

CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DE MHAIA Y APEAM EN EEUU

A. Villaseñor

Presidente MAHIA / Director APEAM. Camino a Cherangueran km. 5 Uruapan, Michoacán, México.
Correo Electrónico: antoniovz@aztecavo.cl

MHAIA

- El objetivo de la campaña de MHAIA es el crecimiento de la categoría aguacate Hass, con un mínimo peso en el origen México, en el mercado de EEUU, principalmente en mercados de bajo o nulo consumo pero con alta densidad poblacional
- Educar al mercado de EEUU sobre las características y ventajas que ofrece el aguacate en sabor, textura y cuestiones nutricionales para que lo prueben, compren e integren en su dieta cotidiana.
- MHAIA ha encontrado nichos de mercado que lo destacan sobre la competencia al integrar al aguacate Hass en uno de los escaparates más grandes del mercado de EEUU, la categoría NASCAR de automovilismo deportivo, dentro de los mercados geográficos en que realiza su promoción
- Con base en su participación en esta categoría, ha desarrollado actividades de promoción dentro del sector comercio como actividades en el punto de venta así como la "Hospitality" suite en donde reciben a los ganadores de las promociones antes mencionadas

APEAM

- El objetivo de la campaña de APEAM es el crecimiento de la marca "Aguacates de México" en mercados maduros dentro de la categoría aguacate Hass en los EEUU, destacando su origen y su autenticidad sobre los otros aguacates Hass en el mercado.
- Busca apoyar la comercialización del "Aguacate de México" en el sector comercio, la industria de alimentos preparados así como ante el consumidor final, a través de diferentes mensajes y actividades que destaquen sus ventajas competitivas.
- Por medio de sus esfuerzos de Relaciones Públicas busca educar al mercado general desde el conocimiento del fruto, características, manejo y consumo del "Aguacate de México" y su integración en el menú diario.

