



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

**La National Mango Board Realizará un Referendo en 2015**  
*¡La NMB insta a los miembros elegibles de la industria a votar!*

**Orlando, Fla (12 de febrero de 2015)** – El Departamento de Agricultura de los EE.UU. (*U.S. Department of Agriculture*) (USDA) está realizando un referendo entre primeros gestores e importadores de mango de EE.UU. elegibles para determinar si favorecen la continuación del programa de la National Mango Board (NMB) que inició en 2005 de conformidad con la ratificación del decreto de Promoción, Investigación, e Información del Mango. Este referendo se llevará a cabo del 6 al 17 de abril de 2015. Los primeros gestores e importadores que manejaron 500,000 libras o más de mango en los EE.UU. durante el año civil de 2014 son elegibles para votar. Los miembros elegibles recibirán una boleta e instrucciones sobre cómo votar directamente del USDA.

Desde su formación, la NMB ha logrado un impacto significativo y positivo en los consumidores de EE.UU. y en la industria del mango. La misión de la NMB es incrementar el consumo de mango fresco en los EE.UU. a través de la realización de proyectos innovadores de investigación y actividades promocionales, al mismo tiempo que fomentamos una industria pujante. La NMB trabaja para cumplir esta misión concentrándose en tres programas fundamentales –Comercialización, Investigación, y Relaciones con la Industria. El programa de comercialización se dirige a consumidores, minoristas, operadores de servicio de alimentos, y otros auditorios claves con información sobre la selección, maduración, y corte del mango, así como sobre las variedades y la nutrición del mango. Dentro del marco de comercialización, el programa inspira a los consumidores con recetas de mango e ideas sobre el uso, lo cual los motiva a utilizar el mango en sus vidas cotidianas. El programa de comercialización con minoristas apoya la expansión de la presencia y las ventas del mango a nivel minorista, al mismo tiempo que instruye a los minoristas sobre las prácticas de manejo y apoya sus actividades promocionales. El programa de servicio de alimentos ayuda a expandir la conciencia y la información sobre el mango entre operadores de servicio de alimentos y chefs, lo cual da lugar a la creación de mayores oportunidades para añadir platillos con mango fresco a los menús de restaurantes.

El programa de investigación está diseñado para generar conocimiento por medio de esfuerzos de investigación. Los proyectos de investigación de la NMB ayudan a descubrir nuevos beneficios para la salud que se derivan del consumo de mango, mejorar y hacer más constante la calidad de consumo del mango fresco para los consumidores de EE.UU., y difundir la comunicación entre productores, cosechadores, empacadores, y exportadores de mango. El programa de Relaciones con la Industria contribuye a la unificación de la industria a través de mejoras en la comunicación y la preparación. La NMB realiza actividades de difusión con la industria para acentuar las iniciativas educativas relacionadas con la calidad y la inocuidad alimentaria del mango, comunicar los mensajes de la industria, mantener una reputación y un plan de comunicaciones en casos de crisis, promover los esfuerzos que fortalecen la sustentabilidad, y alentar la difusión dirigida hacia plantas de procesamiento. Durante el transcurso de los años, estos programas han funcionado en forma conjunta para lograr una visión común –traer el encanto que el mundo siente por el mango a los EE.UU.

La NMB trabaja con el Dr. Ronald Ward, economista agrónomo de la Universidad de Florida, para analizar el impacto que los programas de la NMB provocan en las compras hogareñas. Desde marzo de 2008 a junio de 2014, la industria del mango ha invertido aproximadamente \$28 millones en los programas de la NMB y, desde entonces, ha generado un incremento de \$308 millones en ventas FOB directamente atribuibles a los esfuerzos de la NMB. El retorno sobre



la inversión continúa siendo muy fuerte y, como resultado, por cada dólar que la NMB ha invertido en la ejecución de programas y campañas, la industria ha percibido un retorno de \$11.16.

“Nos sentimos muy complacidos con los resultados que la NMB ha logrado durante sus primeros diez años, y esperamos con mucho entusiasmo poder extender el éxito y el crecimiento de la industria del mango,” señaló Manuel Michel, Director Ejecutivo de la NMB. “Tenemos la buena fortuna de poder trabajar con muchos miembros dedicados de la industria del mango que contribuyen a los avances de toda la industria.”

Si tienen cualquier pregunta acerca del referendo de 2015, favor de comunicarse con Jeanette Palmer del USDA al (202) 720-9915 o [Jeanette.Palmer@ams.usda.gov](mailto:Jeanette.Palmer@ams.usda.gov). Para obtener más información acerca de la NMB, favor de visitar [www.mango.org/voto](http://www.mango.org/voto).

Para informarse más acerca de los programas de la NMB, favor de visitar la sección de la industria en el sitio [www.mango.org/industry](http://www.mango.org/industry).

### **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](http://www.mango.org).