Alemania: Éxito de Fruit Logística tras el fin de su gira latinoamericana 2015

La plataforma comercial de productos frescos Fruit Logistica ha viajado a a Ecuador, Panamá y República Dominicana, entre otros países, para desarrollar conferencias destinadas a los profesionales del sector exportador agrícola.

Los países escogidos en esta campaña para el desarrollo de las diferentes sesiones han sido Ecuador, Panamá y República Dominicana debido al gran potencial exportador del que disponen. A estos países deben sumarse las visitas realizadas previamente a Colombia, Costa Rica, El Salvador, España, Guatemala y Honduras; lugares en los que los responsables de la feria han realizado un acercamiento a los productores o a las instituciones pertinentes para motivar su participación en el evento más internacional de la industria de frescos.

Las visitas suponen una aproximación de la feria al sector y refuerzan las alianzas de la organización con las principales instituciones, públicas y privadas, de cada uno de estos países. Pro Ecuador, Corpei, el Ministerio de Comercio Exterior del Ecuador, el Ministerio de Comercio e Industrias de la República de Panamá y el Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana, han colaborado en la realización de estos actos que, enfocados a mostrar la proyección internacional del sector hortofrutícola y la importancia de la innovación en el sector, se han dirigido a más de 150 productores.

Para informar acerca de la actualidad en sus mercados objetivos, Fruit Logistica ha trasladado a Nic Jooste, Director de Marketing de la importadora holandesa Cool Fresh, y a Frank Ocampo, Responsable de Importaciones de ultramar para el área del Caribe en la importadora holandesa The Greenery, los cuales ofrecieron su visión sobre la realidad que vive el sector y las posibilidades de crecimiento y oportunidades de negocio. Jooste ha resaltado el rápido desarrollo de países de la “periferia europea” como Moldavia, Kazajstán o Azerbaiyán además de las posibilidades que ofrecen los países del este de Europa y Balcanes.

Por su parte, Ocampo se ha centrado en destacar la enorme plataforma de contactos que supone Fruit Logistica, un enclave idóneo para cumplir con la necesidad de los importadores de trabajar con los productores. Por no hablar de las numerosas cualidades indispensables para convertirse en proveedor de confianza para el mercado europeo: continuidad de producción, posesión de empacadora propia, control de pesticidas, calidad, sostenibilidad y confianza.

Por otro lado, la Directora de Comunicación para España y América Latina, Silvia De Juanes, ha divulgado el gran compromiso de Fruit Logistica con la innovación; un compromiso que el certamen muestra a través de los ciclos de conferencias gratuitos y traducidos de manera simultánea, sobre los diferentes temas clave del sector. Precisamente, la organización ya ha confirmado la primera de las temáticas de actualidad que conformarán el próximo ciclo. Y es que la digitalización juega un papel cada vez más importante en el comercio minorista y también influye en otras áreas de la cadena de valor.

Tras los históricos resultados registrados en la última edición de Fruit Logistica, en la que participaron más de 65.000 profesionales dedicados al sector de frutas y hortalizas, las encuestas completadas por los 2.785 expositores revelaron que cerca del 90% de los expositores valoraron positivamente su participación y la catalogaron de éxito comercial. Si bien no figuraba como meta primordial la firma de contratos, el 45,3% de los expositores indicó que había realizado operaciones comerciales durante el certamen. Además en torno al 90% confían en que los negocios derivados de la feria serán satisfactorios o muy satisfactorios. En consecuencia, el 89% de los expositores tuvieron una impresión general excelente y muy positiva de esta la edición de Fruit Logistica.

Fuente: Fruit Logistica