

National Mango Board

Caja de Herramientas para Minoristas



Proporcionado por la firma *Perishables Group* a
nombre de la National Mango Board



Contenido

| Puntos Destacantes del Rendimiento | Pagina |
|---|---------------|
| • Definición de la Categoría de Frutas Tropicales | 3 |
| • El crecimiento del Mango en los E.U.A. | 5 |
| • El Índice del Mango por Región/Mercado | 7 |
| • Fluctuaciones Temporarias | 9 |
| Preferencias del Consumidor | |
| • Penetración en los Hogares | 12 |
| • Perfil Demográfico | 13 |
| • Proceso Involucrado en la Decisión del Consumidor | 15 |
| Comercialización y Manejo del Mango | |
| • Comercialización en la Categoría de Frutas Tropicales | 19 |
| • Comercialización del Mango | 20 |
| Recomendaciones Promocionales para el Mango | |
| • Actividad Promocional | 21 |
| Apéndice | 28 |



Definición de la Categoría de Frutas Tropicales

La categoría de frutas tropicales incluye las siguientes:

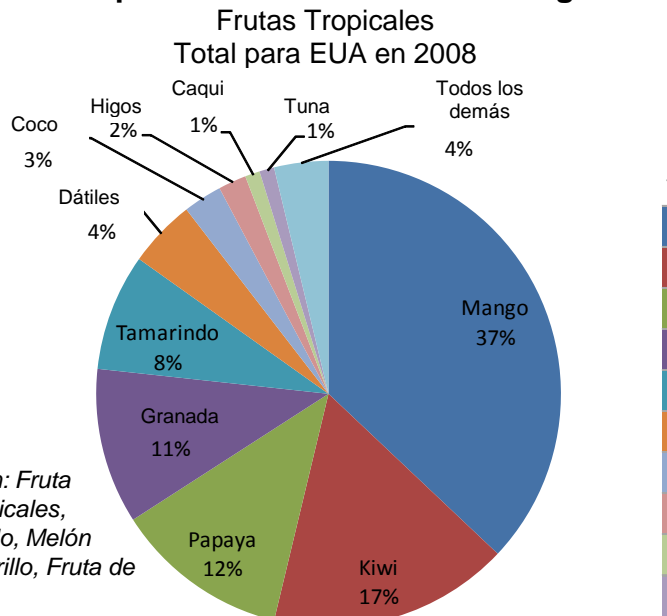
- Tuna
- Chirimoya
- Coco
- Dátiles
- Feijoa
- Higos
- Guayaba
- Melón Kiwano
- Kiwi
- Mango
- Papaya
- Fruta de la Pasión
- Caqui
- Granada
- Membrillo
- Sapote
- Fruta Estrella
- Tamarindo
- Tomatillo

Definición de la Categoría de Frutas Tropicales

El mango impulsa la categoría de frutas tropicales

- Como el impulsor de la categoría tropical, el mango es el segmento mas grande y de mayor crecimiento, representando más de un tercio de las ventas de la categoría
- El mango representa por demás el monto más grande de dólares de la categoría, con un precio promedio al menudeo de \$.91 cada uno

Participación de Dólares de la Categoría



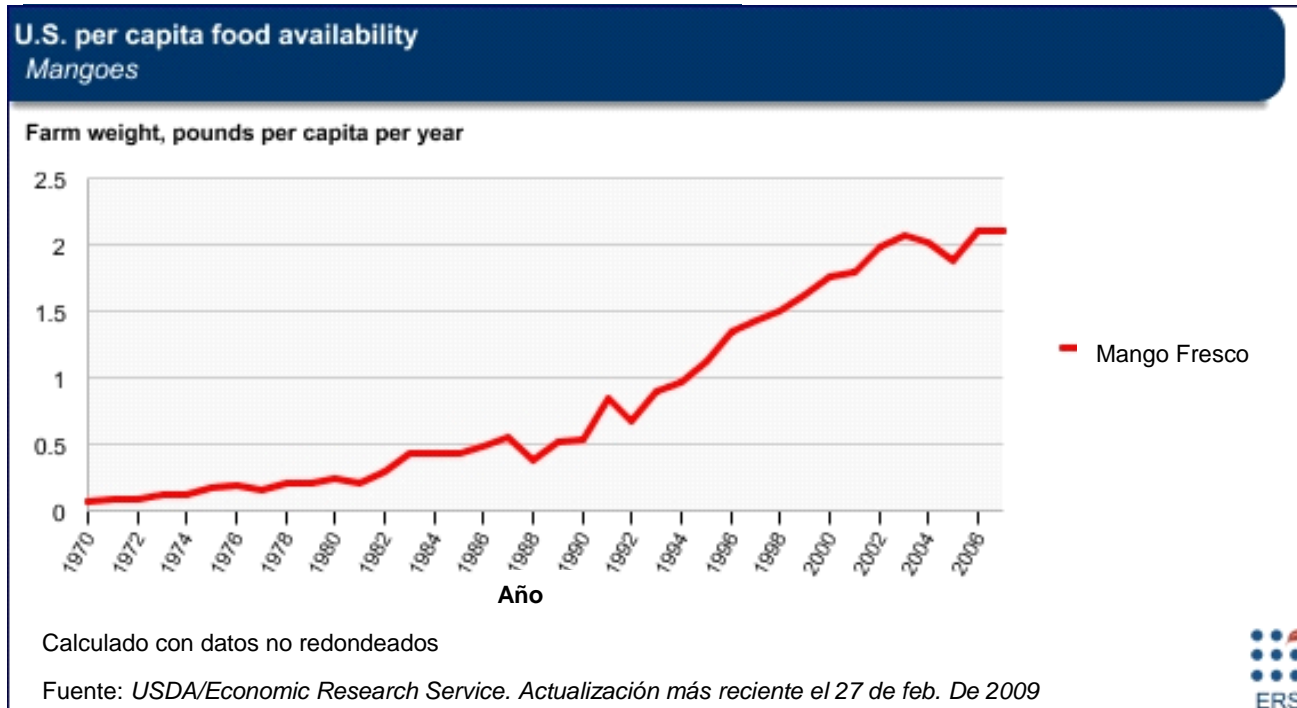
*Todos los demás incluyen: Fruta Estrella, Otras Frutas Tropicales, Guayaba, Sapote, Tomatillo, Melón Kiwano, Chirimoya, Membrillo, Fruta de la Pasión y Feijoa



El Crecimiento del Mango en los E.U.A.

El crecimiento en el consumo del mango

- El consumo per cápita del mango se ha cuadruplicado desde 1990 a aproximadamente 2.2 libras por año en 2008
- El volumen de importación del mango para 2008 fue 656 millones de libras

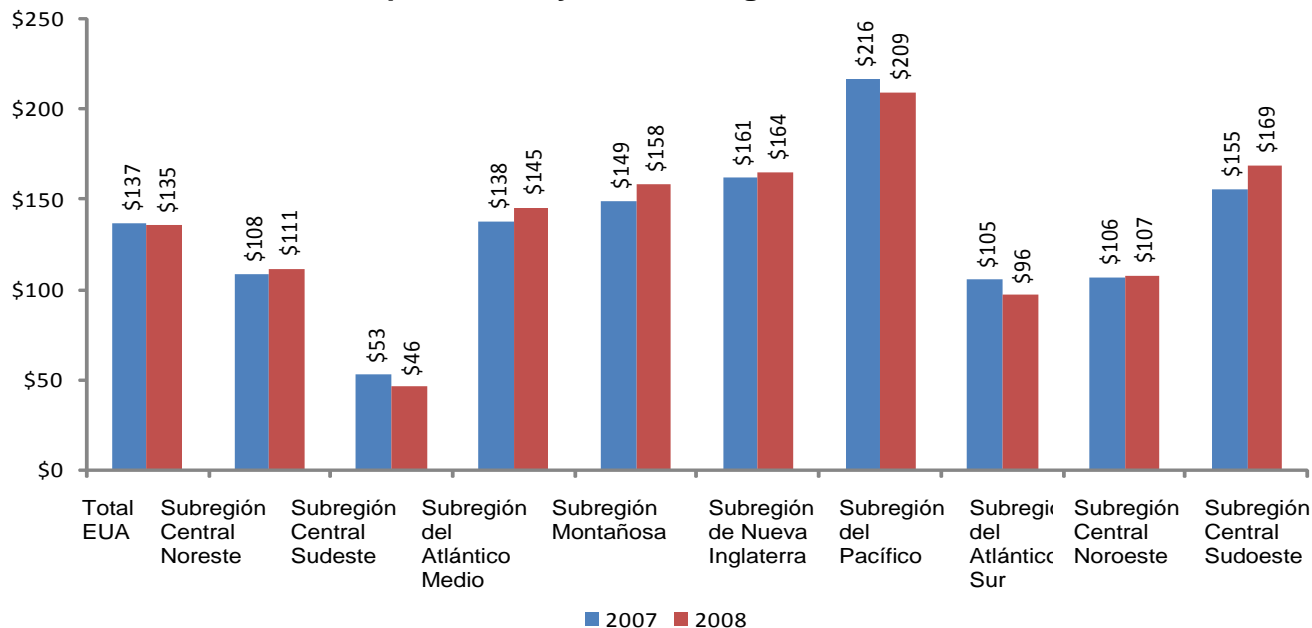


El Crecimiento del Mango en los E.U.A.

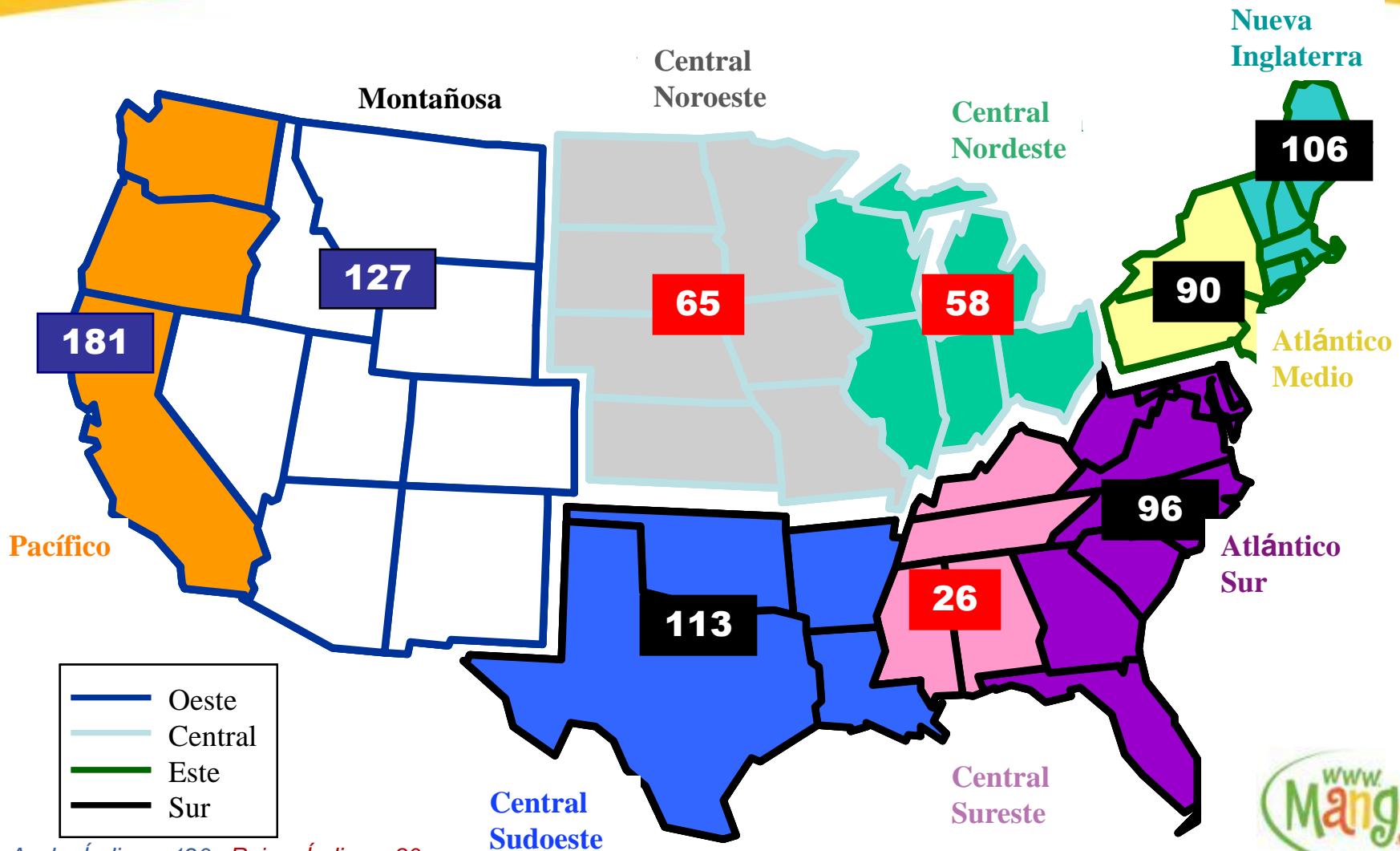
Seis de las nueve subregiones del mango incrementaron sus ventas en dólares

- Seis subregiones mostraron un crecimiento en promedio de ventas en dólares en 2008
- La subregión del Pacífico presentó las más altas ventas en dólares por tienda/semana con \$209

Dólares de la Subcategoría del Mango por Tienda por Semana
Total para E.U.A. y las 9 subregiones 2008 vs. 2007



Índice del Mango por Región en E.U.A.

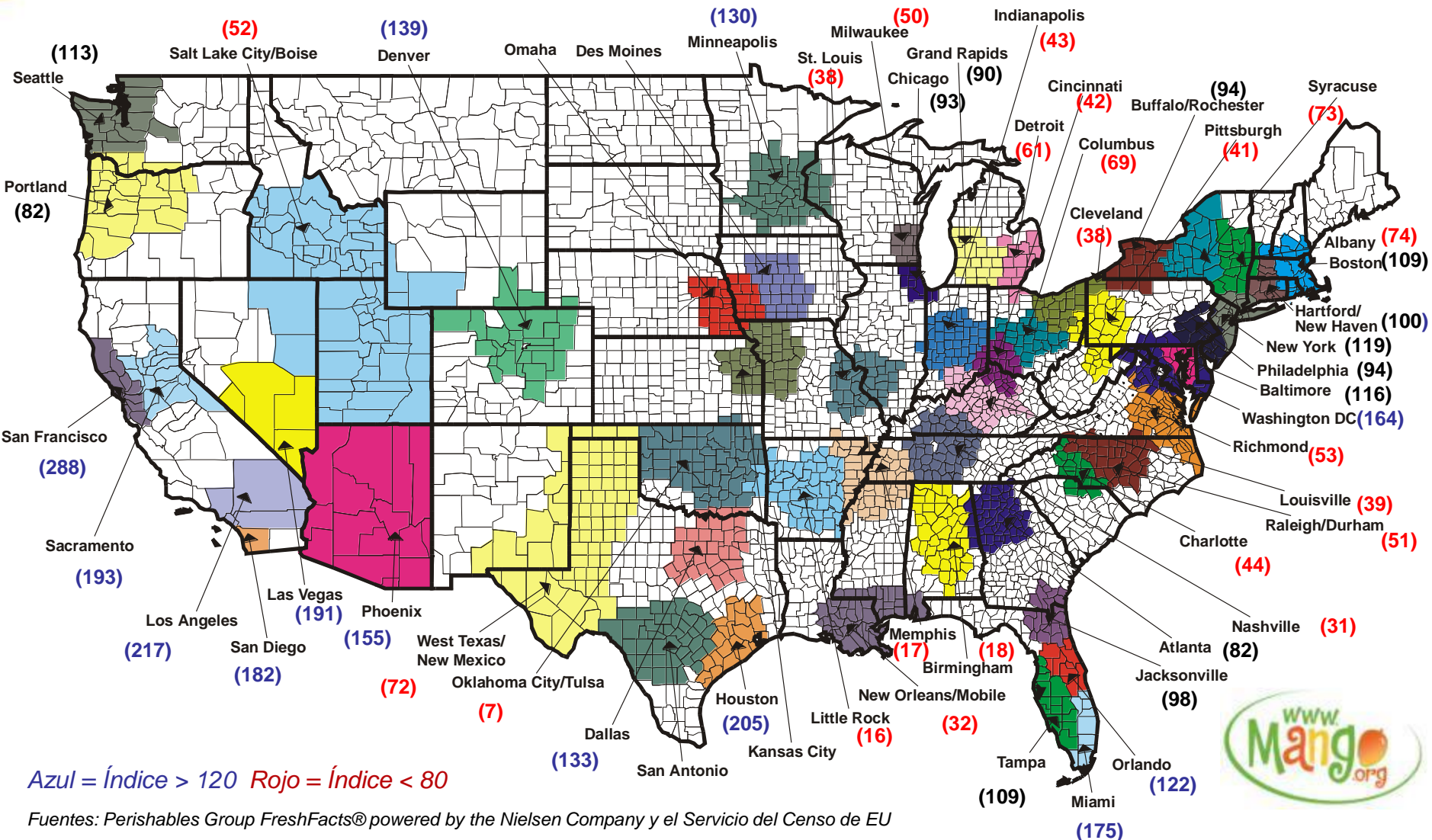


Azul = Índice > 120 Rojo = Índice < 80

Fuentes: Perishables Group FreshFacts® powered by the Nielsen Company y el Servicio del Censo de EU



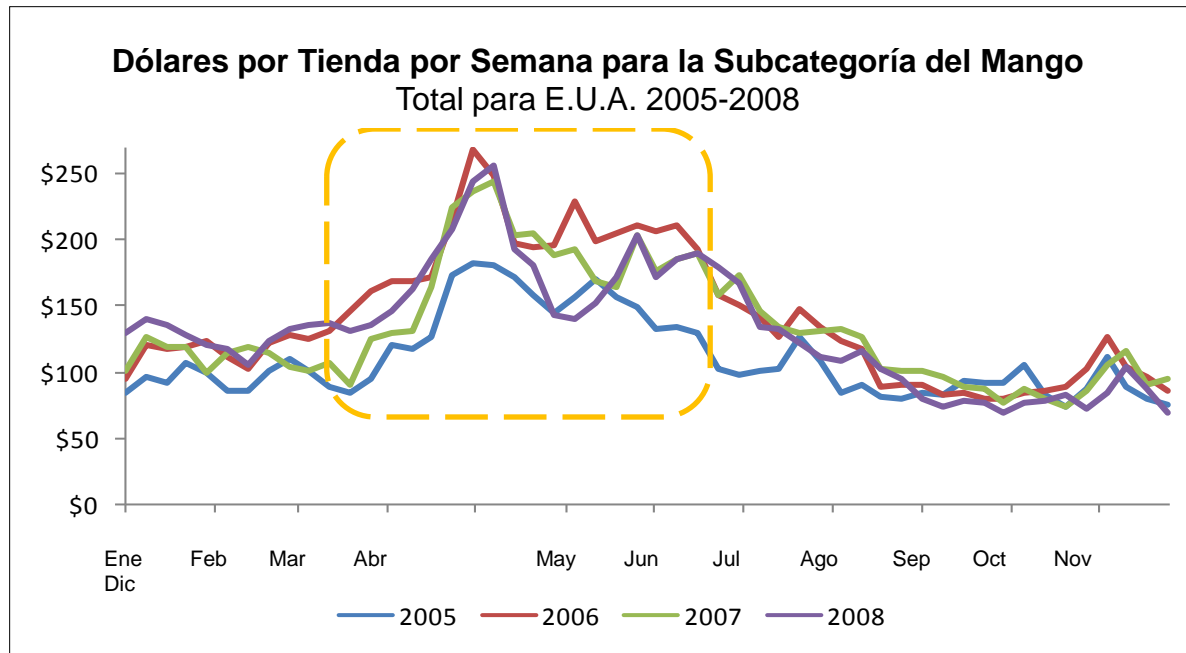
Total de Mercados SCANTRACK® de Nielsen en Estados Unidos



Las Fluctuaciones Temporarias del Mango

El total de las ventas de mango: rendimiento temporario por semana

- Desde 2005, el mango ha presentado el más alto nivel de rendimiento y fluctuación durante los meses de verano, con los picos más altos ocurriendo a fines de la primavera



Para obtener actualizaciones del pronóstico de cosechas, visítenos en línea www.mango.org en la sección para minoristas del sitio web.



Preferencias del Consumidor



Perfil Demográfico

El Consumidor de Mango

- **Nivel de Ingreso**
 - *Hogares con familia pequeña, de buen nivel socioeconómico, bien establecidos*
 - *Rango salarial de \$70,000+*
 - *Hogares con familia numerosa, de menor ingreso*
 - *Rango salarial \$30,000 - \$39,999*
- **Hogares con Familia Pequeña**
 - *Hogares con dos miembros de familia*
 - *Hogares con familia sin hijos menores de 18 años*
 - *Centros cosmopolitas*
 - *Hogares con familia encabezada por mujer con carrera universitaria*
- **Hogares con familia más numerosa, con menor nivel socioeconómico**
 - *Estilo de vida difícil/austero en centros urbanos*
 - *Hogares con familias que cuentan con más de cinco miembros*



Fuente: Nielsen Homescan Panel Data



Perfil Demográfico

El Consumidor de Mango

- **Edad**
 - *Edad 45 – 64 (51% de las ventas)*
 - *Edad 35 – 44 (20% de las ventas)*
- **Raza**
 - *Los hogares con familias de raza blanca representan el 43% de las ventas en dólares pero tienen un rendimiento de consumo menor comparado con hogares con familia Asiática o Hispana*
- **Un Índice de 100 es el Promedio**
 - *Blancos (índice 70)*
 - *Asiáticos (índice 247)*
 - *Hispanos (índice 357)*
 - *Otras razas no blancas (índice 271)*



Fuente: Nielsen Homescan Panel Data



El Proceso Involucrado en la Decisión del Consumidor del Mango

Actitudes

- Lo comen en forma regular (lo compran mensualmente)
- Toda la familia lo come
- Lo comen como botana, en el desayuno o como postre
- Lo comen como ingrediente clave: chutney/salsa, licuado, ensalada de frutas
- Lo almacenan sobre la encimera de la cocina o en una bolsa
- La marca/variedad no tiene importancia
- Están interesados en la inocuidad alimentaria

Atributos

- El sabor (dulce) es importante
- Textura: Ofrecer opciones maduro/blando (63%) y firmes (36%)
- Frescura (jugoso, aromático)
- La salud/nutrición es importante
- Color : Existe la tendencia de confundir la madurez con el color
- Se considera una fruta exótica

Preferencias en la Compra

- Calidad (frescura y madurez)
- Desean más información sobre cómo seleccionar un mango maduro
- Promociones: se mueve muy bien cuando se ofrece a precio especial
- Ofrecer mango entero y fresco cortado (el 34% compartiría fresco cortado)
- Orgánico (el 38% lo compraría)



El Proceso Involucrado en la Decisión del Consumidor

- **Motivos clave por los cuales los consumidores no compran mango:**
 - No conocen el mango
 - No saben cómo seleccionar un mango maduro
 - No saben cómo cortar y preparar el mango
- **La información es importante:**
 - Educar a los consumidores respecto del sabor y los beneficios para la salud que se derivan del mango (demostraciones dentro de las tiendas)
 - Incluir información en el escaparate sobre como seleccionar un mango maduro
 - Proporcionar información sobre como cortar y preparar el mango
 - La National Mango Board puede brindar apoyo con la provisión de información y recursos para educar a los clientes



El Proceso Involucrado en la Decisión del Consumidor

La importancia de la salud:

- Para aquellos consumidores que están comprando más frutas y hortalizas comparado con el año anterior, los principales motivos señalados son los siguientes*:
 - *Intentan comer una dieta saludable*
 - *Desean que sus hijos coman en forma mas saludable*
- Educar a sus clientes sobre los beneficios de salud que se derivan del mango:
 - *El mango es una buena fuente de fibra dietética*
 - *El mango es una fuente excelente de vitaminas C y A, ambos importantes nutrientes antioxidantes*



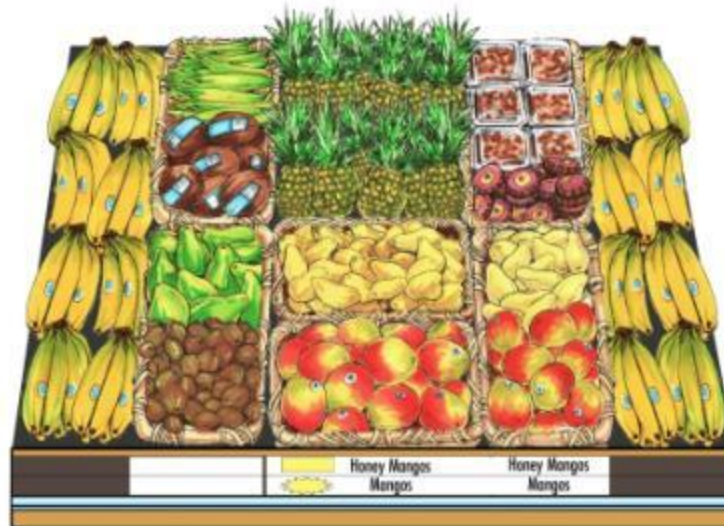
Comercialización del Mango



Comercialización del Mango

Categoría de Frutas Tropicales

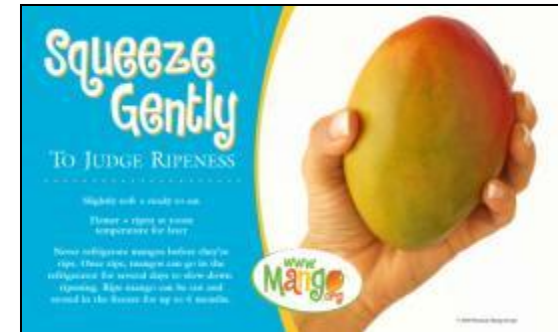
- Como el impulsor clave de la categoría de frutas tropicales (37% de las ventas), el mango debe ocupar un lugar prominente en el escaparate con espacio amplio en el anaquel
- El mango debe colocarse al frente y en medio del escaparate como se muestra aquí, al lado del kiwi



Comercialización del Mango

Escaparate de Comercialización del Mango

- Educar a los clientes sobre la selección, maduración y el corte
 - *Los gráficos POS (Punto de Venta) están disponibles en www.mango.org*
- Educar a los clientes sobre los beneficios de salud que se derivan del mango
- Agrupar el mango en base a su madurez en el escaparate
- Agrupar el mango por variedad y calibre
 - *Las tiendas de alto volumen, o aquellas con una base significativa de clientes Hispánicos o Asiáticos, pueden incrementar sus ventas ofreciendo múltiples variedades y/o calibres de mango*
- Mantenga los escaparates bien surtidos, pero no se deben apilar muy alto para evitar magulladuras
- Las frutas pesadas como la piña, papaya, o el coco no deben apilarse arriba del mango al menos que se encuentren en una canasta o recipiente por separado
- Construyan escaparates secundarios de mango, en especial durante la temporada pico y durante periodos de promoción.



Prácticas de Manejo del Mango

El manejo en la tienda

- Almacene el mango entero a temperaturas de 54-60° F y NUNCA por debajo de 50° F
- Si la refrigeración a la temperatura adecuada no está disponible, almacene el mango a temperatura ambiente pero haga sus pedidos con mayor frecuencia
- Exhiba el mango entero a temperatura ambiente y NUNCA bajo refrigeración
- Maneje el mango con cuidado para evitar magulladuras
- Inspeccione los escaparates con regularidad y remueva la fruta pasada, arrugada o lesionada en forma inmediata

Manejo en la bodega de Almacenamiento

- Al recibir la fruta, muévela directamente al frigorífico preenfriando a temperatura de 54-60° F
- NUNCA almacene el mango entero a temperaturas por debajo de 50° F
- Mantenga la humedad relativa a 90-95%
- Cepille la fruta para eliminar el etileno desde el cuarto frío.
- Procure minimizar la exposición a temperaturas extremadamente calientes o frías durante la carga y descarga
- Los camiones que van de salida deben preenfriarse, pero a temperaturas no menores de 50° F

*Consulte el apéndice para ver información adicional sobre la madurez y maduración



Promociones del Mango

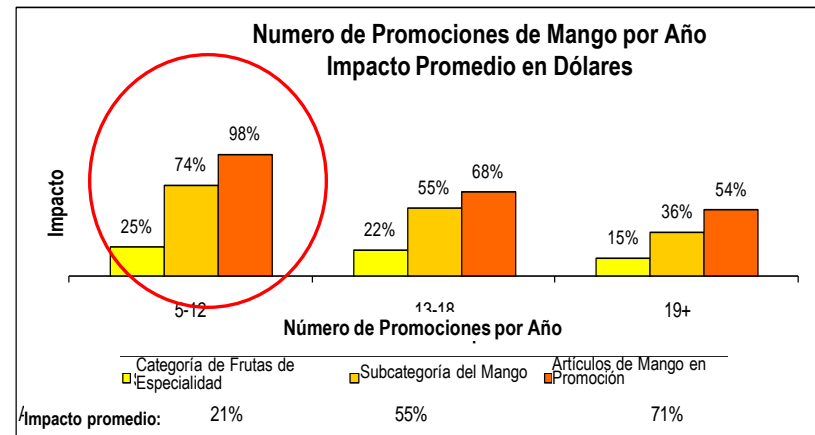
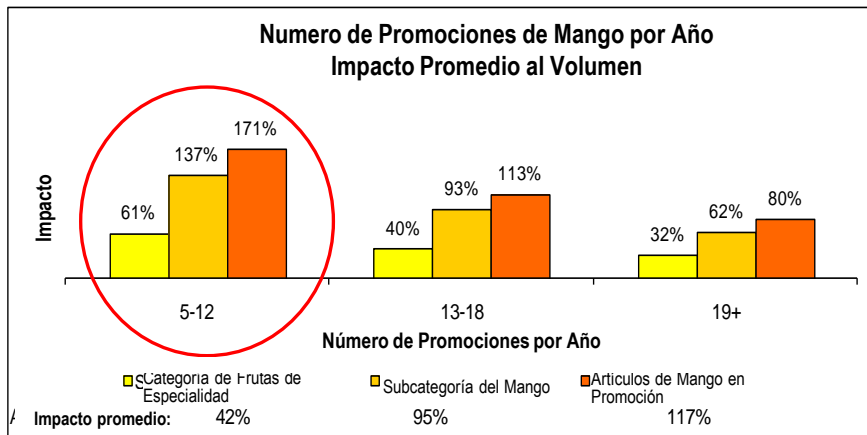
Recomendaciones para Optimizar las Ventas



Actividades Promocionales para el Mango

El número de promociones para lograr el máximo éxito

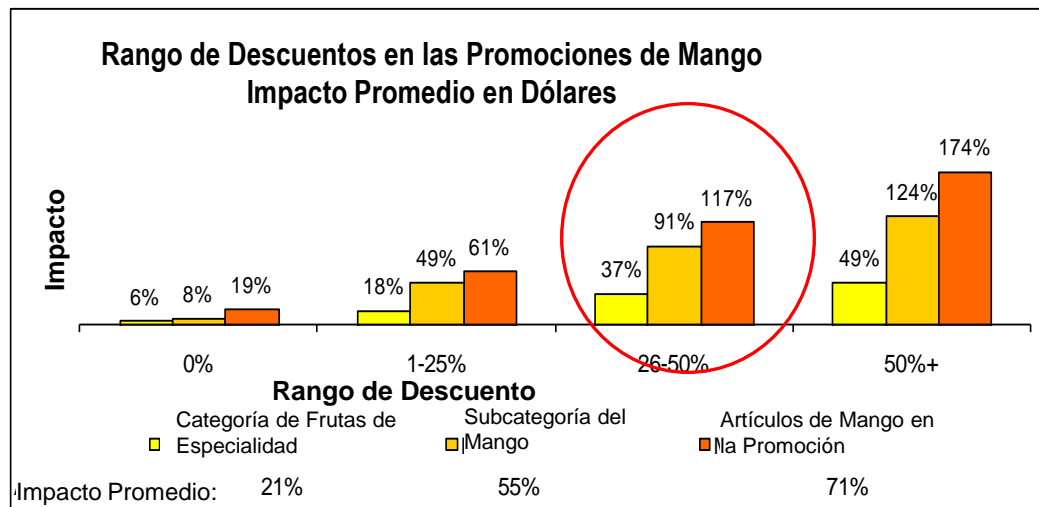
- Un Estudio realizado por la firma *Perishables Group* analizó la actividad promocional de ocho cadenas minoristas con alcance a cada región de E.U.A. durante un periodo de dos años
- Cuando los minoristas en este estudio realizaron entre 5 y 12 promociones de mango por año (con un promedio de descuento del precio del 21%) los resultados fueron los más benéficos
- Se percibió un incremento promedio del 171% en el volumen, y un levante del 98% en las ventas de dólares en los artículos de mango que se promovieron



Actividades Promocionales para el Mango

Precio promocional y tipo de promoción eficaces

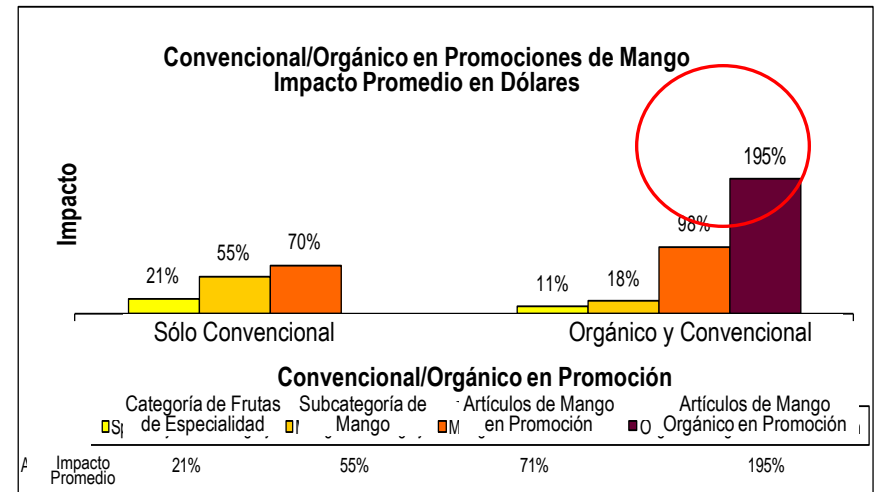
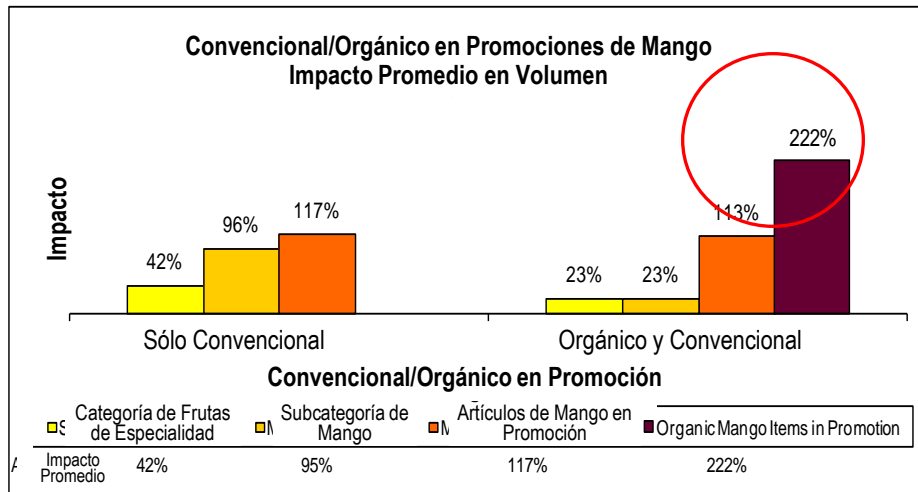
- Se recomiendan descuentos en el precio del 26% al 50%, lo cual provoca resultados muy positivo con el mango y la categoría de frutas de especialidad
- No recomendamos descuentos muy grandes (50%+) en forma regular, ya que esto decrementaría el valor de la categoría, y asimismo la eficacia promocional
- El uso de un solo tipo de promoción de precio es mucho más eficaz que la realización de múltiples promociones de precio a la vez



Actividades Promocionales para el Mango

Incluir orgánicos en las promociones regulares para el mango

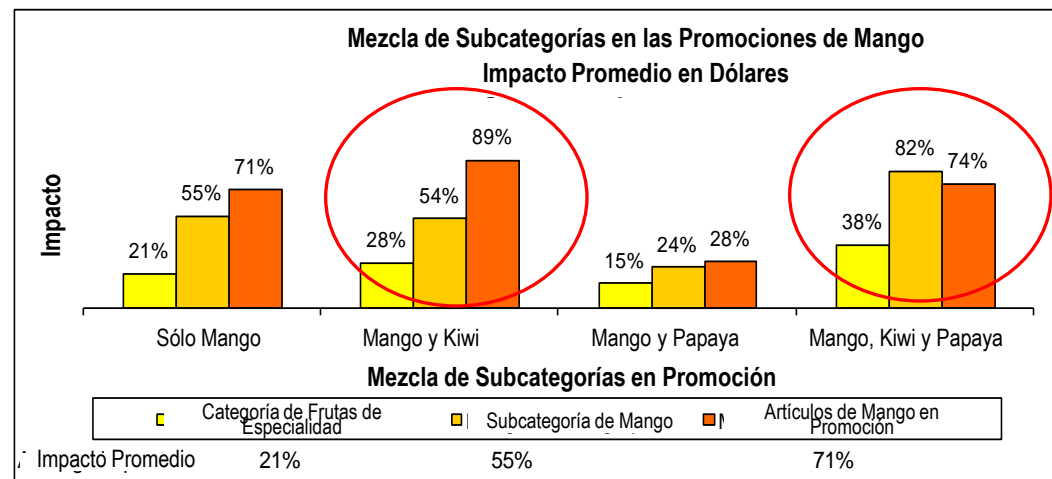
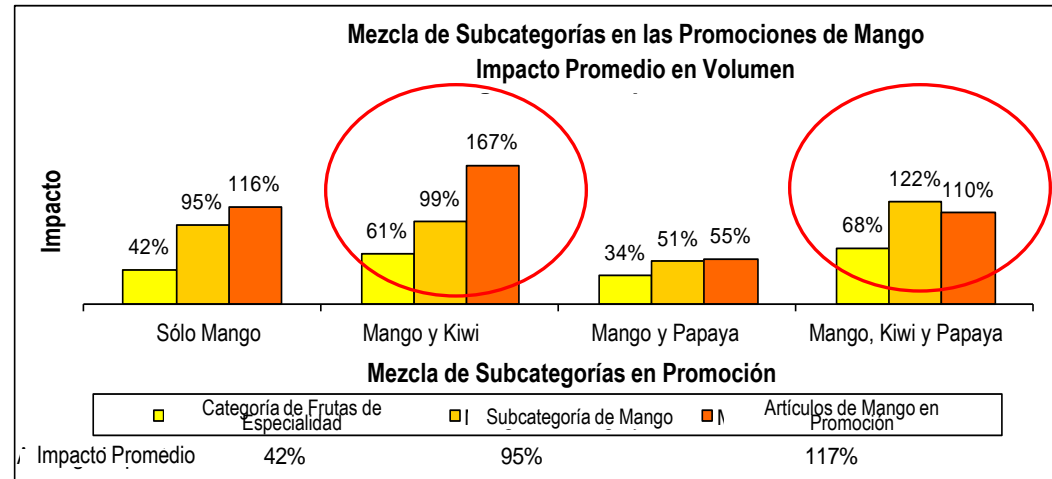
- La promoción conjunta del mango convencional y el mango orgánico resulta en un levante de dólares mas alto tanto para el mango convencional como el orgánico durante las promociones



Actividades Promocionales para el Mango

Realice promociones combinadas con productos dentro de la categoría de frutas tropicales

- Una buena estrategia es realizar promociones ocasionales del mango con otros artículos clave como el kiwi y la papaya
- De hecho, las promociones del mango que han incluido el kiwi por lo general han resultado en los impactos mas altos en volumen y dólares

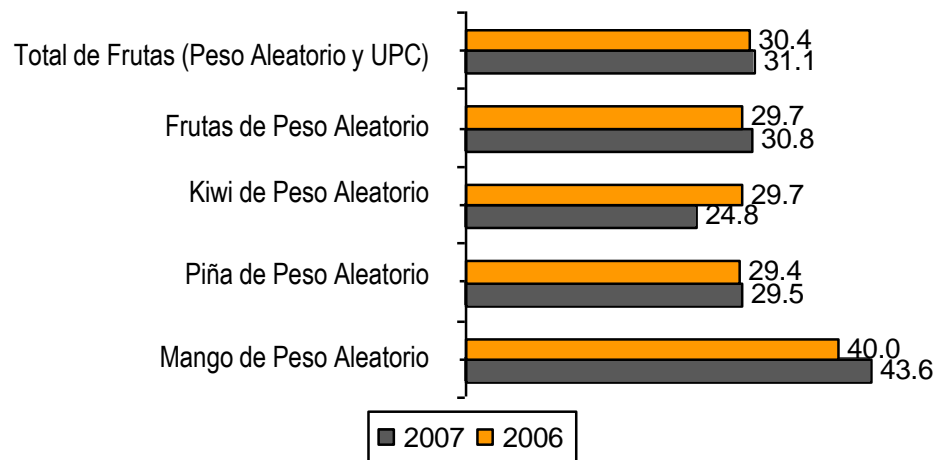


Actividades Promocionales para el Mango

El mango se desempeña bien en promociones

- El mango ha tenido un rendimiento mayor que el total de las frutas en porcentaje de dólares generado en las ofertas con un 45%
- Asimismo, el mango ha tenido un mayor rendimiento que el total de frutas con peso aleatorio, como el kiwi y la piña
- El mango percibió un incremento del 9% en dólares vendidos con oferta, el cambio de porcentaje más alto de todas las categorías

% de Compras en Oferta



Fuente: Nielsen Homescan Panel Data



Actividad en Ofertas = Porcentaje de Dólares Vendidos en Promoción u Oferta

Todo Sobre Nosotros

La National Mango Board

- Una organización nacional de promoción e investigación que tiene el propósito de incrementar la concientización y el consumo del mango fresco en los E.U.A.
- Nos apoyamos con cuotas recaudadas tanto del mango nacional como el mango importado
- Aprendan más en www.mango.org
 - *Lista de proveedores de mango*
 - *Historial y pronóstico de cosechas*
 - *Información y materiales para la comercialización*
 - *Información sobre la comercialización y manejo*



Apéndice



Madurez y Maduración del Mango

Expectativas para el Mango en la Recepción

- El mango se cosecha cuando tiene suficiente madurez, sin haber cursado plenamente su maduración
- Un mango en estado de madurez por lo general cursará un proceso de maduración hasta llegar a un estado apto para comerse
- En la recepción, se puede esperar que el mango tenga suficiente madurez, pero no necesariamente suficiente tiempo de maduración
- La madurez se puede juzgar mediante una combinación de factores, incluso el brix, la firmeza, el color interno y la forma de la fruta (vea cuadro a la derecha)
- Es muy común encontrar mangos con madurez y maduración diferentes en el mismo cargamento y en la misma caja
- Estas variaciones permiten ofrecer más alternativas a sus clientes

Entendiendo la Madurez, Maduración y Calidad

- **Madurez** – Etapa en la cual la fruta cosechada puede continuar una maduración normal y lograr una buena calidad de consumo
- **Maduración** – Progresión cursada por fruta en estado de madurez hacia un estado en el que se puede calificar como “listo para comerse/consumirse”
- **Calidad** – El grado de excelencia o superioridad caracterizado por azúcares, ácidos, aroma, textura, sabor, etc.

Cambios Asociados con la Maduración del Mango

- Decremento en la firmeza de la pulpa e incremento en la jugosidad
- Conversión de almidones en azúcares
- Incremento en el contenido de sólidos solubles
- Incremento en el aroma
- Cambio en el color de la pulpa, de amarillo verdoso a amarillo dorado (en todas las variedades)
- Cambios en el color de la piel de verde a amarillo (en algunas variedades)

Evaluación de la Madurez del Mango

Contenido de Sólidos Solubles (SSC por sus siglas en Inglés) o Brix

- Es aproximadamente del 7%-9% en la etapa de recepción, dependiendo del cultivar de las condiciones de cultivo
- El mango plenamente maduro puede contener 13%-20% - pero esto no debe ser la expectativa en la recepción

Firmeza

- El mango en estado de madurez que no ha cursado la maduración estará muy firme
- Mida la firmeza con un penetrómetro
- En la recepción, tal vez no sea adecuado el tacto manual para medir la firmeza, ya que el mango en estado de madurez no “cede”

Color Interno de la Pulpa

- La pulpa de un mango en estado de madurez será por lo menos amarillo claro, no verde o blanco

Color de la Piel

- Los indicadores difieren por variedad
- Algunas variedades pueden transicionar de verde oscuro a verde claro en estado de madurez
- El rubor rojo NO está relacionado con la madurez, maduración o calidad

Forma de la Fruta de Mango en Estado de Madurez

- Los cachetes deben estar hinchados
- Los hombros deben estar un poco elevados por encima del punto de adhesión del tallo

Información proporcionada por la Dr. Elizabeth Mitcham, Pomólogo,
UC-Davis Postharvest Technology Research & Information Center (Centro de Investigación e Información sobre Tecnología de Postcosecha de la Universidad de California en Davis)

