



Contacto: Lucy Keith
Fleishman-Hillard
(512) 495-7174
lucy.keith@fleishman.com

Se Agrega el Mango Fresco a Más Menús en la Industria de Servicio de Alimentos

La NMB continúa destacando el mango, inspirando a chefs y operadores en todo el país

Orlando, Fla (19 de junio de 2014) – La National Mango Board (NMB) trabaja muy estrechamente con operadores de servicio de alimentos, chefs, y los medios de comunicación para expandir la concientización y la educación sobre el mango con el propósito de asegurar nuevos artículos con mango fresco para los menús. La educación de chefs, estudiantes e instructores sobre cómo manejar y cocinar con el mango fresco, inspirándolos con promociones y concursos, es indispensable para incrementar el uso del mango fresco en la industria de servicio de alimentos. La industria de servicio de alimentos es un auditorio esencial, ya que es un sitio idóneo para que los consumidores prueben el mango, algunos por primera vez.

En un esfuerzo por difundir el mensaje del mango y añadir más mango a menús, la NMB trabaja con publicaciones de servicio de alimentos para asegurar la publicación de artículos sobre el mango en revistas y periódicos de servicio de alimentos a lo largo del año. El esfuerzo de extensión que la NMB realizó en las actividades de relaciones públicas con la industria de servicio de alimentos acumuló más de dos millones de impresiones durante el T1. Busquen los resultados para el T2 más adelante durante el mes de julio. En noviembre, la NMB se reunirá con publicaciones de servicio de alimentos en la conferencia anual del Consejo Internacional de Editores de Servicio de Alimentos (*International Foodservice Editor Council*), inspirándolos con creaciones culinarias que chefs han formulado con el mango.

Las promociones del mango con entidades populares de servicio de alimentos destacan el mango fresco y ayudan a posicionarlo como ingrediente que siempre está en la mente de chefs de servicio de alimentos, así como de sus clientes. Algunas de las promociones de la NMB para el 2014 incluyen: *On the Border Mexican Grill & Cantina*, con 160 locales, que en enero agregó un artículo permanente con mango al menú, *Ensalada de Pollo con Mango*, después de trabajar por varios años con la NMB. La cadena de tiendas de licuados y yogurt *Red Mango*, con 300 locales, realizó una promoción con el tema del Cinco de Mayo del 1ro al 31 de mayo del 2014. La promoción destacó encartes, afiches, afiches adhesivos para ventanas, y actividades en los medios sociales. *Guest Services*, un contratista de servicio de alimentos con aproximadamente 30 locales también participó en una promoción con el tema del Cinco de Mayo durante la semana del 5 de mayo del 2014, ofreciendo cuatro recetas inspiradas por el mango, incluyendo Quesadillas con Mango, Couscous con Salsa de Mango, y Sorbete de Mango. Otra entidad de servicio de alimentos con promociones de mango incluye: *Morrison Healthcare* (servicios de alimentos y nutrición para hospitales y sistemas de salud). La NMB rastreará los resultados de estas promociones y las compartirá a través del sitio web una vez que estén disponibles.

Para continuar inspirando a chefs, la NMB realizó demostraciones en cocinas para cadenas restauranteras en todo el país. El apoyo culinario se aportó por medio de conceptos de mango para menús, desarrollo de recetas con mango, e información educativa acerca del mango. Los restaurantes participantes incluyeron las cadenas *Souplantation* y *Sweet Tomatoes* con 128 locales, y *California Pizza Kitchen* con 197 locales. La oportunidad de destacar la versatilidad del mango frente a chefs en su cocina de prueba es esencial para ver más mango en menús en el futuro.

Además de las promociones del mango, la NMB invitó a chefs, dietistas, y directores de servicio de alimentos que trabajan en operaciones comerciales y no comerciales a participar en el Concurso "Háganle un Mangover a Su Receta



de Menú". El concurso retó a los participantes a utilizar el mango fresco en formas innovadoras e inspiradoras mediante la creación de una receta nueva o actualizando un artículo existente en el menú de las categorías de botana, ensalada, y platillo principal. Las recetas fueron evaluadas por un panel de profesionales de servicio de alimentos que incluyó a uno de los aliados más antiguos de la NMB, el chef Allen Susser. El Chef Michael Garahan, chef consultor y promotor de la nutrición infantil, se llevó el Premio Mayor de \$1,500 con su [Gumbo de Camarón y Mango](#). Dos ganadores del Primer Premio de \$750 cada uno se entregaron a la Chef Meryl Connelly, de *Southwest Soul Catering*, por sus [Jalapeños Rellenos de Mango con Queso Manchego y Crunch de Harina de Maíz con Curry](#) y a la Chef Allison Leono, Chef Privada, por sus [Rollos de Puerco Desmenuzado con Mango y Salsa de Mostaza Carolina](#).



Gumbo de Camarón y Mango, Chef Michael Garahan, ganador del Premio Mayor

La NMB patrocinó un receso matinal con refrigerios en la reunión del Grupo de Ejecutivos de Comercialización (MEG por sus siglas en inglés) durante la expo de la Asociación Nacional de Restaurantes (*National Restaurant Association (NRA por sus siglas en inglés)*) en la ciudad de Chicago los días 17 al 19 de mayo del 2014. La NMB presentó ideas sobre el uso del mango fresco, y el equipo de trabajo con el sector de servicio de alimentos hizo contactos con ejecutivos de comercialización de cadenas restauranteras para informarse más sobre su uso actual e interés en utilizar el mango fresco en sus menús. La NMB destacó un [Shooter de Ensalada de Mango Tropical](#) y un *Bahn Mi de Mango* para destacar la versatilidad del mango fresco, y la forma en que el mango encaja en las tendencias típicas de los menús que son atractivas para los clientes de los restaurantes. Más adelante durante el año, la NMB asistirá a la conferencia *The Flavor Experience* y a la Conferencia Ejecutiva para Operadores de Servicio de Alimentos con Múltiples Unidades para continuar cultivando fuertes relaciones con operadores de cadenas, chefs, y profesionales de comercialización que son los que toman las decisiones respecto de los artículos nuevos que se añaden a los menús, y las promociones que realizan.

"Informar a la industria de servicio de alimentos sobre lo sencillo y divertido que es cocinar con el mango es indispensable para incrementar el uso en el sector de servicio de alimentos," dijo Megan Mckenna, Directora de Comercialización de la NMB. "Queremos inspirar a chefs, y por extensión a los consumidores, a probar el mango en formas nuevas y emocionantes. El sabor y la textura del mango complementan muchas opciones del menú, ¡las posibilidades son infinitas!"



Por último, la NMB, por medio del Instituto de Investigación del Sector de Servicio de Alimentos (*Foodservice Research Institute*), completó un Estudio *Menu Trak* para determinar los usos que le dan al mango como ingrediente o componente en diferentes tiempos de los menús, incluyendo el almuerzo, la cena, bebidas, y postres. Los resultados compilados, conjuntamente con la comparación con años anteriores, brindaron excelentes intuiciones a la NMB. Algunos resultados incluyen: el mango es la novena fruta más común en menús y ocupa el 6to lugar en la categoría de frutas de mayor crecimiento. Los tipos de cocina más comunes asociados con el mango fueron la India, seguida por la Caribeña, Etnia Mixta, y Tailandesa. El uso más común del mango en bebidas fue en bebidas licuadas, seguido por las margaritas, bebidas mixtas con licor, y martinis. Finalmente, los usos más comunes para el mango en postres fueron en bocadillos congelados, postres étnicos, budines/gelatinas, postres de fruta, y bebidas. Con estos resultados, la NMB podrá rastrear tendencias de los menús en el mercado y definir canales de servicio de alimentos para futuras promociones y alianzas.

Visiten www.mango.org/foodservice para acceder a recursos para operadores y chefs de servicio de alimentos, incluyendo información sobre el manejo, la maduración, el corte, el rendimiento, e ideas de uso. Las recetas están disponibles en www.mango.org/recipes.

Sobre la National Mango Board

La National Mango Board es un grupo de promoción agrícola sustentado por cuotas que se aplican al mango nacional y al mango importado. La Cámara tiene el propósito de impulsar la concientización y el consumo del mango en los EEUU. Una taza de la súperfruta del mango contiene 100 calorías, es una fuente excelente de las vitaminas A y C, es una buena fuente de fibra, y una fuente asombrosa de sabor tropical.

La disponibilidad per cápita del mango ha incrementado un 53 por ciento desde 2005 a aproximadamente 2.87 libras por año en 2013. El volumen de importación del mango para 2013 fue de 935 millones de libras. Infórmense más en www.mango.org.

###