



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

### **La Campaña del Mangover está Programada para Continuar Inspirando a los Consumidores en 2014**

Los programas de comercialización de la NMB arrancan a todo vapor

**Orlando, Fla. (7 de febrero de 2014)** — La campaña del Mangover de la National Mango Board (NMB) ha causado un impacto muy significativo y positivo con los consumidores y los medios de comunicación desde su lanzamiento el año pasado. De acuerdo con el Rastreador del Programa de Comercialización al Consumo para 2013 de la NMB, las actividades del año 2013 rindieron más de 1,700 millones de impresiones, lo cual se atribuye en gran medida a las iniciativas del programa del Mangover. Para darle seguimiento y continuidad a esta campaña exitosa, la NMB impulsará la concientización en forma más agresiva a través de ideas y conceptos para recetas, y alianzas estratégicas. Asimismo, la NMB expandió e incluyó nuevas iniciativas en varios de los programas para 2014 con la finalidad de darle más alcance a cadenas minoristas, profesionales del sector de servicio de alimentos, y miembros de la industria.

Durante el 1er trimestre de 2014, la NMB empizarrará el año compartiendo ideas para bocadillos sabrosos y saludables conjuntamente con la promoción del Paquete Combinado de la película de Disney El Libro de la Selva Edición Diamante (The Jungle Book: Diamond Edition 2-Disc Blu-ray™ Combo Pack) que se lanzará el día 11 de febrero. Esto incluye varios concursos en los medios sociales, sorteos, y fiestas que destacan bocadillos divertidos y recetas del Mangover inspirados por la película. Además de esta promoción, la NMB continuará compartiendo recetas, ideas, y trucos del Mangover a lo largo del año. Esto incluye platillos sencillos que se pueden probar en casa para inspirar a los consumidores durante las épocas de fiestas especiales como las del Día de las Madres, el 4 de julio, y Año Nuevo. Entre las recetas se incluyen las de Crepas de Mango, Mango Breakfast Crisp, Cócteles de Mango, y muchas más.

Al igual que en 2013, el 2014 será un año emocionante y novedoso para la programa de comercialización y promociones con minoristas de la NMB. A petición de los minoristas y embarcadores de mango en todo el país, nuevamente producirán escaparates independientes (islas) para el mango para ayudar a mover más mango. Algo nuevo para 2014 será que un número limitado de islas estará disponible sin costo alguno para embarcadores de mango a fin de que los puedan distribuir entre sus minoristas más pequeños que no reciben asignaciones presupuestarias de parte de la NMB en la actualidad. Para ver el anuncio oficial, los minoristas deben asegurar que leen el número del mes de febrero del boletín informativo Mango Connection de la NMB.

En 2014, el Concurso de Escaparates La Locura por el Mango, cursando su cuarto año, estará abierto para todos los minoristas por primera vez en la historia. Más de \$12,000 de premios en efectivo serán distribuidos entre las tiendas de autoservicio que monten los mejores escaparates. Como siempre, el concurso arrancará en julio, y se anima la participación de los proveedores de mango. Los miembros de la industria deben estar atentos a la publicación de los anuncios durante la primavera para que puedan obtener más información y tener acceso a un enlace que los conecta al formulario de la NMB para hacer pedidos de los kits de materiales POS (Punto de Venta) para el concurso.



En relación a la capacitación de minoristas, la NMB estrenará su programa nuevo de la Universidad del Mango, completo con vídeos, capacitación, exámenes, y premios para empleados de departamentos de productos agroalimentarios que completen el programa y reciban su diploma del mango. El profesor Mango será el guía divertido en el mundo del mercadeo del mango a nivel minorista. Como acompañante de la Universidad del Mango, la NMB creará la primera Guía Sobre el Manejo y la Maduración del Mango a Nivel Minorista con las mejores prácticas para el manejo, mercadeo, y maduración del mango; para ayudar a los minoristas a impulsar sus ventas a niveles inusitados!

Además de trabajar con los minoristas, la NMB continúa animando el uso de mangos frescos en el servicio de alimentos. El programa innovador de Relaciones Públicas y Comercialización en Servicio de Alimentos de la NMB incluye trabajo con operadores, chefs, y los medios de servicio de alimentos para incrementar el consumo de mango. Este año la NMB continúa trabajando con los medios de servicio de alimentos compartiendo noticias acerca del mango fresco y asegurando colocaciones editoriales. Al mismo tiempo, realizarán promociones con cadenas y harán propuestas de ideas nuevas como el Mangover que le dan alcance a distribuidores y operadores.

Además del incremento en la cobertura en los medios y en el número de artículos de mango en el menú, la NMB realizarán por primera vez un Concurso de Mangover de Recetas de Chefs. Este concurso estará abierto para operadores comerciales y no comerciales. Ayudará a emprender y alentar a chefs en todo el país a experimentar con el mango fresco. Otra novedad en el programa es la Investigación Sobre Servicio de Alimentos, que incluye un estudio de rastreo de menús (Menu Trak) realizado por el Instituto de Investigación de Servicio de Alimentos que rastreará el mango como ingrediente o componente de platillos. Este estudio ayudará a determinar las tendencias en los menús e identifica a cadenas para formar posibles alianzas.

Como el NMB anunció el mes pasado, la NMB produjeron planes de estudio y vídeos culinarios para entrenar a estudiantes e instructores culinarios, además de chefs practicantes, sobre el manejo y la cocina con mango fresco. Para continuar inspirando a futuros profesionales del arte culinario, promoveremos el uso del plan de estudios realizando actividades de extensión con escuelas culinarias y el Center for the Advancement of Foodservice Education.

Los miembros de la industria deben asegurar que se inscriben para recibir el boletín informativo de la NMB, Mango Connection, en [www.mango.org/es/industry/mango-connection](http://www.mango.org/es/industry/mango-connection) para leer actualizaciones mensuales sobre los programas y anuncios de la NMB. Para informarse más acerca de los programas de la NMB, favor de visitar la sección de la industria en el sitio web [www.mango.org](http://www.mango.org).

### **Sobre la National Mango Board**

La National Mango Board es una organización nacional de promoción e investigación sustentada por cuotas que se aplican al mango nacional y al mango importado. La Mango Board realiza campañas educativas y promocionales que impulsan la concientización e incrementan el consumo de mango fresco en hogares y restaurantes. Una taza de mango contiene sólo 100 calorías, es una fuente excelente de las vitaminas A y C, una buena fuente de fibra, y una fuente maravillosa de sabor tropical.

El consumo de mango per cápita ha incrementado un 32% desde 2005 a aproximadamente 2.47 libras por año en 2012. El volumen de importación del mango fue 804 millones de libras en 2012. Infórmense más en [mango.org](http://mango.org).