

CONFITEXPO EXPORTS

Por Malinali López

presentó dulces mexicanos con calidad de exportación



Graciela Díaz, Directora General de Confitexpo Exports



Juan Carlos Mendoza, Cónsul Encargado del Consulado General de México en Los Angeles



Mario Juárez, Consejero Comercial Pro México en Los Angeles

Se recibieron 259 visitantes durante los dos días, 215 de ellos eran extranjeros

Confitexpo Exports, la primera Exposición de Productos Mexicanos de Exportación, arribó a la ciudad de Los Angeles, California (EU), con la finalidad de acercar a los fabricantes de dulces mexicanos con los compradores estadounidenses, y así fomentar el consumo de estas golosinas típicas –y de otro tipo–, en la Unión Americana.

Así, a las 10 de la mañana del miércoles 19 de enero Confitexpo Exports abrió por primera vez sus puertas, totalmente preparada para recibir a los visitantes, que no se hicieron esperar. En el ambiente reinaba una mezcla de alegría, nervios, incertidumbre, pero sobre todo, emoción porque el evento comenzara y poder mostrar los productos que ya podían verse exhibidos en las mesas y displays de cada stand.

Una hora después tuvo lugar la ceremonia de inauguración, siendo el primero en tomar la palabra Juan Carlos Mendoza, Cónsul Encargado del Consulado General de México en Los Angeles, California. “Nos da mucho gusto tener aquí a empresarios mexicanos, en esta gran ciudad de Los Angeles, la ciudad más mexicana fuera de México, por el número de personas de origen mexicano que la habitan. Se estima que hay 3.8 millones de personas de origen mexicano, con esto lo que quiero decir es que el potencial del mercado hispano en el sur de California es enorme para este tipo de productos, sobre todo para los dulces. Los dulces, sin duda, en la cultura mexicana

son una parte integral. Les deseamos la mejor de las suertes, felicidades, bienvenidos a Los Angeles”.

Por su parte Mario Juárez, Consejero Comercial Pro México en L.A., señaló “si el condado de Los Angeles fuera país sería la duodécima economía del mundo, y si California fuera país sería la séptima economía, eso les da una idea de que hay un mercado potencial muy interesante. Pero lo importante no es llegar, sino sostenerse; es muy importante que tomen esto como una carrera de resistencia, hay que estar tocando puertas, es un mercado muy competitivo.

“En ProMéxico nuestra misión es apoyar a empresas mexicanas para que abran nuevos mercados; en este caso, el que ustedes estén aquí nos da mucho gusto porque representa oportunidades. Mucho tiene que ver con la tenacidad y con el esfuerzo que ustedes hagan para penetrar estos mercados; no va a ser fácil, no se desesperen. Para nosotros es muy importante, es complicado que vayan los compradores a Guadalajara, y está muy posicionado, es importante la presencia de ustedes ahora aquí. Muchas felicidades por este que esperamos que sea el primero de muchos”.

Participaron también en la ceremonia de inauguración: Mariana Díaz, Cónsul para Asuntos Económicos y Políticos del Consulado General de México en Los Angeles, Ca.; Lic. Karina Ley Parra, Directora General de Jaltrade-Jalisco México; Lic. Antonio García Molina, Coordinador de Promoción Internacional de Jaltrade-Jalisco México; Vanesa García, Consulado General de México en L. A.; María Granados, Pro México en L. A.; y Fernando Franco, Pro México en L. A. Y así, después del corte del listón todos los miembros del comité inaugural hicieron un recorrido por el evento, en donde convivieron brevemente con los expositores, quienes a su vez tuvieron la oportunidad de presentarles los productos que traían.

Productos para todos los gustos

Los visitantes, provenientes de distintos puntos de California e incluso algunos de México, llegaban al lugar movidos por la curiosidad de ver qué podían encontrar, aunque había otros –la mayoría-, que iban en busca de un expositor en específico, o bien de algún producto o tipo de producto en especial.

Y es que en el lugar podían encontrar de todo, gran variedad de producto terminado: mazapanes, paletas, chicles, dulces con tamarindo, chocolates, bombones, etc. Pero también había una gran variedad de productos típicos mexicanos, como la cajeta, vainilla, dulces de coco y rollos de guayaba, entre otros.



Inauguración Confitexpo Exports



Comité Inaugural



Recorrido por parte del Comité Inaugural

Eventos, lanzamientos y conferencias



ALIMENTOS EXTRUIDIDOS



CANDY POP



COMERMEX INC.

Otros productos esenciales en esta exposición fueron los artículos para fiestas, bolsas de regalos, bolsas de dulces para las piñatas, juguetes con dulce, así como imágenes de cartón para decorar tanto las celebraciones de cumpleaños, como cualquier otro evento. En este rubro destacan los llaveros con la famosa imagen de la “Virgencita”, mismos que llamaron mucho la atención.

Las botanas y las salsas para acompañarlas ocuparon un lugar importante, ya que no solamente son consumidas por el “mercado de la nostalgia” –de los mexicanos y latinos que viven en Estados Unidos-, sino también por gran parte de la población norteamericana que poco a poco ha ido gustando más y más de estos sabores. No por casualidad muchos de los productos que se podían ver exhibidos estaban hechos con tamarindo, o tenían un sabor “picosón”.

Productos y marcas reconocidas como Paleta Payaso, paletas Coronado, dulces De la Rosa, Lucas, Sonric’s, compartieron espacio con otros dulces que si bien no son reconocidos, sí captaron la atención de los visitantes, como las famosas “cachetadas”, que debido a su éxito el aquel mercado ahora se comercializan con el nombre de “slaps”.

Resultados satisfactorios

Al término de los dos días de exposición, tanto visitantes como expositores se mostraban satisfechos por los resultados obtenidos.

Por un lado los expositores estaban contentos ya que desde el primer momento se notó la presencia de los visitantes, quienes eran, además, compradores y distribuidores con quienes tendrían oportunidad de hacer negocios. En palabras de los propios expositores “fue la gente que tiene que estar”, es decir, aquellos interesados en la confitería mexicana, y por lo tanto habían logrado establecer contactos muy interesantes.

Los visitantes, por su parte, salían satisfechos porque habían encontrado productos de calidad gracias a empresas serias que además contaban con todo lo necesario para surtir el mercado norteamericano, y comprobar, además, la gran calidad que tiene el dulce mexicano, razón por la cual gana cada vez más adeptos en todo el mundo.

En Confitexpo Exports 2011 participaron 38 expositores, 32 mexicanos y 6 extranjeros, y se recibieron un total de 259 visitantes, de los cuales 215 fueron de procedencia extranjera y 44 nacionales. Si usted se la perdió, no pierda la oportunidad de asistir a la siguiente edición, la cual se celebrará los días 18 y 19 de enero del 2012, en Los Angeles Convention Center.



COLOIDALES DUCHÉ



CONFITEXPO



DISTRIBUIDORA BONDY FIESTA, S.A. DE C.V.



DISTRIBUIDORA DE LA ROSA S.A. DE C.V.

Coloidales Duché, abriendo el mercado norteamericano

El producto es el que mejor funciona para hacer gelatinas florales, entre otros postres

Por Malinali López

Coloidales Duché es una empresa que desde 1959 se dedica a la fabricación de grenetinas tipo "A", y que para entrar al mercado de los Estados Unidos unió fuerzas con la Chef Nelly Lagunas, a quien designó como "Chef de Duché en Estados Unidos".

El como una chef se volvió exclusiva de una compañía fabricante de grenetina la propia Lagunas explica "por el trabajo que hago, les gusto mucho". La chef viajó a México a tomar cursos artísticos de Duché y al no poder después encontrar esos productos en Estados Unidos "pensé en traer el producto para acá, para que la gente lo conozca, porque es el que mejor funciona para hacer gelatinas florales". Actualmente ella se dedica a dar clases en todo la Unión Americana, dándole a conocer a la gente toda la gama de productos de Coloidales Duché.

Productos de gran calidad

La chef Nelly comentó que los productos de Duché van dirigidos principalmente para la gente que se dedica a hacer postres, gelatinas, helados y pasteles, ya que el portafolio de productos de la empresa incluye Grenetina de 290 Bloom, Grenetina de 260 Bloom, grenetina para panificación y grenetina industrial.

Esencias y concentrados de 20 sabores diferentes, entre ellos anís, cajeta, coco, chocolate, fresa, rompopo y vainilla, en presentaciones de 120 ml., 100 ml., un litro y galón. Así como colorantes en polvo, caramelo y vainilla, que, de acuerdo con la Chef Lagunas, "junto con las ganas de hacer las cosas" es lo único necesario para hacer gelatinas

La calidad de los productos se debe a que la planta cuenta con certificado ISO 22000-25, que incluye sistema de control HACCP y buenas prácticas de manufactura, para garantizar la inocuidad y trazabilidad de los productos.

Llegando a los Estados Unidos

Acerca de cómo los ha recibido el mercado de Estados Unidos, Lagunas aseguró que ha sido "bastante bien; estamos ahí poco a poquito, pero vamos avanzando. Apenas estamos abriendo el mercado pero nos han recibido bastante bien".

Y respecto a los motivos por participar en Confitexpo Exports señaló que esperan "conocer más gente, que nuestra gente compre, conozca el producto, que sepa más de la compañía, de Duché, y que vean que es buena calidad, para entrar al mercado a diferentes lugares". Pues el objetivo es llegar cada vez a un público más amplio, señaló.

Golosinas GMC, llevando un pedacito de México a Estados Unidos

Esperamos hacer varios contactos y empezar a trabajar directo con ellos

Por Malinali López

Daniel Martínez, Director de Marketing y Gerente de Cuentas Clave, explicó que “Distribuidora Golosinas GMC se encarga de distribuir para Estados Unidos y cuentas clave los productos de Alteño, Candy Azteca, y algunas empresas pequeñas del grupo, que son Dulces Miky y Dulces Modelo”.

La empresa tiene 26 años en México y están incursionando en el mercado anglosajón con nuevas presentaciones y nuevos lanzamientos de productos mexicanos como son las bolsas piñateras, y algunas presentaciones con Chile. “Vienen unas presentaciones un poquito más anglo igual para el mercado mexicano, paletas de cierto gramaje, mas pequeñas para poder utilizar en tiendas de conveniencia, supermercados, presentaciones cómodas para el mercado”, puntualizó.

La población para la que sus productos va dirigida, tanto en México como en Estados Unidos, es al estrato bajo ya que son productos económicos; “sobre todo aquí en Estados Unidos a los mexicanos que buscan productos para sus fiestas, productos con Chile para recordar a México”.

Martínez indicó que si bien ya tienen tiempo en este mercado a través de distribuidores, ahora buscan penetrar con su propia fuerza de venta.

“Bolo mexicano” en Estados Unidos

Entre los productos novedosos que presentan en Estados Unidos se encuentran la bolsa llamada “piñata mexicana”, un kilo de “bolo mexicano”, gomas con y sin Chile, bolsas de paletas de 100 g. con todos los sabores y también paletas de bolas de varios sabores.

Daniel Martínez comentó que el mercado anglosajón les ha dado una buena recibida “sobre todo nuestros productos líderes. Queremos crecer y tener un poquito más de posicionamiento, pero parece que nuestro mercado mexicano tiene algo de conocimiento de nuestras paletas y esperamos crecer con ellos”.

En Estados Unidos, sus productos pueden encontrarse principalmente en Texas y California.

La intención de ser sus propios distribuidores se debe a que “queremos llegar a un mercado mas amplio, que todos los mexicanos tengan nuestro producto y que tengan un pedacito de México con ellos”, enfatizó.

Finalmente comentó que sus objetivos y expectativas al participar en Confitexpo Exports son “Crecer en el mercado de Estados Unidos, dar alcance a mas gente, a un buen precio; esperamos hacer varios contactos y empezar a trabajar directo con ellos, crecer y que le expo tenga éxito y crezca el otro año”.



GOLOSINAS GMC



BARCEL USA



DULCES KOKITO



CAJETAS LUGO



DULCES MICHO



DULCES PIGÜI

Productos Lugo, cajeta tradicional de leche entera

Es un dulce netamente artesanal, que carece casi por completo de cualquier químico, de cualquier conservador

Por Malinali López

Productos Lugo es una empresa familiar establecida en Sayula, Jalisco, desde 1972, la cual se dedica a elaborar dulce de leche tipo cajeta, en dos presentaciones: la Cajeta Lugo, que es la tradicional; y la Cajeta de Sayula, que es la receta comercial, cuyo distintivo es la etiqueta color naranja, es por ello que también se le conoce como Cajeta Lugo Etiqueta Naranja.

Claudia Lugo López comentó que el producto está a la venta en Sayula, Guadalajara, Zacatecas, Tijuana, Guanajuato, Distrito Federal, y fuera del país en Colton, California.

Dos recetas, dos marcas diferentes

Lugo explicó que la empresa fabrica dos recetas de cajeta de leche entera de vaca, con lo que se manejan dos marcas diferentes. Una de ellas es la Cajeta de Sayula, la cual tiene en su preparación “un poco de harina de trigo, lo que nos permite que tenga un mayor rendimiento del productos y que sea más económica”.

La Cajeta Lugo, por su parte, “también de leche entera de vaca, esa no tiene nada de almidones, por lo tanto es un dulce exquisito con una textura suave muy diferente a la que hay en el mercado, sin grumos, que se derrite rápidamente en la boca sin dejar restos de productos, y con preparación totalmente artesanal”.

Explicó que la cajeta tiene para ofrecer a la gente son “los valores tradicionales, que es un dulce netamente artesanal, que carece casi por completo de cualquier químico, de cualquier conservador, por lo tanto es altamente nutricional. Y su empaque que le da recuerdos”.

El mercado de Estados Unidos

Claudia Lugo comentó que el mercado de Estados Unidos “es un mercado para nosotros con mucho futuro, puesto que cada vez es mayor la demanda de nuestros paisanos, buscan este dulce porque tanto su aspecto físico como el dulce en si les recuerda sus tradiciones, su tierra. Es prometedor porque sí tenemos que hacer algunos ajustes en nuestro producto para que pueda estar aquí en el mercado con todos los requisitos que debe de cumplir”.

Y Lugo López añadió que la población que más consume este producto, en los Estados Unidos, son los latinos, “los mexicanos son los que más recuerdan este producto y los que más lo consumen”, y el rango de edades de quienes prefieren este dulce normalmente es gente de 30 a 60 años.

Acerca del por qué participar en Confitexpo Export, Lugo señaló “nosotros hemos participado con muy buenos resultados en Confitexpo en Guadalajara desde hace más de 10 años, siempre apoyados por la Cámara Alimenticia, y ahora que surge esta invitación para venir a Los Angeles, con todo gusto venimos para ver todo lo que podemos aprender, qué tanto mas podemos crecer como negocio, y sobre todo buscar tener mas presencia en este mercado”.



PROGEL MEXICANA



EL AZTECA DULCES Y
GOLOSINAS DE MEXICO S.A. DE C.V.



ENVIRONMENTAL HEALTH COALITION



EXPORT ALL MEXICAN FACTORIES

Progel Mexicana, fabricantes de gretina diamante

Confitexpo Exports, una oportunidad de dar a conocer nuestro producto en el mercado americano

Por Malinali López

Progel Mexicana es una empresa mexicana –actualmente en manos de la tercera generación- que desde hace casi 45 años se ha dedicado a fabricar gretina diamante.

El señor Jesús Ceballos Aspe, representante de ventas de la empresa, explicó “somos número uno a nivel mundial en transparencia y viscosidad, y los primeros en fabricar la gretina de 300 Bloom y de 315 Bloom”. Y agregó que esta gretina “está enfocada principalmente a la fabricación de gelatinas, bombones y gomitas, se utiliza muchísimo en los productos lácteos”.

Gretina con mayor viscosidad y mayor transparencia

Ceballos Aspe señaló que a nivel mundial “somos la gretina de mayor viscosidad y mayor transparencia, nuestra gretina está reconocida, precisamente con el nombre ‘diamante’, por la transparencia y brillantez poco común en sus productos”. El distintivo diamante lo obtuvieron hace más de 35 años.

En lo que se refiere a la viscosidad, esta es importante ya que le brinda a los postres –principalmente a las gelatinas-, mayor resistencia al calor.

Los productos que maneja Progel Mexicana son: Gretina 300 Bloom, Gretina de 280 Bloom, Gretina de 255 Bloom, y Gretina de 230, en dos presentaciones: bolsas de un kilo y sacos de 25 kilos.

Entre las aplicaciones que se le puede dar a estos productos se encuentran: gelatinas, gomitas blandas y duras, malvaviscos, merengues, productos extraídos, productos lácteos (flanes, crema batida, pudín, yogurt, helado), y clarificación de jugos de frutas.

A propósito de calidad, todos sus procesos se rigen con el sistema HACCP. Es por ello que el señor Ceballos comenta “yo lo único lo que digo ‘pruébenla’, y se enamoran y se casan con el producto”.

Incursionando a los Estados Unidos

Gracias a su calidad y a sus precios competitivos, actualmente Progel Mexicana está distribuyendo a toda la República Mexicana “a nivel nacional, a grandes empresas de productos lácteos, a grandes empresas de fabricantes de gelatinas, bombones y gomitas. Somos el proveedor número uno”, afirmó Ceballos Aspe.

Pero su éxito ya ha rebasado fronteras, pues también se encuentran exportando a Centro y Sudamérica, y acaban de incursionar en el mercado americano, en las ciudades de Dallas y Los Angeles. A la pregunta expresa de cómo los ha recibido el mercado norteamericano, Jesús Ceballos no dudó en responder “bastante bien, la ventaja tan grande es que nuestro producto tiene calidad, tiene precio y tiene condición”.

Precisamente por estar incursionando en el mercado de Estados Unidos decidieron participar en Confitexpo Exports, “sabemos que va a ser un éxito. Hay que picar piedra, pero sabemos que va a ser un éxito a través del trabajo”, indicó.

Así, su participación en Confitexpo Exports significa “una oportunidad de dar a conocer nuestro producto en el mercado americano, y tenemos grandes expectativas de que va a ser un éxito”, finalizó Jesús Ceballos.

Triunfo-Mex Inc., en el mercado estadounidense desde 1993

En Confitexpo Exports nuestra principal expectativa es incrementar nuestras ventas

Por Malinali López

Triunfo-Mex Inc., es una distribuidora que en 1993 empezó a vender refrescos mexicanos en Estados Unidos, y por la misma población y las mismas necesidades derivadas del desarrollo de tanta población hispana, rápidamente dan un giro para empezar a comercializar dulces mexicanos, los cuales son fabricados en la planta ubicada en Guadalajara, conocida como Procesadora de Alimentos Cale, explicó Mario Ruiz, gerente general de Triunfo-Mex Inc.

Ruiz recuerda que comenzaron fabricando los dulces típicos, por las propias necesidades del mercado americano, y ya en el 2000 comienzas a fabricar dulces troquelados, lo que lleva al nacimiento de la marca Dulces Jovi.

Es así como Triunfo-Mex llega al mercado americano con cucharitas, banderitas, ollas con tamarindo, tamalitos, ates de membrillo, y el rollo de fruta (Fruit Roll), que se ha convertido en el favorito tanto del mercado hispano como el del anglosajón. "El rollo de fruta es nuestro principal producto, pero ya ahorita, con tanta diversidad de gente, también los dulces con chile, los dulces típicos, los piñateros, ya todos tienen una gran aceptación", comentó Ruiz.

Y es que para esta empresa el éxito de los dulces mexicanos en Estados Unidos "ha sido hacerlos con la mejor calidad, no escatimar en la mejor calidad".

Triunfo-Mex maneja la distribución directa, pero también son distribuidores de otros productos como abarrotes y perfumería "somos los principales distribuidores de Procter & Gamble en estados unidos", indicó el Gerente General de la compañía. Los productos que la empresa comercializa llegan a 33 estados de la Unión Americana.

Con tantos años en el mercado, uno de los principales problemas que ha enfrentado esta compañía han sido "los dulces que entran de mala calidad, de empresas que quieren entrar al país y lo único que hacen es afectar las aduanas y afectar el mercado porque no reúne los requisitos y alertan a los departamentos de salud de Estados Unidos". Es por ello que para garantizar que sus productos poseen la calidad adecuada para comercializar en ese mercado "cada dulce que se está mandando para acá lleva un proceso de laboratorio, de abogados, de inspección de aduanas, y no se trae nada hasta que no sea aprobado por ellos", añadió.

Dulces Jovi en el mundo

Por lo que respecta a la marca de Dulces Jovi, maneja tanto productos naturales como toda clase de dulces troquelados, paquetes piñateros, los mangos, los elotes, las rebanadas, las chilirocas, dulces con chile, entre otros.

Y no temen a la competencia, pues consideran que ésta es muy buena "te hace todo el tiempo ser mejor, hacer las cosas mucho mejor e ir innovando todo el tiempo".

Actualmente los productos de Dulces Jovi pueden encontrarse, además de México y Estados Unidos, en Costa Rica, Guatemala, Colombia y Nueva Zelanda.

Respecto a su participación en Confitexpo Exports Mario Ruiz señaló que "es donde agarramos nuevos clientes, enseñamos nuestros productos y lanzamos productos para las nuevas temporadas. Nuestra principal expectativa es incrementar nuestras ventas".



TRIUNFO-MEX INC.



LA ZAGALA



MANZELA S.A. DE C.V.



MATRE MEXICO S. DE R.L. DE C.V.

Mario Juárez, Consejero Comercial de Pro México: Confitexpo Exports, esperemos que sea la primera de muchas

Por Malinali López

Creo que lo importante era hacerlo, ya se hizo, ahora lo importante es sentar las bases para ir armando la segunda edición



Aprovechando su asistencia a la inauguración del evento, tuvimos la oportunidad de entrevista a Mario Juárez, Consejero Comercial de Pro México en Los Angeles, quien nos explicó que Pro México es una agencia de inversión y comercio -tiene poco más de tres años que fue conformada-, y forma parte del gobierno federal. “Somos sectorizados a la Secretaría de Economía, contamos con presencia en todo México, y a nivel internacional tenemos 27 oficinas en todo el mundo”. Además de California, a su oficina también le toca atender el área de Nevada, Utah y Arizona.

La principal labor de Pro México es atraer inversión extranjera hacia México, y apoyar a las empresas mexicanas a que exporten sus productos a nivel mundial; para ello ofrecen diferentes tipos de apoyo para los exportadores que va desde cursos de capacitación en temas de comercio exterior, servicios como oferta exportable, agendas de negocios, ejecutivos de negocios internacionales, entre otros. En lo que toca a la atracción de inversión, se dedican a hacer el armado de agendas; “trabajamos muy de la mano con los gobiernos de los estados y con organismo de promoción, como en el caso de Jalisco, Jaltrade.”

Además, tienen un programa de ferias internacionales a nivel mundial, por lo que su presencia en exposiciones en Norteamérica, Sudamérica, Europa y Asia ha sido constante, todo ello en busca de diversificar el comercio de productos mexicanos a otros países.

Cualquier empresa interesada en exportar puede hacerlo, solo debe acercarse a Pro México y cumplir con estos requisitos básicos:

- **Tener un producto que pueda ser exportable**
- **De preferencia, contar con las certificaciones**
- **Contar con material de promoción y página de Internet en inglés**
- **Que el correo electrónico de la empresa tenga su dominio**
- **Tener gente que domine el inglés**

Confitexpo Exports, si la montaña no viene a ti, hay que ir a la montaña

“El esfuerzo que está haciendo el Comité Organizador por traer esta feria para acá es muy importante, y es relevante que esto continúe porque hay gente que se complica que vaya a Confitexpo a Guadalajara, entonces, el que le traigas una parte de Confitexpo Guadalajara aquí, creo que el resultado es bueno”, señaló el Consejero Comercial de Pro México.

Mario Juárez comentó que el mercado de Los Angeles es muy interesante, muy dinámico y muy competido. “Hay un mercado hispano en constante crecimiento, Los Angeles es prácticamente el mercado hispano más importantes de Estados Unidos, eso te da un nicho de oportunidad muy importante”.

También indicó que el mercado de la nostalgia conforma un nicho muy importante que además está en constante crecimiento, tanto en población como en poder adquisitivo, pues las proyecciones para los próximos 30 años es que este mercado siga creciendo, y agregó “y al final como mexicanos nos encantan nuestros dulces, la cocada, las obleas, la cajeta, los chiles con tamarindo, y estando lejos los extrañas más”. Y añadió que gracias a la cercanía, el mercado anglo ha ido probando este dulce y le gusta, lo que lo convierte en un mercado potencial muy interesante.

Juárez señaló que lo importante era realizar Confitexpo Exports, “ya se hizo, ahora lo importante es sentar las bases para ir armando la segunda edición”. E indicó que un factor muy importante para los compradores es que “al tener aquí a 33 empresas mexicanas con la capacidad de estar exportando ya van sobre seguro. Son empresas que ya pasaron por un filtro, entonces el comprador viene con mayor tranquilidad”.

Otra característica que resaltó es que el número de expositores y su mezcla -chicas, medianas y grandes-, “ha permitido que el pequeño y mediano expositor sea atendido, lo cual trae un efecto bueno para ambas partes, porque el comprador se da cuenta que hay unos chiquitos que le puede surtir cierto nicho, y el vendedor pequeño o mediano tiene un área de oportunidad importante, y se empieza a crear una sinergia”, concluyó.

Eventos, lanzamientos y conferencias



MEXILINK INC.



TECNICA MEXICANA DE ALIMENTACION S.A. DE C.V.



SONRIC'S



TUTSI S.A. DE C.V.



VAINILLA MOLINA



CAMARA DE LA INDUSTRIA ALIMENTICIA DE JALISCO
DELICIAS DE JALISCO / FABRICA DE DULCES LA 30 / FRUTITALPA /
GRUPO CHABOY / HELADOS SAN MIGUEL / LA COCULENSE