



2015 INFORME ANUAL





NATIONAL MANGO BOARD

DECLARACIÓN DE PRINCIPIOS Y PRIORIDADES ESTRATÉGICAS PARA 2015

Incrementar el consumo de mango fresco en los EE.UU. por medio de la realización de proyectos innovadores de investigación y actividades promocionales, al mismo tiempo que fomentamos una industria pujante.

- Comercialización dirigida a consumidores para incrementar el consumo de mango y expandir la sensibilización
- Expandir la presencia y la venta del mango a nivel minorista
- Expandir la presencia y la venta del mango en el sector de servicio de alimentos
- Generar conocimiento a través de esfuerzos de investigación en apoyo a la visión
- Mejorar la comunicación y preparación para crear una industria unificada

CONTENIDO

Carta del Director Ejecutivo.....	3
Carta del Presidente.....	4
Reseña del Año.....	5
Logros de la NMB.....	17
Consejo de Administración de 2015.....	18
Estados Financieros de 2015.....	18

CARTA DEL DIRECTOR EJECUTIVO MANUEL MICHEL

La NMB logró un hito importante al entrar a su décimo año de educar a consumidores acerca del mango, realizar actividades de investigación, promoción, y difusión con la industria. Durante su primera década, la NMB ha logrado muchos de sus fines, sin embargo, existen tres áreas claves que merecen destacarse: la expansión de la visibilidad del mango y el aumento al consumo, la unificación de la industria del mango, y la consolidación de una organización extremadamente exitosa.

La visibilidad y el consumo de mango continúan mejorando año con año, y la NMB ha ejercido mucha influencia en ese respecto. Un método utilizado para cuantificar el éxito en la comercialización se basa en el cómputo del valor adicional generado por los programas de comercialización y promoción. Desde 2008, el impacto de la NMB en el valor del mango a nivel minorista es bastante evidente, ya que el 24% del valor generado de las ventas de mango fresco es resultado directo de los programas de investigación y promoción financiados por la NMB.

Otro éxito importante de la NMB ha sido el avance logrado en torno a la unificación de la industria diversa y amplia del mango, que tiene alcance tanto geográficamente como a través de múltiples niveles de la cadena productiva. La NMB ha convertido estos retos en oportunidades, y la colaboración y apoyo para la NMB por parte de la industria continúan mejorando, particularmente a raíz de que los productores y gestores del mango valoran los beneficios generados por cada uno de los programas de la NMB. Como ejemplo de este apoyo, en 2015 el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA) realizó su referendo de continuación de 5 años y el 91% de los miembros de la industria que votaron estuvieron a favor de continuar las operaciones de la NMB.

El éxito general de la NMB no hubiese sido posible sin un fuerte liderazgo, una gestión eficaz del programa, y el uso eficiente de los fondos de la industria. Los miembros del Consejo de Administración de la NMB y del personal administrativo toman muy en serio su responsabilidad fiduciaria con la industria del mango, y este compromiso ha resultado en un retorno sobre la inversión muy respetable, mismo que en 2015 llegó a ser de 11.46 a 1. Esto significa que por cada dólar invertido en los programas de la NMB, la industria del mango percibió un retorno de \$11.46.

Los invito a examinar el informe anual, y familiarizarse con algunos ejemplos específicos respecto de la manera en que los programas de Comercialización, Investigación, y Relaciones con la Industria de la NMB sustentaron a la industria del mango en 2015. Aunque el éxito de la NMB es evidente, es importante tener en cuenta que este éxito fue posible gracias al apoyo que nos ha brindado la industria del mango, la orientación de los Miembros del Consejo de la NMB, y los esfuerzos combinados de todos los individuos que forman parte del equipo de la NMB. La NMB espera con mucho entusiasmo poder continuar apoyando a la industria del mango, mejorando la visibilidad y el consumo, –¡por muchas décadas más!

Todo lo mejor,
Manuel Michel





CARTA DEL PRESIDENTE PARA 2015 DANNY POLLAK, IIMPORTADOR DE DISTRITO I

Es raro poder reunir a los líderes de la industria para trabajar en forma conjunta y ejercer influencia en el éxito y el crecimiento de un producto agroalimentario. La industria del mango tiene la buena fortuna de contar con la organización que lo puede lograr. He tenido el honor personal de formar parte de la NMB durante los últimos años, y tengo la certeza de que esta cámara está haciendo cosas grandes.

En este informe, es fácil ver el nivel de éxito que la cámara ha logrado, y los resultados abogan por sí mismos. Como miembros de la industria, ustedes deben sentirse extremadamente orgullosos de estos logros a medida que la categoría de mango continúa avanzando con más fuerza y crecimiento cada año. Al dirigirnos hacia el futuro, la industria deberá continuar trabajando en forma conjunta para superar los principales obstáculos que se vayan interponiendo en nuestro camino, y hacer del mango la fruta de mayor consumo en los Estados Unidos. Debemos concentrarnos más en ofrecerles a los consumidores una experiencia de consumo positiva y consistente cada vez que compren un mango, y continuar trabajando con productores y empacadores para eliminar los problemas de calidad y mejorar la consistencia a nivel de finca.

De igual manera, es importante trabajar con minoristas y mayoristas para establecer programas promocionales agresivos y emprendedores con la finalidad de mantener a los consumidores entusiasmados acerca del mango. La falta de educación continúa siendo una barrera, y es indispensable continuar informando a los consumidores respecto de la naturaleza del mango, su sabor delicioso, y los beneficios que ofrece para la salud a fin de fortalecer la categoría. Por otra parte, debemos continuar siendo líder en el foro de inocuidad alimentaria que continuamente está cambiando para asegurar que todos se sienten cómodos y seguros cada vez que compran un mango.

El personal administrativo de la NMB es maravilloso. Se presentan a trabajar todos los días, viajan por todo el mundo, y le dedican muchas horas a la labor de difundir la historia del mango. Ellos son la base de la organización, y son los responsables por todo lo que la NMB ha logrado.

Los Miembros del Consejo de Administración que he tenido el placer de conocer han demostrado una profunda pasión y compromiso por este magnífico producto. Las lecciones que he aprendido de estas personas han sido muy valiosas para mí a medida que continúo mi desarrollo personal y profesional. ¡Estoy muy agradecido con ustedes por haber tocado mi vida como lo han hecho!

A la industria del mango le doy las gracias por brindarme la oportunidad y la confianza de prestar servicio como su representante. Esta organización es importante para el éxito y futuro de nuestra industria, y me siento honrado de haber podido formar parte de la National Mango Board.

Atentamente,
Danny Pollak



Trayendo el encanto que el mundo siente por el mango a los EE.UU.

COMPARTE EL ENCANTO DEL MANGO

La pasión está muy arraigada en los productores de mango, y esa devoción, además del sabor suntuoso, por mucho tiempo ha nutrido a esta superfruta para convertirla en una de las frutas más populares del mundo.

Ya que la producción de mango ocurre en climas tropicales en todo el mundo, es importante compartir con consumidores el arte de cultivar y cosechar mango, y celebrar su herencia e influencia cultural.

Con evocación al amor, la conexión, y la apreciación, nuestro relato de finca a mesa también estimula las papilas gustativas, lo cual servirá para inspirar a los consumidores de EE.UU. a probar el mango. Se creó un librito que distribuimos a actores influyentes del sector de la nutrición y difundimos a través de blogs, artículos, y canales de los medios sociales para ayudarnos a relatar esta historia cultural.

Estos esfuerzos de difusión en los medios de comunicación resultaron en más de 755 millones de impresiones.

SIEMPRE VERANO

El mango trae consigo el espíritu del verano a cada día por medio del fútbol, botanas, y salsa



9
EVENTOS DE MUESTREO DE MANGO CON CONSUMIDORES EN TODO EL PAÍS



¡La NMB Aparece en ESPN!

¡SE DISTRIBUYERON MÁS DE **16,800** MUESTRAS DE MANGO FRESCO!

EL MANGO ADQUIERE NUEVOS ALIADOS

Liga Nacional de Fútbol Femenil (NWSL)

El mango fue la super fruta oficial de la NWSL en 2015. Con una combinación estratégica de eventos de muestreo de mango, programas en los medios sociales, y exposición en estadios, la NMB logró resultados excepcionales.

El mango se destacó a nivel nacional como la botana favorita en los partidos de los nueve equipos de la NWSL. Los lettereros en los estadios destacaron mensajes nutricionales. Cada equipo, desde los Boston Breakers hasta el Seattle Reign FC, compartieron (por medio de los canales sociales) su encanto por la fruta. Además, la NMB auspició nueve eventos de muestreo en todo EE.UU., y se emprendió con consumidores a nivel personal compartiendo la fruta deliciosa y mensajes claves acerca del mango.

De todos los aficionados de la NWSL encuestados, el 39% no había comprado mango recientemente. Sin embargo, el 95% tiene pensado comprar mango luego del evento de muestreo.



NATIONAL WOMEN'S SOCCER LEAGUE



¡Come Botanas como Profesional!



Asociación de Fútbol Juvenil de EEUU

Como la botana oficial de la Asociación de Fútbol Juvenil de EEUU, ¡el mango resultó ser el favorito entre niños! Por medio de los medios sociales, 10 eventos de muestreo, y exposición en estadios, los jóvenes aficionados del fútbol, jugadores, y familias se nutrieron con la super fruta durante el transcurso del verano y durante el Mes del Fútbol Juvenil.

En conjunto, la NMB se emprendió con más de 1.3 millones de aficionados del fútbol.



¡EL MANGO ES EL JUGADOR MÁS VALIOSO CON NIÑOS DE TODAS LAS EDADES!

Niños en la Cocina Tomando Clase de Cocina

Para difundir el mensaje que el mango es una opción de botana saludable, fácil, y deliciosa para las familias, la NMB auspició tres clases de cocina en las ciudades de Chicago, Kansas City y Filadelfia para emprenderse con las más populares madres de familia blogueras y sus hijos. Estas clases de cocina interactivas destacaron la versatilidad, facilidad, y diversión de preparar y comer mango, con un enfoque en botanas.



Scholastic

La NMB se alió con Scholastic para educar a niños acerca del magnífico mango. Planes de lección sobre Ciencias y Artes del Lenguaje dirigidos a alumnos de 2^{do} a 4^{to} año emprendieron a estudiantes en un proyecto de redacción creativa, planificaron y realizaron un experimento, y graficaron y recopilaron datos.

¡SUPER FRUTA PARA SU SUPER ESTRELLA!

LA LOCURA POR EL MANGO A NIVEL MINORISTA

Colaborando con minoristas para educar y vender más mango

LAS PROMOCIONES CON MINORISTAS MUEVEN MÁS MANGO EN 2015

- * 32,705 Tiendas de Autoservicio Impactadas
- * 10,810 Eventos de Demostración
- * Incremento del 62% en el Volumen Durante las Promociones de la NMB

Promociones de Respuesta al Mercado

En respuesta al abasto inesperadamente excesivo que entró durante los meses de mayo/junio de 2015, se efectuaron promociones adicionales con minoristas para brindarle más apoyo al flujo de mango en el mercado.

AUMENTANDO LAS VENTAS DE MANGO

Islas de Mango

Para mover más mango, la NMB proporcionó islas de mango a petición de los minoristas y exportadores de mango en todo el país. Las islas exhiben contenido educativo sobre como cortar, seleccionar, y madurar un mango para ayudar a superar la resistencia a la compra por parte de los clientes.



SE ENVIARON 9,900 ISLAS DE MANGO EN 2015



Concurso de Escaparates La Locura por el Mango

Iniciando su quinto año, el Concurso de Escaparates *La Locura por el Mango* continuó siendo un gran éxito. Diseñado para impulsar las ventas en tiendas de autoservicio, el Concurso de Escaparates le brindó la oportunidad a minoristas de destacar su creatividad, al mismo tiempo que educan a sus clientes acerca del mango.

EL CONCURSO DE 2015 REGISTRÓ UN INCREMENTO ASOMBROSO DE **168%** EN EL VOLUMEN PARA LAS TIENDAS PARTICIPANTES

¡LAS ESCUELAS ESTÁN EN SESIÓN!

Universidad del Mango

Diseñado para personal del departamento de productos agroalimentarios, la Universidad del Mango encabezada por el histriónico Profesor Mango, es una manera fácil y divertida para los asociados informarse acerca de cómo mantener la calidad del mango.

PREMIO DE \$5 EN EFECTIVO PARA EGRESADOS ELEGIBLES



124 GRADUADOS EN 2015



MINORISTA DE MANGO DEL AÑO

El Minorista de Mango del Año para 2015, **Aaron Franklin** de *Harris Teeter*, fue reconocido por su constante apoyo a la industria del mango y su compromiso de impulsar el movimiento del mango.

Franklin y su empresa tomaron la decisión crítica de cambiar el enfoque de su negocio minorista de mango en el sudeste. Ellos han tenido éxito mediante la ejecución de estrategias agresivas de precios, promociones, y comercialización.

Los Minoristas de Mango Modelos para 2015 fueron: Deb Kreider, Paul Chiavacci, y Tim Royer, *Abold*, John Savidan y Keith Tsuchiyama, *Bristol Farms*, y Michael Vesely, *Jewel-Osco*.

Los minoristas protagonizan un papel indispensable en la industria del mango al apoyar la misión de la NMB de expandir la sensibilización e incrementar el consumo de mango fresco en los EE.UU. Estos minoristas son el entusiasmo encarnado cuando están vendiendo y promoviendo el mango. Es una verdadera inspiración para los minoristas en todo el país contar con estos aliados que apoyan el negocio del mango con tanta motivación.



PRUEBA PARA ESCAPARATES DE MANGO

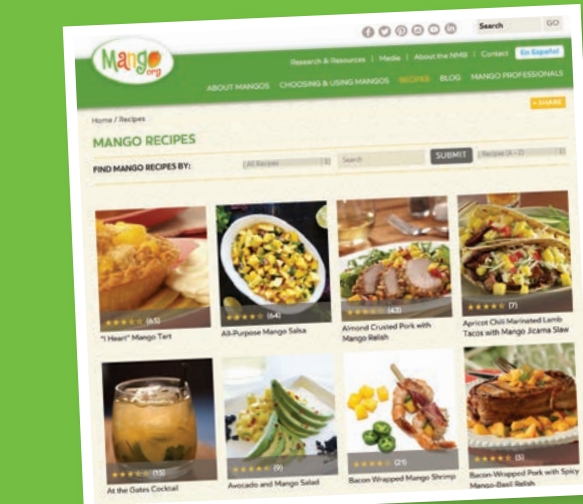
La NMB cuantificó el impacto provocado en las ventas por el movimiento del mango de su ubicación típica en la sección de tropicales a otros lugares dentro del departamento de productos agroalimentarios.

La NMB realizó pruebas en dos áreas de alto tráfico: un panel exhibió el mango con fruta de hueso en temporada y un segundo panel montó el mango al lado del aguacate.

Los resultados demostraron que la exhibición del mango al lado de fruta de hueso incrementó el volumen por un 45%, y también incrementó el volumen de fruta de hueso por un 8%, comparado con el panel de control.

¡EL SITIO DE MANGO.ORG RECIBE UN CAMBIO DE IMAGEN!

¡En 2015, mango.org lanzó la más reciente versión de su sitio con una nueva imagen y muchas mejoras! Los consumidores podrán buscar detalles sobre cómo seleccionar y cortar un mango, recetas e información nutricional con sólo un clic. Asimismo, las secciones del sitio web dedicadas a la industria serán más fáciles de navegar.



MANGO INOCUO DE ALTA CALIDAD

Mejorando la calidad del mango para brindarle a los consumidores una experiencia positiva de consume



MANGOFOODSAFETY.ORG

LA INOCUIDAD ALIMENTARIA ES LAS PRIORIDAD #1

Kits de Capacitación Sobre la Inocuidad Alimentaria

La provisión de mango de alta calidad que los consumidores comprarán una y otra vez requiere de un compromiso con la inocuidad alimentaria y la calidad por parte de cada uno de los miembros de la industria del mango. En colaboración con la industria, la NMB ha realizado proyectos de investigación y desarrollado recursos como kits de capacitación sobre la inocuidad alimentaria que ayudan a capacitar a empleados en todos los niveles de la cadena productiva.

Un campo de enfoque en el kit de capacitación sobre la inocuidad alimentaria son las prácticas de limpieza y sanidad para plantas de empaque y bodegas de importadores de mango. Cada kit están equipados con diversas herramientas para brindar un curso uniforme de capacitación sobre la inocuidad alimentaria en distintas instalaciones, incluyendo:

- * Guía de instrucción para el instructor
- * Afiches con íconos y fotografías
- * Lecciones en *PowerPoint* para empleados
- * Rotafolios
- * Registros de Capacitación y mucho más

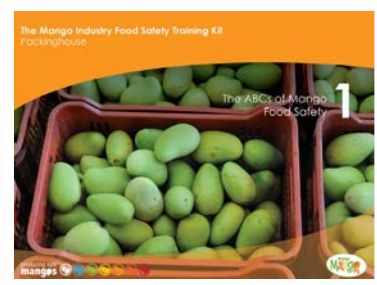
Los kits fueron diseñados para: Disponible en:

- | | |
|-------------------------|-------------|
| * Fincas | * Inglés |
| * Empacadoras | * Español |
| * Bodegas de Importador | * Portugués |
| | * Criollo |

¡DISPONIBLE EN FORMATO DE APRENDIZAJE ELECTRÓNICO!



CONSULTEN LAS PALABRAS "MANGO FOOD SAFETY" EN ESTAS PLATAFORMAS PARA ENCONTRAR LAS APLICACIONES



MANGO MADURO/LISTO PARA COMERSE

Las tendencias del consumo favorecen alimentos saludables y embalados en forma conveniente que están listos para comerse. Por este motivo, la NMB ha estado trabajando con minoristas e importadores sobre cómo implementar un programa de maduración para deleitar a sus clientes y eliminar las barreras a la compra del mango. Todos los esfuerzos pretenden ofrecer una fruta de calidad que es consistente, y madura/lista para comerse.



81% DE LOS COMPRADORES ACTUALES DE MANGO indicó que considerarían futuras compras si el mango estuviera "MADURO/LISTO PARA COMERSE"

PROYECTOS DE POSTCOSECHA ADICIONALES PARA 2015

- * Investigación Sobre la Inocuidad Alimentaria
- * El Genoma del Mango
- * Identificación de Cultivares Selectos
- * Tratamiento Hidrotérmico
- * Trastorno del Punteado del Mango
- * Decoloración Interna del Mango
- * Función de la Madurez del Mango en las Condiciones de Arribo

UNA SUPER FRUTA SANA

El mango ofrece una diversidad de nutrientes que ayudan a mejorar la salud de los consumidores

EL MANGO ESTÁ REPLETO DE MÁS DE

20 VITAMINAS Y MINERALES



EL MANGO ES UNA BUENA FUENTE DE

Fibra, LO CUAL PROVOCA UNA SENSACIÓN DE SATISFACCIÓN Más Rápida, y por lo tanto puede Apoyar Cualquier

RÉGIMEN DE CONTROL DE PESO

UNA TAZA DE MANGO CONTIENE EL

100% de la Ración Requerida de **VITAMIN C,** un Antioxidante que Protagoniza un Pape Importante en la Función Inmunológica

EL MANGO ES UNA FUENTE Excelente de **VITAMIN A,** QUE AYUDA A MANTENER

la Salud de la Piel y es Importante para el **Crecimiento de los Huesos**

Los estudios de investigación nutricional de la NMB descubrieron los beneficios mencionados en la tabla arriba sobre la salud que se derivan del consumo de mango.

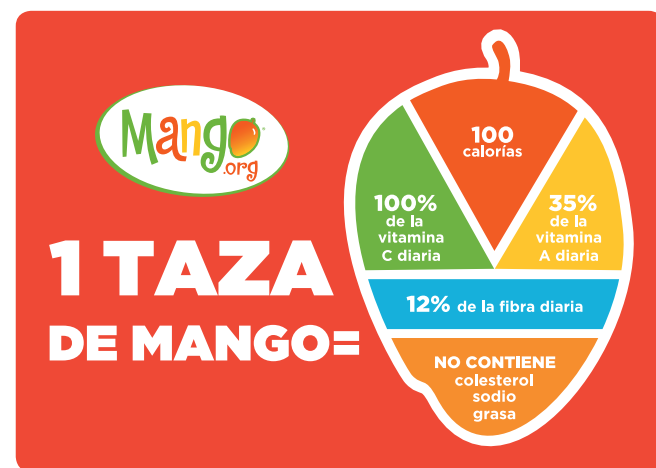
Las tendencias más recientes en el campo de la nutrición ejercen influencia directa en las decisiones alimentarias y en los patrones de compra de los consumidores. El descubrimiento de nuevos y positivos beneficios para la salud que se derivan del consumo del mango, así como la difusión de la información entre consumidores pueden incrementar la futura demanda del mango.

Investigadores especialistas en el campo de la nutrición auspiciados por la NMB están trabajando para lograr un mejor entendimiento de los beneficios nutricionales del mango, y el efecto que ejercen en:

- * Cáncer de Mama
 - * Cáncer del Colon
 - * Diabetes
 - * Digestión
 - * Respuesta de glucosa
 - * Metabolismo
- Cuatro nuevos estudios sugieren que el consumo de mango puede ofrecer algunos efectos protectores en casos de obesidad, ciertos tipos de cáncer, salud intestinal, e inflamación.



TEXAS A&M UNIVERSITY



CREANDO UNA INDUSTRIA UNIFICADA

Mejorar las comunicaciones y preparación para servir mejor a la industria



DIFUSIÓN CON LOS MEDIOS DE LA INDUSTRIA

Impresiones de Relaciones Públicas

45% 2015 **11.3 MILLONES** POR ENCIMA DEL OBJETIVO

LA NMB VISITA LOS 6 PRINCIPALES PAÍSES EXPORTADORES



Corriendo la Voz

Por medio del programa de difusión con los medios de la industria, los mensajes de la NMB le están dándoles alcance a los miembros de la industria con las noticias más novedosas sobre las actividades del programa.

Eventos de la Industria

Se auspiciaron reuniones de difusión y extensión en los principales 6 países productores, así como en terreno nacional, para ayudar a difundir las herramientas y recursos más recientes en un esfuerzo por educar a la industria del mango.

LOS EVENTOS DE LA NMB SE CALIFICARON CON **5** ESTRELLAS

SE LE DIO ALCANCE A MÁS DE **1000** MIEMBROS DE LA INDUSTRIA

SE AUSPICIARON **15** EVENTOS DE LA INDUSTRIA

¡VISITEN MANGO.ORG PARA APOYAR SUS NEGOCIOS DE MANGO E INFORMARSE SOBRE CÓANDO ESTAREMOS EN SU ÁREA!

INFORMADOS CON EL MANGO

Manténganse informados tocante a todo lo que tiene que ver con el mango a través de nuestras plataformas en los medios de la industria



BOLETINES INFORMATIVOS

- * Boletín Informativo Electrónico *Mango Connection*
- * Informe Sobre la Cosecha: Mango.org/Crop

MEDIOS SOCIALES

- * Facebook: [Facebook.com/MangosConnect](https://www.facebook.com/MangosConnect)
- * LinkedIn: [National Mango Board](https://www.linkedin.com/company/National-Mango-Board)

¡COSECHEN MÁS INFORMACIÓN EN



- mango.org
- [facebook.com/mangoboard](https://www.facebook.com/mangoboard)
- [facebook.com/mangosconnect](https://www.facebook.com/mangosconnect)
- [youtube.com/mangoboard](https://www.youtube.com/mangoboard)
- [@mangoboard](https://www.instagram.com/mangoboard)
- [@Mango_Board](https://www.tumblr.com/@Mango_Board)
- [pinterest.com/mangoboard](https://www.pinterest.com/mangoboard)
- [National Mango Board](https://www.linkedin.com/company/National-Mango-Board)

LA NMB TIENE UN DESEMPEÑO ESTELAR

Los programas de la NMB ejecutados durante 2015 lograron resultados excepcionales para la industria



CRECIMIENTO DE LA INDUSTRIA DE MANGO FRESCO DE EE.UU.

VALOR DE LA INDUSTRIA DEL MANGO FRESCO

2005 \$262 MILLONES
2015 \$500 MILLONES



AUMENTO DE
90%
EN EL VALOR FOB
DEL MANGO

Valor es equitativo al volumen de importación X precio FOB

PRECIO PROMEDIO POR CAJA

2005 \$4.62
2015 \$5.35



AUMENTO DE
27%
2005-2015

IMPACTO DE LOS PROGRAMAS DE LA NMB

GANANCIAS FOB

\$392.35
MILLONES*
24%
2008-2015

Valor es equitativo al volumen de importación X precio FOB

RETORNO SOBRE LA INVERSIÓN

Por cada dólar invertido, la industria percibió un retorno de

\$11.46*

*Marzo 2008-Junio 2015

LOGROS DE LA NMB

- * Premio de Excelencia en la Comercialización de la publicación *Produce Business*
- * Tasa de Aprobación del 91% Durante el Referendo de Continuación de 2015
- * 2,500 Billones de Impresiones en los Medios de Consumo
- * El 98% de los Miembros de la Industria de Mango Fresco Conoce de la NMB



CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN PARA 2015

Danny Pollak, Presidente, Importador
 Greg Golden, Vice Presidente, Importador
 Chris Ciruli, Tesorero, Importador
 Altamir Martins, Secretario, Productor Extranjero
 Bill Vogel, Ex-oficio, Importador
 Shawn Allen, Importador
 Web Barton, Productor Nacional
 Ronnie Cohen, Importador
 Mariana Gonzalez, Primer Gestor

Jiovani Guevara, Importador
 Reynaldo Hilbck, Productor Extranjero
 Oscar Orrantia, Productor Extranjero
 Eddy Martinez, Productor Extranjero
 Tomás Paulín, Productor Extranjero
 Jorge Perez, Productor Extranjero
 Jean Sapp, Productor Nacional
 Enrique Sanchez, Productor Extranjero
 JoJo Shiba, Importador



DECLARACIONES FINANCIERAS PARA 2015

BDO USA, LLP, contadores y consultores, realizaron una auditoría de los estados financieros de la NMB para el ejercicio fiscal 2015, y emitieron un informe el día 4 de marzo de 2016. La auditoría se realizó de conformidad con las normas de auditoría aplicables a auditorías financieras contenidas en las Normas Gubernamentales de Auditoría, emitidas por el Contralor General de los Estados Unidos de America. BDO USA, LLP no identificó ninguna deficiencia significativa en los controles internos referentes a los estados financieros para 2015.

INGRESOS

Cuotas	\$6,725,308
Ingreso de interés	\$65
Ingreso Total	\$6,725,373

GASTOS

Gastos del Programa	
Comercialización	\$3,862,628
Relaciones con la Industria	\$753,739
Investigación	\$1,200,994
Asambleas del Consejo	\$83,390
Total de Gastos del Programa	\$5,900,751

Gastos generales y administrativos

Gastos fijos	\$504,289
USDA y Aduana de EEUU	\$116,191
Renta	\$60,812
Total de gastos generales y administrativos	\$681,292
Total de gastos	\$6,582,043
Cambios en activos netos sin restricción	\$143,330
Activos netos sin restricción (inicio del año)	\$3,400,010
Activos netos sin restricción (fin del año)	\$3,543,340