

Las paltas/ aguacates frescos se ubica como un súper alimento. Entre algunos de los consumidores de esta fruta se encuentran los Millennials y Gen Z que impulsado el crecimiento de la popularidad con las tostadas de palta/ aguacate, comenta Jay Alley, copropietario y vicepresidente de ventas de Fresh Innovations LLC, que opera ¡Yo Quiero! Marcas, Rhome, TX.

Alley se sitúa como un destacado líder de la industria que ha ampliado la línea de productos con productos procesados de alta calidad. Antes de lanzar ¡Yo Quiero!, durante 16 años, Alley con otra firma creó las categorías actuales de guacamole y palta/ aguacate en el comercio minorista y el servicio de alimentos.

Esto utilizó HPP (procesamiento de alta presión) para producir productos de palta/ aguacate para prolongar la vida útil y crear productos con sabor fresco, sin aditivos ni conservantes, y sin Listeria, E Coli, Salmonella, levadura y moho.

El fundador de la primera firma fue Don Bowden, quien murió el 14 de septiembre a la edad de 90 años. "Fue el primero en usar HPP en los Estados Unidos a nivel comercial y pionero del aguacate", dice Alley.

"En ¡Yo Quiero! Tomamos lo que aprendimos anteriormente y comenzamos un negocio con Don Bowden que continúa su legado de aguacate, y debido a la experiencia del equipo propietario, estamos trabajando para innovar artículos y llevar el aguacate y el guacamole a un nivel aún más alto."

¡Yo quiero! Brands, opera una instalación de distribución de 45,000 pies cuadrados en Rhome, Texas. También cuenta con una nueva y moderna instalación en México.

¡Yo Quiero! utiliza HPP en todos los productos de aguacate y guacamole. "Recogemos a mano todos nuestros artículos, los mezclamos en lotes pequeños, los sellamos y luego los pasamos por HPP". Esto asegura que todos sus artículos de palta/ aguacate y guacamole cumplan con los más altos estándares de seguridad alimentaria. Además, agrega, los sabores frescos y totalmente naturales del producto son deliciosos y los mejores del mercado.

¿Se avecinan más mejoras para el procesamiento de aguacates?

Jay Alley comenta que el proceso HPP actual se considera la 'mejor práctica' del mercado". Pasteuriza en frío los productos de aguacate sin productos químicos agresivos ni calor.

El principal desafío de la tecnología es el costo del tamaño de las máquinas. “Sin embargo, para la seguridad y frescura de los alimentos para el consumidor, las máquinas valen cada centavo”, agrega

En cuanto al marketing, Alley pretende mostrar a los consumidores que la palta/ aguacate sirve para algo más que guacamole y papas fritas. “Comenzamos con eso cuando este equipo creó Minis y Snack Packs que apuntan a un consumidor y uso diferente”.

¡Yo quiero! lanzó recientemente una salsa de queso crema con aguacate, que redujo las calorías, las grasas y el colesterol en aproximadamente un 30 por ciento.

Hay varios competidores nacionales en el mercado con aguacates procesados, incluidos Wholly Guacamole, en Saginaw, TX, y Westfalia Fruit Marketing USA LLC, en Oxnard, CA.

Si bien Alley es un gran admirador de las paltas/ aguacates enteros, dice: "Nuestros productos procesados de palta/ aguacate y guacamole siempre están maduros y listos para comer". Tampoco hay desperdicio.

Además, señala, los aguacates enteros pueden ser caros y difíciles de comprar con la madurez adecuada. También pueden sufrir de hematomas internos inútiles.

Consumo y abastecimiento de palta/ aguacate

En 2000, el consumo anual de aguacate por persona era de dos libras. Para 2020, el consumo anual superaba las nueve libras, informa Alley.

La Junta del Aguacate Hass predice que para el 2025, ese número será de más de 11 libras al año. "Seguimos viendo aumentos año tras año en las ventas de unidades de aguacate y no creemos que termine pronto", agrega Alley.

México se ubica como el mayor productor de palta/ aguacate del mundo y ha continuado aumentando la superficie cultivada, satisfaciendo las necesidades de suministro.

"Basándonos en eso, actualmente no necesitamos usar aguacates de Perú o Chile", señala

¡Yo quiero! no participa activamente en el cultivo de aguacates, pero la empresa está integrada verticalmente a través de asociaciones de productores.

Palta/aguacates en México

Aunque ¡Yo Quiero! sin duda impulsa las ventas de palta/ aguacate mexicano, Stephanie

Bazán, vicepresidenta de compras y marketing comercial de Avocados From Mexico (AFM), dijo que su grupo solo impulsa las palta/ aguacates frescos, tanto en el servicio de alimentos como en el comercio minorista.

Bazán, Reveló a Portal Frutícola que un estudio reciente de AFM indicó que la capacidad de los compradores para elegir sus aguacates para hoy y más tarde son factores críticos para elegir pala/ aguacates porque tener la capacidad de comer hoy y más tarde es un factor de influencia clave.

“Creemos que un enfoque en el que los minoristas ofrezcan un surtido dual (maduros y verdes) ayudará a generar unidades por viaje. Hemos innovado en torno a nuevas soluciones de comercialización para ayudar a los minoristas interesados en ofrecer a sus compradores aguacates frescos listos para el consumo inmediato y posterior”.

En el lado del servicio de alimentos, AFM enfatiza la innovación culinaria. Estos esfuerzos aprovechan la versatilidad de las paltas/ aguacates para impulsar los aguacates en los menús de todo el país.

A nivel minorista, las ventas de palta/ aguacate a granel siguen siendo las reinas, pero Bazán indica que la COVID-19 aceleró el crecimiento de las ventas en bolsa. Este cambio en la preferencia del consumidor continúa persistiendo. Los hogares que solo usan bolsas han aumentado del 13,8 % en 2019 al 20,6 % en 2022. La fuente de Bazán fue NielsenIQHomescanPanel, desde el 31 de enero de 2021 hasta el 29 de enero de 2022.

Exhibir bolsas con empaques temáticos únicos es una importante solución de comercialización para los minoristas, ya que brinda comodidad al comprador.

Bazan dice que el valor y la conveniencia están impulsando esta tendencia. AFM ofrece varios programas de apoyo enfocados en bolsas y recursos de comercialización que pueden ayudar a impulsar las ventas de aguacate para los minoristas. Las bolsas han brindado una gran oportunidad para aumentar las unidades por viaje y la penetración en los hogares, al tiempo que brindan comodidad y valor para los consumidores, y hemos aprovechado esta oportunidad para incluir mensajes de marca en torno a nuestros pilares estratégicos: educación, salud y bienestar, usos principales.