



INFORME
DE FERIA

2021



Playtime + Kid's Hub New York

Nueva York
1-3 de agosto de 2021

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Nueva York

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



INFORME
DE FERIA

30 de agosto de 2021
Nueva York

Este estudio ha sido realizado por
Cristina Romero Serrano

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Nueva York

<http://Estadosunidos.oficinascomerciales.es>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 114-21-013-8



Índice

1. Perfil de la Feria	4
1.1. Ficha técnica	4
2. Descripción y evolución de la Feria	6
2.1. La feria en cifras	7
2.2. Participación española	8
3. Tendencias presentadas en la Feria	9
4. Valoración	10
4.1. Comentarios de las empresas	11
4.2. Recomendaciones	12
5. Anexos	14
5.1. Direcciones de interés	14
5.2. Plano de la feria	15
5.3. Fotografías de la feria	16
5.4. Publicaciones del sector	18



1. Perfil de la Feria

1.1. Ficha técnica

Esta edición de agosto de 2021, Playtime New York, la feria de moda infantil de gama media-alta, se ha realizado en conjunto de Kid's Hub, una feria que acoge a marcas más comerciales y que solía hacerse en Las Vegas.

PLAYTIME + KID'S HUB NEW YORK

Fechas de celebración del evento	1, 2 y 3 de agosto de 2021 (23ª edición)
Fechas de la próxima edición	13, 14 y 15 de febrero de 2022
Frecuencia	Bianual (febrero y agosto)
Lugar de celebración	Metropolitan Pavilion 125 W 18th Street – New York, NY 10011
Horario de la feria	Domingo 1 y lunes 2: de 9:00 a 18:00 Martes 3: de 9:00 a 16:00
Precios de entrada	Gratuita. El registro puede hacerse a través de internet o en el recinto ferial. El acceso está reservado al público profesional.
Precios del espacio	Como referencia, en esta edición el expositor más pequeño, de 7x10 pies (2x3 m2) fue de: <ul style="list-style-type: none"> • Sin apoyo ICEX: \$4.010 (sin impuestos), unos 3.400€. • Con apoyo ICEX: entre 2.612 y 2.900€, en función de las veces que la marca haya participado en la feria.
Sectores y productos representados	Moda infantil; confección infantil; calzado infantil; accesorios; ropa de hogar y otros artículos relacionados.
Medios de transporte	<u>Autobús</u> : líneas M5, M7 y M20. <u>Metro</u> : la parada más cercana es 18th Street de la línea 1. <u>Uber</u> : la organización de la feria tiene un convenio con la compañía para ofrecer descuentos a los nuevos usuarios.
Nº de expositores	65 marcas en Playtime 80 marcas en Kid's Hub



Nº de visitantes	Entorno a los 2000 (sin datos oficiales).
Tipo de visitantes	Compradores, agentes, prensa y otros profesionales del sector.
Ferias relacionadas	Playtime Shanghai (12 – 13 de julio de 2021 en Shanghai). Playtime Paris (29 – 31 de enero de 2022 en París).
Restricciones por Covid-19	Mascarilla obligatoria durante la visita a la feria.

ICEX



2. Descripción y evolución de la Feria

Playtime New York es una de las ferias más relevantes de moda infantil a nivel internacional. Forma parte del grupo Playtime, que organiza ferias en varias localizaciones internacionales como Tokio o Shanghái. Todas ellas se centran en la exclusividad y alta calidad de los diseños y tejidos de las marcas que participan, orientadas a un público de renta media-alta. En Estados Unidos, las ferias de Playtime las organiza la empresa Picaflor Inc.

Pese a la incertidumbre generada por la Covid-19 en Nueva York, Picaflor, anunció tras la edición de febrero de 2021, que planeaba realizar la edición de agosto 2021 de manera presencial. Las dos últimas ediciones de las ferias –agosto 2020 y febrero 2021–, fueron eventos digitales en formato webinar y con una plataforma digital de soporte para las marcas participantes.

Para esta edición, Picaflor ha organizado la **feria conjunta de Playtime New York y Kid's Hub**. La incorporación de Kid's Hub se debe a que es una feria de moda infantil que abarca a marcas de nivel de calidad menos alto que Playtime. Hasta 2020 ese segmento de precio y calidad era satisfecho por Children's Club, una feria de moda infantil organizada por Informa Markets de manera simultánea a las grandes ferias de moda de Estados Unidos (Coterie y MAGIC, entre otras). Con la pandemia y los cambios estratégicos de Informa Markets, se ha disuelto, quedando un espacio del espectro de la moda infantil sin satisfacer.

A su vez, Playtime intentó entrar en ese segmento de nivel medio en 2019 con la creación de Kid's Hub en Las Vegas, celebrada simultáneamente a MAGIC (feria del mismo nivel de precio y calidad, pero de moda adulta). Al desaparecer Children's Club, Playtime ha visto la oportunidad de atraer a las marcas de esa feria organizando Kid's Hub en conjunción con Playtime.

Muchas de las marcas que tradicionalmente participan en Playtime New York son de origen europeo, con lo que se encuentran afectadas por la apertura de fronteras de Estados Unidos, cerradas desde marzo de 2020. El acuerdo con Kid's Hub amplió el espectro de marcas participantes, anteriormente muy selectivo en cuanto a segmento medio-alto y exclusivo.

Desde hace años, la feria de Playtime New York es **muy importante para las marcas españolas** en Estados Unidos. Por ello, la primera edición presencial desde la crisis sanitaria contó con una **convocatoria para participar con apoyo del ICEX**. Pese a que en ediciones anteriores el ICEX organizaba un pabellón oficial de España que atraía a un gran volumen de marcas – 18 en febrero de 2019–, esta edición ha tenido una participación española menor porque solo eran animadas a participar aquellas marcas con agente propio en Estados Unidos. Por ello, el apoyo ICEX ha desarrollado un apoyo individual a las marcas, cada una con su propio expositor.

Seguidamente, el personal de la oficina fue a visitar y a entrevistarse con las empresas españolas, tanto a las que acudieron con el ICEX como las que acudieron de manera independiente, para ofrecer su apoyo en futuras ediciones.

2.1. La feria en cifras

En esta edición de agosto han participado **145 firmas**, frente a las 199 marcas que participaron en febrero de 2019. La presencia española ha sido del 2%, representada a través de cuatro marcas – dos con apoyo ICEX y dos de manera independiente–, muy inferior al 14% de febrero de 2019. Las marcas españolas se han visto afectadas, y en general las europeas y de ciertos países como Brasil o Canadá, por la restricción de entrada a Estados Unidos de viajeros internacionales.

En cuanto a los visitantes, la feria recibe **normalmente más de 2000 visitantes profesionales**. Todavía no se han publicado los datos actualizados, pero es posible que muchos de los compradores extranjeros no hayan podido acudir por las restricciones de entrada al país. Según datos de la última edición física, **un 93% procede de América**, un 3% de Europa y un 4% del resto del mundo. Así que, según lo anterior, se puede inferir que los compradores pudieron rondar las cifras anteriores.

Dentro de los visitantes americanos, los estados que están más representados normalmente son: **Nueva York (49%)**, Nueva Jersey (11%), Florida (6%), California (6%) y Pensilvania (4%). Los compradores más importantes son:

- ABC Carpet & Home (NY)
- Arcade Kids (TN)
- Babesta (NY)
- Bergorf Goodman (NY)
- Born Yesterday (NY)
- Bottie Boolittle (CA)
- Eggy (CA)
- Elegant Child (NY)
- English Rabbit (CA)
- Flying Colors (NJ)
- J.Crew (NY)
- Juvenile Planet (NJ)
- La Di Da (CA)
- Lubelle (NJ)
- Maisonnette (NY)
- Mini Dreamers (CA)
- Mon Ami (AL)
- Over The Ocean (CA)
- Panda and Club (NY)
- Petit Ami (CA)
- Saks 5th Avenue (NY)
- SCOUT (TN)
- The Red Balloon (IL)
- The Shoppe Miami (FL)
- The Tot (TX)
- Tuts and Suspenders (NY)
- Wee Mondine (CT)
- Young Timers (NY)
- Yoya (CA)



Los medios de comunicación y agencias de marketing que cubrieron el evento fueron muy variados: Actu Baby, Baby & Junio (B&J), CWB, Earnshaw's, Fashion Snoops, GMA China, Kid's Wear, Lemon, Les Confettis, Milk, Nouveau Modelle, Pirouette, Poster Child, Sciamparello, Sissi World, Testille Addict, The Mum Club (TMC).

2.2. Participación española

Como ya se ha mencionado, la participación española ha sido muy reducida en esta edición. El ICEX participó en la feria a través de dos stands, ambos incluidos en la sección de Playtime, en vez de Kid's Hub:

- Napaani
- Small Dreamer, del Grupo TCN.

Los expositores de las marcas españolas estuvieron dispuestos en la zona "eco" del pabellón feria, que acogía a las marcas de materiales orgánicos y prácticas sostenibles.

Además de estas dos empresas, otras dos marcas españolas participaron de manera independiente: Bean's Barcelona y *Coco au lait*. Otras dos, actualmente gestionadas por sus agentes estadounidenses, no participaron en la feria, pero sí recibían citas en los *showrooms* de sus agentes: Boboli y Nanos.

El plano de distribución de las marcas se puede consultar en el apartado '5. Anexos'.

3. Tendencias presentadas en la Feria

Normalmente, la feria de Playtime presenta un programa en cada temporada que destaca tres temas, distribuidos en espacios de tendencias, eventos y exhibiciones. Este año, la feria ha organizado espacios de tendencias y exhibiciones, pero no ha habido eventos por seguridad sanitaria ante la Covid-19.

Los espacios de tendencias han sido dos:

- *Sol*: una selección de fotografías y prendas luminosas, refrescantes y de inspiración libre, que defiendan el brillo, la desaceleración del tiempo, de los momentos sencillos como un tranquilo picnic, que reflejan el deseo de disfrutar de la tranquilidad.
- *Illume*: otra composición de prendas y fotografías, pero esta vez con una terapia de colores prismáticos que invita a participar de un espacio de perspectivas y alucinaciones. Estampados en arcoíris añaden un toque de color a una colección de colores pastel. La imaginación no tiene límite, y abarca todas las formas representadas en las nubes y el cielo.

Asimismo, en la zona de exhibiciones, se han tratado dos temas de la mano de dos fotógrafos. Por un lado, Benjamin Bouchet, creó una exposición visual llamada *Wild* (en español "salvaje"), la cual explora las posibilidades que la jungla brinda a la libertad, creatividad y diversidad infantil. Por otro lado, Zoe Adlersberg, con varios años de colaboración con Playtime, hizo una exposición ambientada en el tema de *Illume*. Estas exposiciones estaban en la zona del restaurante y en el espacio de tendencias.

4. Valoración

La feria de Playtime New York es un evento **muy interesante** para las marcas españolas que quieran **introducirse en el mercado estadounidense**. En la moda infantil, el tacto de los tejidos y la evaluación de los acabados es muy importante para los compradores, por lo que acudir a una feria presencial es fundamental. Por las características de esta feria (desde la selección de las marcas hasta las pequeñas dimensiones del recinto), los compradores pueden en tres días analizar de manera minuciosa las colecciones de todas las marcas, incluidas las nuevas.

Además, Playtime se encarga de tener una variedad de estilos y que no haya dos marcas iguales. Así, toda la selección es de gama media-alta, pero los diseños y estilos son distintos, con lo que se fomenta que un mismo minorista pueda complementar comprando producto de muchas marcas.

Sobre el **perfil de los compradores** que acuden, son en general minoristas, mayoristas y distribuidores. Según datos de la organización, la mayoría son de Nueva York y Nueva Jersey, pero también acuden de estados colindantes (Massachusetts, Connecticut y Pensilvania), y de estados más lejanos (Florida y California). Dentro de la zona de Nueva York y Nueva Jersey, existen **dos comunidades muy importantes** en la industria de la moda infantil: la **judía ortodoxa** y la **rusa**. La primera de ellas es tan importante que la propia feria comienza siempre en domingo porque los judíos no pueden trabajar en *Sabbat* (sábado).

Por un lado, una gran parte de los minoristas de moda infantil son tiendas regentadas por mujeres judías ortodoxas, lo cual define el estilo y los patrones de compra del segmento en general. De estilo más conservador, buscan en la moda infantil estampados, fruncidos y calidad, por lo que acogen precios altos. Se rigen con las tradiciones y las normas judías, con lo que es importante revisarlas. Por poner un ejemplo, una de las normas más relevantes en cuanto a moda es que no pueden llevar prendas que combinen lino y lana. Asimismo, para aquellas marcas con una línea complementaria de confección de mujer, es importante que se abstengan de transparencias, faldas cortas, mangas cortas o que enseñen los codos, escotes y colores llamativos.

Por otro lado, la comunidad rusa busca productos más casuales y cómodos, pero también ropa muy vistosa para eventos especiales. Los colores son más estridentes (en especial rojo, negro, rosa, blanco y gris), con mayor ornamentación y detalles, aunque sus precios de compra tienden a ser inferiores a los del grupo anterior. No se apreció presencia suya en la feria, pero se entrevistó a una agente de una marca española que, en vez de acudir a la feria, acogía a citas en su propio *showroom* los mismos días del evento.



4.1. Comentarios de las empresas

El departamento de Moda de la Oficina Económica y Comercial de España en Nueva York se entrevistó con una de las dos empresas españolas que participaron con ayuda del ICEX. Se trata de una marca que viene acudiendo desde hace 7 ediciones y que, como en anteriores ocasiones, ha quedado muy satisfecha con los resultados comerciales de la feria.

En su valoración sobre la organización del evento, quedó satisfecha con la localización de su expositor dentro del pabellón ferial, pero tiene dos apuntes que ha transmitido al ICEX:

- 'Pedir a la Feria nos apoyen en la hora de comer con al menos sándwich y una bebida para dos personas.'
- 'Intentar que haya más número de visitantes sobre todo de México y Canadá además de Suramérica.'

En cuanto al primer apunte, cabe destacar que la feria tiene un pequeño restaurante estilo bufé con dos opciones de base y una selección de aderezos o ingredientes a añadir. El plato ronda los 18-20 USD, pero los ingredientes para añadir están pensados para visitantes judíos, musulmanes, veganos o celíacos. Es la única opción dentro del recinto, pero éste se encuentra en una zona muy concurrida de cadenas de restaurantes y bares.

En referencia al segundo apunte, la localización de la feria suele atraer a compradores de la zona este de Estados Unidos, porque existen ferias, aunque no tan consolidadas, en la costa oeste. Cada vez se está tendiendo a la regionalización de las ferias de moda infantil porque las grandes ferias tienen un coste elevado de traslado (suelen ser en Nueva York y Las Vegas). Como feria complementaria, existe una en Los Ángeles que se comentará en el próximo apartado.

Por último, la marca quiso destacar la importancia del apoyo que brinda el ICEX para los participantes españoles. La dueña de la marca asegura que, aunque la feria tiene un gran peso en sus ventas, seguirá acudiendo solo si es con apoyo ICEX, por los costes que supone (mencionados en el apartado '1.1. Ficha técnica').

4.2. Recomendaciones

Es muy aconsejable que las marcas españolas se preparen para la feria de manera previa y en los siguientes aspectos:

- **Análisis previo de la demanda**, evaluando las marcas que suelen acudir a la feria de manera recurrente. Así, se puede identificar estilos, colores y tendencias de los potenciales compradores estadounidenses.
- **Envío de una invitación a la base de clientes existentes**. Realizar una campaña de contacto con los clientes, enseñándoles avances de colección, favorece que acudan y que sea más sencillo agendar y distribuir las visitas.
- **Preparación del material físico**. Es importante que las marcas traigan impreso:
 - Material promocional: cartel grande con el logo y fotos, carteles con los atributos de marca. La mayoría de los expositores de marcas individuales tienen fotos de la nueva colección y hacen alarde de los valores de la marca.
 - Lookbook: es el catálogo tradicional, con todas las imágenes de la colección, las referencias y los precios.
 - Line sheets: muy utilizadas en Estados Unidos, es una relación de todas las prendas de la colección, agrupadas por familias de diseño y material, en el que aparecen las imágenes y debajo el número de referencia, los colores disponibles y las tallas. Además, es recomendable una descripción de cada familia de producto y una estimación de tiempos de entrega.
 - Listado de precios landed en dólares americanos: bien en catálogo, o un mero listado con las referencias, es importante que los precios sean *landed*, lo cual significa que incluyan los costes de transporte internacional, el seguro, el despacho de aduanas y el transporte local hasta los almacenes del comprador. Es importante que este precio sea en dólares, y se recomienda indicar el precio de venta recomendado (PVP).
 - Tarjetas de visitas con datos de contacto de la marca, preferiblemente nominativas.
- **Identificación de potenciales compradores** de la zona (Nueva York, Massachusetts, Connecticut, Pensilvania y Nueva Jersey), y de los estados más representados según datos de la organización del evento (Nueva York, Nueva Jersey, Florida, Pensilvania y California). Se recomienda identificar a posibles compradores y enviarles una presentación de la marca y de la colección, para animarlos a acudir y a tener una reunión con la marca. Se puede comenzar por la pequeña selección desglosada en el apartado '2.1. La feria en cifras'.
- **Preparación del expositor**. La asignación de los expositores se hace con un poco de antelación, con lo que se puede hacer una composición y diseño del espacio para poder hacer una decoración atractiva. Es una feria en la que los expositores dedican tiempo en colocar los productos, la decoración y los mensajes de marca.

Además de estas recomendaciones, cabe destacar que la edición de febrero de 2022 también va a ser conjunta de Playtime y Kid's Hub. Kid's Hub era un evento independiente que se solía realizar en Las Vegas hasta el 2019. Estos dos últimos años ha tenido edición virtual, y ahora se ha creado **Kid's Hub New York** como feria recurrente. Por ello, se recomienda valorar esta feria para el segmento de marcas más comerciales. Para más información: <https://gotokidshub.com/>.

Por otro lado, es recomendable **valorar la feria LA Kids Market** para cubrir la demanda de la costa oeste. La próxima edición es del 10 al 13 de octubre de 2021, y se organiza en el California Market Center. Para más información: <https://www.californiamarketcenter.com/lakidsmarket>.

Por último, así como las ferias presenciales son importantes, se pueden complementar con el canal *online*. Playtime ofrece, además de sus ferias en tres ciudades (Nueva York, París y Shanghái), la participación en su **marketplace B2B digital**, que agrupa a 420 marcas y a una base de 7.000 compradores internacionales. Para más información: <https://playtime-online.eventsunited.net/#/>.

ICEX



5. Anexos

5.1. Direcciones de interés

PLAYTIME NEW YORK

Metropolitan Pavilion

125 W 18th Street

New York, NY 10011

Web: <https://www.iloveplaytime.com/>

General Managers:

EVENTS DIRECTOR

Chantal Danguillaume - chantal@iloveplaytime.com

SALES MANAGERS

Floriane Straklan – floriane@iloveplaytime.com

US SALES TEAM

Louise Connor & Clare Posnack - exhibitus@iloveplaytime.com



OFICINA ECONOMICA Y COMERCIAL DE LA EMBAJADA DE ESPAÑA

The Chrysler Building

405 Lexington Ave, 47 FL

New York, NY 10174

Tel: +1 (212) 661 4959

Fax: +1 (212) 972 2494

Consejero Comercial: Bruno Fernández Scrimieri (nuevayork@comercio.mineco.es)

Director de Moda y Hábitat: Carlos Galtier del Val (cgaltier@comercio.mineco.es)



5.2. Plano de la feria

KID'S HUB NEW YORK

404 Andy & Evan Industries	409 Play Hoopz	431 Next Synt
414 Appaman	422 Flower By Zoo	402 Old Soles
406 Autumn Customers Kids	408 For All Seasons	405 Guit LA, LA! Couture
408 Baby Bar & Co. Three Hearts Modern Teaching Accessories	401 Individual Kids Patch Kids Trunk	410 People Footwear
403 Baby Chibi Chic	418 Herboursdrama	408 Peach Peanut
407 Baby Dora Insearth Bunnies the New York	404 Hushabye	404 Sara's Prints Midgreen
409 Baby Steps with Baby Jet	410 Image Collection	402 Shade Critics
407 Bari Lynn	404 Jack Thomas Ink and Kelly	405 Sparkle by steepler Linenapple Tween style
410 Belle Delfi Girl	419 Jackie	404 Splendid
404 Biz & Sis	407 Norange	402 Stella Cove
406 Book Arts	400 Les Tout Petits	411 Sub, Urban Not Jane Dobby
411 Brian Bowen and Company	402 Lila & Rosa	404 Suburban
402 Candy Pink	402 Magenta Me	400 Sweet Bubbles
406 Chaser	402 Madhu Sugar	409 Sweet Ink
406 Cheryl Creations Kids	409 Mother's Boutique	410 TLDNE Cool baby
408 DLM Premium Design	404 Miu Matte	408 Toy Treasures Zuni Games
409 Doll Creations	404 Nihil	417 Tiny Whiskers Page Lovers
408 EGG 47 Sewing	409 Lemon kids	408 Tractor Jeans
403 Fairwell	418 Mini malina	405 Vintage Humans

GET THE FLOORMAP

ORDER ALL YEAR ROUND ON THE B2B MARKETPLACE

playtime

NEW YORK

405 A Muffin in the Oven	400 Koolhaas	408 Papadimitriou
404 Abril Flores ME	404 Nanao	406 Perengia Kidswear
406 Amelle et Sophie	400 Linus Feunder	402 Petta Maddy
402 Angel Deer	409 Love Bubby	402 Petta Laura
409 Anna & Ava	409 Harrie Day	407 Pinesapple Sunshine
406 Atelier Paraphel	409 Huggle Hoody	404 Pink Chicken
403 Belle Ink	407 Huggly	406 Pink Peony Kids
405 Camper	400 Hm Color	407 Planet Sea
404-403 Chemique's Corp	402 Insepoint organic	400 Poupette
400 Cocoon En Fern	400 Noona	402 Republic of Pygals
414 Coco de Lait	400 No Wiggle	404 Showroom Lab
402 Cocoon	404 Poppy	401 Small dreamer
400 Coralline's Beachwear	400 Nourmatine	407 Ted Collection
409 Deer Sophie	403 Orlino 31 Special Day T-Love	408 BenPolo
402 Dinae Sozide	411 Oh baby!	409 The Olsens
407 Elena	410 Olga Valentina Swimwear	400 Tom
407 Feather & Arline	400 Posing Magic Little Fashion People	402 Tok Ink kids
409 Fun Fun	400 Paper Caps	407 TukTuk Designs
408 Haha Love	400 Petachoo	409 Vajit
409 Hug kid		404 You' n' me!
404 Kikka-Panna		

Orange dots are for organic collections

5.3. Fotografías de la feria

PASILLO DEL RECINTO FERIAL



EXPOSITOR DE LA MARCA SMALL DREAMER (1)



EX



EXPOSITOR DE LA MARCA SMALL DREAMER (2)



EXPOSITOR DE LA MARCA NAPAANI (1)





EXPOSITOR DE LA MARCA NAPAANI (2)



5.4. Publicaciones del sector



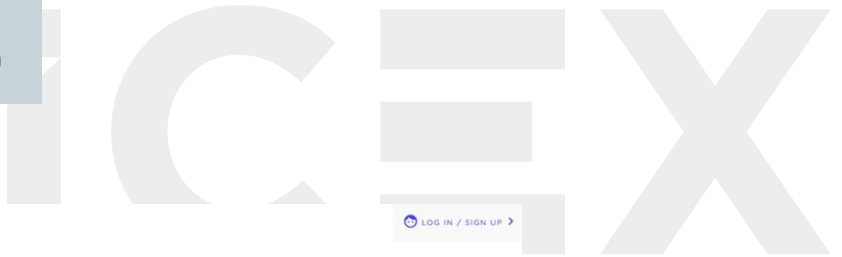
EARNSHAW'S

<https://www.earnshaws.com/>



KID'S WEAR MAGAZINE

<https://www.kidswear-magazine.com/>



PLAYTIME DIGITAL MAGAZINE

playtime B2B MARKETPLACE EVENTS MAGAZINE

LOG IN / SIGN UP >

MAGAZINE

VOICES FOCUS WE LIKE(D)! TRENDS

06 — 23

FOCUS
7 WONDERS OF SUMMER SHOES FOR KIDS

06 — 16

FOCUS
IT'S A PICNIC TIME WITH PLAYTIME!

06 — 15

TRENDS
GIVING BACK WITH... MILK ON THE ROCKS

06 — 11

FOCUS
THE 8 LITTLE SUMMER DRESSES NOT TO BE MISSED

06 — 10

TRENDS
SIMPLE LIVING WITH BONMOT ORGANIC

05 — 31

TRENDS
LINEN - A MUST-HAVE THIS SUMMER 2021

<https://www.iloveplaytime.com/magazine>

icex

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)
informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

www.icex.es



icex España
Exportación
e Inversiones