**Exponenciar agrandó el equipo**

*Miguel Becchio y Diego Abdo se suman para liderar Expoagro y Caminos y Sabores como gerentes de producto. Las incorporaciones responden a una estrategia de crecimiento y de cada vez mayor especialización en cada sector.*

“Creamos contextos para que se produzcan relaciones”, repite cada vez que puede Rodrigo Ramírez, el gerente general de Exponenciar S.A., la empresa integrada por los diarios Clarín y La Nación que organiza Expoagro, Caminos y Sabores y Aliment.AR. La afirmación no sólo es simple y acertada, también encierra un gran desafío organizacional.

La agroindustria, los alimentos, el comercio exterior, son sectores tan amplios y complejos como estratégicos para el país. Para Exponenciar, el objetivo no sólo radica en profundizar el conocimiento de estos dinámicos sectores como forma de aportar nuevas soluciones a sus necesidades de relacionamiento, comunicación y negocios sino también en continuar evolucionando como empresa organizadora de exposiciones de trascendencia nacional e internacional. Impulsados por esto, el staff de Exponenciar acaba de incorporar la figura del gerente de producto para dos de sus productos emblemáticos.

Miguel Becchio, especializado en marketing y durante 20 años ejecutivo de Metalfor, es desde septiembre el nuevo gerente de Producto de Expoagro. En tanto, Diego Abdo, licenciado en Comunicación Social y responsable de comunicación de la feria desde sus inicios hasta el año 2011 y luego jefe de prensa de Confederaciones Rurales Argentinas (CRA), es el flamante gerente de producto de Caminos y Sabores.

El nuevo rol de Becchio será interactuar con el área de ventas y realizar tareas de marketing y planificación. “Expoagro es la mayor muestra a campo, es el punto de partida de las empresas para organizar su actividad comercial anual. Durante sus 11 años de existencia ha mostrado todo el potencial y la tecnología que hoy tiene la agroindustria. El predio estable, que es lo que las empresas pedían, la fuerte comunicación y el grupo humano que conforman la exposición hace que las empresas elijan estar allí todos los años”, dice el nuevo ejecutivo sobre la exposición que tendrá su 12 edición del 13 al 16 de marzo de 2018 en el Kilómetro 225 de la Ruta 9, en San Nicolás, predio estable que fue inaugurado el año pasado.

La incorporación de Becchio a Expoagro responde a la estrategia de “crecimiento constante” que se propone la organización como modo de acompañar la tendencia del sector agroindustrial. “Nadie duda de la importancia de participar de Expoagro”, dice Becchio. “La exposición es el punto de partida para toda la cadena agroindustrial y ofrece una serie de herramientas que generan grandes oportunidades de negocios para quienes participan”, acota y recuerda que en la última edición, al cierre, sólo a partir de la oferta de la banca pública y privada se habían generado más de 20 mil millones de pesos.

Por su parte, Diego Abdo, un gran conocedor de Caminos y Sabores y de la realidad productiva de las economías regionales, se propone liderar el sostenimiento de la marca y ajustar un modelo de feria cada vez más al servicio de los intereses de los expositores que llegan cada año desde todo el país, pero también de los visitantes y de las organizaciones que trabajan por el crecimiento de las PyMes alimentarias.

“Caminos y Sabores es una exposición de peso con identidad propia ganada tras 13 años de trabajo. Esta propuesta marcó el inicio de las acciones tendientes a trabajar por el desarrollo de las regiones, de las economías regionales, de los alimentos típicos y la puesta en valor del trabajo de los productores”, relata Abdo.

En su opinión, en estos 13 años, Caminos y Sabores ha sabido instalar la idea de que la producción de alimentos tiene que ver con las costumbres, las culturas regionales, la tradición, el clima, la tierra y los sabores de la inmigración. “El apoyo, el fomento y la difusión de la producción, la comercialización y el consumo de alimentos típicos de nuestro país alienta al desarrollo de las regiones y el arraigo de las personas en sus regiones y comunidades, y esto es algo que hace al ADN de esta exposición”, dice.

Para Abdo, el desafío es ahora potenciar el crecimiento alcanzado, su arraigo territorial, y combinarlo con tendencias y consumos actuales. Pero siempre sosteniendo una propuesta 100% federal que ponga en valor las historias de vida que se exponen detrás de cada producto. “Caminos y Sabores nos da la posibilidad de conocer en profundidad nuestros gustos gastronómicos. Saber por qué consumimos y producimos nuestros alimentos es también una ventana que nos cuenta quiénes somos como pueblo, ciudad, comunidad, región y país”, dice el ejecutivo y agrega que a todo esto hay que sumarle que la feria es un lugar adonde los visitantes van a consumir y a conocer productos novedosos. “La muestra es un hito ya instalado donde el expositor tiene una gran posibilidad de vender, concretar negocios, y hacerse conocido ante un público masivo y federal”, acota.

“Los contextos cambian y es necesario estar atentos y capacitados para leer las nuevas realidades. Esta es la forma en que evolucionamos y podemos ofrecer contenidos útiles para todas las partes”, sostiene Ramírez, el líder del equipo Exponenciar, mientras ajusta detalles de nuevos productos que formarán parte de la propuesta de la organización en 2018.