III Madrid Food & Drink Summit, con Latinoamérica como protagonista

El Summit, organizado por FIAB y la consultora Kreab, ha batido este año su récord de participación, con más de 500 inscritos que han reflexionado sobre aspectos claves para crecer en un contexto global. Latinoamérica también es un mercado natural para el sector gracias al idioma y, de hecho, las ventas de productos españoles a esta región creció en 2014 un 6,6% respecto al año anterior.

Bajo el lema “The World, What´s next?”. El Secretario de Estado de Comercio, Jaime García Legaz, fue el encargado de abrir estas jornadas y aprovechó para analizar los retos que el sector tiene por delante en materia de internacionalización: “Abrirse a nuevos mercados, promover una mayor fuerza empresarial para ganar talento e impulso y crear marcas fuertes y poderosas para abordar la tarea de penetrar en los mercados internacionales”. Asimismo, García Legaz ha aplaudido la capacidad innovadora del sector de la alimentación y bebidas, y ha hecho un llamamiento a “aprovechar la potencia del sector turístico español para la internacionalización de los productos agroalimentarios españoles”.

Latinoamérica también es un mercado natural para el sector gracias al idioma y, de hecho, las ventas de productos españoles a esta región creció en 2014 un 6,6% respecto al año anterior, alcanzando los 889 millones de euros. Randy Millian, ex – director de Diageo América Latina, afirmó que “el perfil del consumidor latinoamericano es muy similar al español,-muy arraigado a sus raíces-, y cada vez más informado y familiarizado con las marcas, una ventaja que debemos saber aprovechar”. Por esta razón, Millian también se enfocó en la importancia de la construcción de la marca, insistiendo en que “una marca debe conservar sus señas de identidad y sus raíces, siendo capaces de transmitir estos valores de una manera u otra en cada país al que queramos llegar”.

Por su parte, la ministra de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Isabel García Tejerina, que clausuró el acto, reiteró el apoyo de su departamento al sector agroalimentario, y sobre todo al Marco Estratégico y sus ejes de actuación, que van encaminados a reforzar aún más el papel de la industria de alimentación y bebidas como motor económico del país.

Conscientes de la importancia de la internacionalización para la industria, Phil Hogan, Consejero Europeo de Agricultura y Desarrollo Rural, aseguró que “se están impulsando nuevos instrumentos financieros para seguir respaldando al sector agroalimentario, movilizando a todos los agentes clave para continuar apostando por la innovación”.

En este sentido, según Eugenio Martinez, Managing Partner de Kreab, “el sector es capaz de sufrir si no se adapta a los tiempos, y si no actúa en bloque. Debemos ser revolucionarios, puesto que estamos ante un nuevo perfil de consumidor que es el más informado de la historia”.

El III Madrid Food & Drink Summit 2015 reunió a los principales agentes del sector para reflexionar sobre los activos claves que permitirán a las compañías seguir desarrollándose y crecer en un contexto global en los próximos años.

El chef José Andrés, uno de los cocineros españoles con más prestigio a nivel internacional, e incluido en la lista de los 100 personajes más influyentes del mundo, según la Revista Time, ha ejercido de perfecto ejemplo de embajador de los productos alimentarios en el exterior.

Fuente: Food & Drink Summit