

**16 al 18 de marzo**

• Expo Guadalajara •  
México

Exp  2016  
**ANTAD**  
& **Alimentaria**  
MÉXICO

REPORTE  
DE  
RESULTADOS

2 de Mayo de 2016

## Estimado Expositor:

Me permito compartir los resultados obtenidos en **Expo ANTAD 2016** realizado del 16 al 18 de Marzo, en Guadalajara Jalisco.



Se realizó una emisión de 34,242 gafetes que generaron la presencia de más de 44,173 visitantes.

Dentro de los niveles ejecutivos que reportan son: 11% alta dirección, 41% Dirección Ejecutiva, 26% Comprador, 18% Operación y el restante 4% de niveles diversos y todos ellos con un alto porcentaje en la toma de decisión.

En cuanto a las funciones destacan: Estratégicas en la Operación 22%, Oportunidades de Negocio Directo 71%, Capital Humano 4% y 3% otros.

De los cuales el 47% Decide la compra, 38% la Aprueba, 15% la recomienda y el 2% no participa en la decisión.

Por género: El 30% son mujeres, el 70% Hombres y en donde el 35% fluctúan con edades de entre 26 a 35 años, el 34% de 36 a 45 años y el 14% de 45 a 55 años.

Del total de los visitantes el 91% es Nacional y el 9% Internacional de estos últimos el 35% provienen de Norteamérica, el 32% de América latina, 16% de Europa, 14% de Asia y el 3% de Oceanía, en cuanto al número de visitantes internacionales se tuvo un crecimiento del 10% respecto a la edición anterior.

El 99% de los visitantes considera repetir la experiencia de negocios y califica como muy productiva su visita en el evento.

En relación al **PROGRAMA DE COMPRADORES**, generado para establecer contactos comerciales entre expositores y compradores; se realizaron reuniones registradas por ANTAD, entre compradores de las Cadenas Comerciales Asociadas a la ANTAD, incluyendo aquellas Cadenas que contaron con espacio en el área de compras dentro del Piso de Exposición: Almacenes Zaragoza, Casa Ley, Comercial Mexicana, Chedraui, del Sol y Woolworth, Grupo Idea representando actividades comerciales para: Al súper, Arteli, Merco, San Francisco de Asís, Santa Fe; además de Liverpool, S-mart, Soriana, Súper del Norte, Super Kompras y Wal-mart, para atender a proveeduría especializada en el Pabellón de Higiene y Salud se tuvo la presencia de Casa Ley, Chedraui, Farmacias Benavides y Soriana, la alianza con la Asociación de Distribuidores de Medicina (ANADIM) éste pabellón rindió frutos al contar con la presencia de Farmacias del Ahorro, Farmadepot, Ex Farma, Purex y el ISSEG; adicional en respuesta para específicamente a las áreas de Importaciones y gourmet las Cadenas Asociadas de Chedraui, Comercial Mexicana y Palacio de Hierro colocaron su espacio de compras en esta zona.

En resumen podemos expresar que se incrementaron en un 3.6% la realización de reuniones generadoras de negocios con más de **33,560** reuniones con ventas estimadas en **12,700 millones de pesos**.

La **PARTICIPACIÓN INTERNACIONAL DE COMPRADORES** se favoreció con la presencia de cadenas comerciales de USA: NORTHGATE MARKET, VALLARTA SUPERMARKETS que adquirieron un espacio en el piso de negocios y compradores coordinados y apoyados por PROMEXICO, además de nuestro aliado en California quién coordinó a 300 compradores de esa entidad y compradores invitados de los sectores de Hoteles, Restaurantes, Importadores y Distribuidores, Proveedores de Cruceros.

Todo esto en suma arroja la cifra de más de 2,000 compradores de otras latitudes.



**Empresas Expositoras;** se contó con la presencia de **1,456** de las cuales **130** presentaron **402** Nuevos Productos exhibidos dentro del Salón de **NPI**.

En cuanto al origen de esos Expositores, el 79% son Nacionales y el 21% restante Internacionales provenientes de: Australia, Argentina, Brasil , Canadá, Chile, China (Rep. Pop.), Colombia, Corea del Sur , Costa Rica, El Salvador, España, Estados Unidos, Grecia , Guatemala, India, Indonesia , Italia , Líbano , Perú, Polonia, Reino Unido, Singapur , Turquía.

El 79% de los expositores está satisfecho con los negocios generados y el 93% considera participar en la edición 2017.

La participación de los expositores de acuerdo a las categorías participantes es: 61% de Alimentos e Importaciones, 13% Mobiliario y Equipamiento, 11% No Comestibles y Farmacia, 11% Tecnología, 3% Servicios, 2% Mercancías Generales, 1% Transportación.



Previo a la inauguración se realizó el **PROGRAMA DEPORTIVO** en las instalaciones del Club Atlas contamos con la participación de 132 Jugadores, lo que representa un 28% de incremento.

El mismo día por la noche se realizó la **RECEPCIÓN DE BIENVENIDA** con la asistencia de 2,400 ejecutivos, contando con el apoyo y colaboración de la Secretaria de Agricultura (SAGARPA), quien con la coordinación de ASERCA apoyaron a Asociación Nacional e Establecimientos TIF (ANETIF) y Mexico Calidad Suprema; también contamos con el apoyo el Consejo Regulador del Tequila y la Asociación de Vitivinicultores, la empresas: Grupo Modelo y Coca-Cola con sus clave; sirviendo este foro como primer contacto entre compradores y expositores.

Durante la **SESIÓN PLENARIA INAUGURAL** se pronunciaron diversos mensajes y se contó con la presencia de funcionarios del Sector Público y Privado entre ellos: Secretario de Economía, Gobernador del Estado de Jalisco, Presidente Municipal de Guadalajara, Presidente Municipal de Zapopan, Secretario de SAGARPA , Subsecretario de Industria y Comercio de la Secretaria de Economía, Director en Jefe de ASERCA, Director en Jefe de SENASICA , Presidente INADEM, Presidente AMIS , Presidente CANACO, Presidente CCE, Presidente CNC, Presidente CONCAMIN , Presidente CONMEXICO, Presidente ALAS, Presidente del Consejo de la Comunicación, Director General de Alimentaria Exhibitions, Director General de CFE.



En cuanto al **PROGRAMA DE CONFERENCIAS**, se realizó la Conferencia Magna Inaugural con el tema “Productividad y Corrupción” Juan Pardinás, con la asistencia de 738 participantes. Súper sesiones y conferencias especializadas se efectuaron 30 Ponencias con temas relacionados al sector Retail, estas conferencias contaron con la participación de **3,160** asistentes.

Por primera ocasión y como una respuesta a la incorporación de compradores de nuevas categorías se incorporaron temas de la industria de la alimentación como son: catas de vino, cerveza artesanal, productos frescos y normatividad, comercio exterior, sobre la industria del tequila y el mezcal, y sus diversas aplicaciones en el género alimenticio.

## RETAIL TECH 2026

Oportunidad especialmente creada para mostrar las bondades y beneficios de productos y servicios de empresas de tecnología para favorecer la operación y optimizar la eficiencia operativa de las Cadenas Comerciales, con temas de visión en el sector retail en los campos de Capital Humano, Procesos, Infraestructura y Tecnología contó con 12 ponencias especializadas. Nuevamente exitoso este espacio para mostrar la vanguardia que soporte la operación comercial.

Por segunda ocasión el Tour a CEDIS en donde el CEDIS de Liverpool y las tiendas de Liverpool y Walmart fueron los principales anfitriones, incrementando la asistencia en un 10% en los participantes.



Para la difusión del evento se contó con un **Plan de Medios** muy puntal y dirigido como:

#### PERIÓDICO, REVISTAS ESPECIALIZADAS Y SUPLEMENTO INFORMATIVO

14 inserciones en periódico con más de 7,100,000 impactos.

29 Inserciones en revistas con más de 1 millón 700 mil impactos.

Para informar a visitantes y expositores de las diferentes actividades que se realizaron, se emitió durante los 3 días del evento un **Suplemento Informativo** a cargo del Periódico EL INFORMADOR de la ciudad de Guadalajara, informando diariamente lo más sobresaliente del evento.

#### RADIO Y TV DE PAGA

1,144 spots de 20" en Radio con un impacto de mas de 14 millones de personas.

#### CONFERENCIA DE PRENSA

El martes previo al evento se realizó una conferencia de prensa con la presencia de 39 medios con Ejecutivos de ANTAD y de otros organismos de colaboración.

#### ANTAD RADIO

Se transmitieron 35 entrevistas con 142,153 ciberescuchas durante los 3 días del evento con temas de novedad, cambios y actualidad en el sector retail.

Para revivir estas entrevistas puede escuchar los podcast en:



<http://intermexradio.com/category/expo-antad2016>

#### ANTAD TV

Más de 70 Entrevistas durante el evento las cuáles podrás consultar en:



<http://www.youtube.com/user/antadtv/videos>

## REDES SOCIALES

FACEBOOK: Se incremento al 38% el número de seguidores con un total de 80,947 y el publico objetivo es 51% hombres y 49% Mujeres.

TWITTER: El crecimiento de followers fue de 30% con un total de 5,650, en donde el 68% son hombres y el 32% son mujeres, de los cuales el 21 % tienen origen en Mexico y el resto de otras latitudes.

## PÁGINA WEB

Se incremento e un 27% el número de visitas a la página web al contar con 90,385 consultas.

## APP

Principal medio de información con contenido del evento que generó 7,442 descarga, más 33,224 consultas sobre expositores y 5,811 consultas para conocer el Programa General de Actividades. Esta herramienta electrónica ha sido la fuente de información para todos los visitantes.

Se incorporaron 2 herramientas en redes sociales Periscope e Instagram que permiten interactuar en tiempo real videos e imágenes con los seguidores en redes sociales.

La sinergia y alianza estratégica generada con Alimentaria Exhibitions a impulsado el crecimiento de otras categorías de distribución del sector Alimentario y con ello queremos formar en conjunto un referente de la industria de la Alimentación no solo en el sector retail así también en el país, estamos seguros que continuaremos generando actividades relacionadas a este sector que fructifiquen las relaciones comerciales entre sus principales profesionales.

Atentamente.

Lic. Manuel Alvarez Corona  
Gerente de Convención