

El nuevo presidente de [Wonderful Citrus](#) , Zak Laffite, especificó que la compañía está preparada para un futuro brillante; pese a que el sector de los cítricos de EE.UU. se ha enfrentado a unos desafiantes últimos años.

Zak Laffite asumió el cargo de David Krause en enero, después de haber trabajado en varias áreas de la compañía durante los últimos 15 años; incluidos los roles de liderazgo en operaciones, ventas y gestión de la cadena de suministro, lo que le dio una comprensión profunda del negocio.

En declaraciones a PortalFruticola.com, dijo que "es realmente un honor y un placer tener esta oportunidad".

"Estoy realmente entusiasmado por comenzar este nuevo rol en Wonderful Citrus. He estado aquí 15 años. He crecido en la compañía y aprecio mucho a las personas de la organización y los dueños", dijo.

Agregó que "la industria de los cítricos no está en un lugar fácil en este momento. La categoría ha bajado este año y no faltan desafíos; pero hemos reunido un equipo fantástico y es emocionante ver a todos reaccionar ante el llamado a la acción y reunirse en torno a lo que realmente es una organización fuerte con excelentes productos y grandes marcas".

En cuanto a qué dirección tomará Wonderful Citrus, que ya es el jugador líder en muchas categorías de cítricos; Laffite señaló que "creo que nosotros estamos más centrados en ser mejores, que en ser más grandes de ahora en adelante".

Si bien la estrategia de la compañía de '*one-stop citrus stop*' se centró originalmente en la oferta de productos; con el tiempo, se ha expandido para abarcar más áreas, incluyendo servicios y asociaciones, explicó.

"Creo que siempre estamos tratando de ser innovadores, siempre estamos tratando de buscar la siguiente mejor opción; y eso es solo por la naturaleza de quiénes somos como organización", puntualizó.

Añadió que esta interrupción del mercado en crecimiento de oportunidades es un buen momento para concentrarse en mejorar en áreas que los consumidores valoran cada vez más.

"Hay oportunidades para que podamos crear diferenciación a través de nuevos productos como limones sin semillas; o encontrar nuevas variedades de mandarina que funcionen bien en diferentes épocas del año. Por lo tanto, no se trata realmente de hacer crecer la

plataforma ahora, se trata de crear diferenciación y tratar de ser líderes en un espacio que no sea la marca y la oferta de productos".

Agregó que el desarrollo y la sostenibilidad de las personas son dos de las principales prioridades de Wonderful Citrus.

Programa de limón sin semillas crecerá exponencialmente

La última marca de la compañía, Wonderful Seedless Lemons, lanzada en noviembre del año pasado, promete inyectar entusiasmo en el mercado de limones; y abordar la demanda por una variedad más conveniente.

El lanzamiento ha sido a pequeña escala debido a la disponibilidad limitada, en la medida con que los árboles comienzan a producir su primer fruto. Sin embargo, Laffite dijo que el programa crecería exponencialmente en los próximos años.

"En este punto, consideramos que seríamos uno de los mejores actores en limones convencionales y creemos que los limones sin semillas coincidirán con nuestra oferta de limones. Por supuesto, eso está en un horizonte muy lejano; pero solo ilustra qué tan ambiciosamente estamos pensando en limones sin semillas", recalcó.

Wonderful Citrus ha llevado a cabo importantes plantaciones de la nueva variedad en todas sus regiones establecidas de cultivo de limón; incluido México y tres áreas en California para ofrecer un suministro durante todo el año.

En cuanto al marketing dijo que la compañía tomaría lecciones de su marca de mandarinas sin semillas, Wonderful Halos, que tiene una participación de mercado superior al 50%.

"Halos ha aprendido muchas lecciones a lo largo de los años sobre lo que funciona en la categoría de cítricos para la comercialización; y planeamos ponerlas en juego", dijo.

"Obviamente, es un producto diferente. Piensas que los limones son más un condimento o algo para bebidas o comida que un consumo fresco o alimento; pero creemos que las virtudes y la diferencia y la calidad superior que ofrece este producto se prestan a similares tácticas a lo que vimos en Halos, desde una perspectiva de marca".

Wonderful espera prosperar a pesar de los desafíos de la industria

cítrica

Los últimos años no han sido fáciles para la industria de los cítricos de California. La temporada pasada se produjo un mercado con exceso de oferta en varios productos básicos en medio de una fuerte producción nacional; y una importante expansión de las importaciones, lo que generó desafíos sustanciales para muchos.

Este año, Laffite dijo que la cosecha de cítricos de Wonderful es generalmente más ligera en todos los ámbitos, incluso en Texas y California, debido a un año de producción alternativo.

"El consumo que vemos a través de IRI [datos de investigación de mercado] es que la categoría de cítricos ha bajado aproximadamente un 7% en dólares durante la primera semana de enero, por lo que estamos viendo algo de deflación", dijo.

"Es una recompensa para las empresas que realmente están duplicando la calidad y la diferenciación. Este es el tipo de entorno en el que esperamos prosperar; donde las cosas no serán fáciles, no es que lo sean, pero habrá un poco de poco más de viento en contra para la categoría a corto plazo".

En términos más generales comentó que el éxito reciente de algunas categorías o variedades, como las mandarinas y los limones, en los mercados mundiales podría conducir a plantaciones desproporcionadas que podrían crear un exceso de oferta en el futuro.

"No digo que sea una certeza, pero es un riesgo", dijo. "Creo que la diferenciación sobre quién es uno como organización realmente entra en juego".

Agregó que la industria de los cítricos puede estar enfrentando algunos vientos en contra hoy; pero continúa siendo una gran parte de la sección de productos y un jugador fuerte en la industria de los productos frescos.

"Ha evolucionado bastante desde donde estaba hace 10 o 15 años. Nada permanece estacionario; si se observa lo que está sucediendo en las industrias de la manzana y la uva, están llegando nuevas variedades", expresó.

"Lo cítricos no tienen la flexibilidad de poner variedades en el mercado tan rápido como lo hacen esas industrias, pero creo que podemos evolucionar. Para Wonderful, esta compañía creció y evolucionó tanto en los últimos 15 años, y nuestros dueños y el equipo directivo todavía está muy concentrado en responder a lo que el mercado y nuestros consumidores quieren".

"Creo que estamos preparados para un futuro muy brillante basado en nuestras marcas, nuestros productos y el equipo que tenemos. La categoría puede no estar en un lugar tan bueno como hace tres años, pero creo que los consumidores continúan amando los cítricos, y si nos enfocamos en la calidad y en hacer lo correcto, creo que continuará siendo una estrategia exitosa para nosotros".