



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

La National Mango Board Se Prepara para Iniciar una Nueva Era en 2015 Nuevas transiciones para la NMB prometen nuevas iniciativas

Orlando, Fla (11 de diciembre de 2014) – A medida que el año llega a su conclusión, la National Mango Board (NMB) se está preparando para iniciar una nueva era de desarrollo y transiciones ahora que William Watson, el Director Ejecutivo saliente, le ha cedido las riendas de la organización a Manuel Michel, el nuevo Director Ejecutivo. Asimismo, la NMB está armada con una nueva Directora de Comercialización, un nuevo Plan Estratégico, una nueva visión, y nuevos proyectos.

Manuel ha estado a bordo desde el mes de septiembre de 2014 trabajando con William intentando integrarse a su nuevo cargo. Hasta hoy, la NMB ya cursó su transición al nuevo Director Ejecutivo justo a tiempo para la época de fiestas y el inicio del año 2015. "Me siento muy seguro al saber que Manuel estará al timón para el próximo capítulo de la NMB. Gracias por la oportunidad y el apoyo. Los extrañaré mucho," dijo William Watson. La NMB también nombró a una nueva Directora de Comercialización, Rachel Muñoz, quien ha estado a bordo desde el mes de noviembre de 2014. Actualmente, Rachel supervisa las actividades de comercialización y relaciones públicas de los programas de consumo, nutrición, minoristas, y servicio de alimentos, y gestiona nuestra participación en expos de la industria y las comunicaciones a través del sitio web. "William creó a la NMB y unificó a la industria con una visión común para incrementar el consumo de mango en los EE.UU. Él ayudó a consolidar una base sólida sobre la cual Manuel se podrá apoyar para realizar actividades, y espero poder formar parte de estos planes de expandir el éxito de la NMB," señaló Rachel Muñoz, Directora de Comercialización de la NMB.



Manuel Michel, Bill Vogel y William Watson



Como el 2015 se avecina cada vez más, la NMB se está preparando para el año venidero con un conjunto de nuevas iniciativas. Se ha definido un nuevo plan estratégico para el período 2015-2017, que servirá como la base para los programas de la NMB – Comercialización, Investigación, y Relaciones con la Industria. El programa de comercialización para 2015 incluirá estrategias continuas de comercialización al consumo como el patrocinio con la Liga Nacional de Fútbol Femenil de EE.UU. Asimismo, se incluyen otros esfuerzos de comercialización dirigidos a los segmentos de Relaciones Públicas y comercialización en el sector de nutrición, comercialización y promociones con minoristas, y Relaciones Públicas y comercialización en el sector de servicio de alimentos. Los esfuerzos del programa de investigación se concentrarán en el tema relacionado con los beneficios nutricionales y saludables del mango, además de los temas relacionados con la calidad y las prácticas de pos cosecha del mango. El programa de Relaciones con la Industria trabajará para mejorar las comunicaciones y la preparación de la industria con la finalidad de fomentar la unificación de la industria del mango. Este programa también se concentrará en el Referendo de Continuación, mismo que se realizará del 6 al 17 de abril de 2015, y en el que los miembros de la industria del mango tendrán la oportunidad de votar tocante a la continuación del programa de la NMB. Estos programas trabajarán en forma conjunta para lograr la misión de la NMB, que es incrementar el consumo de mango fresco en los EE.UU. a través de la investigación innovadora y actividades promocionales, al mismo tiempo que se fomenta una industria pujante. De igual manera, la NMB actualizó su visión –Traer el encanto que el mundo siente por el mango a los EE.UU. Esta actualización de la visión asegura que los programas y la misión de la NMB sirven para complementar la nueva era de desarrollo y crecimiento. Finalmente, el nuevo diseño del sitio web de la NMB, www.mango.org, se lanzara en 2015. El nuevo diseño intuitivo permitirá a los consumidores y miembros de la industria navegar el sitio con mayor facilidad, y tendrán mayor conectividad con teléfonos móviles y tabletas.

“Ha sido un honor trabajar con William y tenerlo como mentor durante los últimos cuatro meses. Ha sido un gran líder para la industria del mango y nos ha trazado el sendero a seguir para los próximos años”, dijo Manuel Michel, Director Ejecutivo de la NMB. “2015 y los dos años que le sigan serán muy importantes para la NMB y para la industria del mango en la medida que continuamos con la expansión de nuestros programas y la implementación de nuevas iniciativas.”

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. El mango es una súperfruta que contiene 100 calorías por taza, es una fuente excelente de las vitaminas A y C, una buena fuente de fibra, y una magnífica fuente de sabor tropical.

La disponibilidad del mango per cápita 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.