



*Datos de Escáner de Minoristas
(Nielsen)*

1^{RA} MITAD DE 2018



Resumen Ejecutivo – Resultados de la Primera Mitad

Volumen

Incremento de un 12% comparado con el año anterior con 287 mangos por tienda por semana

- Reducción leve de mayo a junio pero, aún así, se registró un crecimiento de doubles dígitos (12%)
- Nueva Inglaterra registró una ligera baja durante el T1 y se ha mantenido estable a lo largo de este año.
- Mencionamos un repunte para la Subregión Central Sudoeste durante el T1 – encabeza a todas las regiones de EE.UU. superando a la Subregión Pacífico por un pequeño margen

Precio Promedio al Por Menor

Reducción del 5% comparado con el año anterior a \$.91 para todo EE.UU.

- Los precios registraron bajas en todas las regiones comparado con el año anterior, salvo la Subregión Nueva Inglaterra que se mantuvo estable y la Subregión Montaña que incrementó un 1%
- Los picos y bajos fueron \$1.10 en la Subregión Atlántico Medio, y \$.70 en la Subregión Central Sudoeste

Ventas

Incremento del 6% comparado con el año anterior con \$261 dólares/tienda/semana

- Cada región demostró crecimiento salvo la de Nueva Inglaterra que permaneció estable – pero registró las mayores ventas con \$344
- La más baja fue la Central Sudeste con \$187, pero esta región registró el mayor incremento con el 18%

CLASIFICACIÓN DE FRUTAS (52 semanas sucesivas, terminando el 30 de junio de 2018)

- El mango ascendió un lugar a la posición #14 en Volumen/Tienda/Semana
- El mango permanece en la posición #20 en Ventas/Tienda/Semana
- El Mango Fresco Cortado está en la posición #6 comparado con otras frutas frescas cortadas

MÉTRICAS CLAVES

*Resultados de la
Primera Mitad
(Terminando el
30 de Junio de 2018)*



Volumen/Tienda/Semana

Mango 287 ↑ 12% más que el Año Anterior 14va posición

Plátanos #1 Sandía #2 Manzana #3 Aguacates #4

Precio Promedio al Por Menor

\$.91 cada uno ↓ 5% comparado con el Año Anterior

Pico \$1.11 Febrero Baja \$.82 Mayo

Ventas/Tienda/Semana

Mango \$261 ↑ 6% más que el Año Anterior 20va posición

Manzana #1 Uvas #2 Plátanos #3 Fresas #4 Aguacates #5

Contribución al Depto. de Productos Agroalimentarios

.5% Estable comparado con el Año Anterior

Volumen/Tienda/Semana

Objetivo
para 2018 -
270

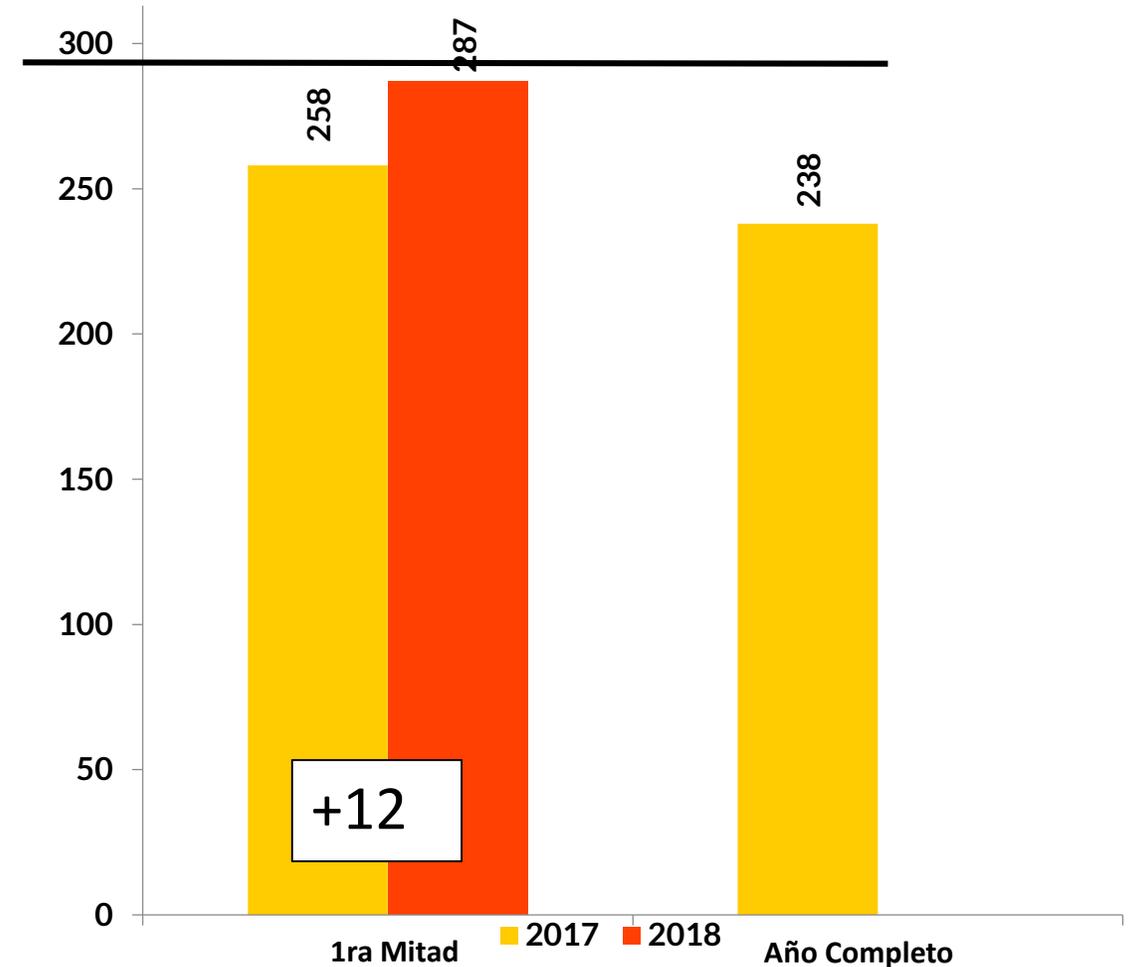
Resultados de la 1ra Mitad del Año

+12% comparado con el Año Anterior

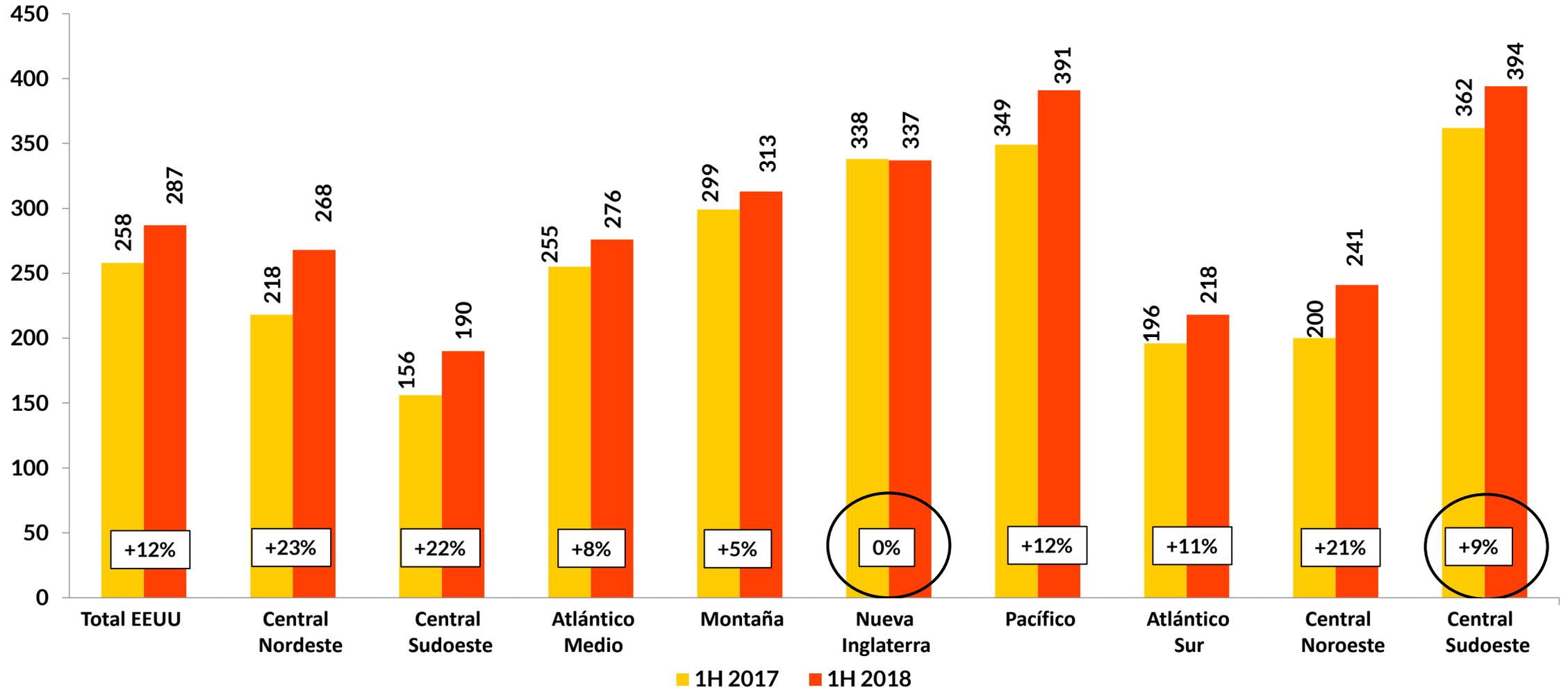
Objetivo Estratégico para 2020 – 313



*Promedio del Volumen de Mango
por Tienda por Semana*



Mango Volumen/Tienda/Semana Total EE.UU. por Región 1^{ra} Mitad



Precio Promedio al Por Menor

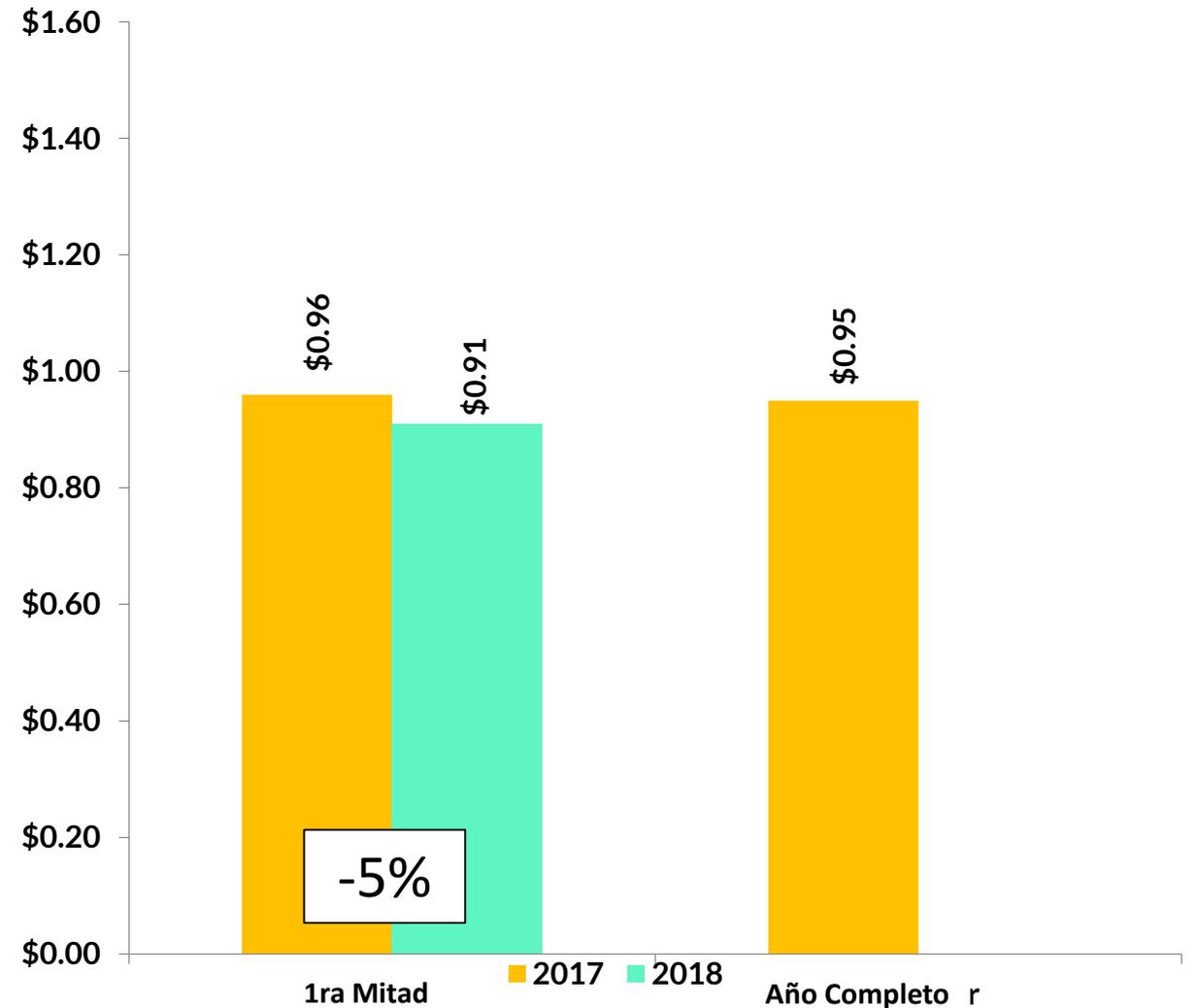
Resultados de la 1ra Mitad del Año

Precio Promedio al Por Menor \$.91

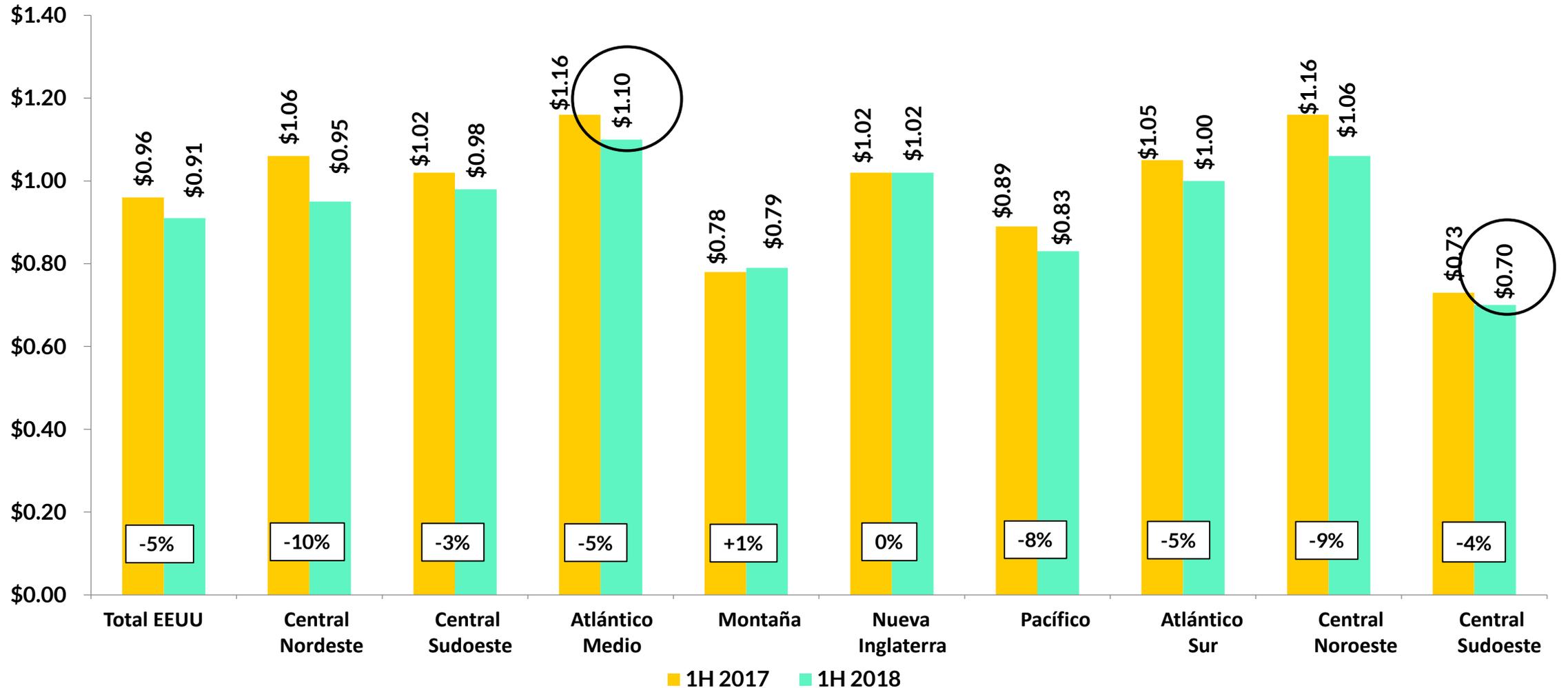
Baja del 5% comparado con el año anterior



Precio Promedio al Por Menor del Mango



Precio Promedio al Por Menor del Mango Total EE.UU. por Región



Ventas/Tienda/Semana

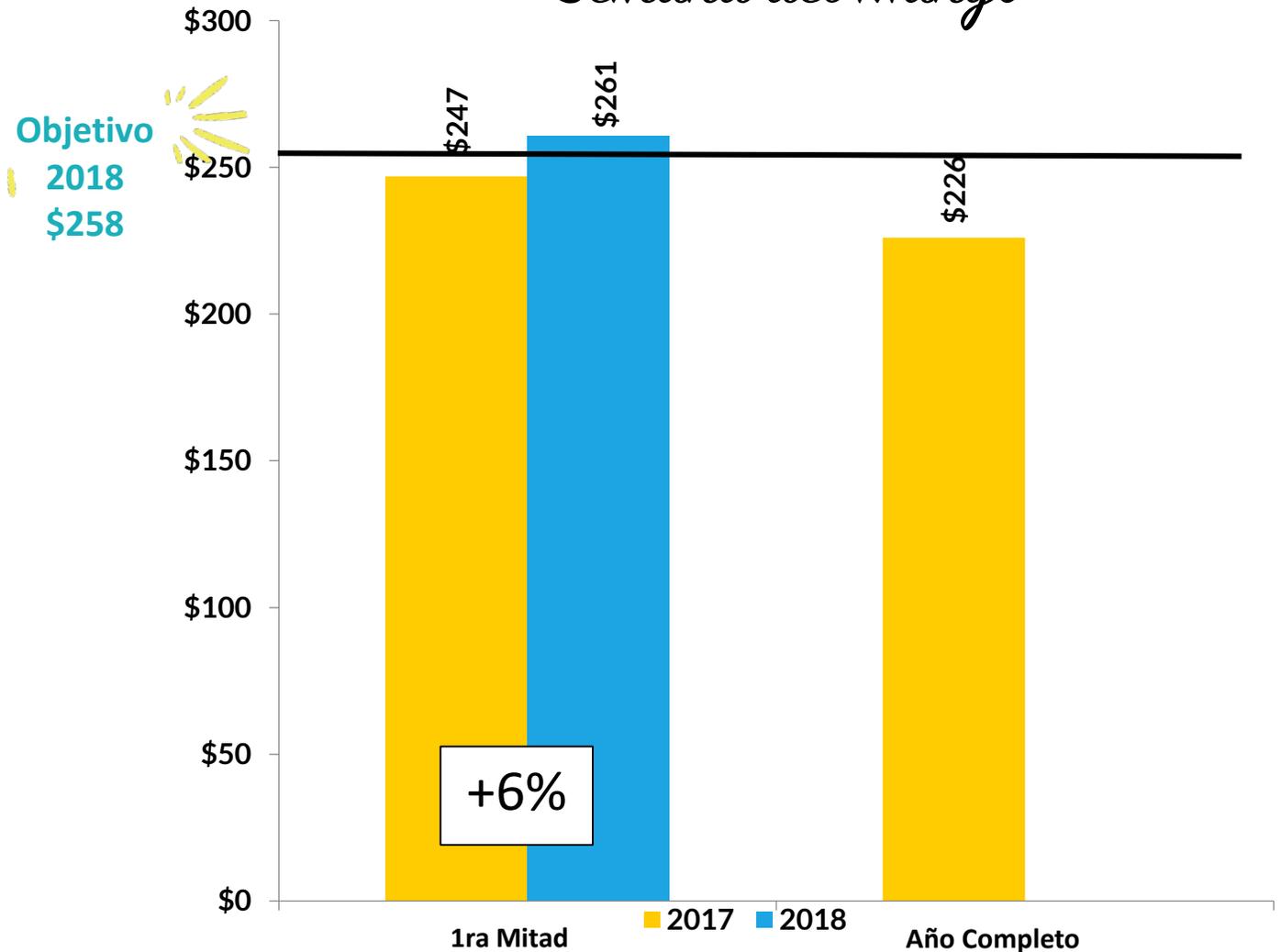
Resultados de la 1ra Mitad del Año

+6% comparado con el Año Anterior

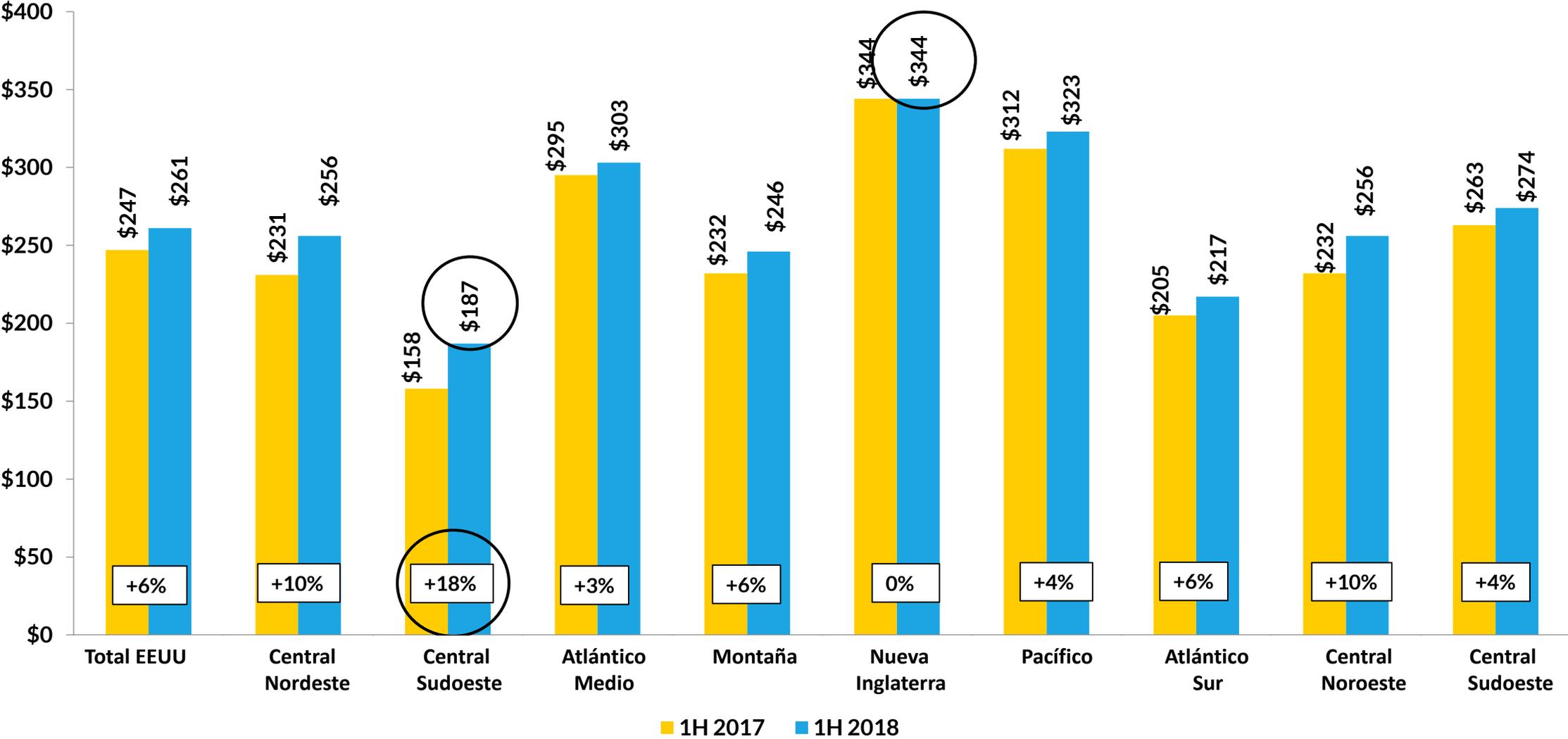
Objetivo Estratégico para 2020 - \$300



Promedio de Ventas por Tienda por Semana del Mango



Dólares/Tienda/Semana del Mango Total EE.UU. por Región



Source: Nielsen FreshFacts® 2018 vs Año Anterior



Datos Sobre el Rastreo de Anuncios

1^{RA} MITAD 2018



Resumen Ejecutivo

Este informe tiene la finalidad de ser direccional. Existe una omisión en los datos que se debe acatar:

- El USDA no capturó datos de minoristas durante la semana que terminó el 10 de marzo de 2018. NO se incluyeron las cifras para la misma semana de 2017 para equilibrar el análisis comparativo.

Esbozo General

Incremento del 9% en tiendas con anuncio durante la 1ra Mitad de 2018

- Incremento del 44% en tiendas con anuncio durante el mes de Abril 2018
- Baja del 9% en tiendas con anuncio durante el mes de Mayo 2018
Nordeste y Sudoeste – cada una registró una baja del 3%
- Baja del 6% en tiendas con anuncio durante el mes de Junio 2018
Nordeste (-11%) y Sudoeste (-18%)

En general, las subregiones Nordeste y Sudoeste fueron las únicas áreas que registraron una baja en el número de tiendas con anuncio

Incremento del 5% en tiendas con anuncio durante la 1ra Mitad de 2018 - Orgánicos

Orientación del USDA (AMS) baja del 7% en el número de tiendas con anuncio para los meses de Mayo/Junio para la categoría de frutas, y una baja del 4% en tiendas con anuncio para todos los productos básicos

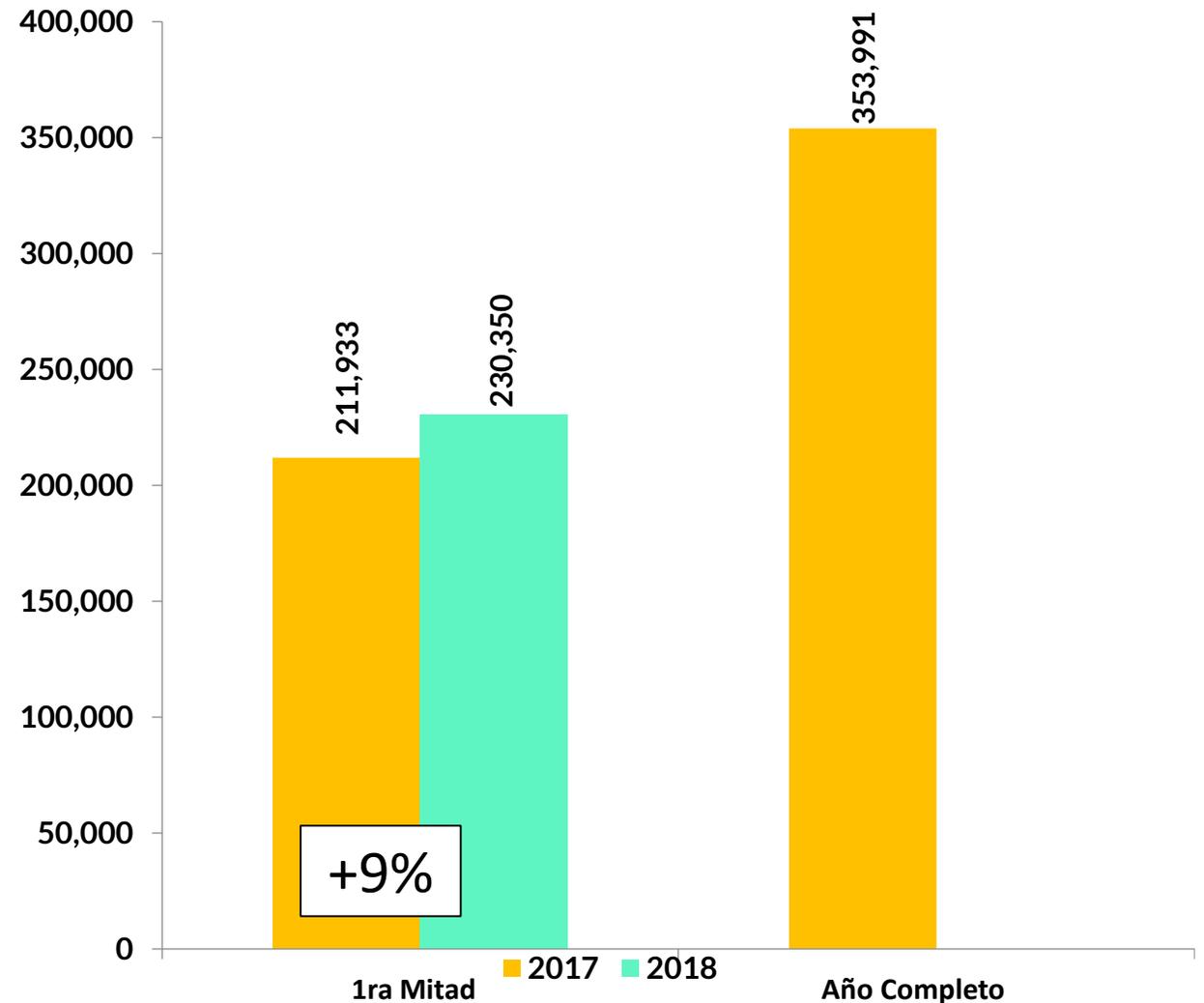
Número de Tiendas con Anuncio

Resultados de la Primera Mitad del Año

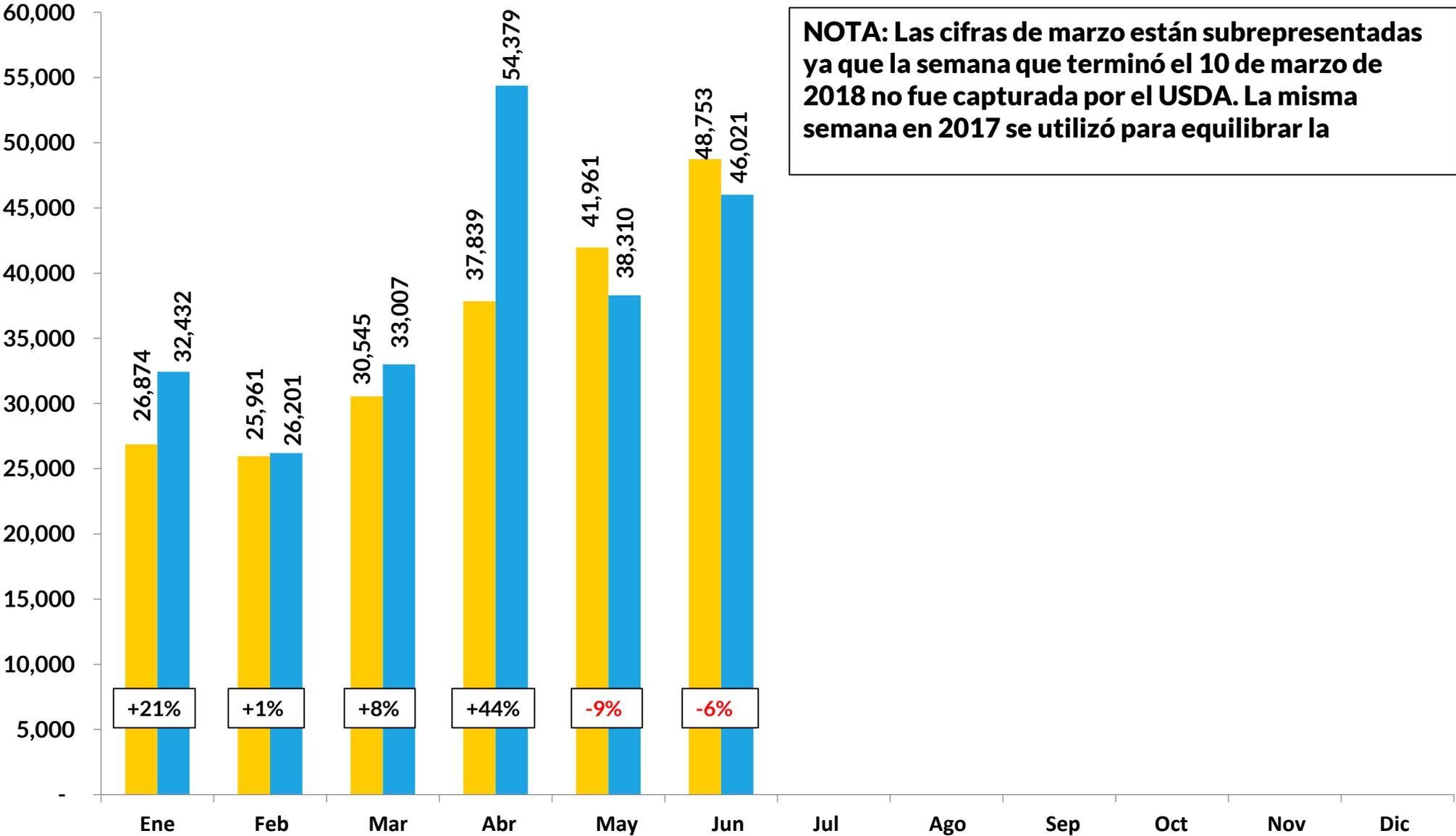
Incremento del 9% en el Número de
Tiendas con Anuncio



Número de Tiendas con Anuncio



Número de Tiendas con Anuncio en 2018



Source: USDA AMS Market News retail report



CLASIFICACIÓN DE FRUTAS

52 SEMANAS (JULIO 2017-JUNIO 2018)



CLASIFICACIÓN DE FRUTAS

*52 Semanas de Resultados
(Julio 2017 - Junio 2018)*

El mango está posicionado en 14^{vo} lugar.



CLASIFICACIÓN DE FRUTAS por Volumen

Producto	Volumen/Tienda/Semana	% Cambio vs Año Anterior	Contribución del Volumen al Departamento
Frutas	18,036	0.8%	52.1%
Plátanos	4,739	1.9%	13.7%
Sandía	1,852	-5.4%	5.3%
Manzana	1,803	-5.9%	5.2%
Aguacates	1,463	15.0%	4.2%
Uvas	1,228	-3.6%	3.5%
Limonas	846	7.0%	2.4%
Fresas	739	-1.2%	2.1%
Naranjas	726	5.9%	2.1%
Limón Real	661	12.2%	1.9%
Arándano Dulce	393	6.5%	1.1%
Melón			
Cantaloupe	336	-11.7%	1.0%
Naranja			
Mandarina	309	8.7%	0.9%
Kiwi	260	0.1%	0.8%
Mango	252	10.1%	0.7%
Duraznos	243	-1.2%	0.7%
Cerezas	232	14.7%	0.7%
Peras	223	-2.7%	0.6%
Frambuesas	194	-7.0%	0.6%
Moras	162	5.5%	0.5%
Nectarinas	117	-12.0%	0.3%
Piñas	112	6.1%	0.3%
Toronja	90	-9.3%	0.3%
Ciudad	87	2.1%	0.2%

CLASIFICACIÓN DE FRUTAS

*52 Semanas de Resultados
(Julio 2017 - Junio 2018)*

El mango permanece en 20^{vo} lugar.



CLASIFICACIÓN DE FRUTAS *por Ventas*

Producto	Dólares por Tienda/Semana	Dólares por Tienda/ Semana % Cambio vs Año Anterior	Contribución al Depto de Productos Agroalimentario s
Frutas	\$24,797	1.5%	46.5%
Manzana	\$2,971	-5.4%	5.6%
Uvas	\$2,717	-1.6%	5.1%
Plátanos	\$2,580	-1.0%	4.8%
Fresas	\$2,217	0.3%	4.2%
Aguacates	\$1,740	10.9%	3.3%
Naranja Mandarina	\$1,481	9.4%	2.8%
Arándano Dulce	\$1,343	8.6%	2.5%
Naranjas	\$848	4.2%	1.6%
Sandía	\$758	-1.9%	1.4%
Cerezas	\$695	3.8%	1.3%
Frambuesas	\$686	-0.7%	1.3%
Limón Real	\$582	6.0%	1.1%
Moras	\$456	6.3%	0.9%
Duraznos	\$456	7.5%	0.9%
Limones	\$383	18.0%	0.7%
Peras	\$351	-0.6%	0.7%
Melón Cantaloupe	\$289	-13.2%	0.5%
Piñas	\$272	-1.9%	0.5%
Nectarinas	\$236	-4.9%	0.4%
Mango	\$232	5.2%	0.4%

CLASIFICACIÓN DE FRUTAS

*Productos Frescos Cortados
Resultados de 52 Semanas
(Julio de 2017 - Junio de 2018)*

El mango está posicionado en 6^{to} lugar



Clasificación de Productos Frescos Cortados por Ventas

	Dólares por Tienda/ Semana	% Cambio	Contribución al Depto de Productos Agroalimentarios
Frutas Mixtas	\$807	1.5%	0.4%
Piña	\$353	2.7%	0.3%
Sandía	\$333	-0.6%	0.3%
Manzana	\$254	-8.5%	0.1%
Melón Cantaloupe	\$107	2.6%	0.1%
Mango	\$70	4.8%	0.0%
Fresa	\$55	11.4%	0.0%
Otros Melones/Mixtos			
Melones	\$45	-16.7%	0.0%
Otras Frutas de Valor			
Agregado	\$37	-0.5%	0.0%
Uvas	\$26	0.8%	0.0%
Melones Honeydew	\$19	7.5%	0.0%
Naranja	\$2	59%	0.0%
Papaya	\$1	-5.8%	0.0%
Toronja	\$0	-93.3%	0.0%
Durazno	\$0	-75.0%	0.0%
Pera	\$0	-100.0%	0.0%
Gran Total	\$2,108	0.0%	1.2%

PARÁMETROS DE LOS DATOS

Sobre el Conjunto de Datos de *Nielsen Perishables Group*, FreshFacts®

- Los datos representan ventas de mango al por menor obtenidas de cadenas de tiendas de autoservicio y de tiendas de club que tienen alianzas con *Nielsen Perishables Group*, y que manejan más de \$2 millones en ventas anuales/tienda.
- Estos datos reflejan aproximadamente el 70% de las ventas totales y representan aproximadamente 18,000 tiendas a nivel nacional.

Sobre el Conjunto de Datos de *USDA-AMS Market News*

- Los datos se obtuvieron del informe sobre la actividad minorista del portal del USDA-AMS Market News.
- Este conjunto de datos se basa únicamente en una encuesta semanal de 500 minoristas que representan más de 29,000 tiendas de autoservicio individuales con atributos publicitados semanalmente.