍSTICAS DE LOS PARTICIPANTES EN EL PLAN SECTORIAL
- ❖ IMPORTANCIA Y EFECTO DE LA INVERSIÓN TOTAL ICEX EN EL SECTOR
- ❖ COFINANCIACIÓN DEL PLAN SECTORIAL
- ❖ RESULTADOS DEL PLAN SECTORIAL EN FASES ANTERIORES Y COHERENCIA DEL PLAN CON LAS POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS ICEX
- ❖ CALIDAD Y VIABILIDAD DEL PLAN DE MARKETING PRESENTADO
- ❖ CARACTERÍSTICAS DE GESTIÓN DE LA ASOCIACIÓN Y TRAYECTORIA DE COLABORACIÓN ICEX

» LA INFORMACIÓN SECTORIAL

- ❖ EXPERTOS SECTORIALES EN ICEX Y EN OFECOMES Y CENTROS DE PROMOCIÓN

- ❖ PORTAL ICEX

- ❖ WEBS SECTORIALES
 - MODA
 - VINO

**Instituto Español
de Comercio
Exterior**



POLITICA DE PROMOCIÓN SECTORIAL

Cartagena de Indias – Septiembre 2005