

Promoción de Ventas

Convención y Exposición Internacional PMA 2004

Calidad y frescor, los atributos más valorados por el consumidor de flores

■ Anaheim, California, octubre de 2004.

Marta Fernández-Rebollos

redaccion1@edlho.es

La Produce Marketing Association (PMA), fundada en 1949 y con sede en Newark, Delaware, es una asociación de comercio global sin ánimo de lucro que engloba a más de 2.400 miembros comercializadores de frutas hortalizas y flores frescas de todo el mundo.

Sus miembros están relacionados con la producción, distribución a grade y pequeña escala y otros servicios de distribución alimentaria, y la PMA trabaja para sostener y mejorar un entorno que favorezca la buena promoción de estos productos, así como de los servicios relacionados.

PMA 2004

La pasada Convención y Exposición Internacional de la Produce Marketing Association ha tenido lugar en Anaheim, California, en octubre de 2004, en donde se ha hecho efectiva una renovación de la Junta Directiva; así, Steve

Junqueiro, vicepresidente de la cadena de supermercados Save Mart en Modesto, California, es el nuevo director, junto a otros 21 profesionales que encabezan los apartados de gestión más destacados.

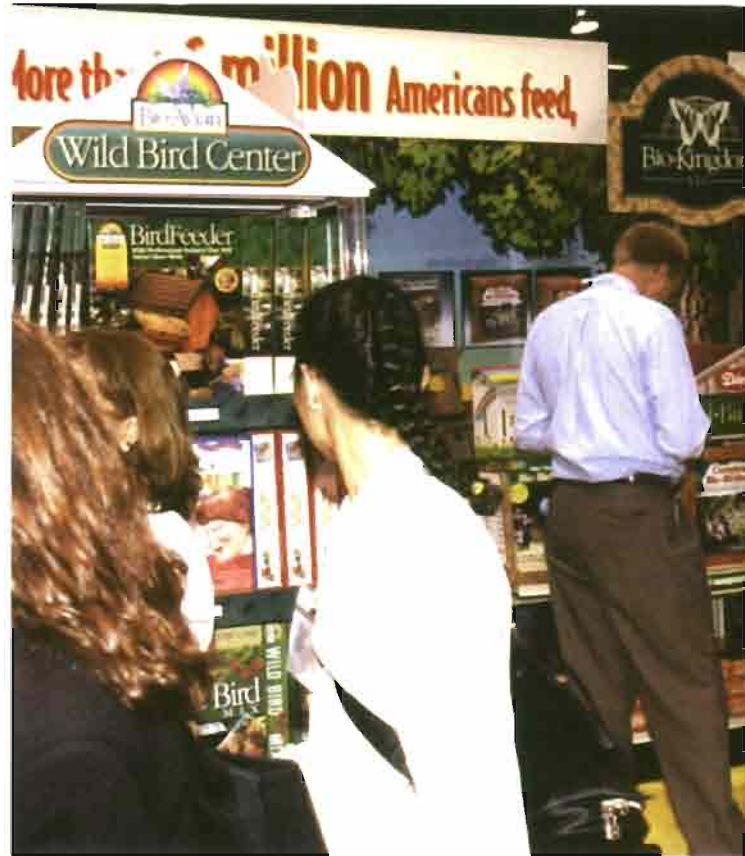
Productos florales: dónde, cuándo y por qué

En el marco de la PMA 2004, se han hecho públicos los resultados de un estudio realizado por la misma organización acerca de las preferencias para la compra de flores del consumidor hispano y asiático.

Según los datos de este estudio, a la hora de comprar flores, los supermercados y tiendas de decoración que comercializan estos productos son la primera opción de hispanos (39%) y asiáticos (35%), respectivamente.

Ambos grupos coinciden en considerar la calidad y el frescor de las flores los atributos más importantes a la hora de tomar sus decisiones de compra; además, el 69% de los hispanos y el 73% de los

Un estudio sobre preferencias de compra de flores del consumidor hispano y asiático, revela que, a la hora de comprar flores, supermercados y tiendas de decoración son la primera opción de hispanos (39%) y asiáticos (35%), respectivamente





Kathy Hession ha recibido el Floral Marketer of the Year Award 2004. La exclusiva rosa de 60 cm obtenida por este productor continúa siendo, después de los años, una referencia en Indianápolis, donde comenzó su carrera en el sector floral

ideas. Su exclusiva rosa de 60 cm continúa siendo, después de los años, una referencia en Indianápolis, donde comenzó su carrera en el sector floral".

Manipulación segura de los alimentos

Otra innovadora propuesta en línea con el ánimo de la PMA de promover la actividad comercial en el sector hortofrutícola es la creación de un proyecto para enseñar al consumidor final a adoptar las medidas sanitarias oportunas a la hora de manipular sus alimentos. Las herramientas de este proyecto han sido desarrolladas para el uso de los miembros de la PMA, así como a los agentes que ejercen algún tipo de influencia en el consumidor.

El material, que estará disponible próximamente en www.fightbac.org, dará cabida a información de empresas o agencias con sus respectivos logos, notas de prensa, dos presentaciones en Power Point, gráficos descargables y una lista para sugerencias.

Para saber más...

www.pma.com
infoctr@pma.com

Fotos de archivo.

asiáticos, dicen comprar flores más de tres veces al año.

El mejor vendedor de flores de 2004

Kathy Hession ha recibido el Floral Marketer of the Year Award -Premio al Mejor Vendedor de Flores- 2004. Se trata de la 24ª edición de estos premios que reconocen cada año a aquellas personas que han trabajado para la comercialización de flor cortada a gran escala con dedicación y distinción.

Pam Smith, de Naures's Flowers, quien ha presentado los premios en esta ocasión y fue galardonado con el mismo premio en 2000, describe a Hession como "un verdadero profesional de nuestra industria, que ha servido como amigo y mentor a muchos, conocido por sus innovadoras

GENERADOR DE HIELO TURBO

Sistemas de pre-enfriamiento y cámara de conservación para melones... y todo tipo de Frutas y Hortalizas

TURBO REFRIGERATING

VILTER

COMPRESOR VILTER

VILTER

TRADITION & TECHNOLOGY

Together. Working For You.

- Sistema Air Fresh de frío húmedo, con hielo líquido
- Hydrocooler: melón, espárrago y otras frutas y hortalizas compactas
- Vacuum cooler
- Plantas frigoríficas prefabricadas compactas
- Programas de control automático de cámaras
- Soluciones especiales

AIR

APLICACIONES INDUSTRIALES DEL HIELO Y REFRIGERACION, S.L.

AIR-APLICACIONES INDUSTRIALES, S.L.
Virgen del carmen,25
46183 L'ELIANA (Valencia)
Tel/fax: 96 274 18 68

armonia series