Las aspiraciones de FIAB en internacionalización para 2016

La industria alimentaria española ha lanzado su programa internacional para este año con 75 acciones clave a nivel mundial: FIAB llegará a siete mercados principales, con iniciativas entre las que se encuentran ferias, jornadas técnicas, misiones directas e inversas y promociones en punto de venta. El pistoletazo de salida en internacionalización es la participación en la Winter Fancy Food Show de San Francisco, donde intervienen 21 empresas españolas exportadoras de productos *gourmet* y *delicatessen*.

Mauricio García de Quevedo, director general de FIAB, ha querido destacar los positivos resultados de este tipo de acciones, que permiten a empresas y distribuidores ponerse en contacto directo y a los compradores conocer de primera mano la alta calidad y variedad de los productos españoles de alimentación y bebidas. El programa de la industria alimentaria es “una excelente carta de presentación y la apuesta clara de esta Federación por la internacionalización como vector clave de su competitividad”, según García de Quevedo.

El director general de la Federación ha explicado que este ambicioso programa fomenta la internacionalización de las pymes, especialmente, ayudándolas en el crecimiento de su negocio y su impulso en el exterior.

Mercados principales

FIAB ha inaugurado su ambicioso programa de internacionalización para 2016 con la participación de 21 empresas españolas en la Winter Fancy Food Show de San Francisco, donde las compañías presentarán sus principales productos gourmet y delicatesen.

Tras este pistoletazo de salida, FIAB pone en marcha su Calendario de Actividades de Promoción Internacional anual, a través del que llegará a siete de los principales mercados de interés para la industria de alimentos y bebida españoles: Europa, América del Norte, América Central y del Sur, Asia, China (particularmente), África, y Oriente Próximo.

A través de unas 75 actividades previstas a lo largo de 2016, FIAB facilitará la participación de empresas del sector, mayoritariamente pymes, en pabellones agrupados y oficiales, jornadas técnicas, misiones directas e inversas, y promociones en punto de venta.

Entre ellas, destacan la participación en Alimentaria 2016 (Barcelona), en la Summer y Winter Fancy Food Show (EE.UU.), en Foodex (Japón), Sial (China), Cibus (Italia), Sial París (Francia) o World of Food Moscow (Rusia); o las promociones de punto de venta en Hyundai (Corea del Sur), ACE Kitano (Japón) o City Súper (Hong Kong).

Igualmente, también se realizarán misiones inversas en España, donde los principales distribuidores internacionales conocen de primera mano los productos españoles y los procesos de fabricación de las empresas en nuestro país.

Todavía queda margen de crecimiento en este campo y FIAB quiere ser quien acompañe a las pequeñas y medianas empresas en su necesaria estrategia internacional.

Fuente: FIAB