|  | APROBADO | **TEMA:** | Ronda de negocios BNA |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  | **RESPONSABLES:** | [paolapapaleolaboral@gmail.com](mailto:paolapapaleolaboral@gmail.com)[Camila Gandia](mailto:camila@agenciaaw.com) |
|  |  | **UBICACIÓN:** | [DÍA 2 - Ronda de negocios BNA](https://drive.google.com/drive/folders/1CvLEAorbByadp3HCwcLGU2oyd5E-31NF?usp=drive_link) |
|  |  | **IMÁGENES:** | [DÍA 2 - Ronda de negocios BNA](https://drive.google.com/drive/folders/1CvLEAorbByadp3HCwcLGU2oyd5E-31NF?usp=drive_link) |

**Más de 300 reuniones se desarrollaron en las Rondas de Negocios BNA**

*En Caminos y Sabores edición BNA, con 300 reuniones en dos jornadas, los encuentros en búsqueda de oportunidades de mercado, volvieron a mostrarse como un espacio estratégico para acercar productos regionales a grandes canales de comercialización.*

Las Rondas de Negocios BNA se consolidaron en Caminos y Sabores edición BNA como un espacio clave para impulsar el crecimiento de emprendedores de todo el país. Durante los dos primeros días de la feria, reunieron a 150 empresas y generaron más de 300 reuniones entre productores de alimentos y bebidas regionales y artesanales y referentes del retail, supermercados, distribuidores y tiendas gourmet, generando vínculos estratégicos y nuevas posibilidades comerciales.

Daniel Tillard, presidente de la entidad, dijo que "como Banco Nación es fundamental ser parte activa de este evento”. Señaló, además: “Venimos con nuestras propuestas, pero también para estar a favor de todos los que trabajan en esta Argentina federal y estos encuentros potencian y unen regiones".

El nivel de participación de emprendedores y supermercadistas expresa el rol estratégico de estos encuentros como puente entre quienes producen con identidad y quienes acercan esos sabores a las góndolas. En ese sentido, el CEO de Exponenciar, Martin Schvartzman, manifestó que estas “Rondas de Negocios son una oportunidad concreta para generar ventas, posicionamientos, contactos comerciales, presencia en medios y sobre todo pertenencia”.

**Los productores**

Con el apoyo de la provincia de Misiones, **María Graciela Giménez Cunha** llegó por primera vez a estas rondas, presentando **Principios Yerba Mate,** desarrollado en Apóstoles artesanalmente y con secado barbacuá. “Nos sirve para hacer conocer nuestro producto del interior hacia todo el país, tener una mirada más visible a puntos de venta donde tal vez no podamos tener acceso", destacó.

Desde el espacio de San Juan en el Camino Federal, **Manuel Villegas,** director de **Frutolivo,** unemprendimiento que elabora aceitunas verdes y negras, aceto balsámico y vinagre a partir de plantaciones propias, participó por primera vez de la feria y de las Rondas de Negocios “con la intención de poder entablar relaciones con alguno de los compradores de Buenos Aires para tener presencia de la marca en la provincia”, comentó.

En su segundo año consecutivo en El Gran Mercado Argentino, los creadores de **Euro Café** llegaron desde Mar del Plata para promocionar su línea de café gourmet, tés en hebras y el lanzamiento de un chocolate elaborado con el concepto “bean to bar”, donde el productor controla todo el proceso para garantizar su calidad. De acuerdo con **Germán García Simón**, uno de los dueños, participan para establecer vínculo con potenciales clientes y trabajar juntos en un futuro: “Tenemos 43 años como empresa, pero trabajamos siempre para establecer lazos de confianza para que el día que tengan que tener una alternativa de los productos que trabajan, sepan a quién llamar”.

**Pablo Toledo** es de **Fruits Patagonia SA**, emprendimiento de Río Negro que elabora chips 100 % de manzana, producto sin TACC, apto veganos y celíacos. Con experiencia participando de Caminos y Sabores, precisó que en las Rondas de Negocios BNA apuntan a alcanzar la mayor cobertura geográfica posible, en busca de distribuidores, comercios, cadenas y minoristas y todo lo que ayude a que la marca sea conocida. “Hoy estamos en las grandes cadenas nacionales por contactos que se consiguieron también acá”, aseguró.

**Sal de Campo** es otro de los productos presentado en ese espacio. Elaborada en Camilo Aldao, provincia de Córdoba, esta sal saborizada con mezcla de hierba y especies es un homenaje al abuelo y tío abuelo de **Iván Corsi,** que hacían la llamada “sal de Pedro” o “sal del pueblo” usada por asadores.“Nuestro objetivo en estas Rondas de Negocios es conocer y contactar distribuidores, mayoristas de distintos puntos del país, como también cadenas de retail y de supermercados que tengan presencia en Buenos Aires y en otras provincias”, expresó.

**Los compradores**

Como es habitual, **Carrefour** estuvo presente. **Diego Bernini, gerente comercial Food,** observó: “Es una buena oportunidad para conocer proveedores y categorías de productos que aún no ofrecemos y que están en desarrollo o tiene cierta demanda del cliente”. Consideró que es alto el porcentaje de productos que llegan a sus góndolas desde este espacio: “Hay muchos productores con los que pudimos desarrollar una relación en el tiempo y hoy son muy buenos proveedores”.

**Felipe Planchadell**, category manager de la empresa de foodservice **Grupo L**, explicó: “Buscamos proveedores regionales para desarrollar y abastecer a nuestros a clientes que están fuera de Buenos Aires; nos interesa desarrollar contactos con pequeños proveedores y llegar en forma directa, también participar o colaborar con desarrollos de otras empresas”.

Otro de los compradores presentes fue el **Grupo Jaka**, con franquicias como Tea Connection, Green Eat o Casa Saenz. Sobre la vinculación, destacó: **“**Pudimos conversar sobre cómo son sus procesos productivos, cómo se pueden acercar a mercados nuevos y cómo nosotros también podríamos ofrecer los puntos de venta nuevos”.

Cabe destacar que esta edición de Caminos y Sabores edición BNA, cuenta con el apoyo del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires es el anfitrión de Caminos y Sabores edición BNA; Río Uruguay Seguros,SAGYP y Secretaría de Turismo, Ambiente y Deportes son sponsors; los gobiernos de Río Negro y de Tucumán y el Instituto Nacional de la Yerba Mate son auspiciantes; y el IPCVA, KER Hoteles, Metro Servicios, Santa Fe y Tierra del Fuego acompañan el evento.