



OTROS
DOCUMENTOS

2024



Shoes from Spain

Seúl

11-12 de julio (B2B)

17 junio-21 de julio (B2C)

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Seúl

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.



OTROS
DOCUMENTOS

27 de septiembre de 2024
Seúl

Este informe ha sido realizado por
Alba Patiño Díaz y Marina Alidinis Asenjo,

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
De la Embajada de España en Seúl

<http://coreadelsur.oficinascomerciales.es>

© ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 224240096



Índice

1. Introducción	4
2. Perfil de la actividad B2B	5
2.1. Ficha técnica	5
2.2. Sectores y productos representados	5
3. Descripción de la actividad B2B	7
3.1. Ubicación	7
3.2. Datos estadísticos de participación	8
4. Perfil de la actividad B2C	9
4.1. Ubicación	9
4.2. Descripción de la actividad B2C	11
5. Actividades de promoción y apoyo	13
5.1. Oficina Económica y Comercial en Seúl	13
5.2. Gurapa Lab	15
6. Actividades adicionales	16
7. Valoración	17
8. Publicaciones en prensa	18
9. Anexos	19
9.1. Invitación a la actividad	19
9.2. Folleto de la <i>pop-up store</i>	20
9.3. Resultados de la encuesta B2C	20
9.4. Fotografías de la actividad	23



1. Introducción

Este informe tiene como objetivo exponer la organización de la actividad *Shoes from Spain*, celebrada en Seúl en junio-julio de 2024. Organizada por ICEX y la Oficina Económica y Comercial de España en Seúl, esta iniciativa ha sido diseñada para incrementar la visibilidad y el reconocimiento de la industria del calzado español en el mercado surcoreano, destacando su calidad, diseño y tradición.

A través de este documento, se pretende ofrecer una guía detallada de las estrategias implementadas y los resultados obtenidos, así como la valoración de las empresas participantes, con el fin de que otras empresas del sector del calzado español conozcan esta actividad y consideren su participación en próximas convocatorias.





2. Perfil de la actividad B2B

2.1. Ficha técnica

SHOES FROM SPAIN 2024 (2.^a edición)

Fechas de celebración: 11-12 de julio de 2024.

Fecha estimada de la próxima edición: julio de 2025.

Frecuencia, número de ediciones: 2.^a edición. Se celebra una vez al año, valorando cada año la idoneidad de su celebración.

Lugar de celebración: Hotel Naru Seoul – MGallery. 8 Mapo-daero, Seúl, República de Corea.

Cómo llegar al hotel: estación de metro Mapo, línea 5 (violeta).

Horario de la feria: 09:30 a 18:00 y el viernes 12 de julio de 09:30 a 17:00.

Organizadores: Oficina Económica y Comercial de Seúl, Departamento de moda de ICEX y Federación de Industrias del Calzado Español (FICE).

Número de expositores: 12 empresas, 14 marcas, 12 stands.

Tipo de visitantes:

- Importadores
- Distribuidores y mayoristas
- Minoristas
- Productores
- Grandes almacenes
- Escuelas de diseño
- Prensa especializada
- *Influencers*

2.2. Sectores y productos representados

En la actividad se mostró calzado de primavera y verano. Las **marcas participantes** fueron las siguientes:

Toni Pons
carácter mediterráneo

RIA
Menorca

Castell
≡≡≡

art.
METROPOLITAN SHOES

Oh! My Sandals
Made in Spain

kanna
MADE IN SPAIN



El Naturalista®

LOTTUSSE



ne  sens.

D. Franklin®

 mysoft

CHIE

MIHARA

MAGNANNI

1. [Toni Pons](#)

2. [Castell](#)

3. [Oh! My Sandals](#)

4. [El Naturalista](#)

5. [Verbenas](#)

6. [Dr. Franklin](#)

7. [Chie Mihara](#)

8. [Ria Menorca](#)

9. [Art](#)

10. [Kanna](#)

11. [Lottusse](#)

12. [Neosens](#)

13. [Mysoft](#)

14. [Magnanni](#)

ICEX

Cinco de las marcas ya habían participado en la edición anterior.

3. Descripción de la actividad B2B

3.1. Ubicación

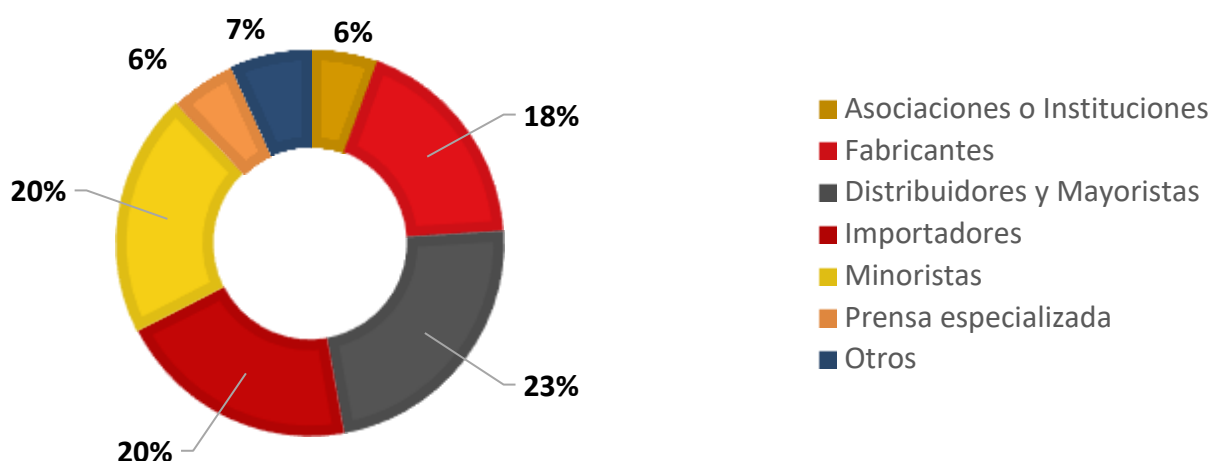
La actividad *Shoes from Spain* 2024 tuvo lugar los días **11 y 12 de julio de 2024** en el hotel cinco estrellas **Hotel Naru Seoul MGallery Ambassador**, situado en el distrito de Mapo (Seúl) a la orilla del río Han. Para el evento se reservó la segunda planta del hotel, que comprendía las salas *Gallery 1*, *Gallery 2*, *Gallery 3* y *Gallery 4*, y el *hall* donde se situó el mostrador de recepción de los visitantes y se sirvieron cada día aperitivos y bebidas calientes para los invitados.



3.2. Datos estadísticos de participación

A la actividad acudieron **228 personas** que correspondían a 129 empresas diferentes, una cifra ligeramente superior a la del año anterior (226 asistentes). Todos los visitantes pertenecían a la industria de la moda, ya sea desde un punto de vista comercial, como fabricantes, distribuidores y mayoristas, incluidas plataformas *online*, importadores y minoristas; o promocional, como prensa especializada, instituciones y asociaciones, etc.

TABLA 1. CLASIFICACIÓN DE VISITANTES



Fuente: Estadísticas recogidas del formulario de registro de la actividad por la Oficina Económica y Comercial de España en Seúl.

Como se puede observar en el gráfico, el **23 %** de los visitantes fueron **distribuidores y mayoristas**, entre los que destacaron [Boon The Shop](#), del grupo Shinsegae, [Harry&Co](#), [SODA](#) y [The Handsome](#). Los **importadores** supusieron un **20 %** de los asistentes al evento, los **minoristas** otro **20 %** y los **fabricantes** un **18 %**.

A la feria también asistieron representantes de **plataformas online** muy importantes, como [GS Retail](#), y de grandes almacenes como [Shinsegae](#) y [Lotte](#) –tanto de su departamento de venta en tienda física como de la sección **home shopping** (especializada en la venta por televisión). Si bien este último canal se relaciona con frecuencia en España con artículos de gama baja, este no es el caso en Corea del Sur, donde se considera como uno de los canales de mayor prestigio.



4. Perfil de la actividad B2C

SHOES FROM SPAIN POP-UP STORE 2024 (1.ª edición)

Fechas de celebración: 17 de junio - 21 de julio de 2024.

Frecuencia, número de ediciones: la edición de 2024 es la primera en la que se lleva a cabo el evento B2C, en el que varias marcas participaron con presencia en la *pop-up store* y se dieron a conocer a los consumidores coreanos. Tras los buenos resultados obtenidos y las valoraciones positivas de las marcas participantes, se considera adecuado organizar esta actividad de promoción de marcas y de calzado español una vez al año en diferentes establecimientos comerciales en Seúl.

Lugar de celebración 2024: [Lotte Department Store Jamsil Branch](#) 3F, 240 Olympic-ro, Songpa-gu, Seúl, República de Corea.

Cómo llegar: metro línea 2, estación de Jamsil, salida 4.

Organizadores: Oficina Económica y Comercial de Seúl, Departamento de moda de ICEX y Federación de Industrias del Calzado Español (FICE).

Número de expositores: 6 empresas, 8 marcas.

Toni Pons
carácter mediterráneo

RIA
Menorca

ATOM


Fluchos


victoria

LOTTUSSE


DORKING
By FLUCHOS

C H I E M I H A R A

4.1. Ubicación

La cadena de grandes almacenes Lotte pertenece al grupo empresarial del mismo nombre y cuenta con cinco establecimientos en todo el país. En este caso, la *pop-up store* de *Shoes from Spain* se localizó en los grandes almacenes Lotte de Jamsil, en el sureste de Seúl y muy cerca de otros puntos representativos de la ciudad, como Lotte World y Lotte Tower.

La tienda estuvo abierta desde el 17 de junio hasta el 21 de julio, de 10:30 a 21:00. Se encontraba en el 3.º piso, dedicado a moda femenina y accesorios y en el que se localizan tiendas de marcas reconocidas, tales como Helen Kaminski, Lacoste o Lauren Ralph Lauren. En el centro de la tercera planta también hay una zona de cafetería, la cual atrae a muchos consumidores, especialmente después de la hora de la comida, y que se encontraba cerca de la tienda de *Shoes from Spain*.



Fuente: Google maps.



Fuente: Naver maps.

4.2. Descripción de la actividad B2C

SHOES FROM SPAIN POP-UP STORE consistió en la apertura de una *pop-up store* en uno de los grandes almacenes de Lotte, en la zona de Jamsil en Seúl, en el marco de la promoción del calzado español en Corea del Sur.

Durante este evento, se llevaron a cabo distintas actividades de promoción, como publicaciones en redes sociales antes y durante el mismo, invitaciones a *influencers* y prensa, *Brand's day* y sorteos (en detalle a continuación), con el objetivo de, a largo plazo, dar a conocer las marcas de calzado españolas a los consumidores y visibilizar el producto español; así como incrementar, a corto plazo, las ventas en el mercado coreano de las empresas presentes en la *pop-up store*.

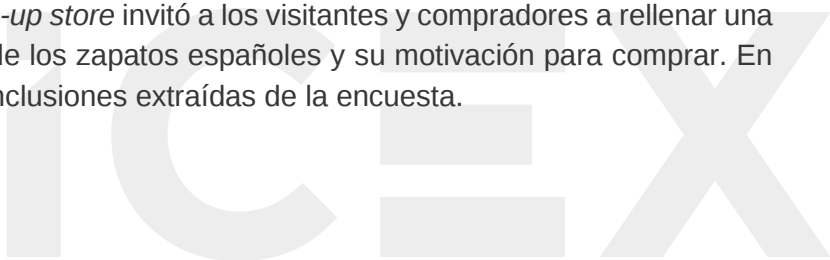
- **Invitaciones a influencers y prensa:** se invitaron a varias personalidades relacionadas con el sector de la moda y el calzado para que acudieran a la tienda y pudieran probar los productos, conocer la historia de las marcas y hacer promoción de la actividad a través de las redes sociales, revistas y periódicos.
- **Espacios publicitarios:** se colocó una pequeña estantería con muestras de zapatos y un cartel anunciando la tienda enfrente de las escaleras mecánicas. También se instaló un córner decorado con fotografías de las marcas, zapatos y el logo de *Shoes from Spain* cerca de la zona de la cafetería.



- **Brand's day:** se fijaron días concretos en los que los representantes de las marcas (jefes del Departamento comercial y de *marketing*, agentes y distribuidores) acudieron a la tienda para promocionar sus productos más activamente e interactuar con los clientes. En los casos en los que el personal de la empresa no pudo asistir, el personal de la Ofcomes de Seúl se encargó de realizar esta labor.



- Victoria: 26 de junio de 11:00 a 13:00
 - Fluchos: 3 de julio de 15:00 a 17:00
 - Tony Pons: 9 de julio de 13:00 a 15:00
 - Chie Mihara: 9 de julio de 16:00 a 18:00
 - Lottusse: 10 de julio de 14:00 a 16:00
 - Ria Menorca: 14 de julio de 13:00 a 15:00
- **Sorteo:** el último día se realizó un sorteo de varios premios relacionados con España entre los compradores:
 - 1 billete de avión ida y vuelta a España
 - 30 menús *dip choco churros* en [Famigo Churrería](#)
 - 5 comidas para dos en el restaurante español [Girona](#)
 - 5 comidas para dos en el restaurante español [Tapa Madre](#)
 - 9 botellas de vino español
- **Encuesta:** el personal de la *pop-up store* invitó a los visitantes y compradores a rellenar una encuesta sobre su percepción de los zapatos españoles y su motivación para comprar. En el anexo 9.3 se exponen las conclusiones extraídas de la encuesta.



5. Actividades de promoción y apoyo

La Oficina Económica y Comercial de España en Seúl, en colaboración con la empresa Gurapa Lab y bajo la supervisión del Departamento de Moda de la Dirección de Industrias Creativas de ICEX, llevó a cabo las actividades promocionales de este año.

Los esfuerzos se centraron en mantener la calidad de los visitantes obtenidos el año anterior, al tiempo que se buscó atraer a nuevos profesionales del sector. La exposición es un evento *taylor made*/servicio personalizado en el que se estudia la situación de cada empresa y producto en el mercado coreano para buscar los mejores contactos de cara a su entrada o consolidación en Corea del Sur. Junto a Gurapa Lab, se llevaron a cabo las acciones necesarias para llegar, de la forma más eficiente y directa posible, al comprador profesional coreano y al consumidor final. En Corea del Sur, construir una imagen de marca es el primer paso para conseguir entrar en el mercado y, por ello, el papel de Gurapa en la organización tanto de la actividad B2B como de la *pop-up store* ha sido fundamental, gracias a su conocimiento del mercado coreano y el sector, y su amplia agenda de contactos.

Además, como se detalla en secciones anteriores, este año se incorporó una nueva actividad orientada a aumentar el conocimiento del consumidor coreano sobre el calzado español en general, y sobre las marcas participantes en particular. Esto es de vital importancia en el mercado surcoreano, en donde las modas influyen en gran medida sobre el comportamiento del consumidor. Por consiguiente, la promoción de esta nueva faceta de la iniciativa ha sido un componente clave de las actividades realizadas durante el año.

5.1. Oficina Económica y Comercial en Seúl

Desde hace años, la Oficina Económica y Comercial mantiene contactos con el sector de la moda en Corea del Sur, de cara a seguir potenciando la presencia de empresas españolas a través de los diferentes servicios que ofrece. La realización de servicios personalizados, misiones inversas, webinarios y exposiciones de este tipo, facilita el mantener, actualizar y crear nuevos contactos. En un mercado como el coreano, cuidar las relaciones personales es fundamental para mantener el interés y, gracias a esto, los contactos de nuestras bases de datos responden positivamente a todas las acciones que se llevan a cabo. Si a esto sumamos la colaboración y los contactos de la agencia Gurapa Lab, obtenemos los buenos resultados y la gran acogida que ha tenido este evento.

Por un lado, se **contactó a más de 800 empresas** del sector de moda por correo electrónico para informar acerca de la actividad y se enviaron las **invitaciones** pertinentes (anexo 9.1). En la invitación se incluyó una breve introducción al sector del calzado español y la actividad, la fecha y



el lugar de celebración, un enlace al formulario de inscripción para asistir al evento, mención a los organizadores (ICEX y FICE), un pequeño mapa y un enlace al perfil de Instagram de *Shoes From Spain*. También se hicieron llamadas individuales a importadores y distribuidores que tuviesen especial interés en el sector de los zapatos para que pudiesen visitar la actividad. Finalmente, se actualizó la página [web](#) con el logo escogido para esta edición, fotos del evento e información sobre la actividad B2C. También se destinó un apartado para presentar cada una de las marcas participantes, sus valores e historia, y se incluyeron enlaces a las páginas web correspondientes y fotos de los modelos de la colección primavera verano.

Por todo lo mencionado en el apartado 5, **Gurapa Lab** fue seleccionada como la agencia más idónea para la gestión y promoción de la actividad. Asimismo, se supervisó todo el proceso organizativo, revisando y ajustando los borradores de noticias, invitaciones, panfletos y folletos, entre otros materiales.

Con respecto a las empresas españolas, la Ofcomes y el departamento de moda de ICEX organizaron una **reunión grupal** de comienzo de actividad con información general sobre el mercado coreano, así como explicaciones sobre el desarrollo de las propias actividades del evento. Asimismo, se llevaron a cabo **reuniones individuales y personalizadas** con cada marca para presentarles las acciones específicas y conocer su historia, valores y productos, para poder aconsejarles mejor sobre su estrategia, selección de productos y buscar los mejores contactos para cada una de ellas.

Por otro lado, se organizaron **actividades para las empresas españolas** expositoras durante su estancia en Seúl, incluyendo la realización de un informe de las **zonas comerciales de interés** en la capital coreana de este sector, zonas turísticas y restaurantes recomendados, así como la asistencia en todo momento antes y durante el evento.

Además, este año la Ofcomes organizó un **tour por Seongsu**, la zona de *pop-up stores* por excelencia en la capital surcoreana, cuya finalidad fue mostrar a las empresas españolas diferentes puntos clave de la comercialización de productos de moda en Corea del Sur. Además, Seongsu, conocida como el Brooklyn de Seúl, es una zona muy popular entre los jóvenes coreanos interesados en conocer las últimas tendencias en moda que se pueden observar tanto en las tiendas como en los propios viandantes de la zona. Por ello, tiene un alto valor añadido para todas aquellas empresas que deciden instalar una tienda *pop-up* en esta parte de la ciudad.

La Ofcomes estuvo presente tanto durante el **evento B2B**, prestando apoyo a las empresas españolas, como en el **B2C**, en la *pop-up store* en Lotte Department Store, para hacer seguimiento de las ventas, dar apoyo a los representantes de las marcas durante los *Brand's Day* y recopilar información del mercado a través de encuestas a los compradores.

5.2. Gurapa Lab

[Gurapa Lab](#) es una agencia de relaciones públicas enfocada en los sectores de moda y belleza, y un importador de productos europeos de moda. La agencia cuenta con un *showroom* propio en el que organizan eventos promocionales para introducir marcas europeas en el mercado surcoreano.

Gurapa Lab fue la empresa encargada de organizar y gestionar tanto la actividad B2B como la *pop-up store* de Shoes from Spain 2024. La colaboración con Gurapa Lab no incluyó solamente aspectos técnicos relativos a la búsqueda y gestión del espacio físico, sino principalmente el acceso al público profesional coreano y la realización de actividades de promoción, desarrollo de la página web, inserciones publicitarias en medios profesionales concretos, marketing de *influencers*, y asistencia a los visitantes presentando a las marcas y haciendo hincapié en los productos que se adecuaban más a las necesidades del comprador.

Concretamente, la agencia llevó a cabo las siguientes actividades de promoción:

- Envío de **newsletter e invitaciones** a aproximadamente 16.500 compradores a través de correo electrónico desde mediados de mayo hasta una semana antes del evento B2B.
- Envío de **invitaciones** a través de Kakao¹ a 3.500 compradores.
- **Anuncios** publicados en Instagram durante junio y julio. Invitación a 5 *instagramers* para la posterior publicación de sus reseñas.
- 25 **publicaciones en blogs** y 5 invitaciones a *bloggers* para la posterior publicación de sus reseñas.
- Administración del **sitio web** de la agencia y *Shoes from Spain* (promoción de las marcas y zapatos ajustándose a los estándares del mercado coreano).
- Promoción de la actividad en **4 revistas coreanas de moda**: *Fashion Biz*, *Apparel News*, *Korean Textile News*, *Tenant News*.
- Realización de **entrevistas** en los siguientes medios: *Fashion Biz*, *Apparel News*, *Korean Textile News*, *Tenant News* y *Fashion Review*.

Asimismo, la agencia realizó las siguientes labores de apoyo:

- Mantener videoconferencias con todas las empresas antes de la actividad para explicar el mercado coreano, estudiar los productos de cada empresa y presentarles el perfil de comprador coreano al que se orientaría cada marca, además de atender otras preguntas o necesidades que tuvieran las empresas.
- Apoyo para la selección de muestras de acuerdo con los gustos de los consumidores coreanos y la tendencia del mercado para su exposición en la actividad.
- Seguimiento desde la clausura de la actividad hasta finales de julio de 2024.
- Entrega de un informe detallado sobre las dos actividades a cada marca.

¹ Aplicación de mensajería coreana con mayor difusión en el país.

6. Actividades adicionales

Además de la actividad principal, el 13 de julio se realizó una **visita en grupo a la zona de Seongsu** con algunos de los representantes de las empresas expositoras.

El personal de la Ofcomes de Seúl y de Gurapa Lab realizó un *tour* por las *pop-up stores* más relevantes de Seongsu, en la zona este de Seúl, con el objetivo de que las empresas pudieran recopilar información sobre las nuevas tendencias, tanto en moda como en las formas de comunicar la imagen y mensaje de las marcas a los consumidores coreanos. También sirvió para mostrar a las empresas las potenciales tiendas multimarca en las que podrían llegar a posicionar sus productos, para estudiar a la competencia y ver el posicionamiento de otras marcas españolas.

Finalmente, tras el *tour*, se dirigieron al Lotte Department Store en Jamsil, localización de la *pop-up store* de *Shoes from Spain*, para la celebración de un pequeño cóctel con los compradores que pasaban por la tienda.





7. Valoración

Shoes From Spain es la actividad de calzado más relevante de productos españoles en Corea del Sur. En el marco de SFS se organizaron actividades que dieron a las empresas españolas la oportunidad de presentar sus productos, conocer a potenciales importadores o compradores, y darse a conocer en Corea del Sur, tanto a posibles socios comerciales en la exposición B2B, como al consumidor final a través de su presencia en la *pop-up store* en unos grandes almacenes muy conocidos, Lotte.

La actividad *Shoes from Spain*, con perspectivas de tener una periodicidad anual, pretende aumentar el posicionamiento de los productos españoles y expandir la presencia de las empresas españolas en Corea del Sur.

La celebración de *Shoes From Spain 2024* (B2B) ha sido fructuosa. La actividad contó con 12 expositores con 14 marcas y cinco de ellas ya habían estado presentes en la edición anterior. Este año acudieron 228 personas, las cuales representaron a 129 empresas, una cifra similar a la de 2023. Sin embargo, el porcentaje de los importadores, distribuidores y mayoristas fue superior al año pasado, lo que supone una continuación en el interés por los productos españoles.

Los importadores, distribuidores, minoristas y demás visitantes interactuaron con los expositores y mostraron interés por los productos expuestos, realizando preguntas específicas sobre estos y pedidos. La actividad fue dinámica y provechosa para las dos partes, que mostraron su satisfacción generalizada con la organización, el desarrollo y el resultado de la misma.

Por otro lado, la mayoría de las marcas que participaron en la actividad B2C han quedado satisfechas con los resultados obtenidos, por lo que se plantea la repetición de este evento el próximo año.

Por tanto, siendo la actividad de calzado español más relevante en Corea del Sur, esta puede ser una gran oportunidad para empresas españolas de calzado que quieran exportar al país. La actividad ofrece un escaparate de calidad en un mercado de gran relevancia en el panorama de la moda a nivel mundial, y en el que no resulta sencillo acceder sin plataformas como esta.



8. Publicaciones en prensa

A continuación, se presentan las noticias publicadas en prensa local:

- FashionBiz: [스페인 슈즈 전시회, 7월11~12일 호텔 나루 서울 엠갤러리서 개최 \(fashionbiz.co.kr\)](http://fashionbiz.co.kr)
- Korean Textile News:
 - [내달11일12일 스페인슈즈전시회, 호텔나루 엠 갤러리에서 개최 - 한국섬유신문 \(ktnews.com\)](http://ktnews.com)
 - [슈즈 프롬 스페인 “한국이 아시아 패션의 창\(눈\)이다” - 한국섬유신문 \(ktnews.com\)](http://ktnews.com)
- International Textile News: [\[현장\] 지중해 매력 담긴 다채로운 슈즈 한자리에 < 행사 < 패션 < 뉴스 < 기사본문 - 국제섬유신문 \(itnk.co.kr\)](http://itnk.co.kr)
- People Gate: [슈즈는 스페인이 대세! 'Shoes From Spain' 신발 수주전 성황리 개최 \(peoplegate.co.kr\)](http://peoplegate.co.kr)

9. Anexos

9.1. Invitación a la actividad



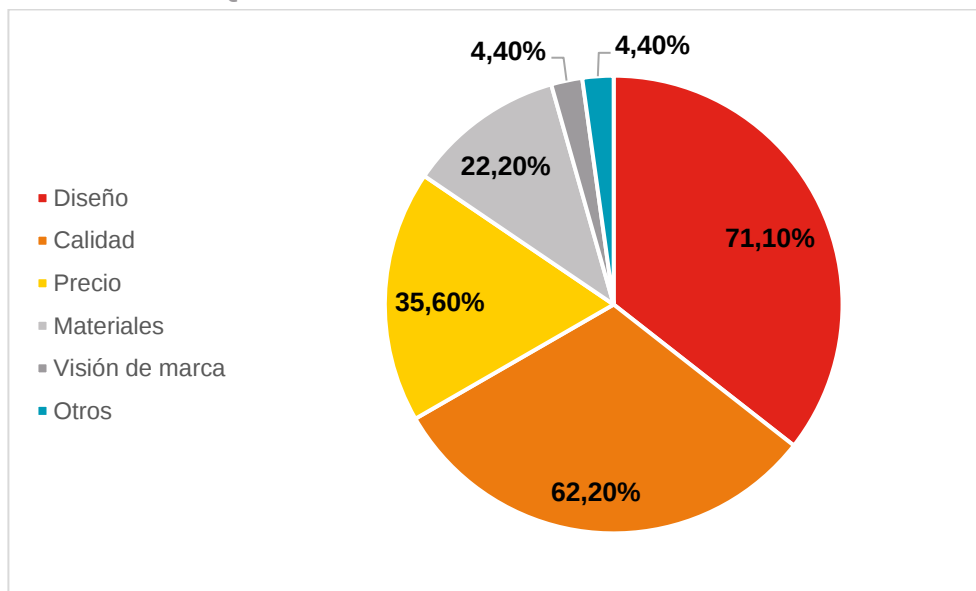
9.2. Folleto de la *pop-up* store



9.3. Resultados de la encuesta B2C

- El **89 %** de los encuestados en la *pop-up store* fueron **mujeres**.
- El **34 %** de los encuestados tenían **entre 40 y 50 años**, y el **22 %** entre 30 y 40 años.
- El **62,2 %** de los encuestados **no conocía** de antemano ninguna de las marcas presentes en la *pop-up store*, y aproximadamente el **38 %** **sí conocían** alguna de las marcas.
- De los encuestados, el **64,4 %** **realizó una compra** en la tienda.

ATRIBUTOS QUE VALORAN A LA HORA DE COMPRAR ZAPATOS

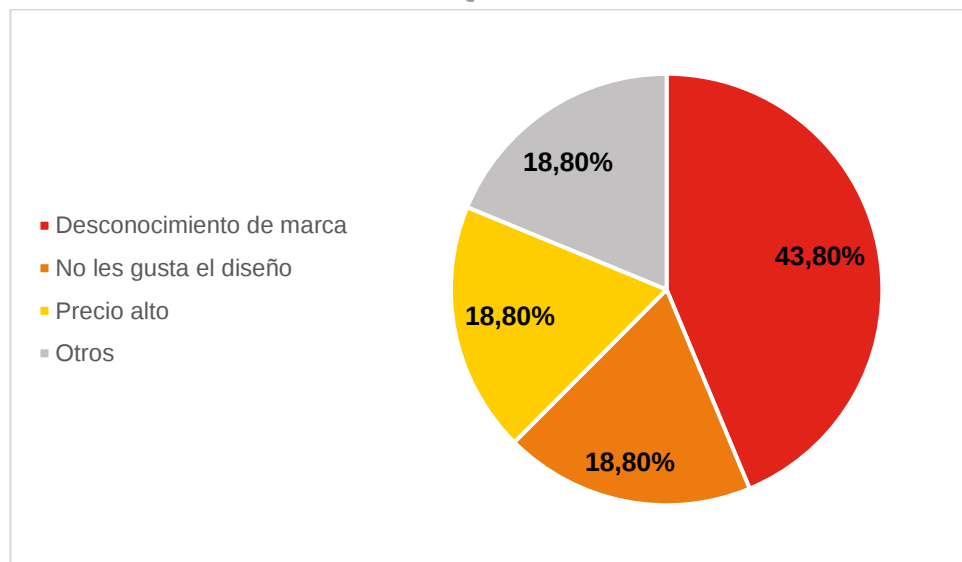


Fuente: elaboración propia a partir de datos de la encuesta realizada en la pop-up store.

- Los rangos de precios que los consumidores coreanos consideran adecuados a la hora de comprar zapatos son los siguientes:
 - El **37,8 %** de los encuestados aceptan precios **entre 100.000 y 149.000 KRW** (aprox. 68 – 100 EUR²).
 - El **31,1 %** de los encuestados aceptan precios **entre los 150.000 y los 199.000 KRW** (aprox. 101 – 135 EUR).
 - El **15,6 %** de los encuestados aceptan precios **entre los 200.000 y 249.000 KRW** (aprox. 136 – 168 EUR).
 - El **11,1 %** de los encuestados aceptan un **precio superior a 250.000 KRW** (>169 EUR).
 - El **4,4 %** de los encuestados busca un precio **entre los 50.000 y los 99.000 KRW** (aprox. 34 – 67 EUR).

² El tipo de cambio utilizado es 1 EUR= 1.476 KRW

RAZONES POR LAS QUE NO HAN COMPRADO



Fuente: elaboración propia a partir de datos de la encuesta realizada en la *pop-up store*.

- El **44,4 %** de los encuestados conoció la *pop-up store* en los **grandes almacenes**, el **22,2 %** la conoció por **Instagram** y el **17,8 %** por **recomendación** de un conocido.
- El **100 %** de los encuestados **recomendaría la visita** a la *pop-up store* a un conocido.

9.4. Fotografías de la actividad

BUSINESS-TO-BUSINESS







SHOES FROM SPAIN

BUSINESS-TO-CONSUMER







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