



AVOACTION – VOL V, No. 5

Campaña de Festejos en Días de Juego 2009 – En proceso

Bajo el tema de campaña “Festejos en Días del Juego”, el HAB continúa con su intensa actividad promocional de lo que comúnmente conocemos la temporada de *tailgating*: eventos deportivos de otoño que generan fiestas durante días de juego en todo el país. Este año, por primera vez, el HAB, CAIA y MHAIA han aunado fuerzas en *The Big Hit*®, un programa multifacético que coincide con la final del campeonato de béisbol profesional. El mensaje clave de marketing es que los Aguacates Hass son un ingrediente "indispensable" para los festejos en el hogar o en el estadio.

El motor principal de este programa es una importante campaña publicitaria en televisión financiada por las tres organizaciones.

The Big Hit despierta el interés general sobre el aguacate

The Big Hit es un multimillonario programa mediático presentado en conjunto con Turner Broadcasting System®. En la cadena de televisión TBS se emitirá un atractivo anuncio de 30 segundos durante cinco semanas consecutivas. Esta alianza también asegura una amplia cobertura del producto durante los juegos de la MLB Division Series® y la National League Championship® que incluyen un exclusivo "comercial en vivo" con el equipo de la emisora.

Otros anuncios por televisión alentarán a los consumidores a comprar Aguacates Hass y los dirigirá a un importante concurso en el sitio web de TBS. Los participantes podrán ganar un paquete para festejos en el hogar haciendo clic en los vínculos del sitio web. Además, los visitantes obtendrán recetas con Aguacates Hass e ideas para las fiestas en el sitio web de TBS.

Para atraer la atención en el nivel de tiendas minoristas, el programa incluye tarjetas de puntos de compra, bandas del canal y blocs de recetas para arrancar y llevar que incluyen ideas para usar el producto.

Un vocero mediático de las grandes ligas

Además de participar en *The Big Hit*, el HAB está llevando a cabo un

* By clicking on this link you will be leaving the HAB AvoAction e-bulletin and entering a non-HAB Web site.

www.avoHQ.com is the most comprehensive resource for U.S. Hass Avocado market information.

If you already have an account, log on. If not, sign up today.



AVOACTION – VOL V, No. 5

multifacético esfuerzo estratégico en los medios para influir en los menús de las fiestas en Días de Juego con elementos dirigidos tanto al consumidor en general como a los ávidos fanáticos de los deportes.

El HAB ha contratado la participación de Ryne Sandberg, ex segunda base de los Chicago Cubs® y miembro del Hall of Fame como vocero del programa. Sandberg habla directamente con los medios deportivos sobre cómo incorporar los Aguacates Hass en los platillos en Días de Juego y destaca los beneficios nutricionales de la fruta.

Además, el reconocido chef, autor de libros de cocina y anfitrión del programa "Take Home Chef®" de TLC®, Curtis Stone, cumple la función de vocero del programa cumpliendo actividades con medios dedicados tanto al estilo de vida como a los alimentos.

El éxito de la promoción en Días de Juego fomenta el consumo de aguacates

El equipo del HAB está reforzando la concientización sobre los Aguacates Hass como ingrediente imprescindible para una fiesta inolvidable en Días de Juego de cualquier evento deportivo. El HAB está presentando un anuncio de 30 segundos sobre los festejos con recetas para una gran fiesta en Días de Juego. El anuncio se puede ver en la Food Network® y en Fine Living®.



Estos anuncios dirigen a los espectadores al sitio web del Aguacate Hass, avocadocentral.com, donde pueden hacer clic en el micrositio del HAB del Día del Juego para obtener recetas y más información.

[Haga clic aquí para ver del anuncio.](#)

* By clicking on this link you will be leaving the HAB AvoAction e-bulletin and entering a non-HAB Web site.

www.avoHQ.com is the most comprehensive resource for U.S. Hass Avocado market information.

If you already have an account, log on. If not, sign up today.



AVOACTION – VOL V, No. 5

La promoción Festejos en Días de Juego 2009 también tiene un componente en línea. El HAB ha creado un micrositio que presenta el anuncio de tailgating y un divertido concurso con la posibilidad de ganar un televisor SONY BRAVIA® y un sistema *home theater*, además de nueve premios más. El sitio ofrece ideas de recetas para los festejos en Días de Juego, que incluyen más de cinco recetas nuevas, presentadas por los voceros Ryne Sandberg y Curtis Stone además de consejos para celebrar eventos relacionados con el Día del Juego. El sitio se promociona mediante una importante actividad en línea.



Se anuncia mediante un cartel en los sitios foodnetwork.com y fineliving.com. El cartel presenta dos deliciosas recetas Bocaditos de aguacate y tocino y *Hongos marinados con aguacate*, ambas ideales para las fiestas en Días de Juego. Al igual que el anuncio televisivo, los carteles dirigen a los consumidores a visitar el sitio avocadocentral.com, en el que encontrarán las recetas que se presentan en el anuncio así como otras recetas y consejos para Días de Juego.

Además, la campaña publicitaria de carteles en línea integrada del HAB está dirigida a los sitios web deportivos del mercado de los EE.UU., entre ellos, fútbol, NCAA® y NFL®, a través de búsquedas de recetas y consejos para los festejos y a las secciones de alimentos y recetas de los canales femeninos. La campaña incluye anuncios en Yahoo!® y un cartel de video ampliable que presenta el anuncio de la Food Network.

El CAC expone en la Produce Marketing Association 2009 Fresh Summit

Este año será el trigésimo noveno en que la Comisión de aguacates de California habrá participado en la Produce Marketing Association Fresh Summit (Cumbre de asociaciones de marketing de productos frescos), una gran oportunidad de dar a conocer el poder de creación de categorías de los Aguacates de California. La CAC fue patrocinador de platino de las bolsas

* By clicking on this link you will be leaving the HAB AvoAction e-bulletin and entering a non-HAB Web site.

www.avoHQ.com is the most comprehensive resource for U.S. Hass Avocado market information.

If you already have an account, log on. If not, sign up today.



AVOACTION – VOL V, No. 5

con materiales entregadas a los asistentes registrados de la cumbre de la PMA que llevaban el logotipo *Cultivado a mano en California*.

La CAC demostró que los Aguacates de California pueden incrementar las ventas durante la temporada de California con demostraciones en vivo de sus bancos de datos e investigaciones para el consumidor para dar cuenta del éxito de la Campaña del Cultivador de Aguacates de California con el lema *Cultivado a mano en California*.



*Chef Jeff Rossman,
propietario/Chef
ejecutivo del Terra
Restaurant & Bar*

"La Campaña del Cultivador de Aguacates de California y los programas de difusión culinaria y nutricional alientan la demanda de Aguacates de California en temporada con amplio impacto en la categoría del aguacate en su totalidad" declaró el vicepresidente de marketing de la CAC, Jan DeLyser.

DeLyser se desempeñó como codirector del evento de networking Fresh Perspectives celebrado el 2 de octubre que contó con la participación de la ex Secretaria de estado Condoleezza Rice. Asistieron unos 250 representantes de la industria.

En respaldo a la iniciativa Cultivado en California, el puesto de la CAC formaba parte del pabellón integrado por ocho consejos y comisiones de California.

Los minoristas que se reunieron con el personal de la CAC tuvieron la oportunidad de conocer la calculadora de ventas ampliadas de Aguacates de California, que destaca las oportunidades de ventas durante la temporada del Aguacate de California en comparación con las temporadas cuando no hay Aguacates de California en el mercado.

La CAC también invitó a Jeff Rossman, entusiasta chef de Aguacates de California, para que demostrara técnicas de manipulación y preparación mientras preparaba dos platos de su autoría: *Bocaditos de carne de res y*

* By clicking on this link you will be leaving the HAB AvoAction e-bulletin and entering a non-HAB Web site.

www.avoHQ.com is the most comprehensive resource for U.S. Hass Avocado market information.

If you already have an account, log on. If not, sign up today.



AVOACTION – VOL V, No. 5

chipotle con tempura de aguacate y aioli de aguacate e hinojo, y Langostinos Piri Piri. El Chef Rossman también se refirió a su preferencia por los Aguacates de California para los platos de su restaurante y su empresa de servicio de comida.

La CAIA llega a consumidores latinos en eventos de soccer

Comprendiendo la importancia de llegar a los consumidores latinos, la Asociación de Importadores de Aguacates Chilenos auspicia al Chivas USA, un famoso equipo de la Major League Soccer®.



Antes de cada partido del Chivas USA como local (en el Home Depot Center® de Carson, California), la CAIA interactúa con los seguidores más entusiastas del Chivas y reparte Aguacates Hass, llaveros, folletos con recetas y cuadernos escolares. Los seguidores del Chivas tienen la oportunidad de participar para ganar el sorteo al azar “Chilean Avocado Lovers Club’s So Good, So Many Ways” de la CAIA.

Además de asistir a los partidos locales del Chivas USA, los representantes de la CAIA promueven activamente los Aguacates Hass de Chile en las clínicas de soccer para jóvenes “Chivas at the Park” en el sur de California. Durante las clínicas, la CAIA regala aguacates, recoge cupones para el sorteo y reparte premios para miles de niños, padres y voluntarios que asisten a los eventos.

La nueva ruleta de mesa "Avodog Millionaire" de la CAIA ha sido todo un éxito entre niños y adultos; se distribuyeron llaveros, camisetas y cuadernos escolares como premios.

La CAIA se asoció con la American Youth Soccer Organization® para promocionar el



* By clicking on this link you will be leaving the HAB AvoAction e-bulletin and entering a non-HAB Web site.

www.avoHQ.com is the most comprehensive resource for U.S. Hass Avocado market information.

If you already have an account, log on. If not, sign up today.



AVOACTION – VOL V, No. 5

Aguacate Hass Chileno entre niños, padres y voluntarios de los partidos de soccer. En su calidad de auspiciante de la AYSO, la CAIA tendrá visibilidad en la página de inicio de la AYSO y en los sitios web de los Juegos Nacionales, así como un anuncio de página completa en la edición de noviembre de la revista PLAYSOCCKER® de la AYSO. La revista tiene más 350.000 lectores.

La CAIA también aparecerá como auspiciante de la AYSO en boletines dirigidos a comisionados, entrenadores y árbitros. Asimismo, el mensaje de la CAIA llegará a miles de familias, árbitros y voluntarios del soccer por carta o por correo electrónico. Esta actividad se extenderá hasta fin de año.

Gracias a los equipos de comercialización los consumidores tienen presentes a los aguacates

El equipo de comercialización del HAB ha intensificado las promociones en el ámbito minorista que refuerzan la concientización de los consumidores respecto del aguacate:

- Alrededor de 500 tiendas de una cadena minorista de renombre lanzaron bolsas de 70 unidades como parte de un programa de desarrollo de una nueva categoría diseñada para mejorar el movimiento de la categoría de aguacates en general.
- Otra reconocida cadena de almacenes con un total de 300 tiendas en Texas y México incluyó a los aguacates en una promoción de aguacates asados y obtuvo incrementos de ventas de dos dígitos en relación con períodos similares del año anterior.
- El boletín de nutrición de King Kullen, enviado por correo a más de 5.000 hogares en agosto, contenía sabrosas recetas con aguacates que también se incluyeron en un volante para repartir en las tiendas disponible en los 48 Supermercados King Kullen (situados en Long Island y Staten Island, Nueva York). El boletín está escrito por Layne Lieberman RD, asesora en nutrición de King Kullen Grocery Co, Inc.

* By clicking on this link you will be leaving the HAB AvoAction e-bulletin and entering a non-HAB Web site.

www.avoHQ.com is the most comprehensive resource for U.S. Hass Avocado market information.

If you already have an account, log on. If not, sign up today.



AVOACTION – VOL V, No. 5

El equipo para Operadores Institucionales del HAB llegan a una vasta audiencia

El HAB ha tenido un verano ajetreado promocionando los Aguacates Hass entre los distintos interesados mediante talleres y conferencias. Para lograr las metas en educación culinaria del Consejo del Aguacate Hass, el HAB patrocinó dos talleres del Center for the Advancement of Foodservice Education®. Con el fin de asegurar que los importantes mensajes sobre educación del producto lleguen a los educadores en artes culinarias y a sus alumnos, el HAB ha incorporado los siguientes atributos a los programas de los talleres: disponibilidad durante todo el año, versatilidad, facilidad de uso y puntos clave de los mensajes de nutrición aprobados sobre los Aguacates Hass frescos.



En los talleres "Alimentos y panes del mundo" dictado en el Florida Culinary Institute® en West Palm Beach, Fla., y "Cocinas de todo el mundo" dictado en el Kendal College® en Chicago, Ill., los participantes realizaron un ejercicio práctico de "cortar, quitar la semilla y pelar" para preparar aguacates para una variedad de platillos étnicos.

La llegada del HAB se amplió considerablemente con su participación en la Convención Nacional de la American Culinary Federation® que se realizó en Orlando, Florida. Durante los tres días de la convención, el HAB colaboró con los programas de servicios de comidas de la CAC, CAIA y MHAIA para realizar demostraciones y distribuir innovadoras opciones de menú. Se realizaron degustaciones de platillos inspirados en aguacates en un taller de 90 minutos (en los que los chefs obtuvieron créditos por educación continua de la ACF) y en el puesto patrocinado por el HAB.

Cientos de chefs de la ACF probaron las deliciosas recetas siguientes:
HAB – *Risotto de aguacates*: uso del aguacate caliente que muestra la versatilidad del producto.

* By clicking on this link you will be leaving the HAB AvoAction e-bulletin and entering a non-HAB Web site.

www.avoHQ.com is the most comprehensive resource for U.S. Hass Avocado market information.

If you already have an account, log on. If not, sign up today.



AVOACTION – VOL V, No. 5

CAC - *Torta especiada de aguacates de California cubierta de queso crema con aguacate*: receta horneada que demuestra la versatilidad y uso del aguacate como sustituto de la grasa.

CAIA – *Aguacate, pollo y mandarina envueltos en lechuga*: uso global y étnico.

MHAIA – *Hamburguesa de hongos Portobello con pasta de aguacate*: uso vegetariano que destaca el uso del aguacate como pasta para untar en el sandwich.



Torta especiada de aguacates de California cubierta de queso crema y aguacate merengue

Según los formularios de evaluación de la ACF, el exitoso taller del HAB fue votado como uno de los cinco mejores talleres (entre un total de 45) por los asistentes a la conferencia.

* By clicking on this link you will be leaving the HAB AvoAction e-bulletin and entering a non-HAB Web site.

www.avoHQ.com is the most comprehensive resource for U.S. Hass Avocado market information. If you already have an account, log on. If not, sign up today.