

Fecha 21.03.2023	Sección Urbes y Estados	Página 42
----------------------------	-----------------------------------	---------------------

Productores de Jalisco abren mercado estadounidense

Patricia Romo
estados@eleconomista.mx

Guadalajara, Jal. Productores jaliscienses de alimentos, tanto frescos como industrializados, siguen abriendo nuevos mercados para la comercialización de sus productos en Estados Unidos.

Con ese objetivo, el Consejo Agroalimentario de Jalisco (CAJ), líder agroindustrial del país, realizará el Segundo Encuentro de Agronegocios en el Consulado de México en Houston, Texas, el próximo jueves 23 de marzo.

“Básicamente nos vamos a enfocar a hacer encuentros de negocios B2B entre productores e industriales (del sector alimenticio) y los dueños de los principales supermercados mexicanos que hay en el estado de Texas”, compartió con **El Economista** el presidente del CAJ, Roberto de Alba.

Además de las cadenas de supermercados, participarán también empresas restauranteras y distribuidores de productos frescos interesados en comprar alimentos y bebidas a los productores jaliscienses sin intermediarios, destacó De Alba Macías.

“En promedio, los intermediarios se llevan entre 50 y 60% del margen de utilidad de lo que se comercializa al consumidor final, mientras el productor gana en promedio 20 por ciento. Al vender de forma directa, el productor podría estar ganando 30 o 40%, el dis-

tribuidor estaría en las mismas condiciones y tendríamos un margen para ofrecer los productos 20% más baratos para ser más competitivos”, añadió.

Detalló que en este segundo encuentro “Jaliscool for the world” en Houston, Texas, participarán 18 empresas compradoras de Estados Unidos y 24 productores e industriales mexicanos que llevan un portafolio de más de 270 productos, todos con certificaciones de inocuidad y el registro correspondiente ante la FDA (la agencia de Administración de Alimentos y Medicinas del gobierno de Estados Unidos).

“La idea es hacer una distribución regional que permita al productor estar en varios estados a través de las cadenas de supermercados que tienen sucursales en esas entidades. En total, serían 250 tiendas en las que podrían estar sus productos”, indicó Roberto de Alba.

De acuerdo con el presidente del CAJ, entre los productos que los jaliscienses llevan para comercializar destacan algunos innovadores como menudo, birria y carne con chile ya preparados, y que solo requieren calentarse para poder consumirlos.

Asimismo, los empresarios de Jalisco llevan otros alimentos típicos mexicanos congelados, entre ellos, tamales, tacos de barbacoa y tortas ahogadas, además de salsas picantes, tequila, cerveza artesanal y productos frescos, principalmente limón, aguacate, mango y berries.

