

## **CONSEJO DE LA PALTA: DESARROLLANDO EL CONOCIMIENTO Y DEMANDA DEL CONSUMIDOR EN EL MERCADO NORTEAMERICANO.**

C. Wolk

Chairman Hass Avocado Board 38 Discovery, Irvine California, USA E-mail: bejoca@sbcglobal.net

El Consejo de la Palta Hass (HAB, por sus siglas en inglés) se estableció bajo la Ley de Fomento, Investigación e Información de la Palta Hass del año 2000 luego que los productores de este tipo de palta e importadores aprobaron el programa en una consulta nacional.

Una de las disposiciones de la ley permite que las asociaciones calificadas retiren 85 por ciento de sus fondos de contribución para comercializar las paltas Hass en los EE.UU. Con el restante 15 por ciento de los fondos, el HAB lleva a cabo una estrategia de dos programas:

1) Comunicaciones de Marketing (MarCom) cuya meta fundamental es incrementar la notoriedad y demanda de las paltas Hass en mercados objetivo durante periodos de tiempo de alto volumen para acelerar el movimiento de frutos y crear un ambiente de comercialización ordenado y estable. Los programas bajo este fundamento impulsan al consumidor a comprar con mayor frecuencia las paltas Hass.

2) Tecnología de la información (InfoTech) que tiene como objetivo principal el desarrollo de Inteligencia Estratégica por medio de su producto global único en su clase, intranet [www.avoHQ.com](http://www.avoHQ.com), que permite a los distribuidores de palta compartir información esencial para comercializar en forma ordenada durante toda la temporada de 12 meses y reducir los puntos de transición de temporada e inestabilidad de mercado entre las fuentes.

Como la primera entidad mundial que representa a la industria de la palta Hass en los Estados Unidos, el HAB ha establecido una plataforma para el crecimiento continuo de la categoría de la palta Hass.