La Palma participará en MACFRUT Digital

Ajustándose a los desafíos que plantea la actual situación social y coincidiendo con el inicio de campaña, Cooperativa La Palma da un paso adelante y se adapta a los eventos virtuales comenzando con su participación en MACFRUT Digital 2020, donde continuará con su actividad B2B inaugurando su nueva sala digital La Palma eRoom.

Los próximos 8, 9 y 10 de septiembre se celebrará MACFRUT Digital 2020. Esta feria hortofrutícola internacional contó en la pasada edición con la presencia de más de 1.000 expositores provenientes de 90 países, acogió a más de 43.500 visitantes y estaba prevista celebrarse durante el pasado mes de mayo en Rímini (Italia). Finalmente, y tras la actual crisis sanitaria, se traslada a septiembre y opta por el formato virtual, donde los expositores tendrán un canal privilegiado para dialogar con los compradores registrados en la plataforma.

La Palma, empresa hortofrutícola de referencia internacional, será partícipe en este encuentro con el objetivo de reforzar su presencia en el mercado europeo y podrán trabajar codo con codo junto a todos los eslabones de la cadena de producción y distribución, desde la casa de semillas hasta el consumidor final. “Estas circunstancias tan excepcionales nos llevaron a plantearnos esta nueva forma de reunión con nuestros clientes como alternativa a las ferias presenciales a las que solemos asistir periódicamente, para nosotros es fundamental la cercanía”, resaltó la Dirección de la Cooperativa.

Ya el pasado mes de mayo y anticipándose a la situación actual, Cooperativa La Palma llevó a cabo la que fue la primera asamblea virtual en sus 47 años de historia, evento que pudo ser

seguido de manera multitudinaria por sus 700 agricultores y agricultoras conectados online desde sus hogares.

En esta ocasión va un paso más allá en su transformación digital. Para MACFRUT Digital 2020, y en previsión de futuras ferias virtuales como lo será Fruit Attraction LIVEConnect, La Palma inaugurará una novedosa sala digital, La Palma eRoom. Un área creada especialmente para la ocasión donde el Equipo Comercial podrá concertar e-meetings con cualquier parte del mundo desde su sede principal en Carchuna. Todo ello, en un espacio completamente equipado y que recuerda a uno de sus stands de feria. La Palma eRoom es además otro avance más hacia el campo de la sostenibilidad por parte de la cooperativa, haciéndolos aún más eficientes y suponiendo un importante ahorro logístico respecto a las ferias presenciales.

“La idea surge de intentar trasladar de la manera más fiel posible el concepto del stand de feria a nuestras instalaciones. Quisimos dar un paso adelante y adaptarnos para que la distancia no suponga un problema a la hora de comunicarnos con nuestros clientes.”, señala el Equipo Comercial de Cooperativa La Palma, que añadió “En La Palma siempre nos hemos caracterizado por nuestro carácter innovador. En esta ocasión hemos puesto las punteras instalaciones de las que disponemos al servicio de la innovación para crear La Palma eRoom. Siguiendo en nuestra línea habitual de trabajo, estamos preparados para ofrecer las experiencias más novedosas”.

Con la finalidad de mantener la excelencia que los caracteriza, Cooperativa La Palma viene desarrollando una agricultura innovadora, altamente profesional y en permanente mejora, una Agricultura en Positivo como ellos mismos denominan. La empresa se anticipa y adapta a los nuevos comportamientos de un consumidor exigente, lo que les permite mantener en el tiempo el alto nivel de calidad que ofrece y que los ha llevado a consolidarse fuertemente en el mercado europeo como referentes en la producción y comercialización de tomate cherry y minivegetales de especialidad.

En cuanto a la oferta de producto, La Palma mantiene su liderazgo en la gama de minivegetales con una amplia variedad de tomates especialidad, pepino snack y minipimiento. Aparte de su línea de subtropicales: chirimoya, aguacate y mango, de los que se prevé un incremento de producción con el que garantizar su comercialización en países europeos.

A su vez, la cooperativa sigue apostando por productos de mayor tamaño. Podemos ver marcas de alta calidad y personalidad como su tomate Amela®, que ha revolucionado el mercado presentando una experiencia de consumo única, uniendo en una sola pieza dulzura y acidez y ofreciendo además unas cualidades organolépticas extraordinarias. Un tomate gourmet de reconocido prestigio en Japón que ya conquista los paladares europeos de la mano de La Palma.

Observamos otro ejemplo en su exquisito Adora®, un insuperable tomate asurcado marrón que ha recibido destacados premios del sector, posicionándose rápidamente como líder de mercado en su categoría y que podremos encontrar muy pronto de nuevo en las tiendas, pues comienza su

temporada de recolección durante el próximo mes de octubre.

La empresa trabaja actualmente en el desarrollo de nuevas líneas de productos de mayor calibre, estudiando diferentes formas, colores y sabores con los que seguir maravillando al consumidor.

“Habiéndonos consolidado como referentes en el mundo de los minivegetales, ahora buscamos sorprender al consumidor trasladando el intenso sabor de estos pequeños vegetales a otros productos de mayor formato”, concluye la Dirección Comercial de Cooperativa La Palma.