



AVOACTION – VOL VI, No. 3

EL HAB DESARROLLA UN PROGRAMA DE INVESTIGACIÓN SOBRE NUTRICIÓN

Con el propósito de convertirse en líder en el campo de la investigación sobre nutrición del aguacate, el HAB está trabajando para establecer el Centro de Nutrición del Aguacate y, como piedra fundamental, desarrollar un completo plan de investigación sobre nutrición. La investigación se realizará durante los próximos años y ofrecerá sólidos cimientos científicos para los esfuerzos de comunicación de marketing basados en nutrición. El equipo de investigadores buscará información sobre los beneficios nutricionales del aguacate para el corazón, el control del peso, la vida sana y la diabetes.

La investigación tendrá por finalidad desarrollar avances creíbles en la ciencia de la nutrición del aguacate y descubrir el papel de los aguacates en la salud y la nutrición de las personas en representación de todos aquellos que comercializan Aguacates Hass. A partir de esta investigación, el HAB creará mensajes clave que podrán ser aprovechados en todos los esfuerzos de marketing para fomentar el consumo de Aguacates Hass.

En este emprendimiento científico, el equipo de investigación colaborará con los principales investigadores en materia de nutrición y organizaciones de terceros. Se pretende que los hallazgos sean compartidos en publicaciones editadas por pares, presentaciones en cumbres científicas, discusiones con expertos clave y en línea en el sitio AvocadoCentral.com.

Actualmente, se envió a la USDA para su revisión una hoja de datos sobre el Centro de Nutrición del Aguacate, así como una biblioteca de referencias científicas y presentaciones del HAB en reuniones especializadas. Una vez aprobada, la información se publicará en la sección del Centro de Nutrición del Aguacate del sitio AvocadoCentral.com.

Para obtener más información sobre las actividades de investigación del HAB, póngase en contacto con el Dr. Mark Dreher en science@avocadonutritioncenter.com.

ESTUDIO DE SEGUIMIENTO DEL AGUACATE REVELA TENDENCIAS

El estudio más reciente sobre la industria del Aguacate Hass encuestó a

www.avoHQ.com es la fuente de información más amplia sobre el mercado del aguacate Hass en los Estados Unidos. Si ya tiene una cuenta, visite nuestro sitio. Si aún no la tiene, regístrese hoy.



* Al hacer clic en esta liga, saldrá del boletín electrónico AvoAction de HAB y entrará a un sitio web no controlado por HAB.



AVOACTION – VOL VI, No. 3

consumidores nacionalmente. Llevado a cabo en la primavera, este estudio de más de 2.000 consumidores basado en Internet ofrece a los comercializadores de Aguacates Hass valiosa información respecto de los hábitos y utilización por parte de los consumidores que contribuye a conformar programas promocionales completos.

¿Ha habido algún cambio en los patrones de compra de aguacates? ¿Motivos para el consumo? ¿Uso?

Le comentamos a continuación algunas conclusiones:

- El porcentaje de compradores de aguacates en supermercados de EE.UU. ha aumentado y se encuentra en su nivel máximo desde que el HAB comenzó a realizar el seguimiento de la información de los hábitos y el uso por parte de los consumidores.
- La motivo principal que aducen los consumidores es que los compran por sus “beneficios nutricionales/son buenos para la salud”.
- Las fiestas, las barbacoas, los picnics, las celebraciones festivas y los encuentros deportivos de fútbol son los principales eventos para los cuales los consumidores declaran comprar aguacates.

Para ver el resto de las conclusiones, diríjase a:

http://www.avohq.com/assets/newsFiles/avoaction/Spring_2010_HAB_ExecSummary.pdf



www.avoHQ.com es la fuente de información más amplia sobre el mercado del aguacate Hass en los Estados Unidos. Si ya tiene una cuenta, visite nuestro sitio. Si aún no la tiene, regístrese hoy.



AVOACTION – VOL VI, No. 3

PROMOCIÓN PARA EL CAMPEONATO MUNDIAL DE FÚTBOL

Con el objetivo estratégico de "hacer de los Aguacates Hass el ingrediente "indispensable" de todo evento deportivo", el campeonato mundial de fútbol (soccer) de este verano, que se cree que será el evento deportivo de mayor audiencia en el mundo entero, ofrece la oportunidad perfecta para que el HAB implemente su estrategia y promueva mayores ventas de Aguacates Hass en tiendas minoristas. El HAB participa en un exhibidor con el tema del soccer y una promoción de un cupón de la cerveza Modelo Especial™ desde fines de mayo hasta mediados de julio. Para los mexicanos y los hispanos de origen no mexicano ésta es la cerveza premium mexicana y es la tercera en importancia entre las cervezas importadas en los EE.UU. La promoción incluirá un prominente logotipo del HAB en un cartel 1 m x 1,50 (3 x 5 pies) que se colgará en el pasillo de las cervezas y posiblemente en otras ubicaciones de las tiendas minoristas. Los exhibidores incluirán también cupones por centavos de descuento y rebajas.

Distintas ofertas de cupones y rebajas estarán a disposición del público, de acuerdo con los requisitos regionales, incluso ofertas en idioma español para los consumidores predominantemente de origen hispano. Esta promoción resulta muy atractiva para los minoristas ya que alienta una canasta de compras mayor. Hasta la fecha, unos 8.000 minoristas en los EE.UU. han aceptado participar en la promoción con el tema del soccer de Modelo Especial y los Aguacates Hass.

AÑO TRAS AÑO, EL TRÁFICO EN LÍNEA SE DUPLICA

Un análisis reciente del rendimiento del buscador de AvocadoCentral.com indicó que el tráfico orgánico, año tras año del sitio web del HAB ha aumentado casi un 100 por ciento. Información nutricional, recetas y agasajos, e instrucciones de preparación son las principales causas de dicho aumento en las visitas. Las recetas más solicitadas incluyen: *Ensalada Tropical con Aguacates Hass* y *Camarones*, que se incluyó este año durante el National Nutrition Month®; *Guacamole Clásico*, con un aumento del 253 por ciento y *Guacamole Auténtico*, con un aumento del 673 por ciento; "Tráfico orgánico de búsqueda" se refiere al tráfico que logra un sitio web debido a su pertinencia inherente en las búsquedas por palabras clave realizadas por personas en contraposición al tráfico logrado por publicidad.



Además, a partir del 31 de marzo, [la nueva página de índice](#)

www.avoHQ.com es la fuente de información más amplia sobre el mercado del aguacate Hass en los Estados Unidos. Si ya tiene una cuenta, visite nuestro sitio. Si aún no la tiene, regístrese hoy.



* Al hacer clic en esta liga, saldrá del boletín electrónico AvoAction de HAB y entrará a un sitio web no controlado por HAB.



AVOACTION – VOL VI, No. 3

[de recetas de guacamole](#) recientemente agregada es la quinta página más vista. También es la octava página de aterrizaje de mayor tráfico orgánico. La mayoría de los visitantes hace clic en esta página después de ver otras páginas del sitio AvocadoCentral.com.

LA OFICINA DE PRENSA DEL HAB SE ESFUERZA POR OBTENER COBERTURA EN LOS MEDIOS

La Oficina de prensa del Consejo del Aguacate Hass, actúa proactiva y reactivamente, como programa de relaciones con los medios que contribuye a mantener siempre presentes los Aguacates Hass en las mentes de los medios y los consumidores. El HAB crea y distribuye una corriente fluida de comunicaciones para hacer que los medios escriban sobre los Aguacates Hass durante todo el año. La cobertura lograda a través de los esfuerzos de este programa destacó los beneficios nutricionales de la fruta, ofreció consejos para seleccionarlos y elegirlos, e incluyó a los Aguacates Hass como ingrediente de diversas recetas. Recientemente, el HAB promocionó el uso de la fruta como primera comida ideal para bebés y un delicioso bocadito para niños en un comunicado con formato para publicación distribuido a periódicos de todo el país. Gracias al esfuerzo de todo un año, el programa logró obtener 60 millones de impactos de consumidores en los medios.

ESTUDIO DE SEGUIMIENTO DE LOS MENÚS DEL SERVICIO DE COMIDAS INDICA UN CLARO CRECIMIENTO DE LAS MENCIONES SOBRE AGUACATES

En un esfuerzo por determinar el crecimiento de los aguacates como ingrediente en los menús, el equipo de servicio de comidas realizó un estudio de seguimiento para determinar la incidencia de las menciones de las palabras 'aguacate' y 'guacamole' en los menús del servicio de comidas. El estudio midió el aumento entre los años 2005 y 2009 y descubrió que las menciones de ambas palabras en los menús habían tenido un incremento de más de 8 puntos porcentuales. La cantidad de platillos de menú que incluían la palabra 'aguacate' o 'guacamole' se incrementó en un 57 por ciento.


www.avoHQ.com es la fuente de información más amplia sobre el mercado del aguacate Hass en los Estados Unidos. Si ya tiene una cuenta, visite nuestro sitio. Si aún no la tiene, regístrese hoy.

* Al hacer clic en esta liga, saldrá del boletín electrónico AvoAction de HAB y entrará a un sitio web no controlado por HAB.

Nutrition News And Notes

Avocados: A Good "First" For Baby

Put sliced Hass avocado on a plate with other soft fruits and vegetables. Hass avocado is a great first food for babies. Toddlers also will love these quick and easy avocado sandwiches.



Ingredients:
1 Hass avocado
1/2 cup fresh Hass avocado, peeled, seeded and sliced
1 slice of bread
1 slice of cheese
1 slice of ham

Instructions:
1. Using a rolling pin, roll out each bread slice until very thin and wide.
2. On a small board, combine avocado and 1/4 cup of ham until smooth.
3. Spread avocado mixture between half of the bread slice evenly, leaving a 1/2 inch border at each edge. Top avocado mixture with a cheese slice.
4. Place a second slice of bread on top of each piece of cheese. Use fingers to press on bread about 1 inch from edge on all sides to seal around cheese filling inside the bread.
5. Use vegetable steamer and shape of cookie cutters to cut out mini sandwiches.

Notes: Avocados are a great first food for babies. Toddlers also will love these quick and easy avocado sandwiches.

Recipe: Avocado Sandwich
1 Hass avocado
1/2 cup fresh Hass avocado, peeled, seeded and sliced
1 slice of bread
1 slice of cheese
1 slice of ham

Food Ideas
This creamy consistency will melt into the mouth of the baby. It is a great first food for babies. Toddlers also will love these quick and easy avocado sandwiches.

Along with baby's first steps and first words, a child's first solid food is an important milestone in early development. The creamy consistency and mild taste of avocado makes it one of the best first foods for a baby to enjoy. © Avocado. A Good "First" For Baby



GLOBAL AVOCADO MARKETING INTRANET



AVOACTION – VOL VI, No. 3

FAMOSA CHEF Y VOCERA DE LA CAIA, INGRID HOFFMAN, PARTICIPÓ EN LOS PROGRAMAS DR. OZ Y TODAY SHOW

Con su popular programa, "Simply Delicioso®", que pronto se emitirá en el nuevo canal Cooking Channel® y Galavision®, la vocera de la CAIA y célebre chef Ingrid Hoffmann, continúa siendo muy requerida por muchos programas de televisión nacional. Por su amplia experiencia, Hoffman ha sido contactada para segmentos televisivos alusivos a las festividades latinas, tales como el National Hispanic Heritage Month, que se celebra del 15 de septiembre al 15 de octubre, y el Cinco de Mayo.



Hace poco, Hoffmann promocionó los aguacates en el programa Cinco de Mayo "Guac Off" del Today Show de la cadena NBC® emitido el 4 de mayo. Después de preparar sendas recetas de guacamole, el anfitrión del show probó la de Hoffman y la de su competidora, una experta en estilo de vida sano, declarando un empate. Hoffmann también participó como chef invitada en el exitoso programa Dr.Oz®, que salió al aire el mismo día.

Hoffman continuará trabajando con la CAIA durante la temporada 2010-2011 promoviendo hábitos alimenticios saludables y el delicioso sabor de los Aguacates Hass de Chile en apariciones en los medios y eventos promocionales en vivo junto con el equipo de comercialización de la CAIA.

LA MHAIA LLEVA AL CINCO DE MAYO A UN NUEVO NIVEL

La campaña de marketing del Cinco de Mayo 2010 de la MHAIA, denominada "Cinco de Avocado", logró resultados inéditos en la ventas y valiosa publicidad este año. Una cifra récord de 3.000 tiendas minoristas solicitaron los exhibidores con forma de aguacate Cinco, logrando repartir un millón de hojas para desprender con ideas para las celebraciones y menús del Cinco de Mayo. Para alentar la colocación del exhibidor en las tiendas minoristas, éstos se entregaban con una toalla para playa de Aguacates de México en su interior.

www.avoHQ.com es la fuente de información más amplia sobre el mercado del aguacate Hass en los Estados Unidos. Si ya tiene una cuenta, visite nuestro sitio. Si aún no la tiene, regístrese hoy.

avoHQ.com
GLOBAL AVOCADO MARKETING INTRANET

* Al hacer clic en esta liga, saldrá del boletín electrónico AvoAction de HAB y entrará a un sitio web no controlado por HAB.



AVOACTION – VOL VI, No. 3

En el ámbito de las relaciones públicas, Aguacates de México se asoció con el galardonado chef Roberto Santibanez para un recorrido por los medios satelitales en conjunción con la cerveza Corona®. Santibanez destacó la versatilidad de los aguacates en un segmento de televisión nacional y 20 de emisoras locales, así como también en seis estaciones con programación en español.

Nutriólogos también destacaron el valor nutritivo y la versatilidad del aguacate en un segmento por televisión nacional y en cuatro de emisoras locales y los anfitriones de un programa matutino local de NYC demostró cómo preparar guacamole, cortesía de Aguacates de México.

Un blog sobre comidas organizó un concurso "piensa más allá del guacamole", patrocinado por Aguacates de México, para que el público sugiera ideas creativas fuera del tradicional platillo. Aguacates de México también patrocinó el "Guactacular", un concurso de preparación de guacamole con 20 competidores y más de 400 asistentes. Cientos de personas más participaron virtualmente vía Twitter®, donde @AmazingAvocado se unió a la conversación. Se publicaron nuevas recetas en cinco periódicos y sitios web locales. El soporte en línea a la campaña Cinco de Avocado incluyó carteles publicitarios, envíos masivos de correo electrónico a los miembros de la base de datos de la MHAIA y creativas recetas alusivas al Cinco se publicaron en theamazingavocado.com.



LAS INICIATIVAS DE RELACIONES PÚBLICAS, SERVICIO DE COMIDAS Y VENTAS MINORISTAS DE AGUACATES DE CALIFORNIA SIGUEN AUMENTANDO LA CONCIENTIZACIÓN EN LA TEMPORADA

Con la temporada de Aguacates de California ya iniciada, las actividades promocionales de relaciones públicas, tiendas minoristas y servicio de comidas de la campaña Productores de Aguacates de California de la CAC en publicidad para consumidores, marketing en línea y compartido están en pleno auge.

Relaciones públicas

Con el objeto de promover la versatilidad y la calidad premium de los Aguacates de

www.avoHQ.com es la fuente de información más amplia sobre el mercado del aguacate Hass en los Estados Unidos. Si ya tiene una cuenta, visite nuestro sitio. Si aún no la tiene, regístrese hoy.



* Al hacer clic en esta liga, saldrá del boletín electrónico AvoAction de HAB y entrará a un sitio web no controlado por HAB.

AVOACTION – VOL VI, No. 3

California, la CAC ha convocado a distintos chefs en mercados clave para que oficien de voceros, y llevó a cabo entrevistas, un evento especial para blogs culinarios e incrementó su presencia en los medios. Al utilizar voceros culinarios independientes como expertos creíbles para hablar sobre los Aguacates de California, la CAC recurre al programa de Chefs Artesanos para crear relaciones en mercados clave y trabajar con ellos en oportunidades para aprovechar las redes de los medios y del contacto social.

Tiendas minoristas

Las ventas de unidades de aguacates se han incrementado en todas las regiones de los Estados Unidos con un aumento del 17 por ciento en el nivel nacional. Para continuar el refuerzo a las ventas, la CAC está colaborando con tiendas minoristas en mercados objetivo cuyas iniciativas para el consumidor están en línea con la estrategia de la campaña del Productor de Aguacates de California.



2010 Información para Minoristas



2010 Cajón Exhibidor

Este año, la demanda de cajones exhibidores de aguacates por parte de los minoristas ha sido impresionante, con más de 4.500 unidades enviadas a tiendas de todo el país. El total de materiales de punto de venta enviados a minoristas fue muy superior a 9.000.

www.avoHQ.com es la fuente de información más amplia sobre el mercado del aguacate Hass en los Estados Unidos. Si ya tiene una cuenta, visite nuestro sitio. Si aún no la tiene, regístrese hoy.



AVOACTION – VOL VI, No. 3

Servicio de comidas

Para continuar reforzando la concientización sobre los Aguacates de California frescos durante la temporada, la CAC está demostrando la versatilidad, la calidad y el valor del producto en esfuerzos proactivos de relaciones públicas y publicidad durante la estación pico y en eventos estratégicos de la industria.

Además, la CAC educa a operadores del servicio de comidas, editores y personas influyentes sobre el proceso completo que atraviesan los Aguacates de California del campo a la mesa mediante recorridos educativos de áreas de cultivo y plantas de empaque.

Para que los Aguacates de California permanezcan en los menús de restaurantes de cadena y otros durante la estación, la CAC está poniendo en práctica programas de desarrollo de menús con Aguacates de California frescos dirigidos a restaurantes de cadena de grandes volúmenes de ventas y compañías de servicio de administración de servicio de comidas. Se crearon tres anuncios dirigidos especialmente a cadenas de servicio de comidas, compañías independientes y administradoras de servicios de comida como parte de un amplio programa de anuncios de enero a septiembre, con el fin de generar nuevos clientes potenciales confiables entre los operadores.

www.avoHQ.com es la fuente de información más amplia sobre el mercado del aguacate Hass en los Estados Unidos. Si ya tiene una cuenta, visite nuestro sitio. Si aún no la tiene, regístrese hoy.

* Al hacer clic en esta liga, saldrá del boletín electrónico AvoAction de HAB y entrará a un sitio web no controlado por HAB.