

Ven negocio en la comida saludable

Ariadna Cruz
El Universal

Miércoles 02 de junio de 2010

cartera@eluniversal.com.mx

La feria más grande de alimentos y bebidas en América Latina, Expo Alimentaria, está en México y presenta una de las tendencias claves en el sector: la comida saludable, segmento en donde especialistas ven grandes oportunidades para hacer negocios. "Cada vez más el empresario está preocupado por el tema de la salud, los ejecutivos comen todos los días fuera de casa y se preocupan por sus dietas", señaló Víctor Pascual, director de la feria en Barcelona, ciudad donde surgió este evento hace 36 años.

Hoy, Expo Alimentaria está colocada como una de las ferias más importante del ramo a nivel mundial, en América Latina sólo llega a México, país considerado por los organizadores como líder en la materia. "Las empresas mexicanas tiene productos de mucha calidad, aunque sean pequeñas tienen calidad, muchas son innovadoras y en ferias como la nuestra tenemos la obligación de ponerlas en el mundo para que se reconozca lo que están haciendo", dijo.

Consideró que el consumidor mexicano es cada vez más exigente y esto obliga a las empresas a no sólo hacer productos competitivos sino seguros. Agregó que las firmas mexicanas tienden a producir alimentos saludables y ecológicos, porque buscan estar al día.

¿Qué respuesta encontraron para esta edición?

Estamos muy contentos porque estamos en cifras muy parecidas a los expositores del año anterior, alrededor de 400, a pesar de que hemos pasado crisis muy importantes en todo el mundo.

En Europa seguimos muy afectados y, a pesar de ello, seguimos teniendo la misma o más oferta. Tenemos los mismos metros cuadrados, pero llegamos a tener más empresas, por tanto es un éxito porque a nivel mundial la presencia en ferias se está reduciendo considerablemente y Alimentaria México está creciendo. Tenemos un 9% más de empresas internacionales en comparación con la edición anterior, lo que se traduce en que las transnacionales están viendo a México como un país sólido y en crecimiento.

¿Por qué deciden traer la Expo a México?

Por muchas circunstancias decidimos que México era el país adecuado para hacer nuestro primer proyecto en América Latina. Es un mercado con el que ya teníamos muchas buenas relaciones comerciales en el sector, teníamos muchos visitantes mexicanos en la edición de Barcelona y también expositores por eso era el mercado más interesante desde un punto de vista de relaciones.

¿Cuál considera es la característica más importante de la Expo?

Alimentaria tiene una participación extranjera muy fuerte, en México es de 50%, lo que la hace muy atractiva para los visitantes, porque los mexicanos tienen la oportunidad de ver una gran oferta internacional, estamos pensando en el productor mexicano.

¿De qué perfil son sus visitantes?

Tenemos dos tipos de visitantes, todos profesionales, el que viene del canal de la distribución y el del ramo de restaurante, quienes demandan productos diferentes, y aunque no tenemos ningún sector que destaque, puedo decir que hay una gran oferta de vinos.

¿Su modelo es accesible a pymes?

Para nosotros son muy importantes las pymes, tanto mexicanas como internacionales, y pensamos que a este tipo de empresas es a las que más podemos ayudar en materia comercial.