***35ª Edición de Fispal Food Service Establece Récord de público calificado***

*En cuatro días, la feria atrajo a más 57.000 mil visitantes, un 10% mayor en comparación con el año anterior*

Tendencias y novedades para el sector de alimentación fuera del hogar fueron algunos de los principales factores que atrajeron a un público visitante de 57.000 personas en la 35ª edición de Fispal Food Service, mayor feria para este sector de América Latina. El evento, que tuvo lugar entre los días 11 y 14 de junio, en el Expo Center Norte (SP), contó con 470 expositores que representan 1.800 marcas. "Sólo en el primer día el volumen del público fue casi un 60% superior al registrado el año pasado", comenta Clélia Iwaki, directora de Fispal Food Service.

El buen desempeño del evento muestra que los efectos de la crisis económica en el sector de alimentación fuera del hogar se están quedando atrás. Según la encuesta "Conjuntura Económica del Sector de Alimentación Fuera del Hogar" realizada por la Asociación Brasileña de Restaurantes y Bares - ABRASEL con 991 empresarios de todas las regiones del país, hubo evolución en la facturación de los establecimientos en 2018 con relación al año anterior y la expectativa es que haya aún más crecimiento en 2019.

De acuerdo con el estudio, los empresarios del sector de alimentación fuera del hogar que participaron en la investigación están confiados: El 72% esperan crecimiento en sus ingresos. "Además de este clima de optimismo, podemos afirmar que el éxito de público está muy relacionado con el hecho de que Fispal se haya convertido en estos 35 años de existencia una gran referencia del sector", comenta Clélia. Para la ejecutiva, este reconocimiento ocurre porque existe un esfuerzo constante de entender al consumidor y, así, orientar a los expositores y ayudarlos a fortalecerse en el mercado.

Con 15 años de participación en Fispal Food Service, la empresa Laticínio Scala, de la región de la Serra da Canastra, en Minas Gerais, ve la feria como un evento estratégico para el sector. "Tenemos clientes de 40 años que frecuentan este importante evento y, por eso, siempre logramos buenos resultados", evalúa Marco Antonio Barbosa, gerente de Marketing y Ventas de Scala. En esta edición, la empresa fomentó muchas alianzas y prospecta un número considerable de prospección de nuevos clientes.

En esta edición, la feria contó una vez más con el espacio de alimentos y bebidas con la exposición de productos veganos y regionales. Fueron 131 empresas de ingredientes e insumos que representaron el 28% del total de expositores. El volumen de este año representa un crecimiento del 30% en comparación con el 2018.

***Contenido de Calidad***

Las atracciones de la feria fueron desarrolladas con el objetivo de orientar a dueños de restaurantes, panaderías, bares y afines acerca de tendencias y cambios del mercado y de las preferencias del consumidor.

Uno de los principales destaques fue el Fispal Innovation, un espacio creado para presentar innovaciones que llegan para ayudar a ampliar la competitividad de empresas de este sector. Quien pasó por allí pudo conferir desde un robot que auxilia restaurantes en la atención al cliente hasta un aparato que permite cocinar alimentos hasta cuatro veces más rápido que los convencionales. Uno de los expositores del espacio, Pluginbot trajo la solución de plataforma de gestión de inteligencia artificial, IoT y robots.

Según Sergio Ricardo, representante de la empresa, la mayoría de los visitantes no conocía las funcionalidades de estas plataformas y cómo pueden ser útiles para el mercado de alimentación fuera del hogar. "Nuestra exposición fue de extrema importancia para llevar el entendimiento sobre estas herramientas a este sector", explica.

Otra atracción que ganó destaque fue el Brew Pub de la Escuela Superior de Cerveza y Malte, cuyo objetivo fue ayudar gratuitamente a los establecimientos a implantar o transformar sus negocios en brew pubs para ampliar el mix de productos a sus clientes. Según sus consultores, hubo atención de más de 150 personas por día. De los visitantes, el 50% tiene un bar y quisiera invertir en la fabricación de la bebida y el otro 50% ya fabrican artesanalmente y tienen el deseo de abrir un bar.

También llamó la atención la Comida Invisible, consultoría gratuita con una duración de 15 minutos en que especialistas ayudaron a los establecimientos acerca de los procesos que pueden ser utilizados para disminuir el desperdicio en sus establecimientos, con aclaraciones sobre mitos y verdades de la donación de alimentos. Diariamente, más de 400 personas pasaron por el espacio y según los organizadores, la mayor parte no conocía esta iniciativa. Muchos de los visitantes tampoco tenían entendimiento sobre la ley de responsabilidad que rige la donación de alimentos.

Vale destacar también la **Arena *Food & Beverage for Hotels by Accor,*** que tuvo lugar del 12 al 14 de junio con el objetivo de mostrar oportunidades y desafíos de alimentos y bebidas dentro del segmento de hotelería. La atracción fue ofrecida por Fispal Food Service en asociación con el Grupo Accor – líder en hospitalidad aumentada que ofrece experiencias únicas y significativas en 4.800 hoteles, resorts y residencias en 100 países.

La Ruta de Ultracongelados - espacio creado para presentar todos los pasos del proceso del ultracongelado y de distribución de alimentos - ofreció por día seis charlas con capacidad para 40 personas lo que resultó en una atención de 240 visitantes por día. Después de la conferencia, los participantes tuvieron la oportunidad de degustar los alimentos y comprobar que la calidad y el sabor permanecen intactos.

***Foro sobre Gestión***

Fispal Food Service contó con la tercera edición del Foro Gestión a la Mesa, que se realiza en asociación con Abrasel y recibió a 500 personas. Este año, el evento fue realizado en un formato innovador, que permitió a los congresistas elegir entre tres paneles diferentes. Las conferencias destacaron la gestión de los establecimientos y estrategias de negocios; marketing y digital, además de tendencias e innovaciones.

El público presente pudo acompañar casos de éxitos de grandes restaurantes, como el Madero. El vicepresidente de operaciones, Rafael Mello, contó sobre las estrategias adoptadas para expandir la red, que hoy cuenta con más de 160 unidades. También llamó la atención las charlas sobre las nuevas tendencias del food service, como veganisno y el concepto grab and go.

***Acerca de la Fispal***

La marca Fispal, que comenzó como un encuentro de ingenieros llamado Feria de Insumos para Alimentos, en el Palacio de Convenciones de Anhembi, hoy representa el mayor encuentro del sector en América Latina. En 2001, con el objetivo de atender la industria de alimentos y bebidas y el sector de alimentación fuera del hogar, Fispal se segmentó en dos ferias: Fispal Tecnología - Feria Internacional de Tecnología para las industrias de alimentos y bebidas y Fispal Food Service: Feria internacional de productos y servicios para alimentación fuera del hogar. La marca aún agregó la Fispal Helados - Feria de Tecnología para la Industria de Heladería Profesional y la Fispal Café: Feria de negocios para el sector Cafetero.

Las ferias, que hoy acompañan los cambios y la evolución del mercado en Brasil y en el mundo, están marcadas por el lanzamiento de nuevas tecnologías, productos, profesionalización de mano de obra y por la expansión hacia nuevos mercados. Actualmente, la marca Fispal está compuesta de ferias que atienden toda la cadena de alimentos y bebidas, desde la materia prima, pasando por máquinas, equipos y procesos, llegando hasta el sector de alimentación fuera del hogar.

Para conocer más: [www.fispal.com.br](http://www.fispal.com.br)

***Acerca de Informa Markets***

Informa Markets crea plataformas para industrias y mercados especializados para hacer negocios, innovar y crecer. Nuestra cartera global está compuesta por más de 550 eventos y marcas internacionales, siendo más de 30 en Brasil, en mercados como Salud y Nutrición, Infraestructura, Construcción, Alimentos y Bebidas, Agronegocios, Tecnología y Telecom, Metal Mecánico, entre otros. Ofrecemos a los clientes y socios en todo el mundo oportunidades de networking, vivir experiencias y hacer negocios a través de ferias y eventos presenciales, contenido digital especializado y soluciones de inteligencia de mercado, construyendo una jornada de relaciones y negocios entre empresas y mercados los 365 días año.

Para más informaciones, visite [www.informamarkets.com](http://www.informamarkets.com).

***Informaciones para la Prensa:***

|  |  |
| --- | --- |
| ***SD&PRESS Consultoría*** | |
| (00 55 11) 3876-4070; www.sdpress.com.br; @sdpress; facebook.com\sdpress | |
| **Caroline Correa** | caroline.correa@sdpress.com.br |
| **Aline Feltrin** | aline.fetlrin@sdpress.com.br |
| **Priscila Fabi** | priscila.fabi@sdpress.com.br |
|  | JUNIO, 2019 |