



*Informe Sobre el Rendimiento del
Mango a Nivel Minorista
2017*



Contenido

Páginas 3 - 9

Resumen Ejecutivo

Páginas 10 - 15

Rendimiento de la Fruta y de Frutas Tropicales

Páginas 16 - 34

Rendimiento del Mango Entero

Páginas 35 - 44

Rendimiento del Mango Orgánico

Páginas 45 - 51

Rendimiento del Mango Fresco Cortado

Páginas 52 - 54

Enfoque y Parámetros de los Datos



Resumen Ejecutivo



Esbozo General de la Fruta y de Frutas Tropicales

El crecimiento de los dólares de mango fue más vertiginoso que el del total del segmento de frutas en 2017.

- Los Dólares/Tienda/Semana incrementaron aproximadamente el 1% a \$24,658.
- Las frutas establecidas como la manzana, naranja, y melón sufrieron bajas en sus ventas, lo cual provocó el crecimiento lento en el total del segmento de la fruta.
- El mango incrementó un 4% a \$226/tienda/semana, y 5% a 238 en volumen/tienda/semana.
- El mango permanece en el lugar #20 en la lista de clasificación de Productos con base en las ventas, y en el #15 con base en el volumen.

La categoría de fruta tropical continúa creciendo a una tasa estable.

- Los dólares de fruta tropical /tienda/semana incrementaron por un 4% en 2017.
- El mango representa un tercio de la fruta tropical con un 36% de los dólares de la categoría.
- De las 5 principales frutas tropicales, únicamente el mango y los dátiles experimentaron crecimiento en 2017.

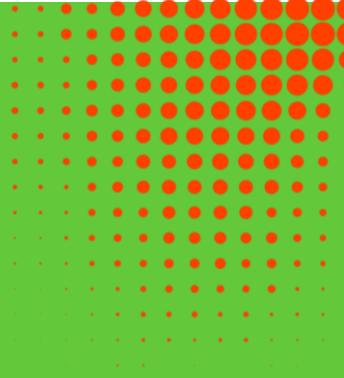
Esbozo General del Mango Entero

El crecimiento en las ventas de mango continuó en 2017.

- El volumen de mango /tienda/semana incrementó un 5% a 238 mangos.
- Los dólares de mango/tienda/semana incrementaron un 4% a \$226
- El volumen de mango incrementó en cada trimestre, salvo el T2 (-3%) a raíz de una baja en las importaciones durante los meses de mayo y junio que provocaron un incremento en el precio al por menor.
- Pese a una brecha en la oferta de producto durante el T2 durante dos años sucesivos, los dólares y el volumen del mango fueron aún mayores en el T2 que en cualquier otro trimestre.

Los dólares y volumen del mango incrementaron en 2017 en todas las regiones, salvo la Central Sudoeste.

- La subregión Nueva Inglaterra registró las mayores ventas en dólares, \$314 /tienda/semana, seguida por la Pacífico con \$289/tienda/semana. Es importante reconocer que la Pacífico fue la única subregión con crecimiento de dos dígitos.
- Únicamente la subregión Central Sudoeste registró una baja en dólares/tienda/semana, con una reducción del 5%, impulsada por bajas sustanciales en los índices de volumen de los mercados de Houston (-24) y Dallas (-22).



Esbozo General de la Promoción y los Precios del Mango

Un volumen menor del mango se vendió en promoción en 2017.

- El 31% del volumen de mango se vendió en promoción, 1 punto por debajo comparado con el año anterior.
- El T2 registró el menor volumen de mango vendido en promoción con el 30%.

El precio tanto con promoción como sin promoción bajó en 2017

- El precio promedio al por menor bajó durante todos los trimestres comparado con el año anterior, salvo el T2.
- El precio promedio al por menor bajó un 1% a \$.95.
- El precio promedio al por menor promocional bajó un 2% a \$.80, y el precio promedio al por menor no promocional bajó un 1% a \$1.02.
- En relación a la brecha en la oferta, el precio promedio al por menor del mango incrementó durante los meses de mayo, junio, y julio cuando el precio del mango es históricamente el menor.

La mayoría de las subregiones registraron un precio promedio al por menor más bajo.

- Las subregiones Central Sudoeste y Montaña registraron el precio al por menor más bajo a \$.73 y \$.76 respectivamente, ambos incrementando un 1% comparado con el año anterior.
- La subregión Atlántico Medio registró el precio promedio al por menor más alto a \$1.15 por mango, una baja del 2% comparado con el año anterior.
- Tanto la subregión Central Sudeste como la Nueva Inglaterra registraron una baja del 5% en el precio promedio al por menor a \$1.01 cada uno.

Esbozo General del Mango Orgánico

La participación del mercado del mango orgánico se ha mantenido al 3% de los dólares del mango entero.

- Los dólares y volumen del mango orgánico incrementaron por dobles dígitos en 2017, con aumentos del 12% y 28%, respectivamente.
- El T2 y T3 registraron las ventas más fuertes de mango orgánico en 2017, representando \$1.9 millones de dólares de ventas en cada trimestre.
- La subregión Pacífico registró las ventas más fuertes de mango orgánico con una participación del 37% de los dólares en 2017.
- El mango orgánico tuvo un precio casi 2 veces más alto que todos los demás mangos.
- El precio promedio al por menor del mango orgánico bajó un 12% a \$1.81.
- En el T1, el precio promedio al por menor del mango orgánico registró una reducción del 27%, a \$1.93.
- El precio más alto del mango orgánico se observó en la subregión Nueva Inglaterra a \$2.49 cada uno, y el más bajo en la subregión Central Noroeste a \$1.41 cada uno.

Esbozo General del Mango Fresco Cortado

El mango fresco cortado continúa experimentando un crecimiento más ágil que el del mango entero y la fruta fresca cortada.

- El mango fresco cortado sigue clasificado en la posición #6 de toda la fruta fresca cortada, mientras que el mango fresco cortado combinado ocupa la posición #11.
- De manera semejante al mango entero, el T2 registró las mayores ventas de mango fresco cortado con \$79/tienda/semana.
- El 90% de las tiendas de autoservicio vendió únicamente artículos de producto fresco cortado de mango en 2017, una baja de 5.5 puntos porcentuales comparado con el año anterior.

El Mango Se Está Haciendo Popular

El crecimiento continuo del mango sugiere que más estadounidenses están incluyendo el mango en su régimen alimentario

- Una de las principales búsquedas de alimentos en Google continúa siendo "Cómo cortar un mango" con cientos de vídeos y sitios educativos disponibles.
- La selección y preparación de la fruta son los obstáculos que los consumidores enfrentan con el mango entero. El crecimiento del producto fresco cortado está ayudando a resolver ese desafío.
- El mango representa más de un tercio de las ventas de frutas tropicales, lo cual indica que tal vez necesitemo considerar mover el mango a una categoría distinta.
- El mango se encuentra como ingrediente en muchos lugares, desde paquetes de comida hasta gastronomía de alta categoría, cócteles únicos a barras de jugos.
- El mango forma parte de la conversación social popular. ¡Durante el verano de 2018 los consumidores se encantarán con el estreno del **emoji** del mango!



*Rendimiento de la Categoría de
Frutas
2017*



Principales 25 Frutas por Dólares y Contribución

El mango incrementó un 3.8% en dólares/tienda/semana, casi 4 veces mejor que la categoría general de frutas.

El mango ocupa la posición número 20 en la clasificación de frutas por dólares, y ha mantenido esa posición desde 2013.

Como contribuyente al departamento de productos agroalimentarios las frutas registraron una baja leve (-.2%), mientras que el mango se mantuvo estable.

Los dólares del mango/tienda/semana incrementaron a una tasa mayor que dos tercios de los Principales 25

Cambio y Contribución de las Ventas de Fruta Año con Año

| | Clasificación | Dólares/Tienda/Semana | % CAMBIO VS AÑO ANT. | Contribución en Dólares | % CAMBIO VS AÑO ANT. |
|----------------|---------------|-----------------------|----------------------|-------------------------|----------------------|
| Frutas | | \$24,658 | 0.9% | 46.7% | -0.2% |
| Manzanas | 1 | \$3,040 | -4.8% | 5.8% | -0.4% |
| Uvas | 2 | \$2,768 | 0.4% | 5.2% | -0.0% |
| Plátanos | 3 | \$2,621 | 0.6% | 5.0% | -0.0% |
| Fresas | 4 | \$2,212 | -0.0% | 4.2% | -0.1% |
| Aguacates | 5 | \$1,654 | 12.9% | 3.1% | 0.3% |
| Mandarinas | 6 | \$1,421 | 10.9% | 2.7% | 0.2% |
| Arándano Dulce | 7 | \$1,277 | 5.2% | 2.4% | 0.1% |
| Naranjas | 8 | \$798 | -5.8% | 1.5% | -0.1% |
| Cerezas | 9 | \$780 | 11.3% | 1.5% | 0.1% |
| Sandía | 10 | \$760 | -4.4% | 1.4% | -0.1% |
| Frambuesas | 11 | \$678 | -1.7% | 1.3% | -0.0% |
| Limón Real | 12 | \$564 | 4.0% | 1.1% | 0.0% |
| Duraznos | 13 | \$448 | -0.9% | 0.8% | -0.0% |
| Moras | 14 | \$444 | 8.5% | 0.8% | 0.1% |
| Peras | 15 | \$343 | -9.3% | 0.6% | -0.1% |
| Limonos | 16 | \$342 | 4.1% | 0.6% | 0.0% |
| Melón | | | | | |
| Cantaloupe | 17 | \$305 | -11.7% | 0.6% | -0.1% |
| Piñas | 18 | \$275 | -3.7% | 0.5% | -0.0% |
| Nectarines | 19 | \$248 | -6.5% | 0.5% | -0.0% |
| Mango | 20 | \$226 | 3.8% | 0.4% | 0.0% |
| Ciruelas | 21 | \$186 | 0.3% | 0.4% | -0.0% |
| Toronjas | 22 | \$166 | 2.5% | 0.3% | 0.0% |
| Kiwi | 23 | \$125 | 0.2% | 0.2% | -0.0% |
| Melón | | | | | |
| Honeydew | 24 | \$76 | -2.2% | 0.1% | -0.0% |
| Papaya | 25 | \$64 | -7.6% | 0.1% | -0.0% |

Source: Nielsen FreshFacts® 2017 vs. AÑO ANT.



Principales 25 Frutas por Volumen y Contribución

El mango incrementó un 4.9% en volumen/tienda/semana, mientras que la categoría general de frutas registró una baja leve en volumen/tienda/semana (-.5%).

El mango ocupa la posición número 15 de la clasificación de frutas por volumen.

El volumen/tienda/semana del mango incrementó a una tasa mayor que el 80% de los Principales 25

Cambio y Contribución del Volumen de Fruta Año con Año

| Clasificación | Producto | VOLUMEN /TIENDA/SEMANA | % CAMBIO VS AÑO ANTERIOR | CONTRIBUCIÓN DEL VOLUMEN AL DEPARTAMENTO | % CAMBIO VS AÑO ANTERIOR |
|---------------|----------------|------------------------|--------------------------|--|--------------------------|
| | Frutas | 17,962 | -0.5% | 52.1% | -0.4% |
| 1 | Plátanos | 4,753 | 2.1% | 13.8% | 0.3% |
| 2 | Sandía | 1,888 | -10.2% | 5.5% | -0.6% |
| 3 | Manzanas | 1,855 | -2.6% | 5.4% | -0.2% |
| 4 | Aguacates | 1,294 | -2.8% | 3.8% | -0.1% |
| 5 | Uvas | 1,269 | 3.2% | 3.7% | 0.1% |
| 6 | Limones | 835 | 11.4% | 2.4% | 0.2% |
| 7 | Fresas | 754 | 3.3% | 2.2% | 0.1% |
| 8 | Naranjas | 686 | -4.0% | 2.0% | -0.1% |
| 9 | Limones | 617 | 7.1% | 1.8% | 0.1% |
| 10 | Arándano Dulce | 381 | 4.1% | 1.1% | 0.0% |
| 11 | Melón | | | | |
| 11 | Cantaloupe | 364 | -1.9% | 1.1% | -0.0% |
| 12 | Mandarinas | 297 | 11.7% | 0.9% | 0.1% |
| 13 | Cerezas | 263 | 23.0% | 0.8% | 0.1% |
| 14 | Kiwi | 244 | -10.1% | 0.7% | -0.1% |
| 15 | Mango | 238 | 4.9% | 0.7% | 0.0% |
| 16 | Duraznos | 235 | -12.0% | 0.7% | -0.1% |
| 17 | Peras | 221 | -9.2% | 0.6% | -0.1% |
| 18 | Frambuesas | 201 | -7.4% | 0.6% | -0.0% |
| 19 | Moras | 156 | 6.4% | 0.5% | 0.0% |
| 20 | Nectarines | 123 | -13.4% | 0.4% | -0.1% |
| 21 | Piñas | 107 | -2.6% | 0.3% | -0.0% |
| 22 | Toronjas | 101 | -1.8% | 0.3% | -0.0% |
| 23 | Ciruelas | 88 | -4.9% | 0.3% | -0.0% |
| | Melón | | | | |
| 24 | Honeydew | 62 | 1.9% | 0.2% | 0.0% |
| 25 | Mandarinas | 46 | -4.2% | 0.1% | 0.0% |

Source: Nielsen FreshFacts® 2017 vs. AÑO ANT.





*Rendimiento de la Fruta Tropical
2017*



Dólares de Frutas Tropicales/Tienda/ Semana

Los dólares del mango/tienda/semana incrementaron un 4% a \$226.

El mango mantuvo la misma tasa de crecimiento que la categoría general de frutas tropicales.

Las mayores tasas de crecimiento de productos tropicales se registraron en las frutas de bajo volumen como la guayaba, los higos, y los dátiles.

DÓLARES DE FRUTAS TROPICALES /TIENDA/ SEMANA Total EEUU, 2017

| | DÓLARES /TIENDA/SEMANA | % CAMBIO vs AÑO ANT. |
|------------------------------|---------------------------|-------------------------|
| Total de Frutas Tropicales | \$619 | +4% |
| Mango | \$226 | +4% |
| Kiwi | \$125 | +0% |
| Papaya | \$64 | -8% |
| Dátiles | \$52 | +25% |
| Granada | \$39 | -16% |
| Tomatillo | \$33 | +6% |
| Otras Frutas de Especialidad | \$18 | +33% |
| Guayaba | \$15 | +81% |
| Coco | \$15 | +9% |
| Higos | \$11 | +25% |

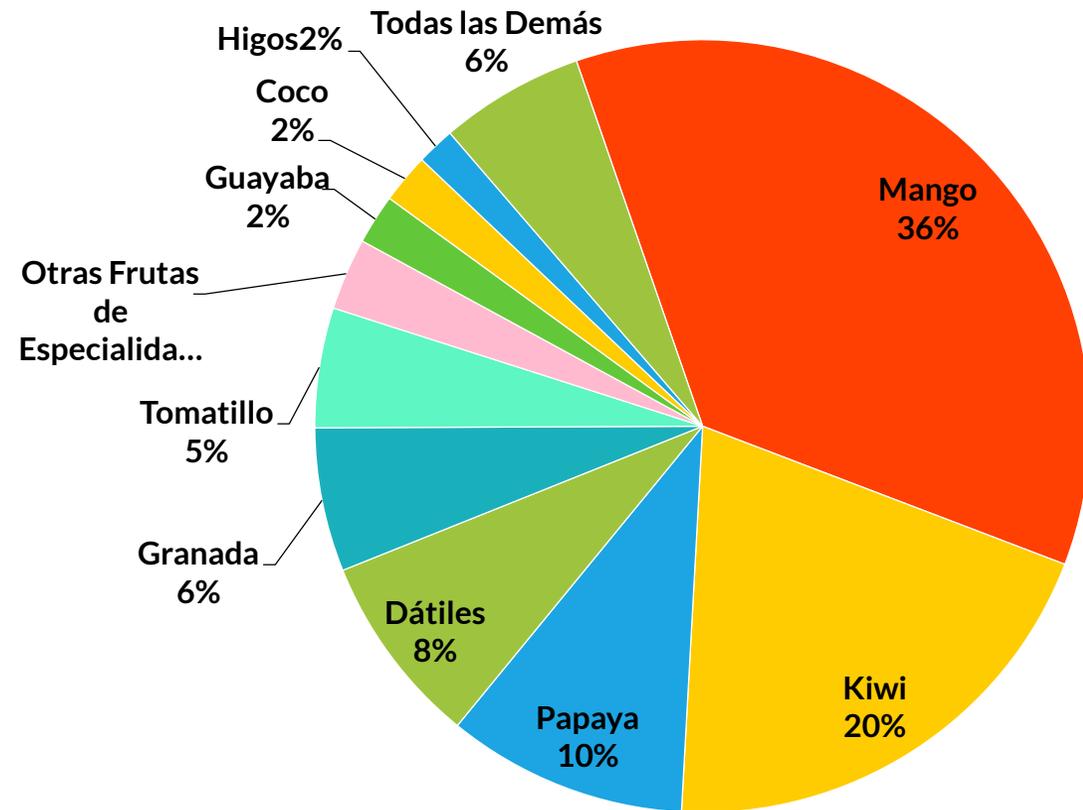
Participación de los Dólares de Frutas Tropicales

El mango registró la participación más alta de los dólares de frutas tropicales con el 36%.

Los siguientes tres artículos combinados (kiwi, papaya y dátiles) representaron una participación global del 38%.

Esto es un indicio que el mango se está moviendo hacia el mercado popular, y tal vez necesite separarse de las frutas tropicales para quedar representado como categoría independiente, semejante a la categoría de la piña.

DÓLARES DE LAS FRUTAS TROPICALES/TIENDA/ SEMANA Total EEUU, 2017





*Rendimiento del Mango Entero
2017*



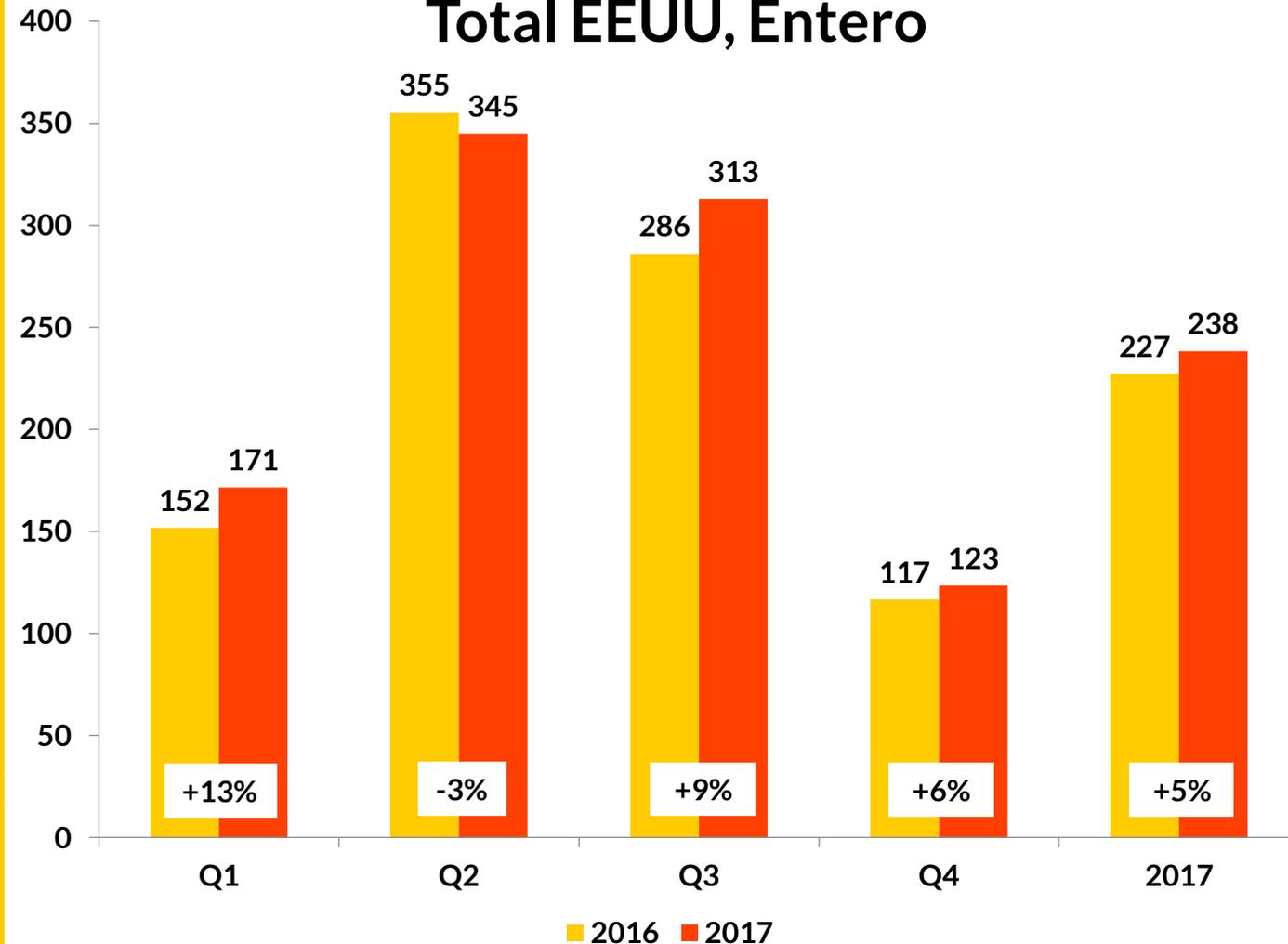
Volumen /Tienda/Semana por Trimestre

El volumen del mango entero incrementó a 238 mangos/tienda/semana, un incremento del 5%.

El T1 registró el mayor incremento (+13%) a 171 mangos/tienda/semana.

El T2 registró el mayor volumen, pero en 2017 el volumen/tienda/semana bajó un 3%, lo cual fue impulsado por una baja en el volumen de importación.

Volumen de Mango/Tienda/Semana por Trimestre Total EEUU, Entero

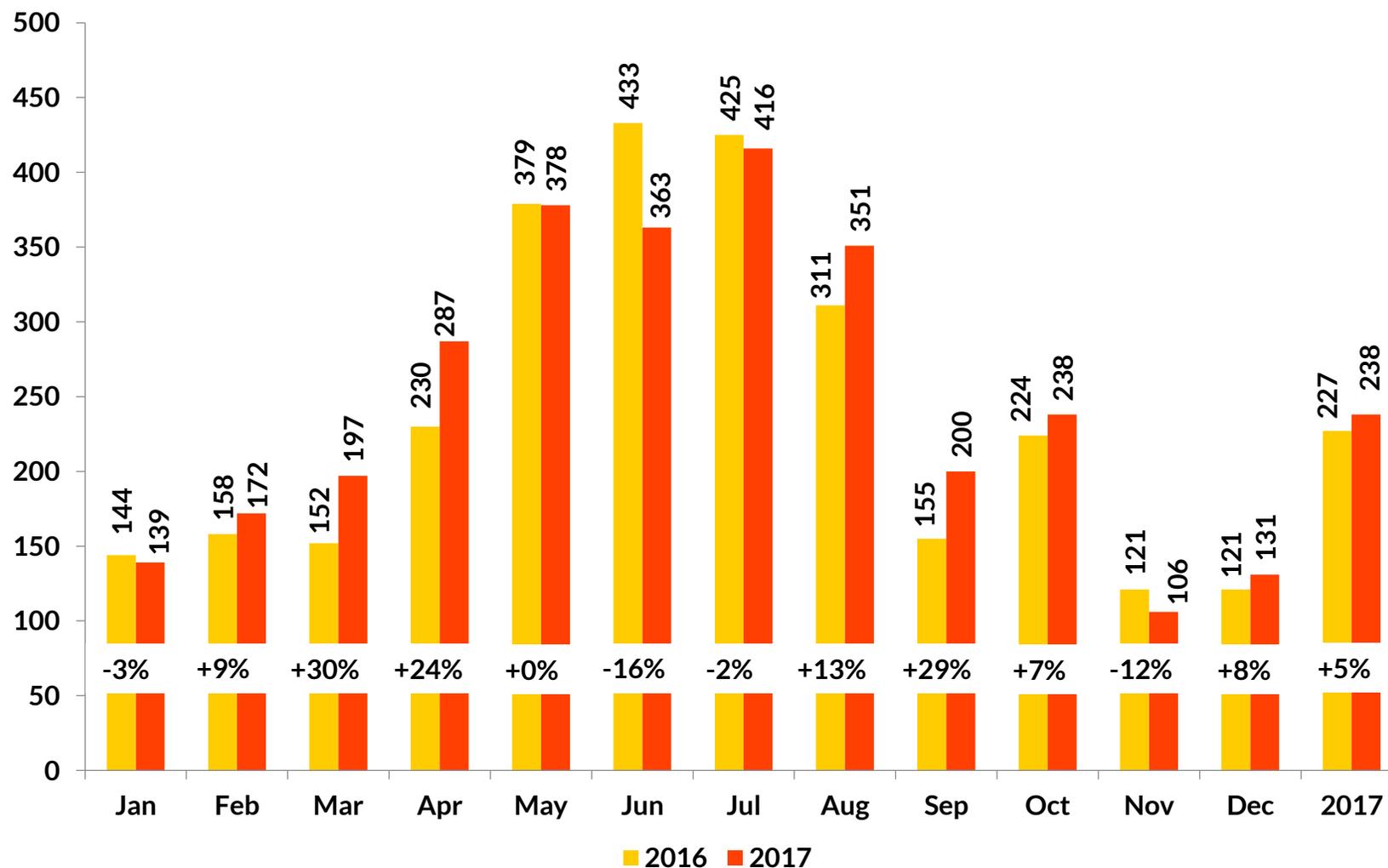


Volumen/Tienda/Semana por Mes

Los mayores incrementos en volumen/tienda/semana se observaron durante los meses de marzo (+30%), abril (+24%), y septiembre (+29%).

Una baja sustancial en el movimiento (-16%) durante el mes de junio impulsó el volumen durante el T2. Esto se alineó con una baja que se registró en el volumen de importación durante los meses de mayo y junio de 2017.

Volumen del Mango/Tienda/Semana por Mes Total EEUU, Entero



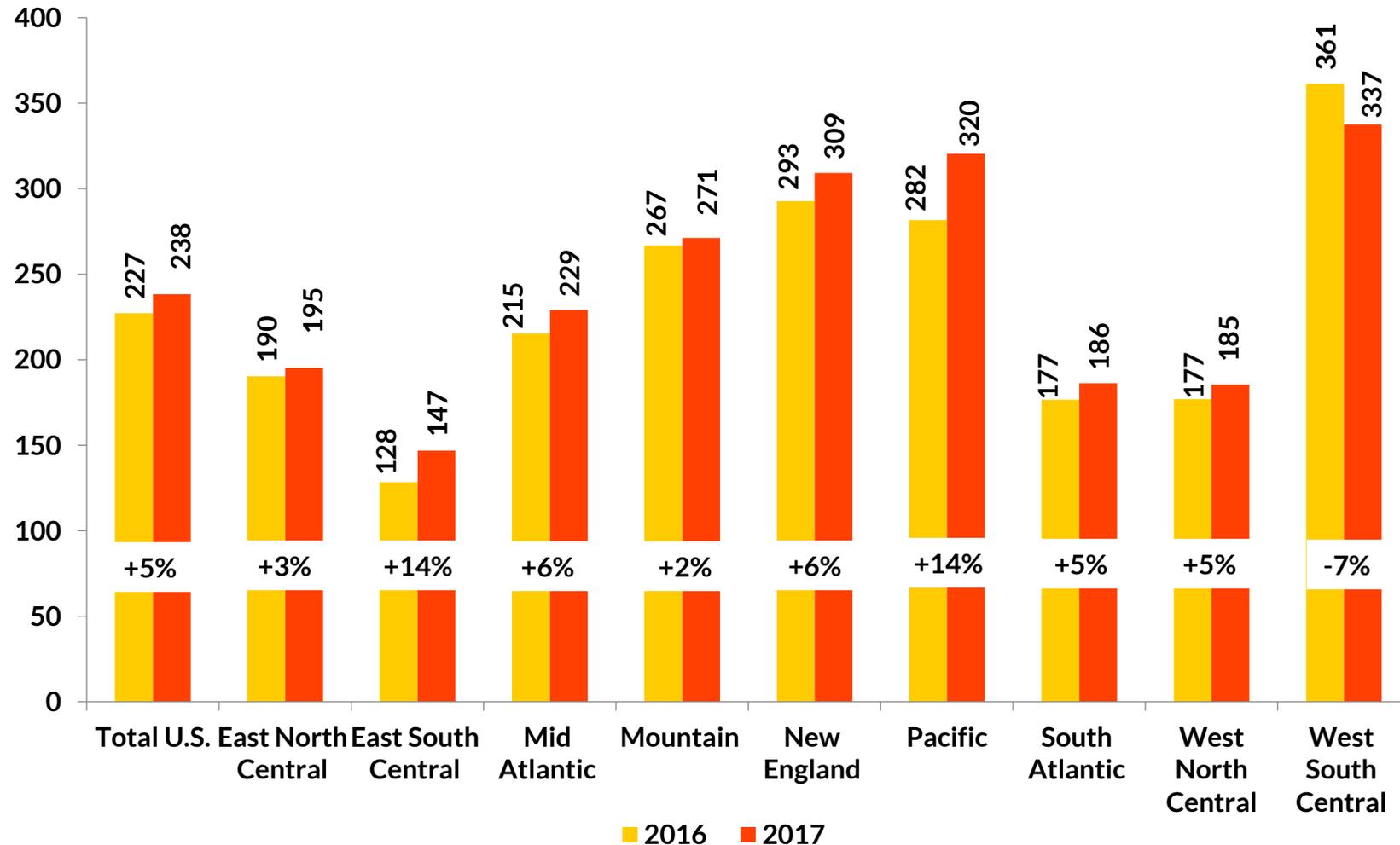
Volume/Tienda/Semana por Subregión

El volumen de mango registró un incremento comparado con el año anterior en todas las subregiones, salvo la Central Sudoeste.

Las principales subregiones en volumen /tienda/semana fueron la Central Sudoeste (337), Pacífico (320), y Nueva Inglaterra (309).

Las subregiones con el mayor crecimiento en volumen fueron la Central Sudeste y Pacífico, ambas con un 14%.

Volumen de Mango /Tienda/Semana Total EEUU, Subregiones, Entero



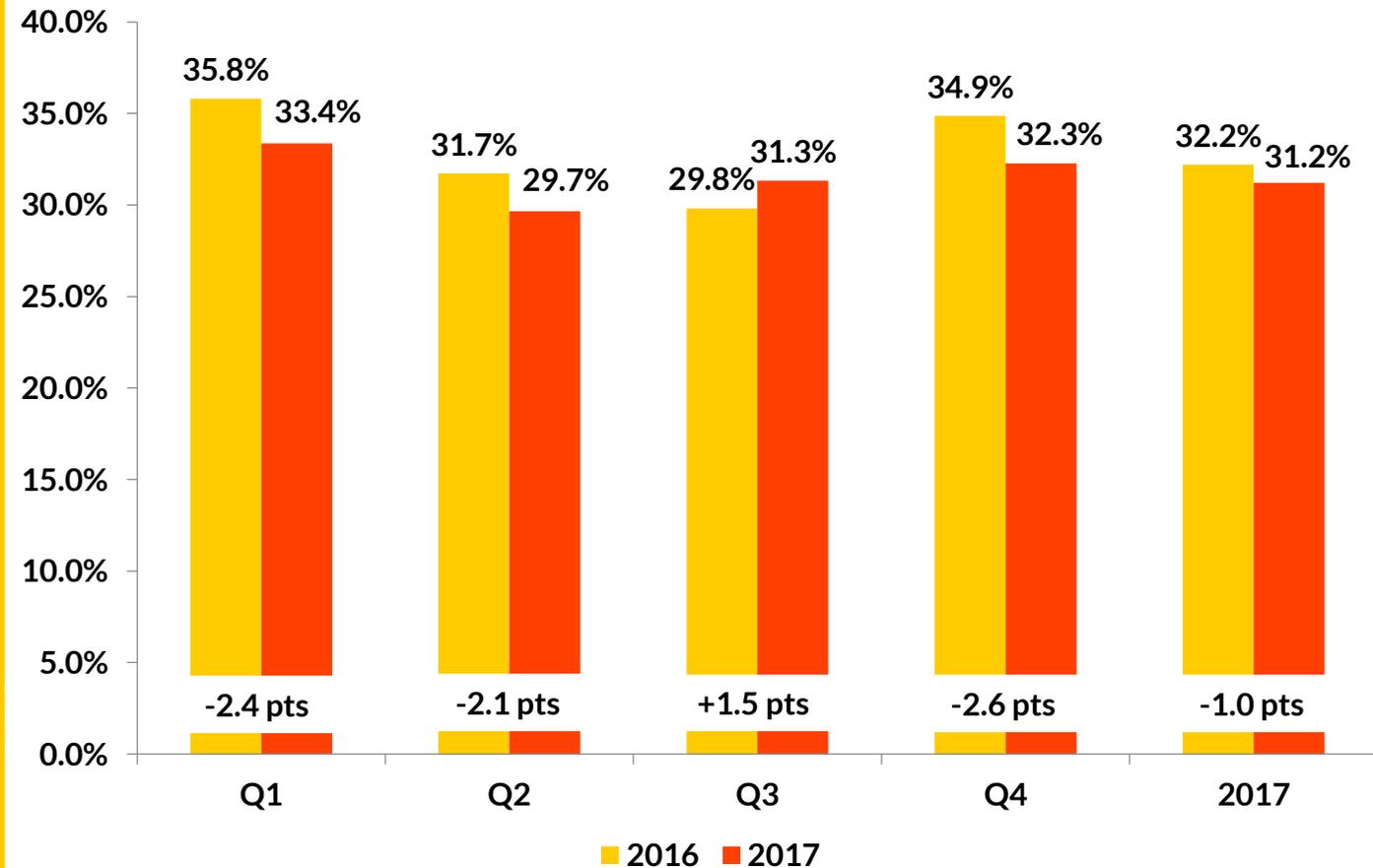
Volumen Vendido en Promoción por Trimestre

El 31% del mango entero se vendió en promoción durante el 2017, lo cual representa una baja de 1 punto porcentual comparado con el año anterior.

El T2 registró la menor porción de volumen de mango vendido en promoción con el 30%.

El T1 registró la mayor participación de volumen vendido en promoción con el 33%.

% de Volumen de Mango Vendido en Promoción por Trimestre Total EEUU, Entero



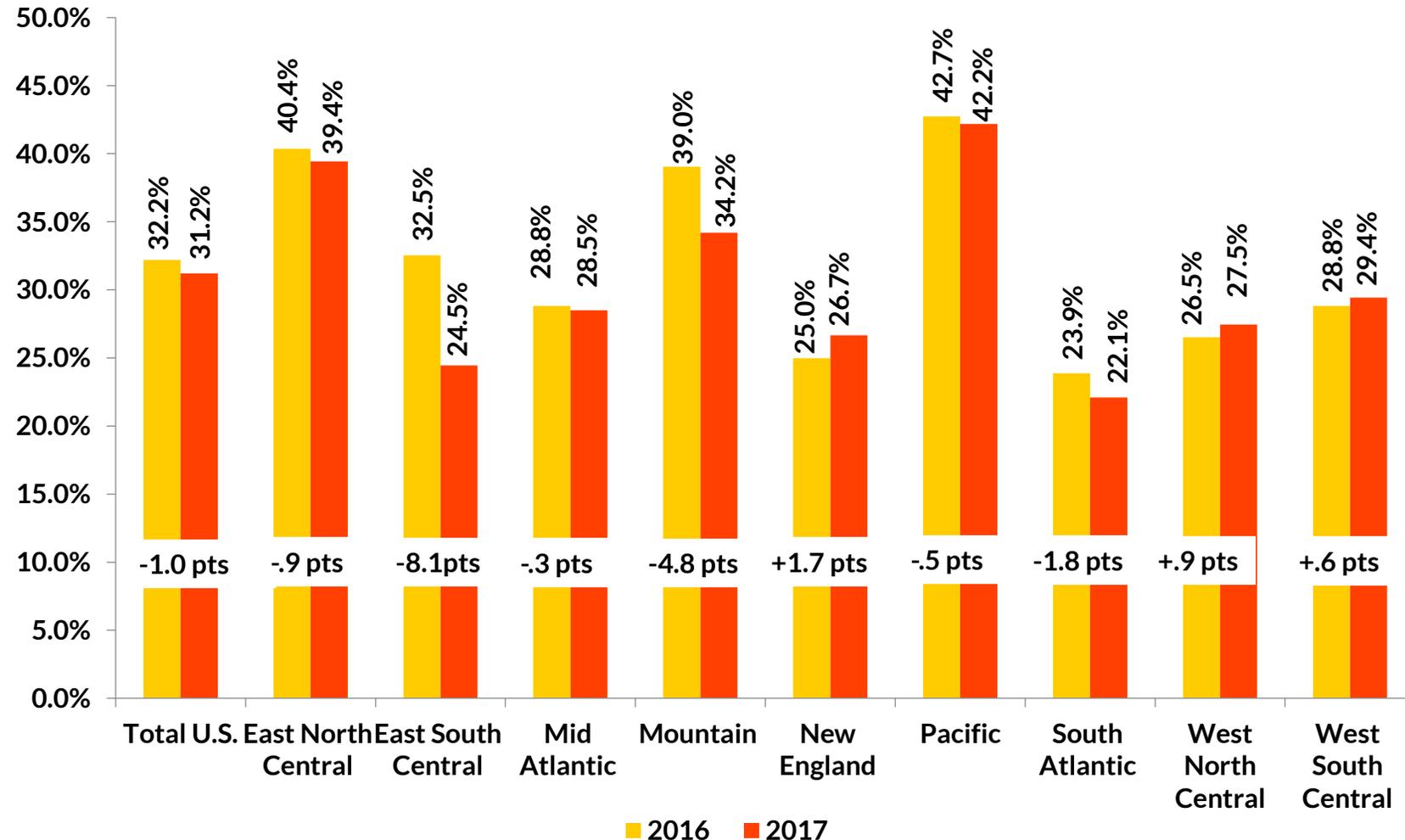
Volumen Vendido en Promoción por Subregión

La subregión Pacífico registró la mayor participación de volumen en promoción con un poco más del 42%.

La subregión Nueva Inglaterra registró el mayor incremento, con un alza de 1.7 puntos porcentuales.

La subregión Central Sudeste registró la mayor reducción, con una baja de 8.1 puntos porcentuales.

% del Volumen de Mango Vendido en Promoción Total EEUU, Subregiones, Entero



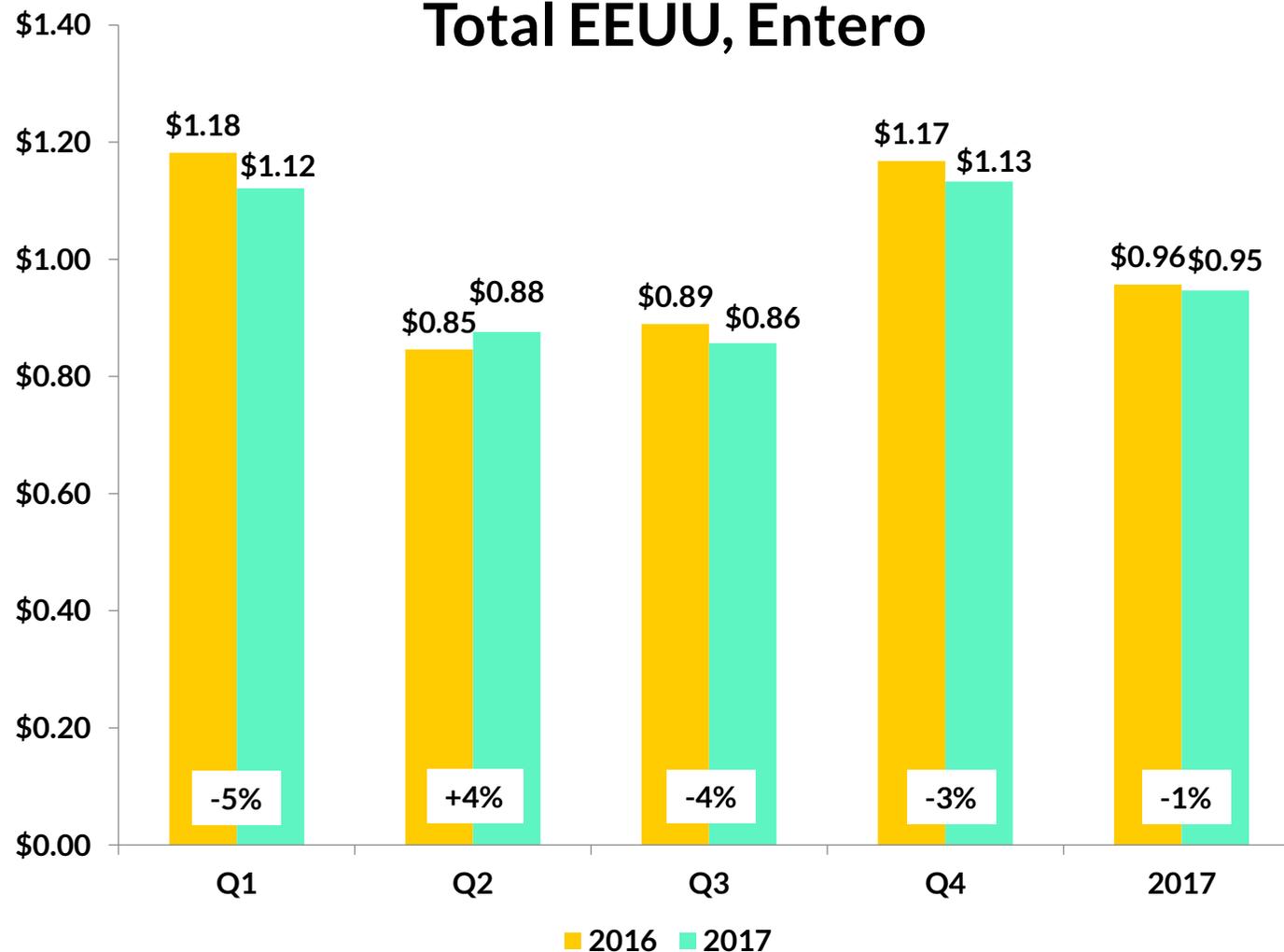
Precio Promedio al Por Menor por Trimestre

El precio promedio al por menor del mango entero bajó levemente de \$.96 to \$.95.

En el T2, el precio promedio incrementó un 4% a \$.88, como resultado de una reducción en el volumen de importación. El precio promedio al por menor registró bajas en todos los demás trimestres.

El T1 registró la mayor reducción (-5%) a \$1.12. Esto se alinea con un incremento tanto en importaciones como en volumen minorista durante el T1.

Precio Promedio al Por Menor del Mango Por Trimestre Total EEUU, Entero



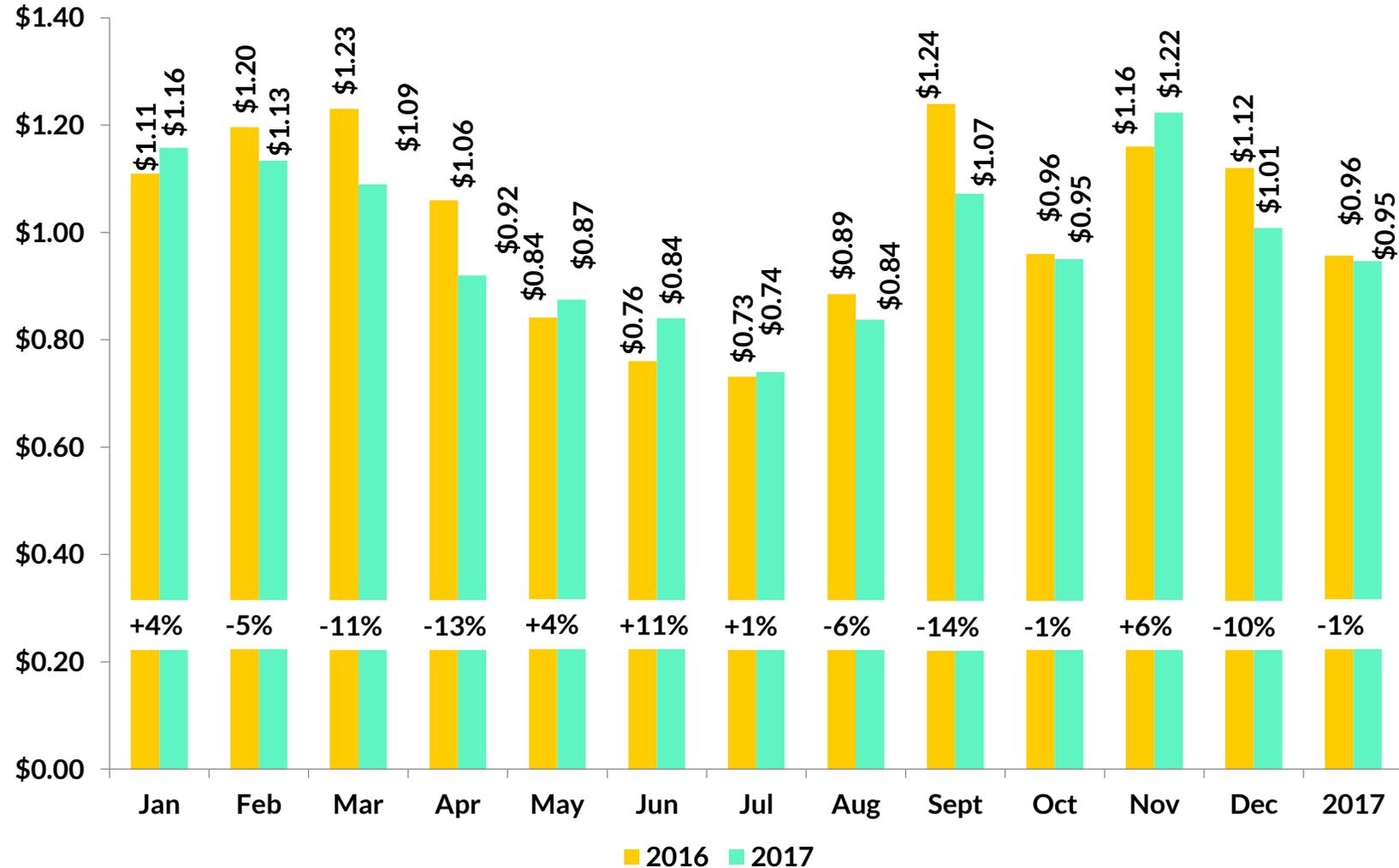
Precio Promedio al Por Menor Por Mes

En general, el precio promedio al por menor bajó un 1%, a \$.95.

A raíz de un incremento en el volumen, las mayores bajas en el precio también ocurrieron durante los meses de septiembre (-14%), abril (-13%) y marzo (-11%) comparado con el año anterior.

El mayor incremento en el precio promedio al por menor se registró durante el mes de junio.

Precio Promedio al Por Menor del Mango por Mes Total EEUU, Entero

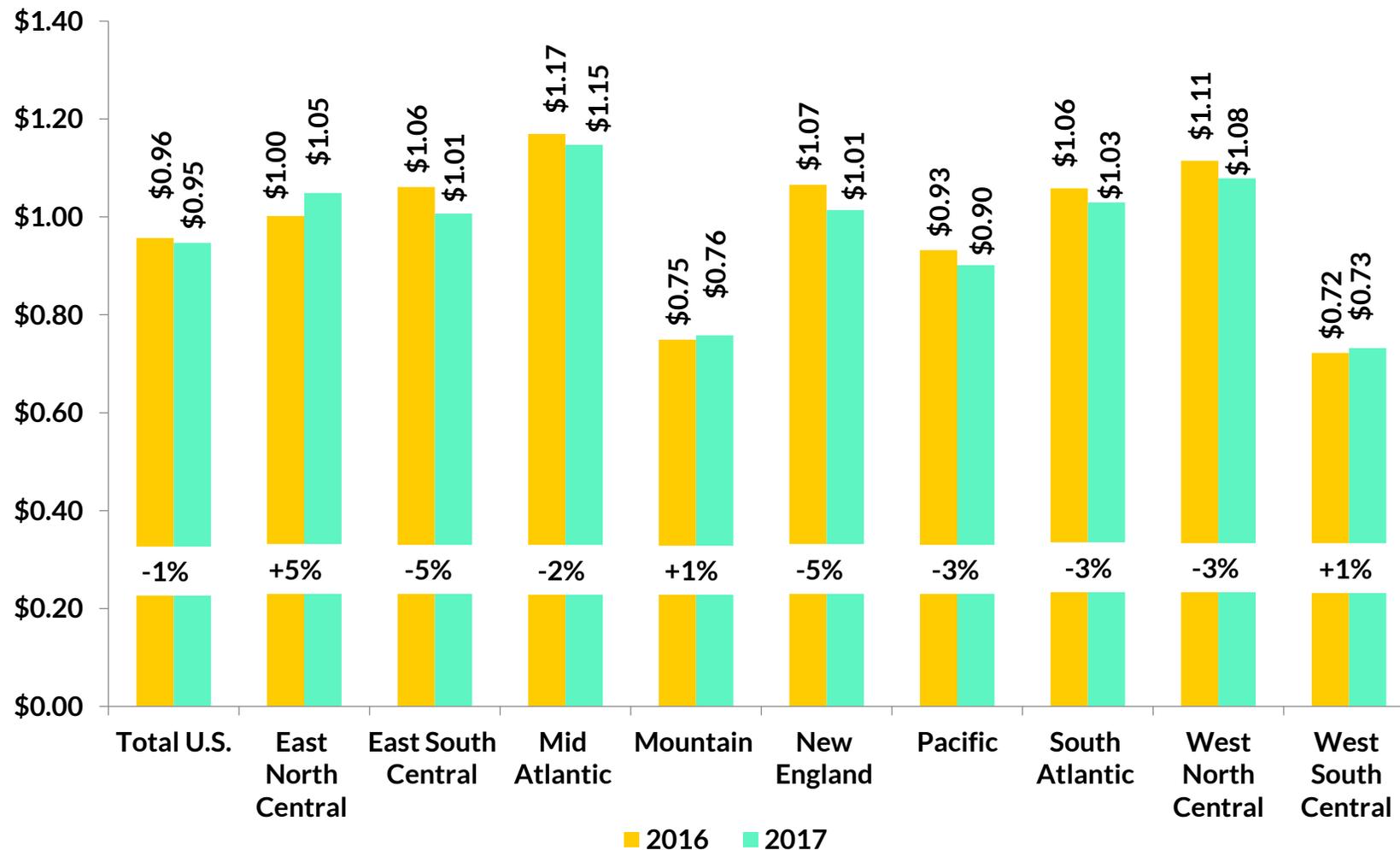


Precio Promedio al Por Menor Por Subregión

La subregión Central Sudoeste registró el precio promedio al por menor más bajo con \$.73, un incremento del 1%.

En todas la subregiones, el precio promedio al por menor bajó, con la excepción de las subregiones Central Nordeste (5%), Montaña (1%), and Central Sudoeste (1%).

Precio Promedio al Por Menor del Mango Total EEUU, Subregiones, Entero

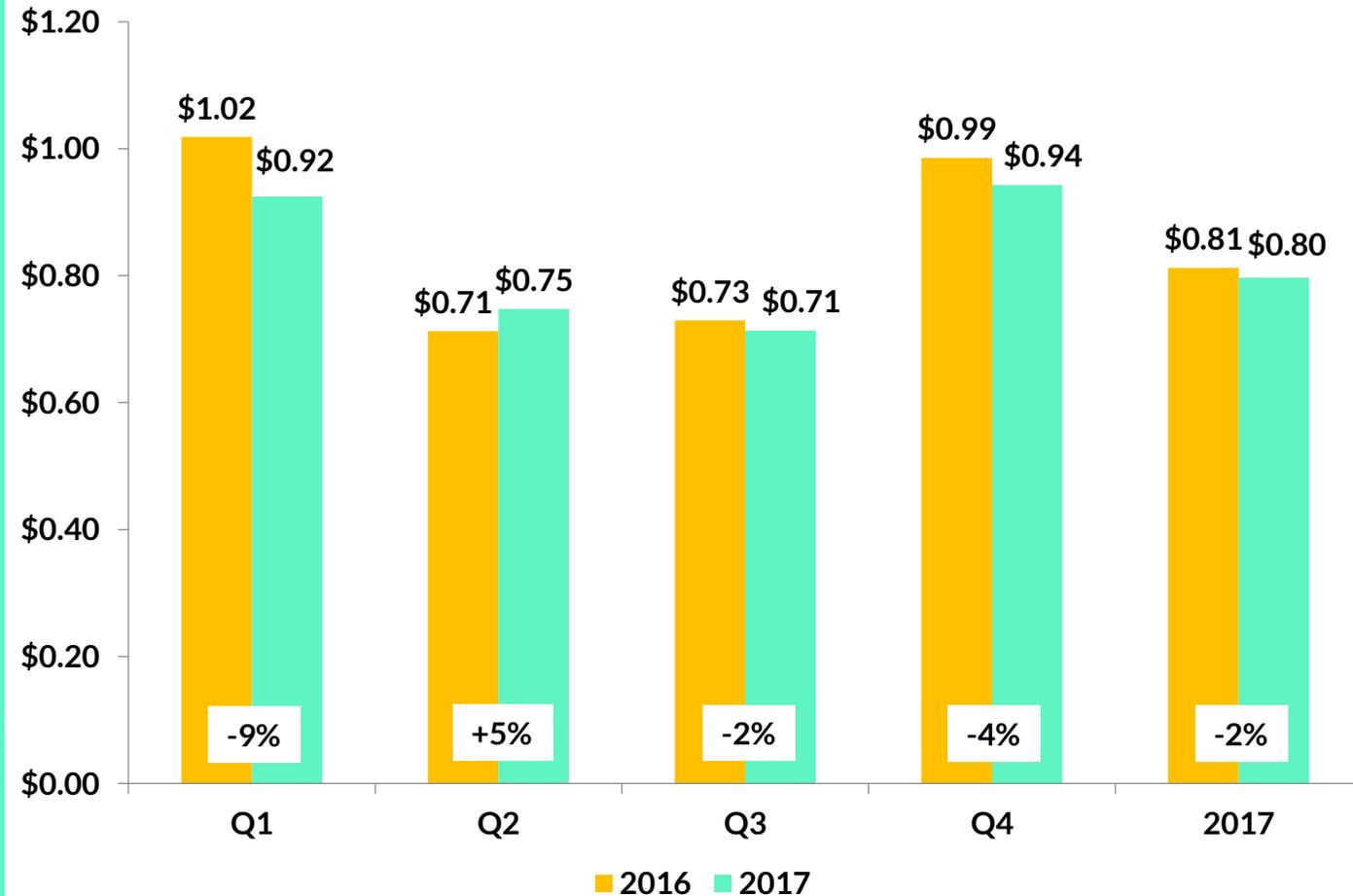


Precio al Por Menor Promocional por Trimestre

La reducción general en el precio promedio al por menor promocional fue del 2% a \$.80.

El precio promedio al por menor promocional registró bajas en todos los trimestres salvo el T2, que registró un incremento del 5%.

Precio Promedio al Por Menor Promocional del Mango por Trimestre Total EEUU, Entero

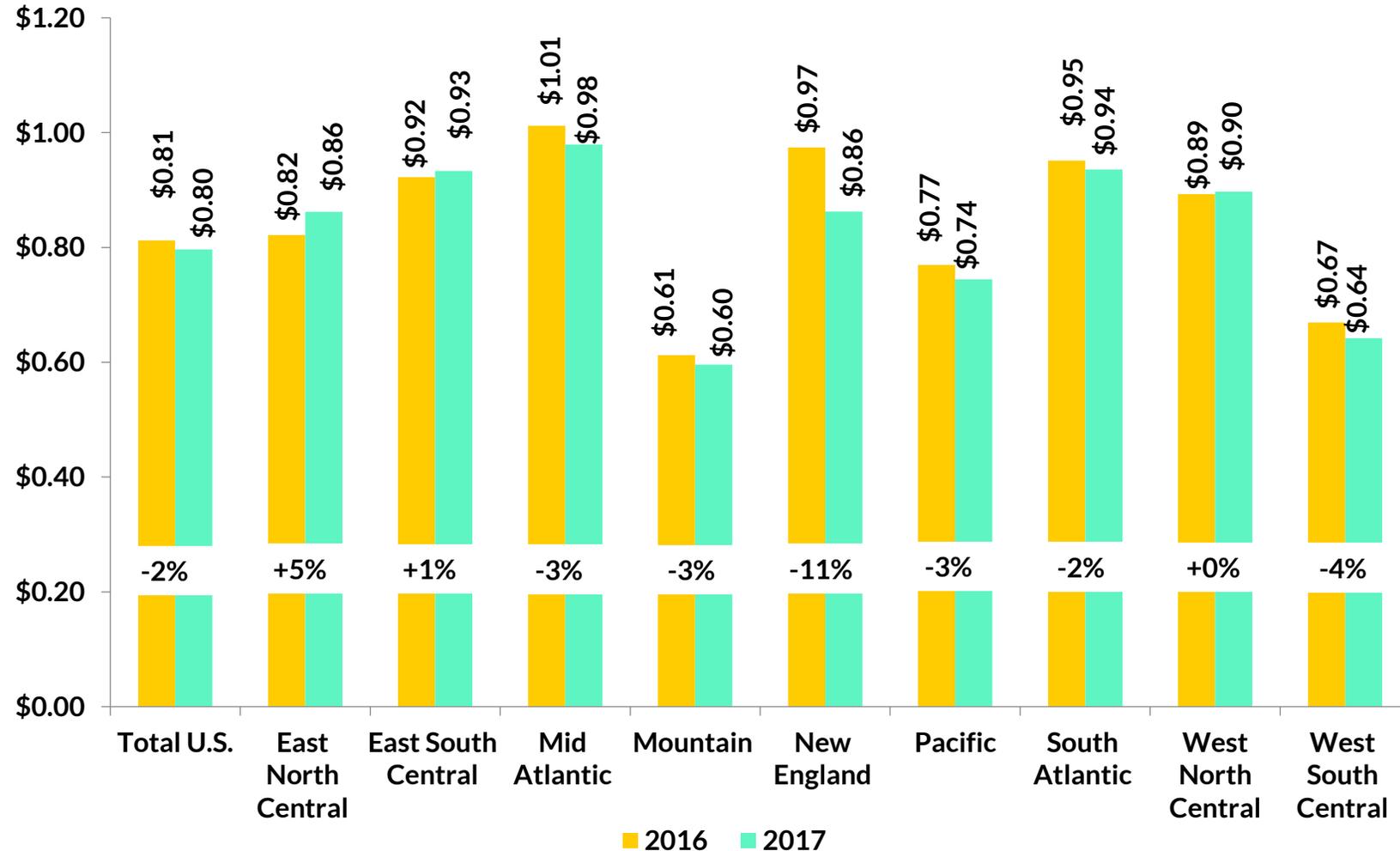


Precio al Por Menor Promocional por Subregión

La subregión Central Nordeste registró el mayor incremento en el precio promedio al por menor promocional, con un alza del 5% a \$.86.

La subregión Nueva Inglaterra registró la mayor reducción con el 11%, a \$.86.

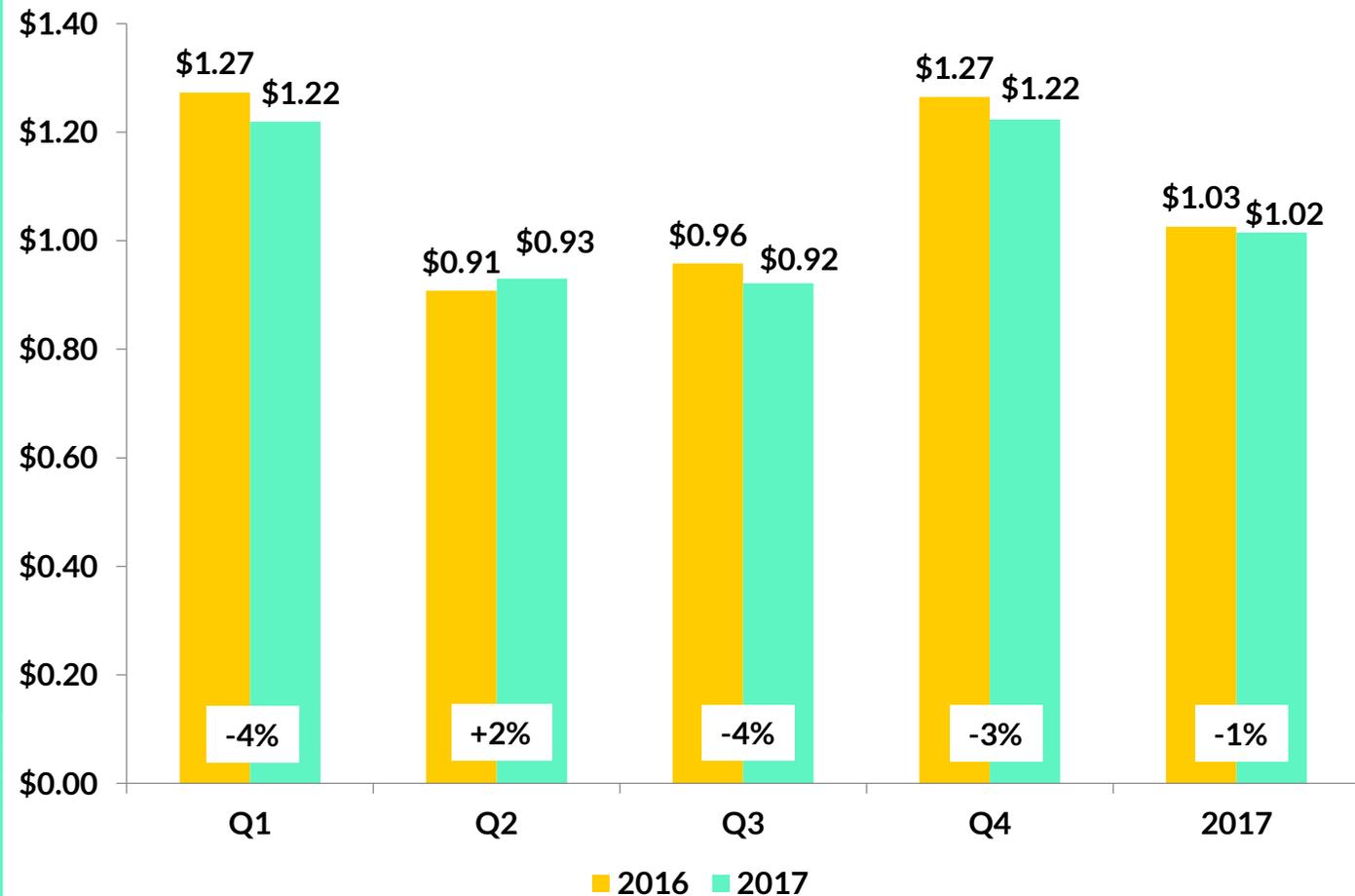
Precio Promedio al Por Menor Promocional del Mango Total EEUU, Subregiones, Entero



Precio al Por Menor No Promocional por Trimestre

El precio promedio al por menor no promocional registró bajas en todos los trimestres salvo el T2, que registró un aumento pequeño del 2%.

Precio Promedio al Por Menor No Promocional del Mango por Trimestre Total EEUU, Entero

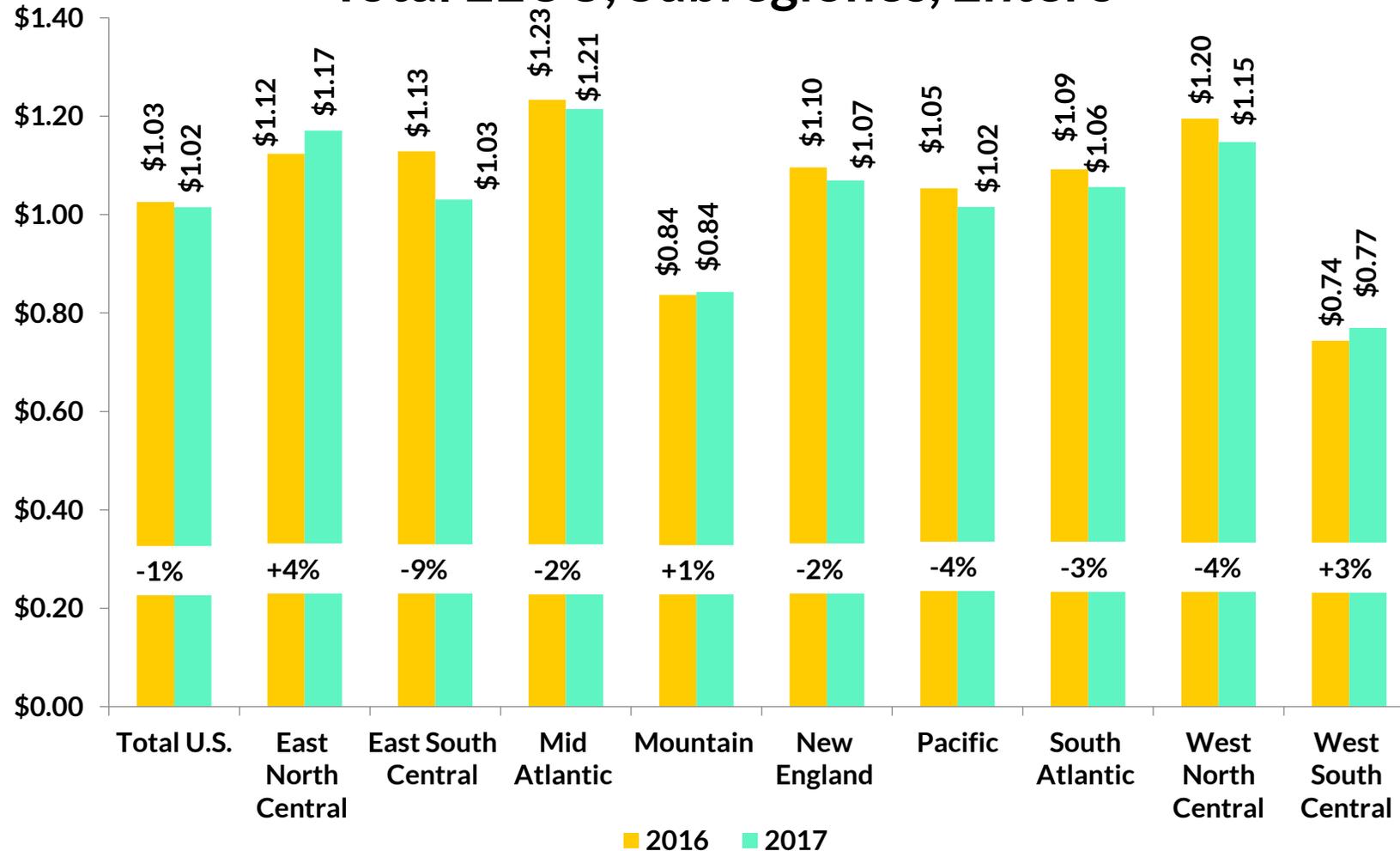


Precio al Por Menor No Promocional por Subregión

Únicamente las subregiones Central Nordeste (4%), Central Sudoeste(3%) y Montaña (1%) registraron incrementos en el precio promedio al por menor no promocional.

Aunque la subregión Central Sudoeste registró el menor precio promedio al por menor no promocional a \$.77, no obstante, registró un incremento del 3% comparado con el año anterior.

Precio Promedio al Por Menor No Promocional del Mango Total EEUU, Subregiones, Entero



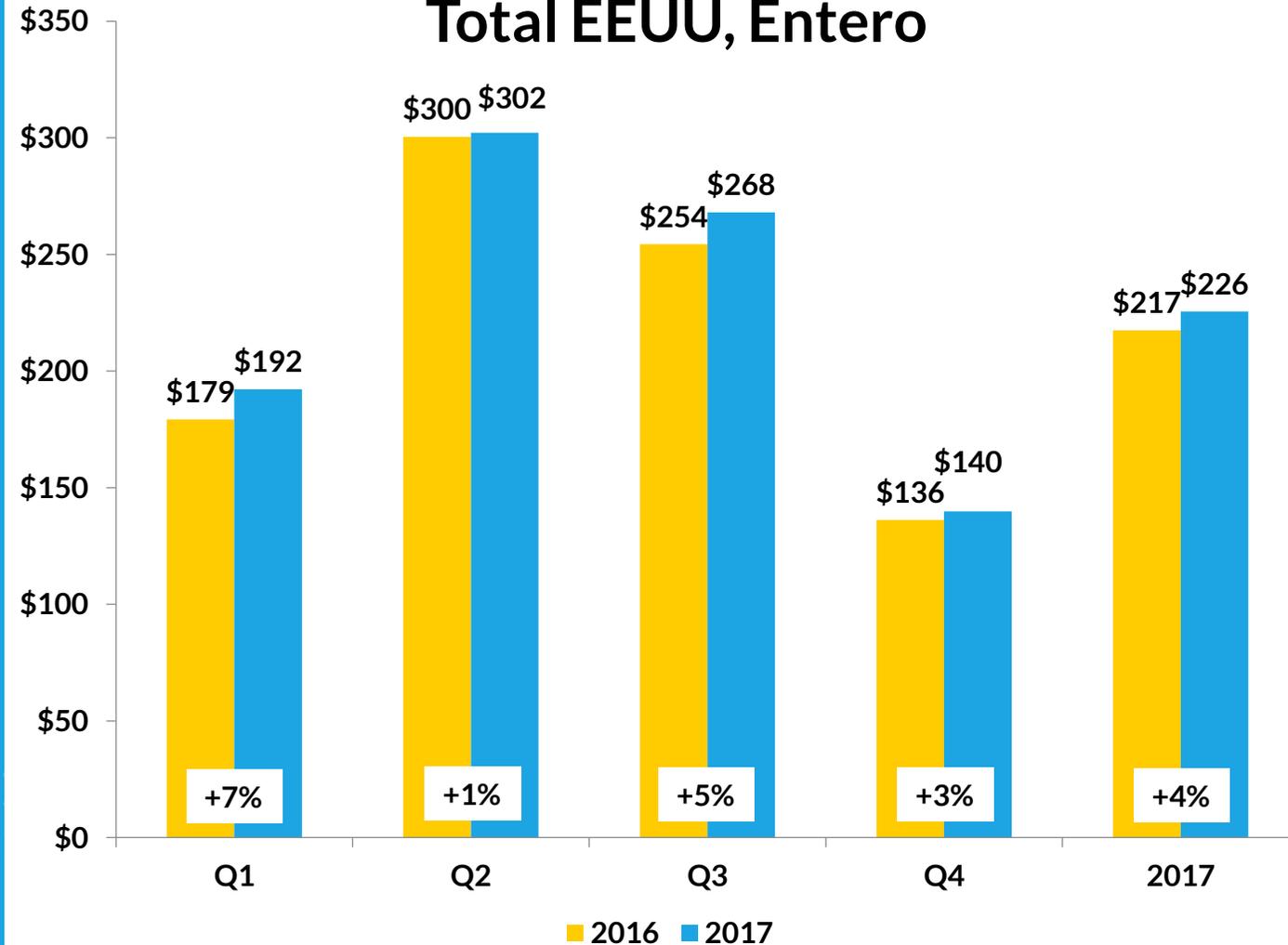
Dólares/Tienda/Semana por Trimestre

Los Dólares/Tienda/Semana registraron un incremento del 4% a \$226.

Los dólares ascendieron a un pico durante el T2 a \$302/tienda/semana, un incremento del 1% comparado con el año anterior.

Estos resultados están alineados con las tendencias estacionales típicas que se observan en los dólares del mango.

Dólares del Mango/Tienda/Semana por Trimestre Total EEUU, Entero

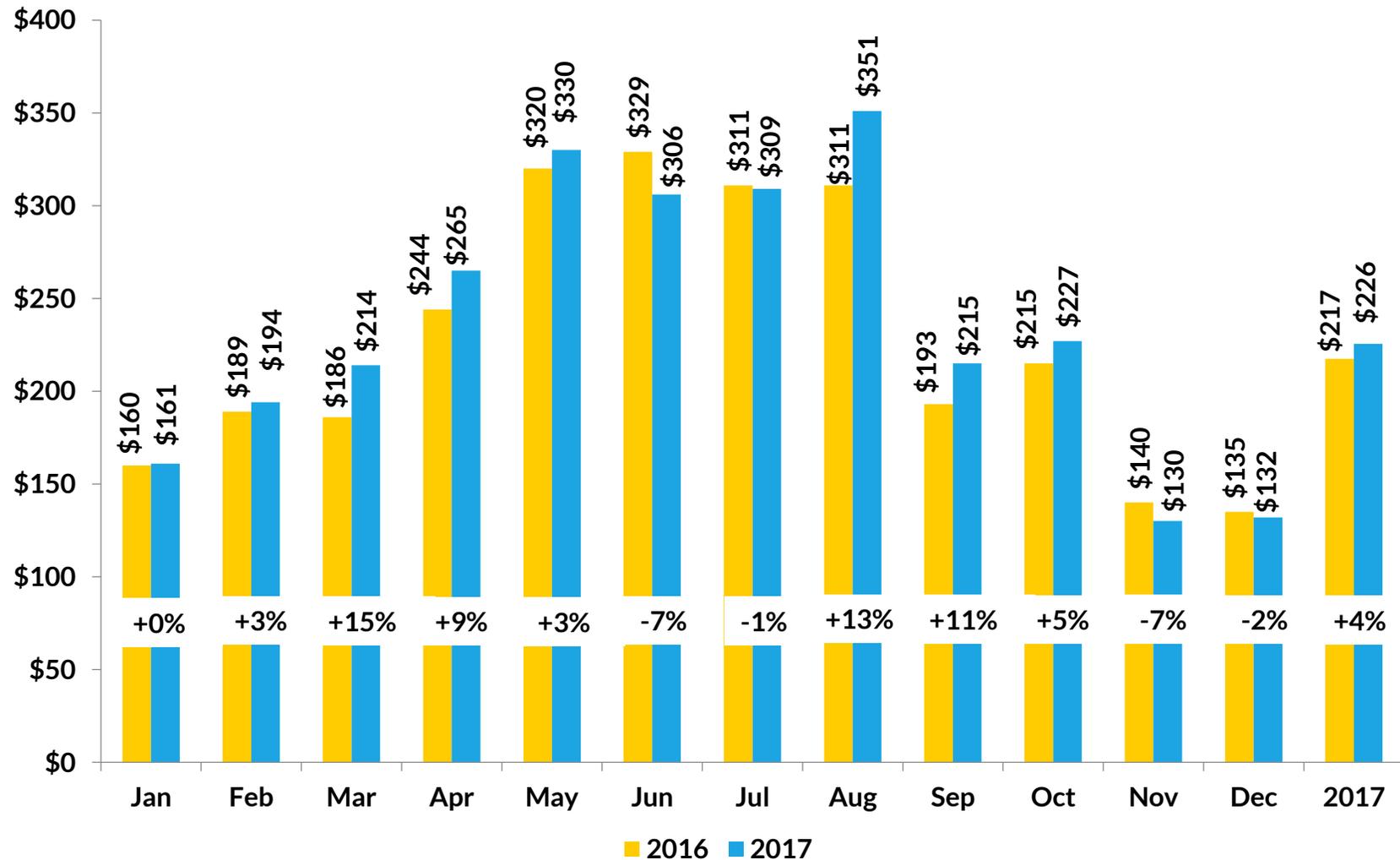


Dólares/Tienda/Semana por Mes

El mes de agosto registró la mayor velocidad de los dólares con \$351 de mango vendido por/tienda/semana.

Los meses de marzo (+15%), agosto (+13%) y septiembre (+11%) registraron los mayores incrementos en la velocidad de los dólares.

Dólares del Mango/Tienda/Semana por Mes Total EEUU, Entero

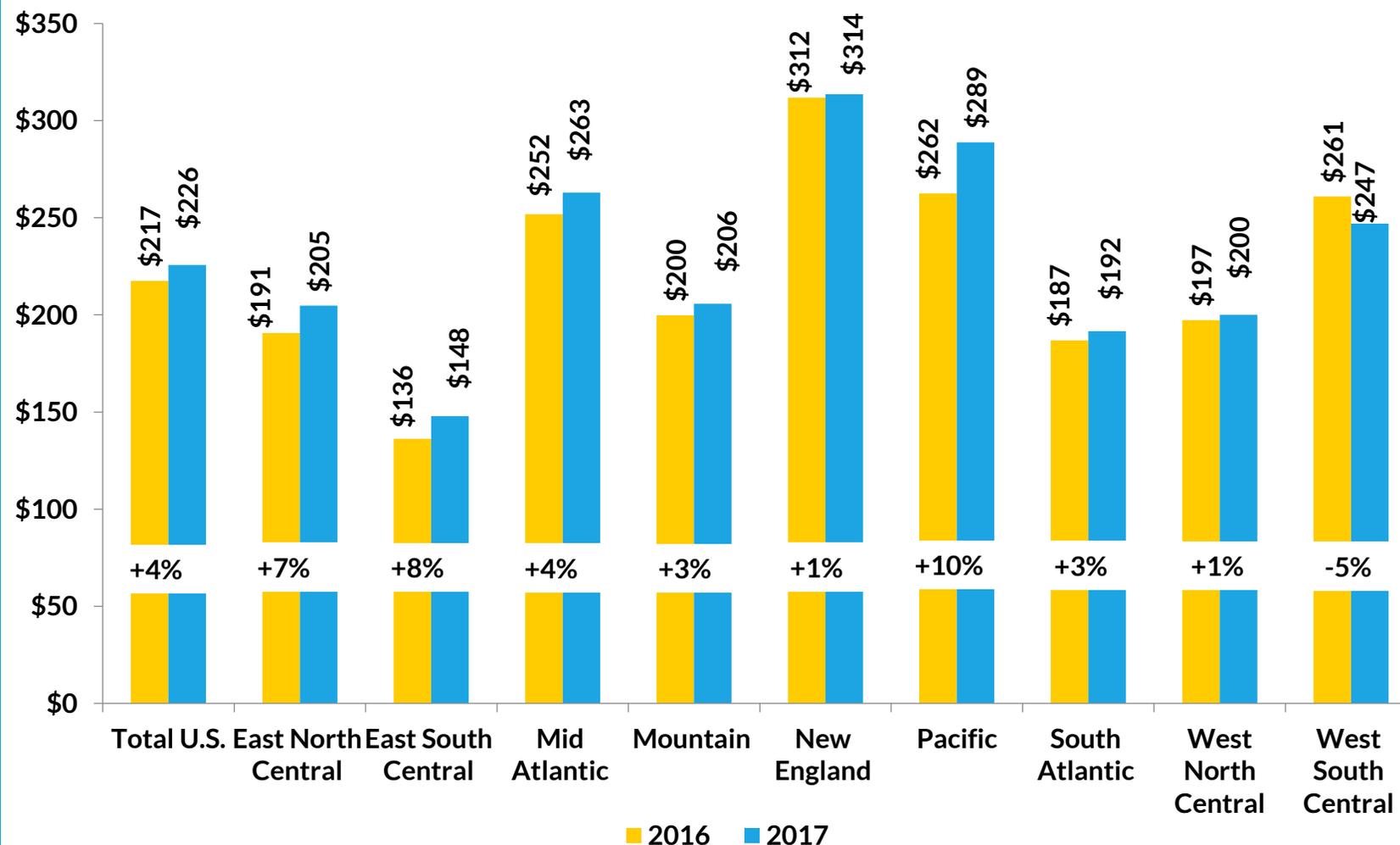


Dólares/Tienda/Semana por Subregión

Las tres subregiones principales en dólares/tienda/semana en 2017 fueron la Nueva Inglaterra (\$314), Pacífico (\$289) y Atlántico Medio (\$263).

La subregión Central Sudoeste fue la única que registró una baja en los dólares del mango /tienda/semana, con un 5%, pero aún permaneció entre las principales cuatro subregiones.

Dólares del Mango/Tienda/Semana Total EEUU, Subregiones, Entero

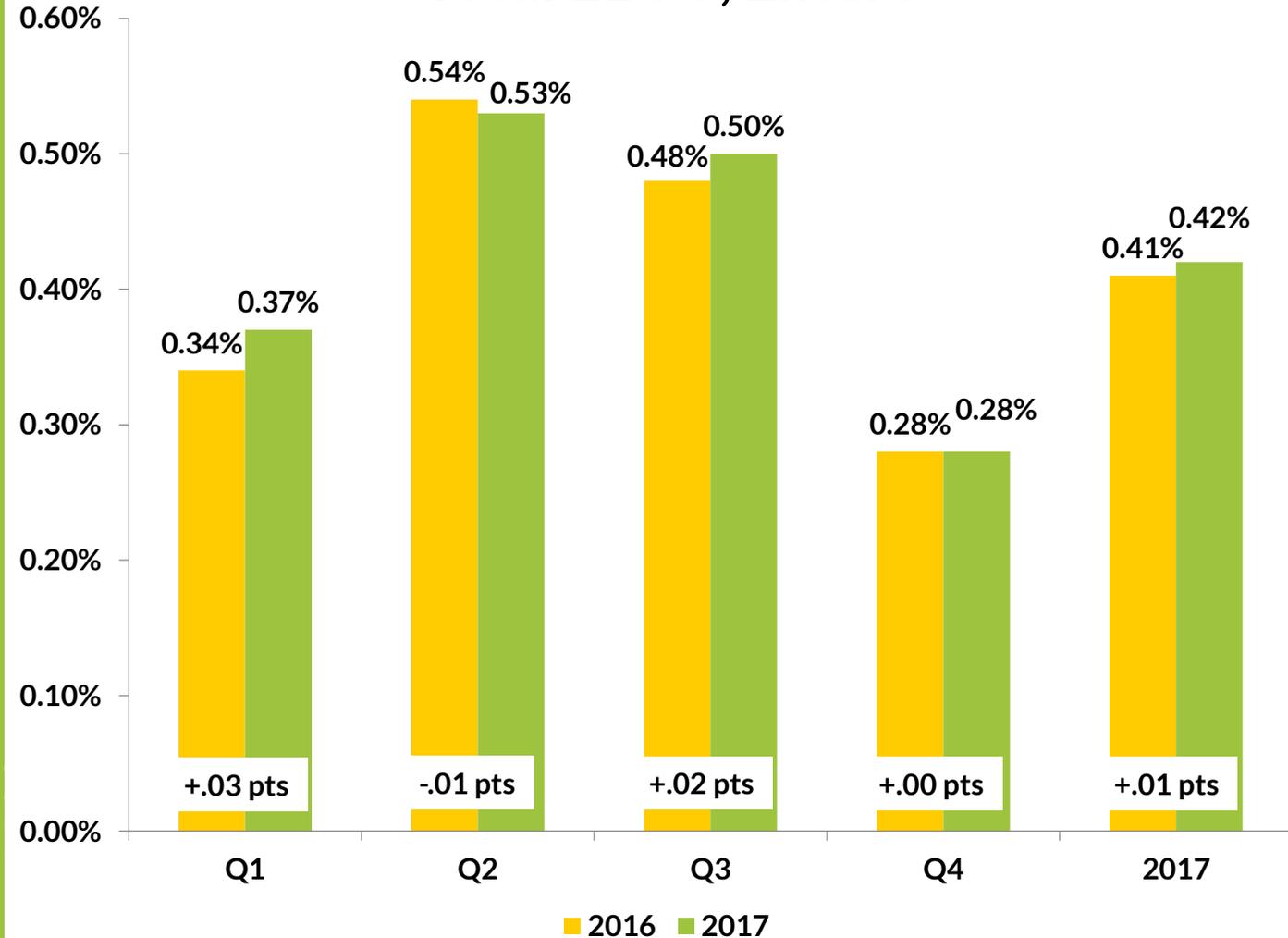


Contribución a las Ventas del Departamento

En general, la Contribución en Dólares del mango al departamento de productos agroalimentarios incrementó ligeramente comparado con el año anterior.

La contribución pico del mango al departamento fue durante el T2 (.53%), y la menor contribución ocurrió durante el T4 (.28%).

Contribución en Dólares del Mango al Departamento por Trimestre Total EEUU, Entero

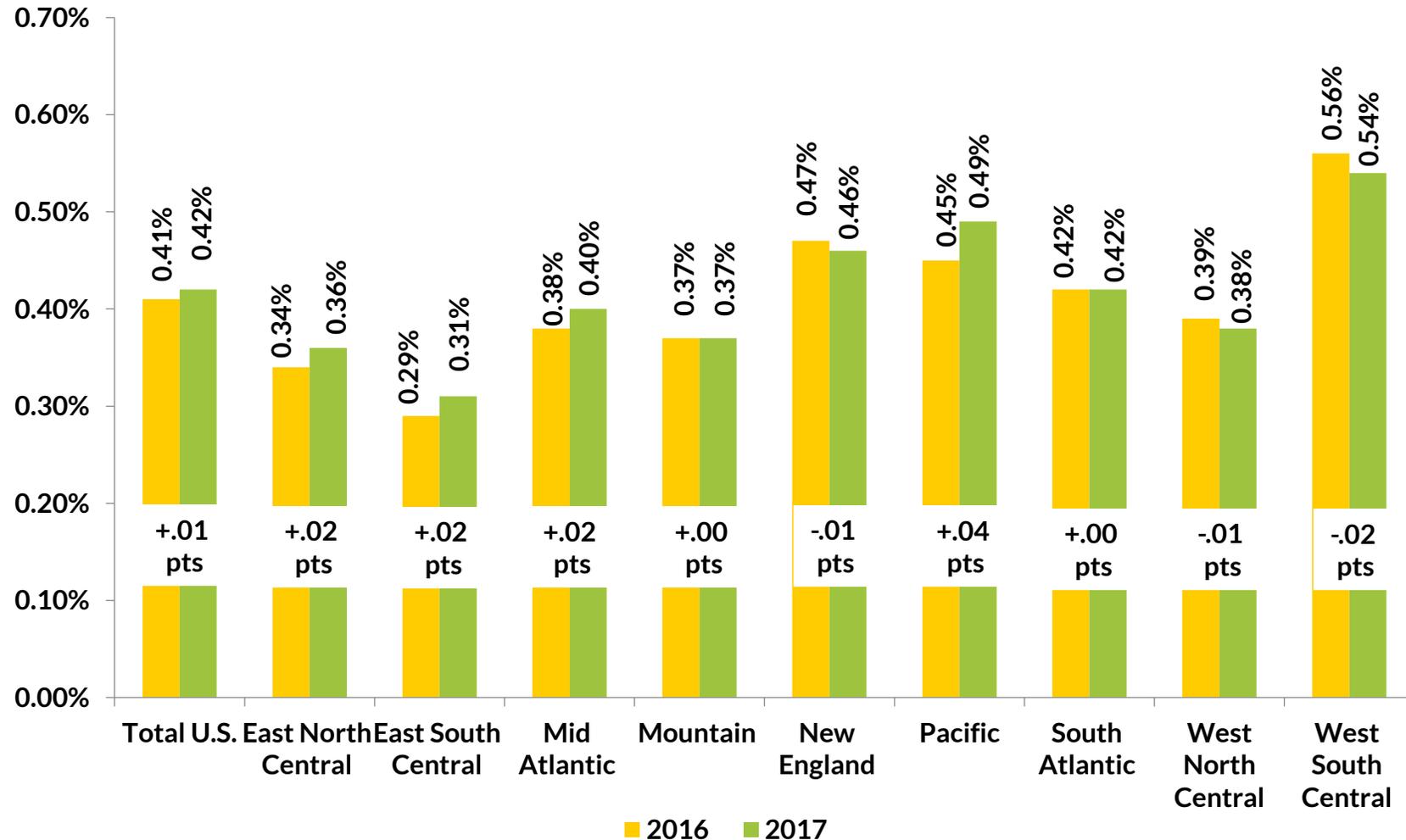


Contribución en Dólares al Departamento de Productos Agroalimentarios por Subregión

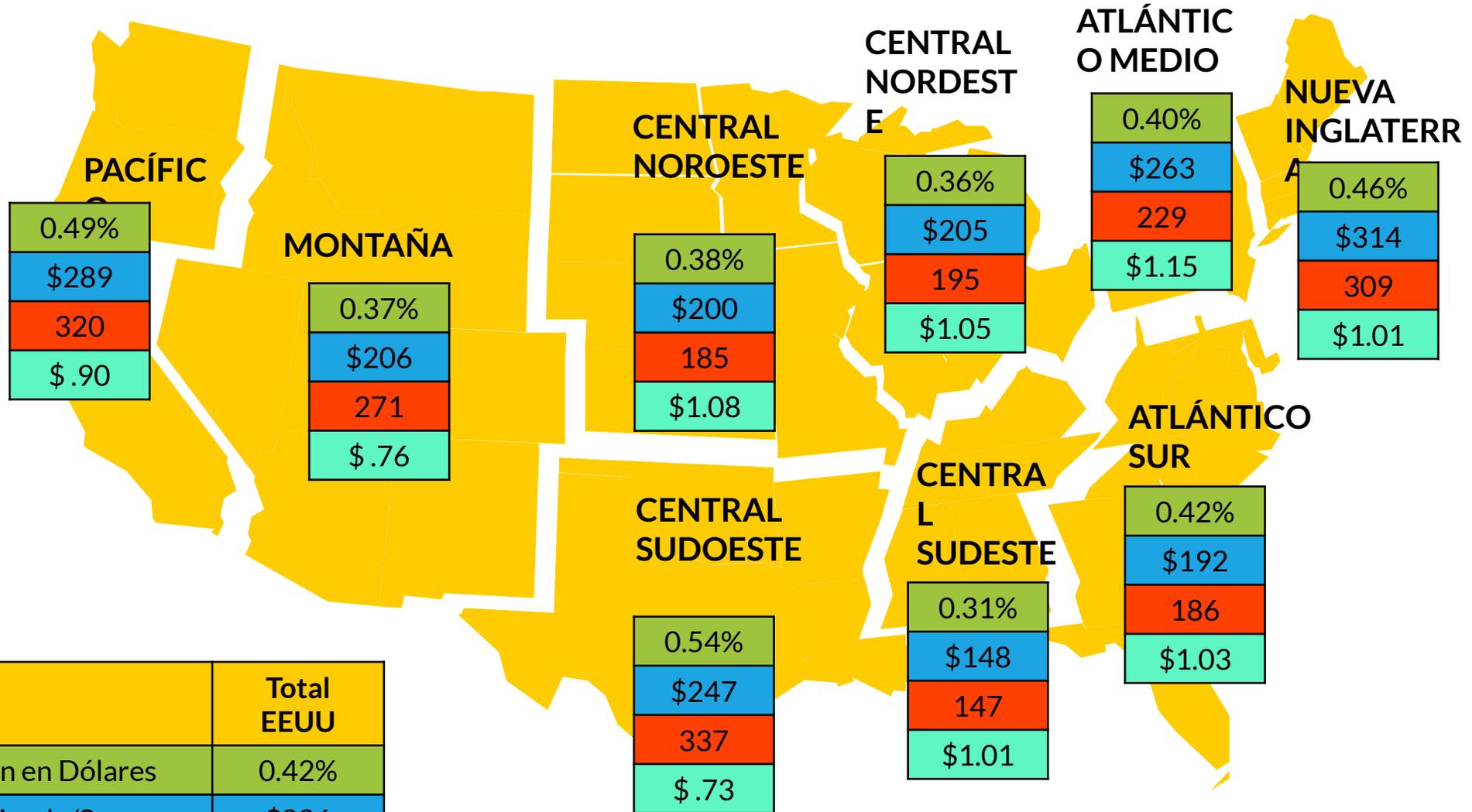
Aunque la subregión Central Sudoeste registró la mayor contribución en dólares al departamento de productos agroalimentarios con el .54%, la región sufrió una baja de .02 puntos porcentuales comparado con el año anterior.

La contribución en dólares del mango registró el mayor crecimineto en la subregión Pacífico, con un alza de .04 puntos porcentuales.

Contribución en Dólares del Mango al Departamento Total EEUU, Subregiones, Entero



Mango Performance por Subregión



| Leyenda | Total EEUU |
|--|------------|
| Contribución en Dólares | 0.42% |
| Dólares por Tienda/Semana | \$226 |
| Volumen por Tienda/Semana | 238 |
| Precio Promedio al Por Menor del Mango | \$0.95 |



*Rendimiento del Mango Orgánico
2017*



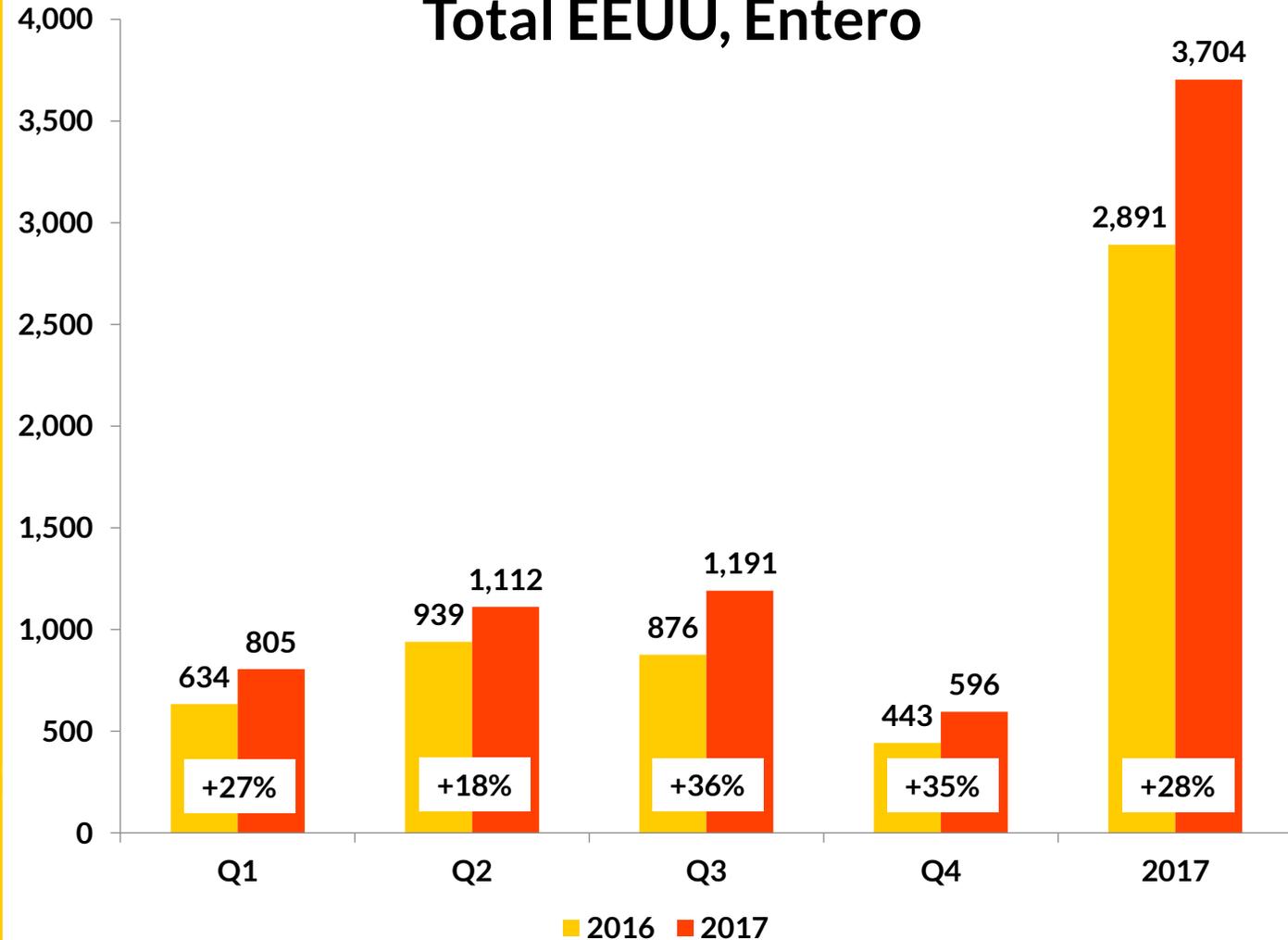
Volumen Orgánico por Trimestre

El volumen de mango orgánico incrementó un 28%.

De manera semejante al mango entero, el mango orgánico sigue una tendencia de volumen estacional que llega a su pico durante el T2 y T3, con volúmenes más bajos durante el T1 y T4.

Los cuatro trimestres registraron incrementos sustanciales en volumen de mango orgánico. Los mayores incrementos ocurrieron durante el T3 (+36%) y T4 (+35%)

Volumen de Mango Orgánico por Trimestre en Miles Total EEUU, Entero

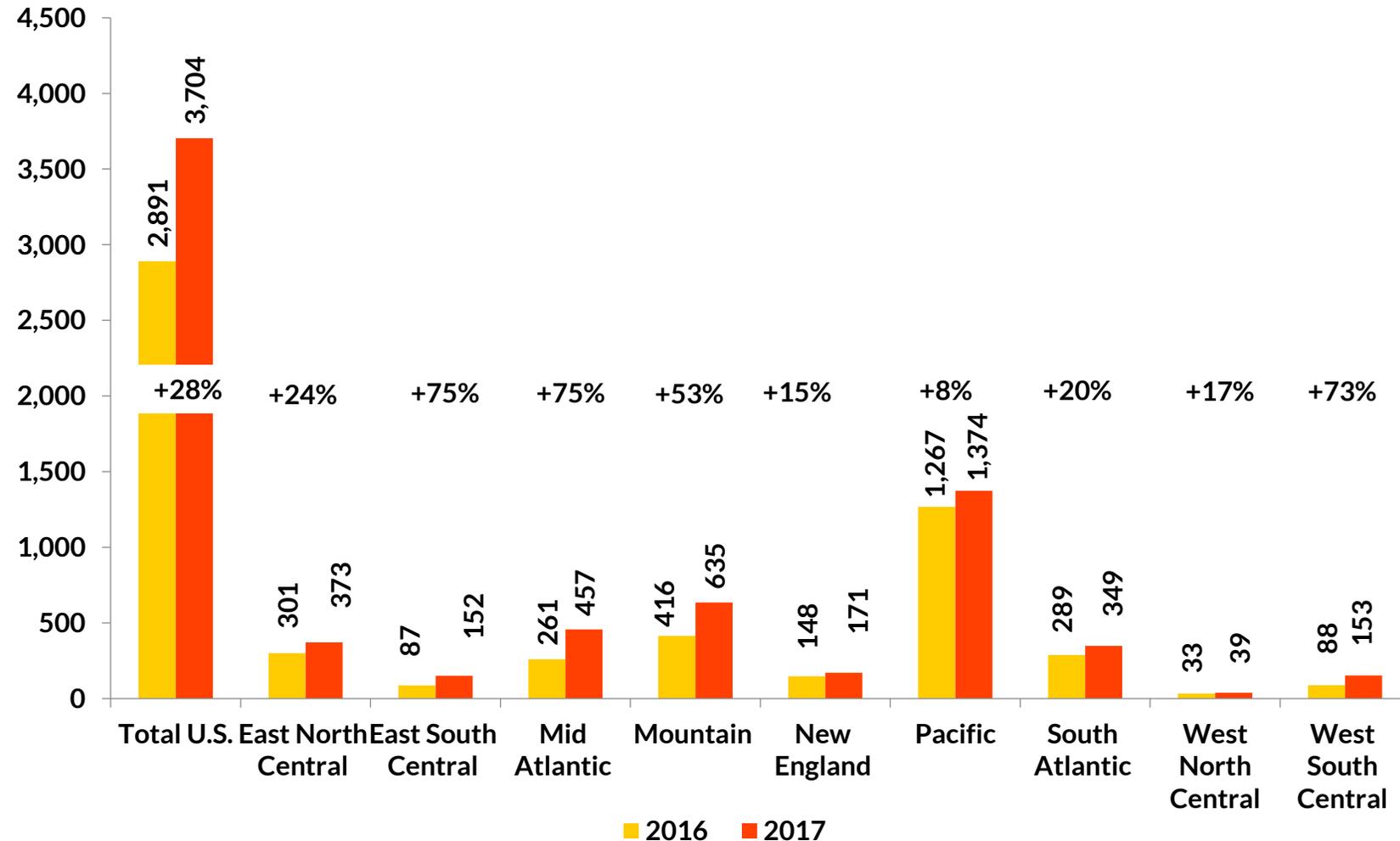


Volumen Orgánico por Subregión

La subregión Pacífico movió más de un tercio del total del volumen de mango orgánico.

Todas las demás subregiones registraron incrementos de doubles dígitos en el volumen de mango orgánico, con los mayores aumentos en las subregiones Central Sudeste y Atlántico Medio (+75% cada uno), Central Sudoeste (+73%) y Montaña (+53%).

Volumen de Mango Orgánico en Miles Total EEUU, Subregiones, Entero

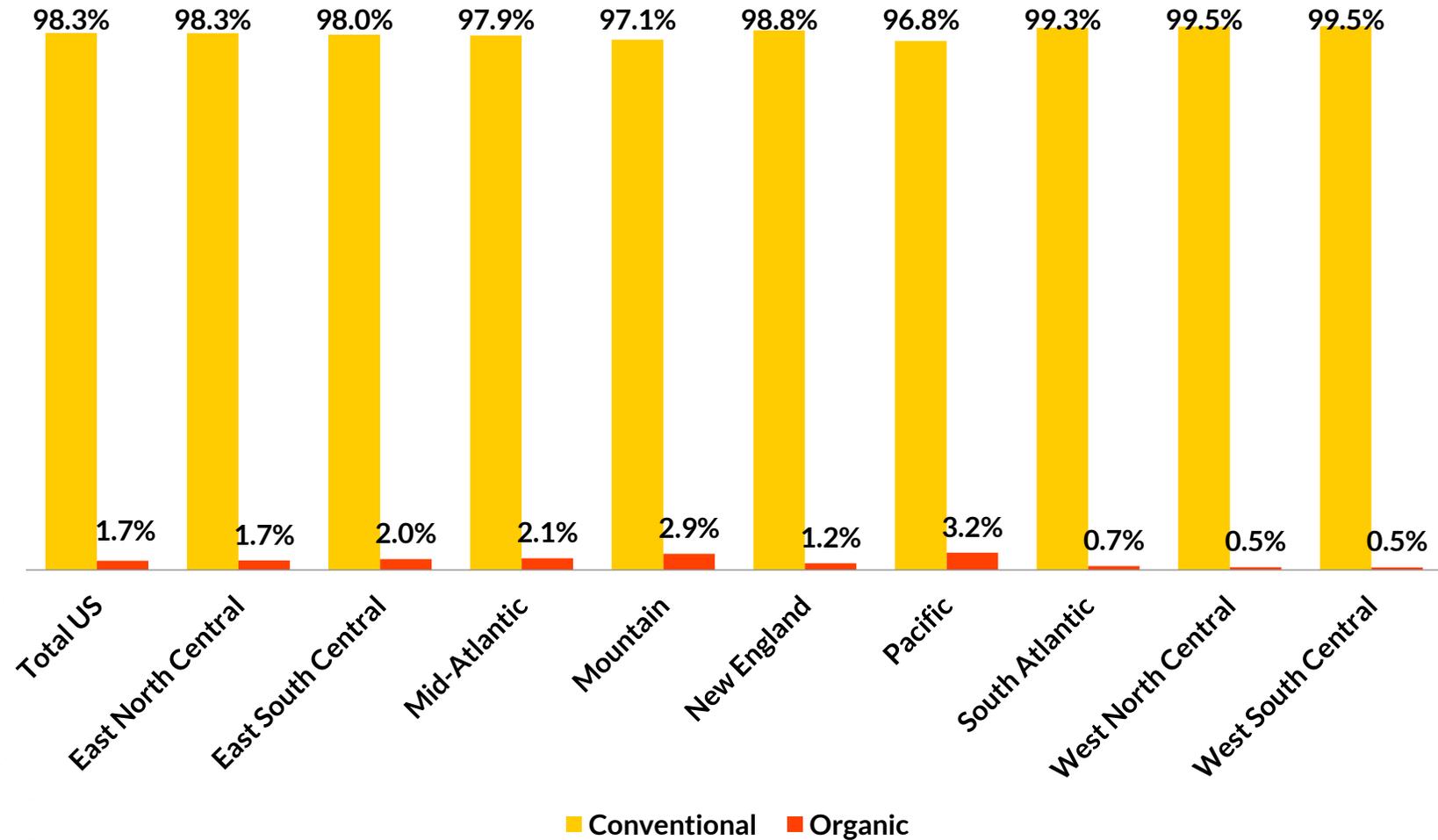


Participación del Volumen Orgánico vs el Convencional por Subregión

El mango orgánico continúa siendo una porción muy pequeña del volumen total de mango.

La participación del volumen de mango orgánico oscila entre un máximo del 3.2% en la subregión Pacífico, y un mínimo del .5% en las subregiones Central Noroeste y Central Sudoeste.

Participación del Volumen de Mango Orgánico vs el del Mango Convencional Total EEUU, Subregiones, Entero

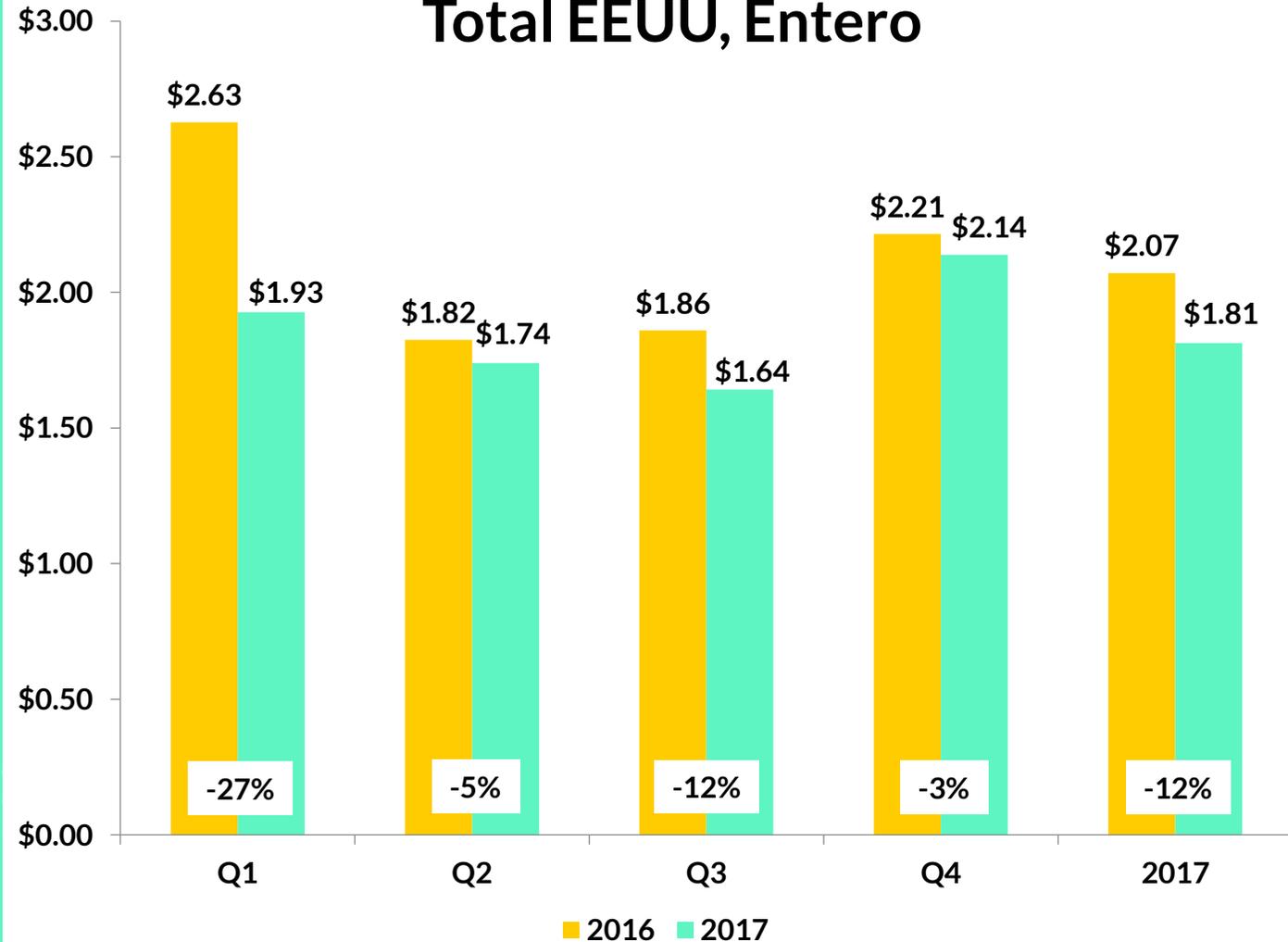


Precio Promedio al Por Menor del Mango Orgánico

El precio promedio al por menor del mango orgánico registró una baja del 12%. Los precios promedios resultaron menores comparado con el año anterior durante los cuatro trimestres.

Durante el T1, el precio promedio al por menor del mango orgánico registró una baja del 27%, a \$1.93.

Precio Promedio al Por Menor del Mango Orgánico Total EEUU, Entero

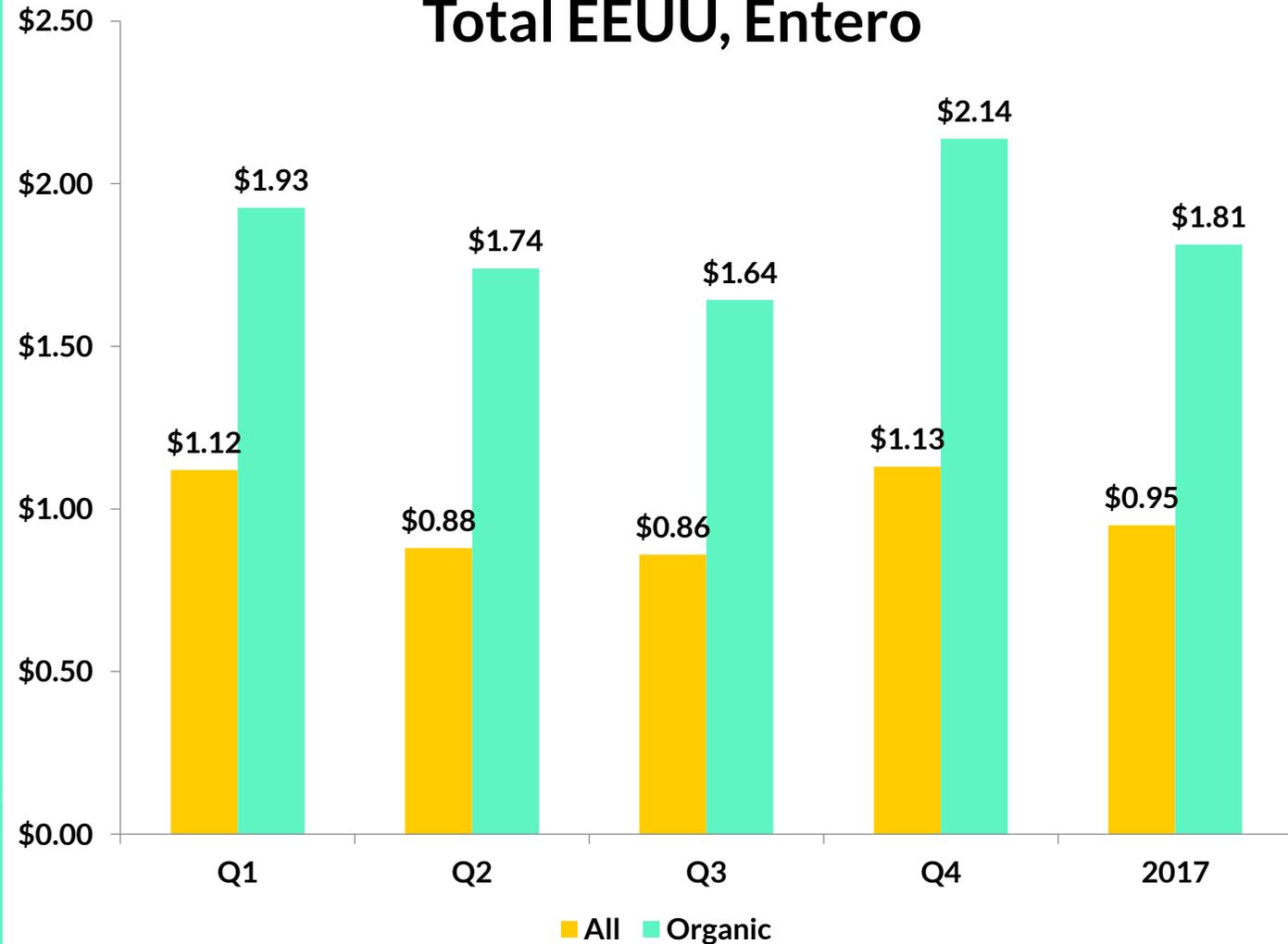


Precio al Por Menor del Mango Orgánico vs el de Todos los Mangos

El mango orgánico registró un precio casi 2 veces más alto que el de todos los mangos.

La mayor diferencia en el precio ocurrió durante el T4 2017 con una diferencia de \$1.01 entre el mango orgánico y los demás mangos.

Precio Promedio al Por Menor del Mango Orgánico vs el de Todos los Mangos Total EEUU, Entero



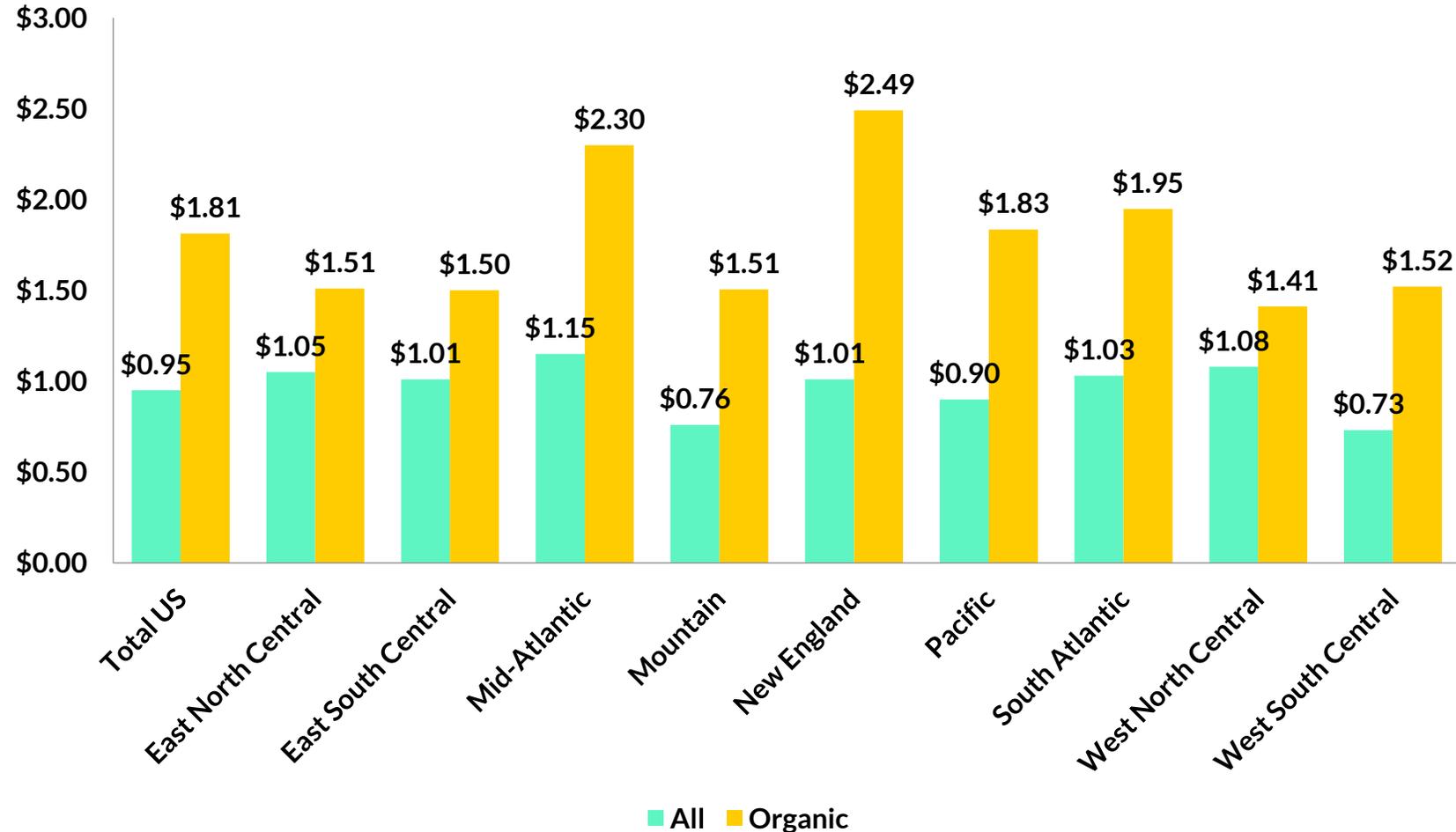
Precio al Por Menor del Mango Orgánico vs el de Todos los Mangos por Subregión

La subregión Nueva Inglaterra registró el mayor precio al por menor para el mango orgánico a \$2.49, seguido por la subregión Atlántico Medio a \$2.30.

La subregión Atlántico Medio también fue la única subregión que registró ventas de mango convencional por encima de \$1.00 cada uno.

La subregión Nueva Inglaterra registró la mayor diferencia entre el mango orgánico y todos los demás mangos, con una diferencia de \$1.48.

Precio Promedio al Por Menor del Mango Orgánico vs el de Todos los Mangos Total EEUU, Subregiones, Entero



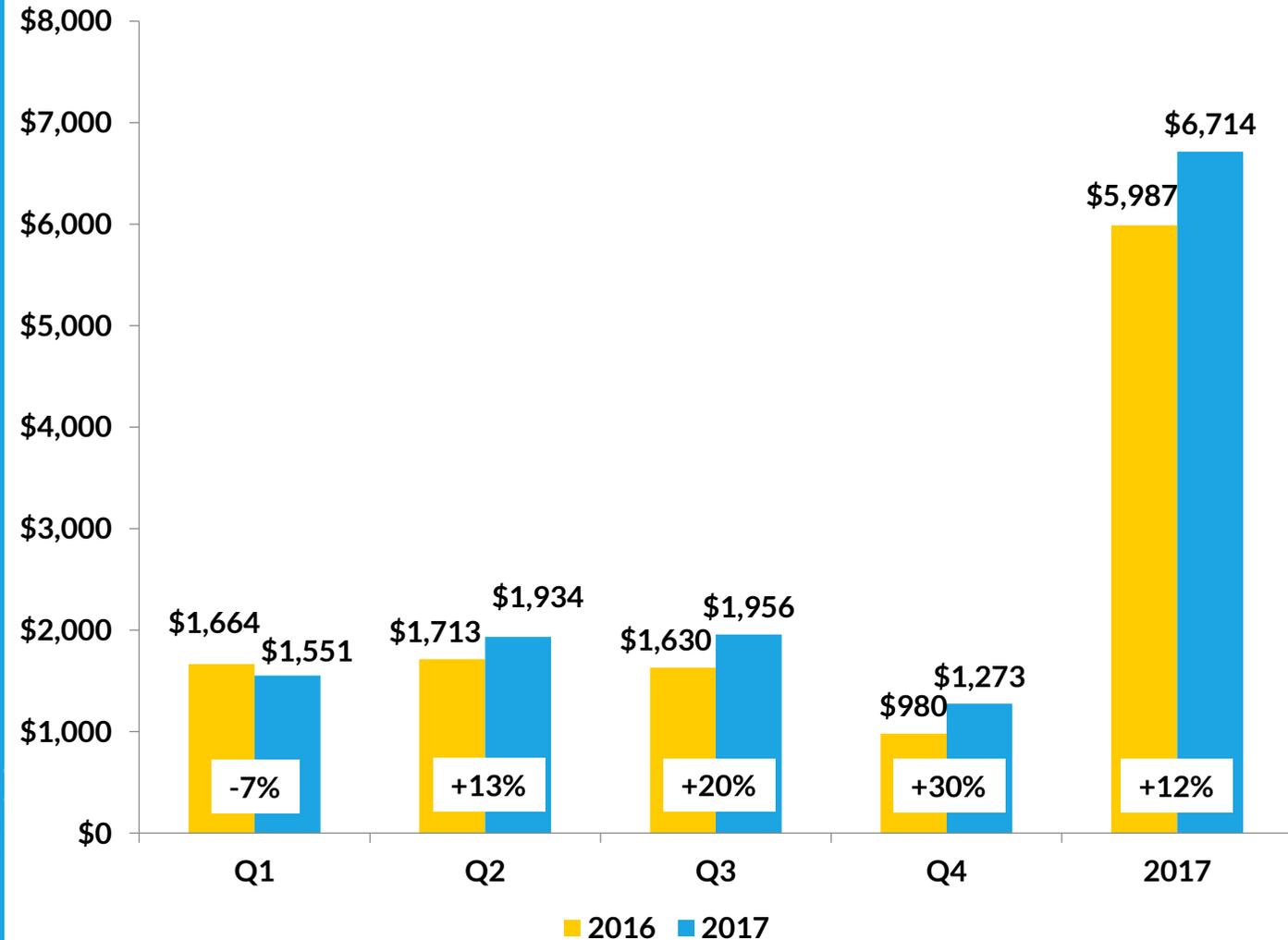
Dólares del Mango Orgánico

Las ventas de mango orgánico en dólares registraron un incremento del 12% comparado con el año anterior.

El T1 registró una baja del 7% en dólares de mango orgánico.

Los otros tres trimestres registraron un incremento.

Dólares del Mango Orgánico en Miles Total EEUU, Entero

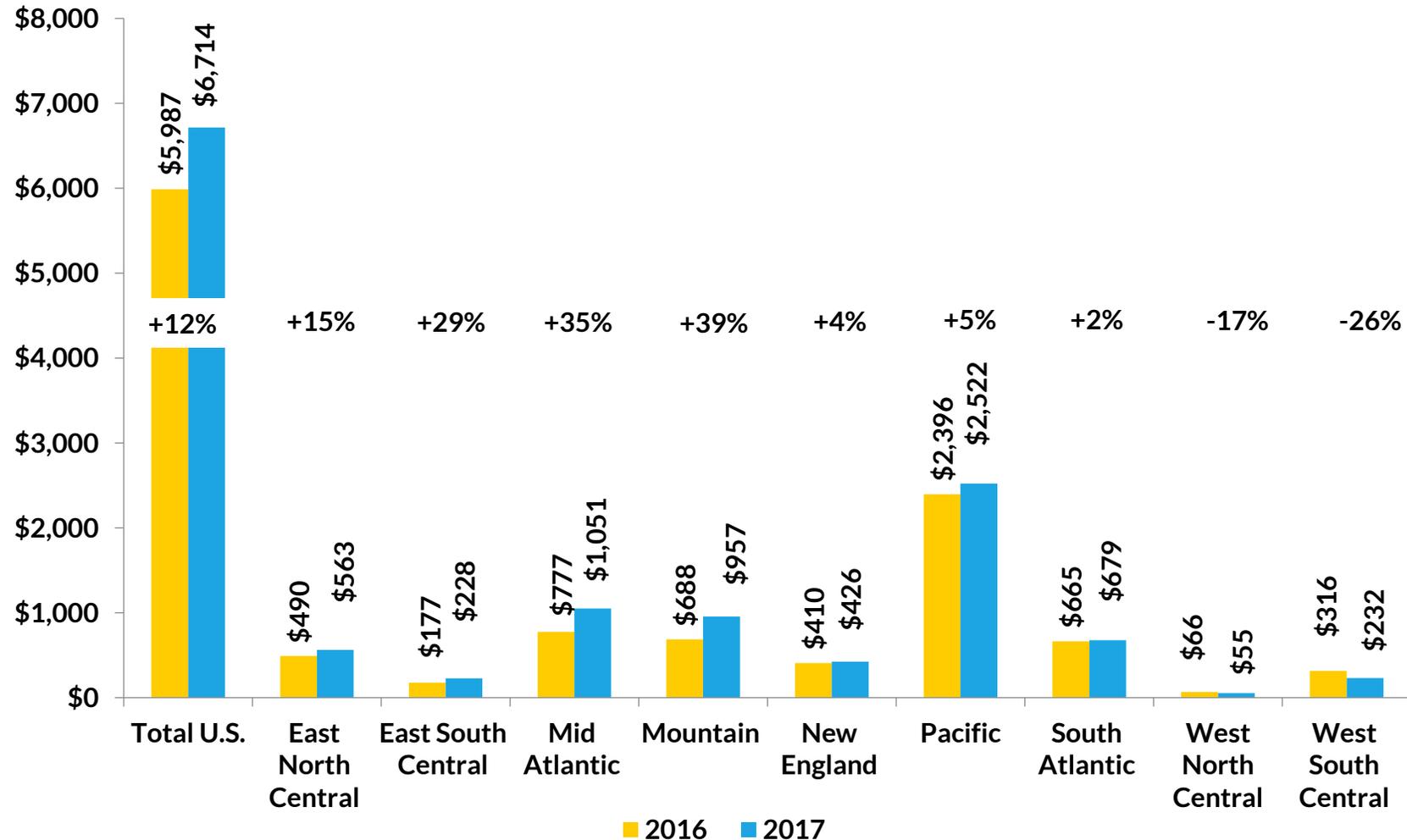


Dólares del Mango Orgánico por Subregión

La subregión Pacífico registró las mayores ventas, e incrementó por un 5% comparado con el año anterior.

Dos subregiones registraron bajas en dólares de mango orgánico. Estas fueron la Central Sudoeste (-26%) y Central Noroeste (-17%)

Dólares de Mango Orgánico en Miles Total EEUU, Subregiones, Entero



Source: Nielsen FreshFacts® 2017 vs AÑO ANT.



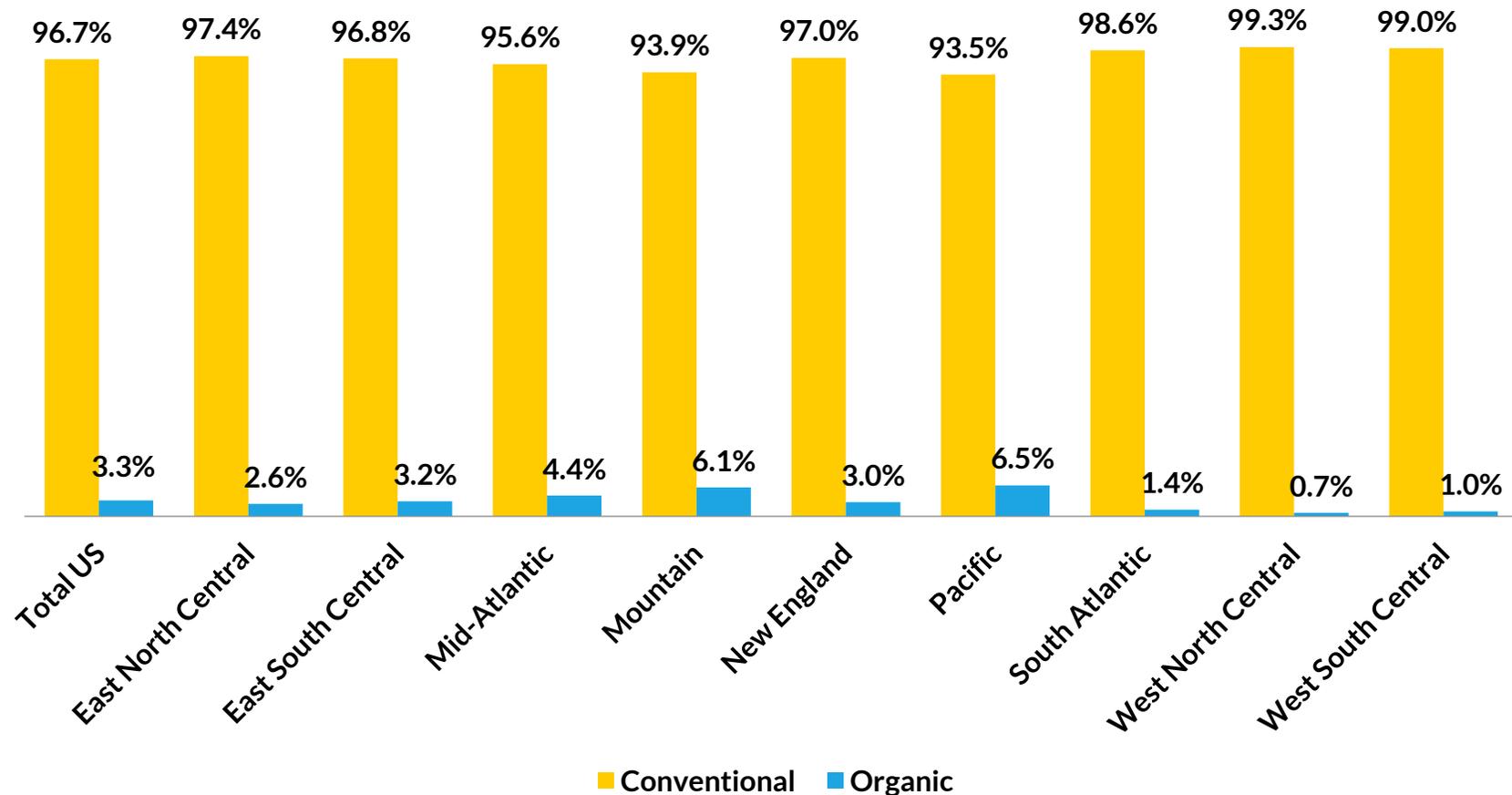
Participación del Producto en Dólares por Subregión

El mango orgánico representó el 3.3% del total de los dólares de mango.

El mango orgánico registró la mayor participación en las subregiones Pacífico (6.5%) y Montaña (6.1%).

La menor participación en dólares para el mango orgánico se registró en la subregión Central Noroeste (.7%).

Participación de los Dólares del Mango Orgánico vs los del Mango Convencional Total EEUU, Subregiones, Entero





*Rendimiento del Mango Fresco
Cortado
2017*



Dólares y Contribución del Producto Fresco Cortado

El mango fresco cortado registró un incremento del 11.4% en dólares/tienda/semana, y permaneció en la 6^{ta} posición en la clasificación de fruta fresca cortada.

Cada uno de los artículos enumerados consta solamente de esa fruta (Sólo mango, sólo piña, etc.) al menos que se especifique como “mixta”.

A lo largo de este informe, “mango fresco cortado” se refiere a artículos que solamente contienen mango.

Ventas y Contribución de la Fruta Fresca Cortada

| | Clasificación | DÓLARES /TIENDA/SEMANA | % CAMBIO VS AÑO ANT. | Contribución en Dólares | % CAMBIO VS AÑO ANT. |
|-----------------------------|---------------|------------------------|----------------------|-------------------------|----------------------|
| Fruta Fresca Cortada | | \$2,110 | 0.4% | 4.0% | 0.9% |
| Fruta Mixta | 1 | \$773 | 0.6% | 1.5% | 1.1% |
| Piña | 2 | \$348 | 1.6% | 0.7% | 2.1% |
| Sandía | 3 | \$330 | -3.5% | 0.6% | -3.1% |
| Manzanas | 4 | \$265 | -4.1% | 0.5% | -3.7% |
| Melón Cantaloupe | 5 | \$106 | -4.4% | 0.2% | -4.0% |
| Sólo Mango | 6 | \$71 | 11.4% | 0.1% | 16.6% |
| Fresa | 7 | \$52 | 14.4% | 0.1% | 14.9% |
| Melones Mixtos | 8 | \$48 | -11.6% | 0.1% | -11.2% |
| Otra Fruta de VA | 9 | \$38 | 14.4% | 0.1% | 14.9% |
| Uvas | 10 | \$27 | 9.0% | 0.1% | 9.5% |
| Mango Mixto | 11 | \$26 | 47.6% | 0.0% | 48.2% |
| Melón Honeydew | 12 | \$18 | -9.4% | 0.0% | -9.0% |
| Naranja | 13 | \$1 | 150.5% | 0.0% | 151.0% |
| Papaya | 14 | \$1 | -38.8% | 0.0% | -38.5% |
| Toronjas | 15 | \$0 | -63.3% | 0.0% | -63.1% |
| Durazno | 16 | \$0 | -87.2% | 0.0% | -86.8% |
| Pera | 17 | \$0 | -86.5% | 0.0% | -86.0% |

% de Tiendas que Vende Mango Fresco Cortado

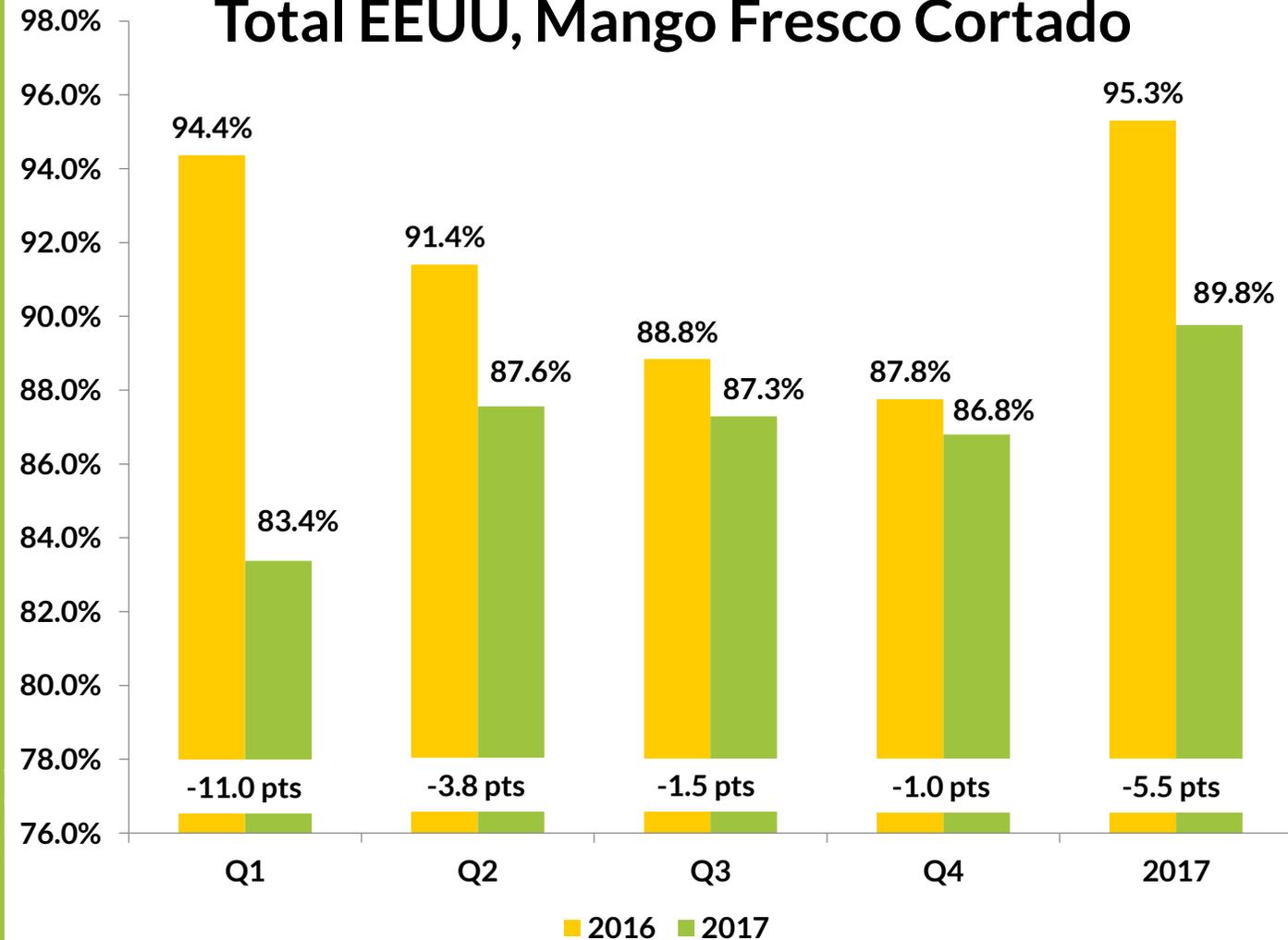
El porcentaje de tiendas que vende mango fresco cortado registró una baja de 5.5 puntos porcentuales, a 90%.

El porcentaje de tiendas que vende mango registró una baja durante los cuatro trimestres.

La mayor reducción fue de 11 puntos porcentuales durante el T1.

% de Tiendas que Vende Mango Fresco Cortado

Total EEUU, Mango Fresco Cortado

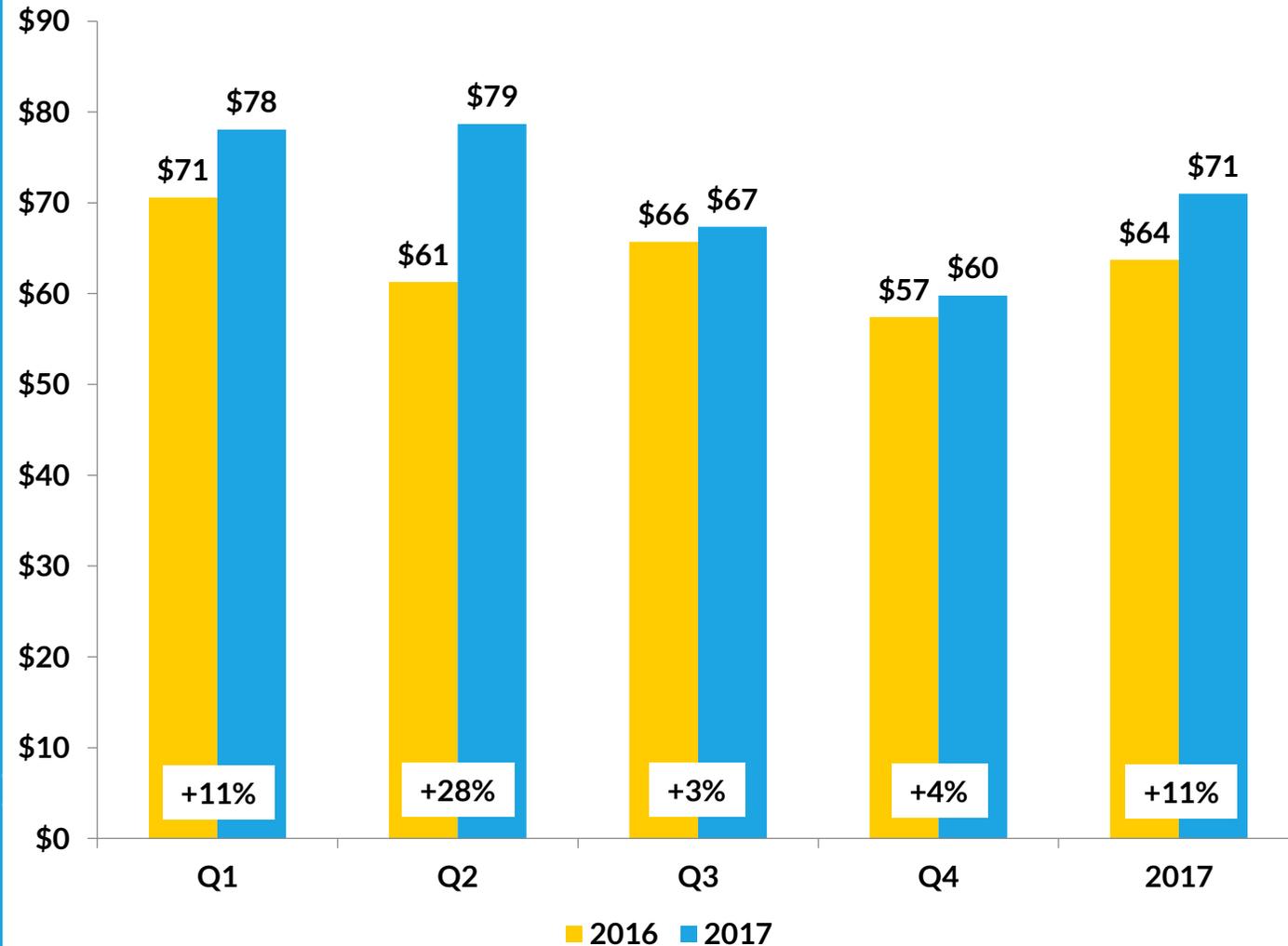


Dólares de Mango Fresco Cortado/Tienda/ Semana

Los Dólares de Mango Fresco Cortado /Tienda/Semana incrementaron a \$71 en 2017, un incremento del 11% comparado con el año anterior.

El T2 reflejó el mayor incremento (22%) con \$79/tienda/semana.

Dólares/Tienda/Semana Total EEUU, Mango Fresco Cortado

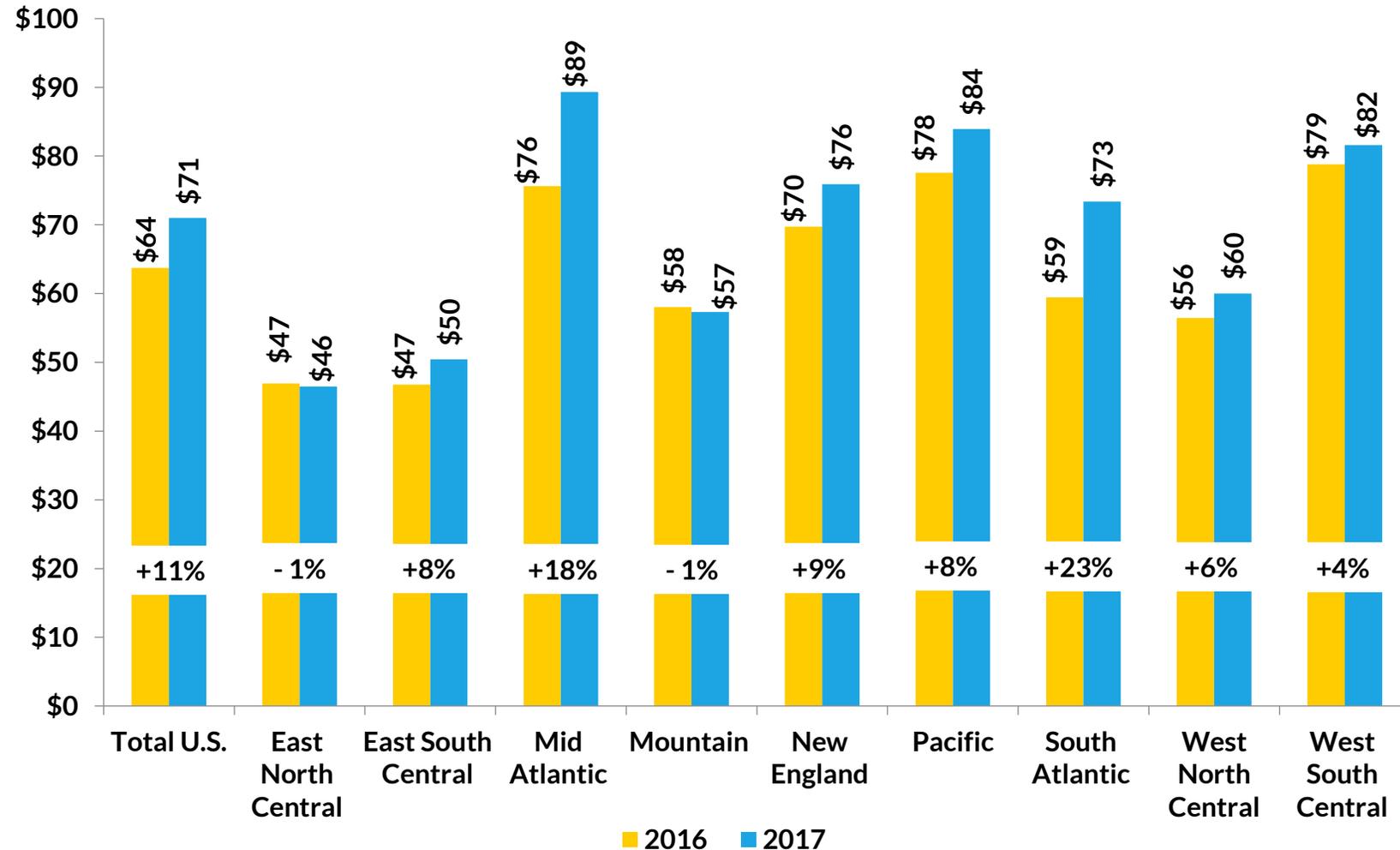


Dólares del Mango Fresco Cortado /Tienda/ Semana por Subregión

La subregión Atlántico Medio vendió la mayor cantidad de mango fresco cortado en dólares/tienda/semana con \$89, seguida por la subregión Pacífico con \$84 y la subregión Central Sudoeste con \$82.

La mayoría de las subregiones registró incrementos en las ventas, salvo la Central Nordeste y la Montaña (ambas registraron bajas del 1% comparado con el año anterior).

Dólares/Tienda/Semana Total EEUU, Subregiones, Mango Fresco Cortado



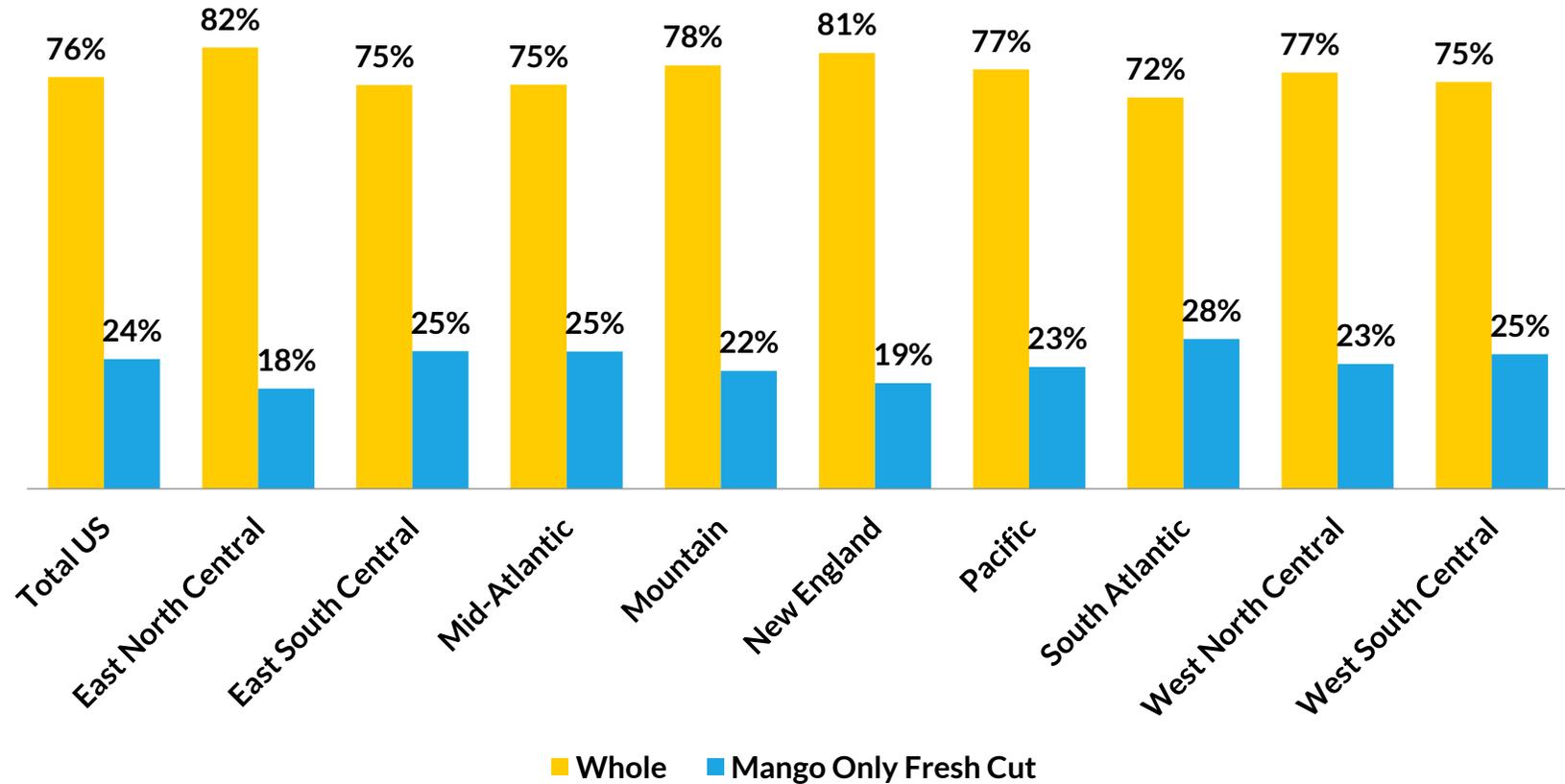
Participación del Mango Fresco Cortado vs la del Mango Entero por Subregión

En el universo de mango fresco cortado y mango entero combinados, el producto fresco cortado contribuye un 24% de los dólares del mango.

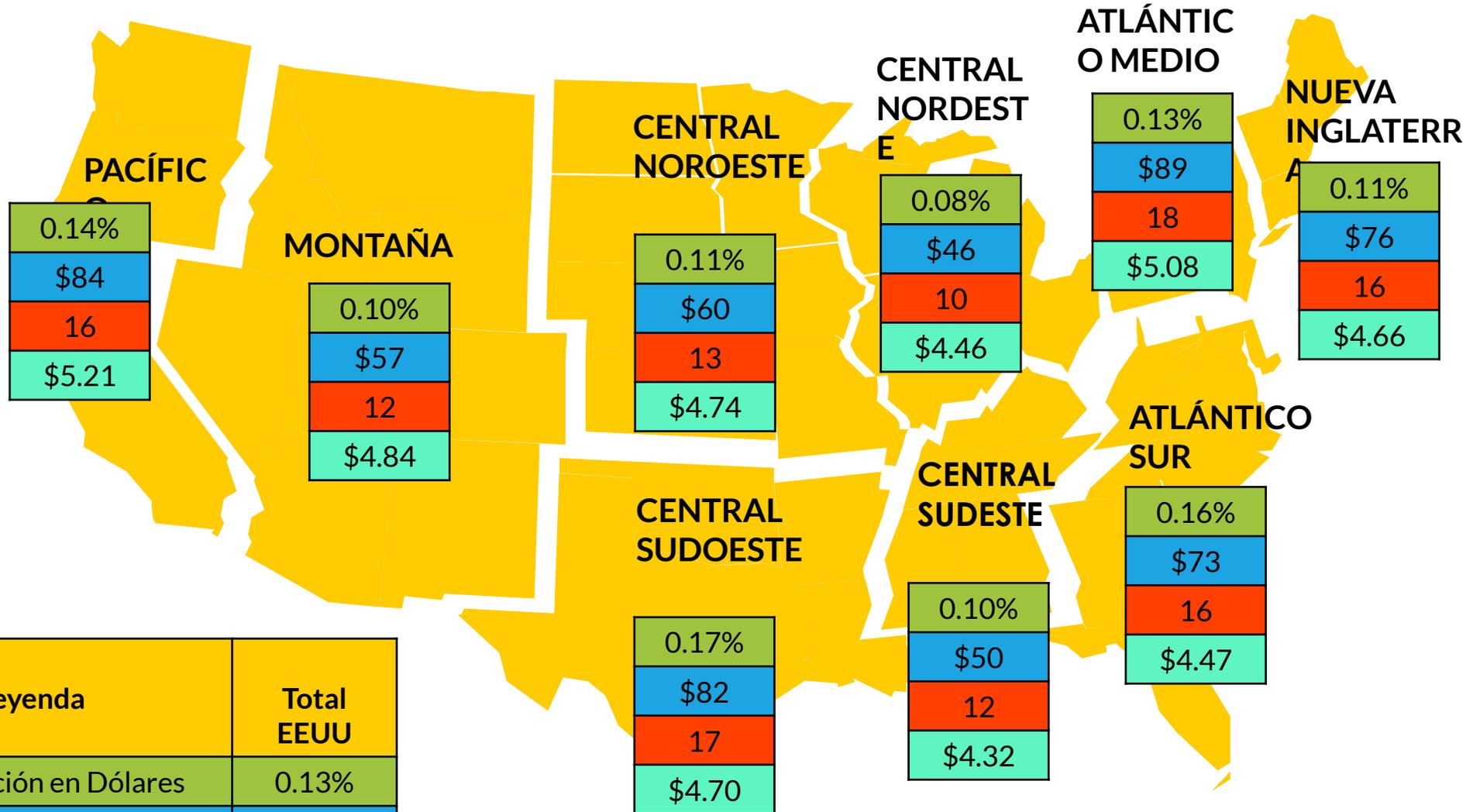
La subregión Atlántico Sur registró la mayor participación de dólares/tienda/semana con el 28%.

La subregión Central Nordeste registró la menor participación con el 18%.

Participación del Mango Fresco Cortado vs la del Mango Entero Total EEUU, Subregiones



Rendimiento del Mango Fresco Cortado por Subregión



| Leyenda | Total EEUU |
|---------------------------|------------|
| Contribución en Dólares | 0.13% |
| Dólares por Tienda/Semana | \$71 |
| Volumen por Tienda/Semana | 15 |
| Precio Promedio al Por | \$4.72 |



*Enfoque y Parámetros de los Datos
2017*



Enfoque y Parámetros de los Datos

Para poder realizar esta revisión de la categoría, Nielsen Perishables Group analizó datos sobre el volumen, los precios, y las ventas con la finalidad de crear un resumen acerca del rendimiento del sector minorista durante 2017.

Áreas de enfoque:

- Rendimiento general de la categoría incluyendo el volumen, precios, y contribución al departamento volume, pricing, contribution to department and dollar sales.
- Contribución y rendimiento de la categoría desglosados por segmento de la categoría
 - Mango entero
 - Orgánico
 - Fresco cortado
- Rendimiento por subregión geográfica
- Estacionalidad

Enfoque y Parámetros de los Datos

La Jerarquía Habitual de la National Mango Board

- El análisis se concentra en la examinación y comparación del rendimiento del mango durante los años civiles 2017 y 2016, al menos que se indique otra cosa.
- El volumen de mango entero se cuantifica por unidades. Para aquellos minoristas que venden mango por libra, se utiliza una tasa de conversión – 1 lb. = 1 unidad.
- El Mango Fresco Cortado incluye productos de mango que se venden en un paquete de producto fresco cortado que únicamente contiene mango.
- A raíz de la variabilidad en los calibres de las unidades destinadas a operaciones de producto fresco cortado, este informe se concentra en las ventas de mango fresco cortado representadas en dólares, en lugar de volumen.

Sobre el Conjunto de Datos FreshFacts® de Nielsen Perishables Group

- El resumen representa los datos minoristas de cadenas de tiendas de víveres y tiendas de membresía que se asocian con Nielsen Perishables Group, y que manejan más de \$2 millones de ventas anuales/tienda. Estos datos reflejan aproximadamente el 70% del total de ventas y cubren aproximadamente 18,000 tiendas de autoservicio a nivel nacional.
- Los datos representan fruta vendida en el departamento de productos agroalimentarios incluyendo artículos codificados con el sistema UPC, PLU y sistema-2 embalados en la tienda.