

Cooperar para prosperar en el mercado alimentario global

Luis Miguel Albisu
lmalbisu@aragon.es

Índice de presentación

- 1.- El mercado alimentario global
- 2.- Por qué es necesaria la cooperación
- 3.- Tipos de cooperación
- 4.- Algunos ejemplos

1.- El mercado alimentario global

- La globalización no existe
- La internacionalización en continuo crecimiento
- Nuevas oportunidades pero se necesita dimensión empresarial
- No se cubren mercados sino que se buscan nichos
- Logística más complicada

1.- El mercado alimentario global

- Muchas situaciones de nuevos productos
- Poca incidencia de las marcas
- Gran esfuerzo para dar a conocer los productos en diferentes culturas
- Consumidores se basan en imágenes
- Promoción país es imprescindible

2.- Por qué es necesaria la cooperación

- **Mercados demasiado amplios**
- **Salida a los mercados internacionales**
- **Actividades complementarias pero no necesariamente**
- **Información compleja y difícil de asimilar**
- **Compaginar la cooperación con la competición**

3.- Tipos de cooperación

- **Empresarial territorial con ayuda de las administraciones**
- **Alrededor de un producto – DO (colaborar y competir)**
- **Complementariedad de productos en acciones de exportación – consorcios**
- **A lo largo de la cadena agroalimentaria**
- **Sector público – sector privado (imagen país – marca privada)**

4.- Algunos ejemplos

- **Objetivo de esta sesión**
- **Orden territorial con conglomerados de empresas de la alimentación**
- **Contrastar actuaciones entre países en la promoción exterior (ICEX – SOPEXA)**

**Gracias
por la atención**

**Luis Miguel Albisu
lmalbisu@aragon.es**