

NATIONAL MANGO BOARD

18 de Agosto de 2020



*Seminario Virtual*

## **¿Punto de Ruptura o Punto de Reorientación?**

CÓMO UNA AMENAZA MICROSCÓPICA  
PROVOCÓ  
CAMBIOS MONUMENTALES EN  
LA COMERCIALIZACIÓN

**Manuel Michel**, [mmichel@mango.org](mailto:mmichel@mango.org), [linkedin.com/in/manuel-michel-3b62101b/](https://www.linkedin.com/in/manuel-michel-3b62101b/)

**Adrian Tennant**, [atennant@bigeyeagency.com](mailto:atennant@bigeyeagency.com), [linkedin.com/in/adrianctennant/](https://www.linkedin.com/in/adrianctennant/)

**Tricia Bramley**, [tbramley@mango.org](mailto:tbramley@mango.org), [linkedin.com/in/triciabramley/](https://www.linkedin.com/in/triciabramley/)

# Manuel Michel

Director Ejecutivo

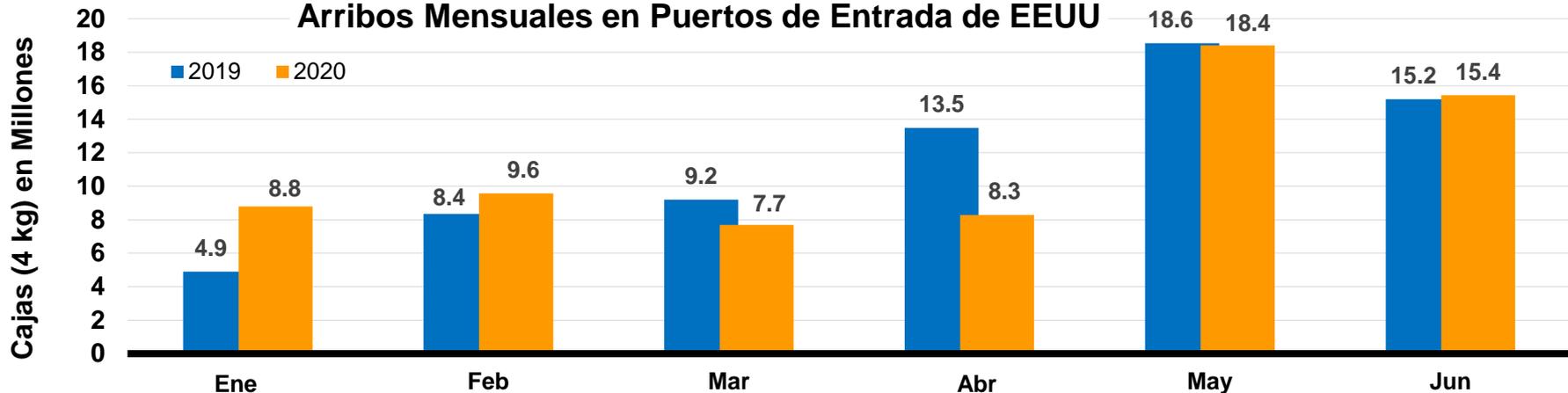
National Mango Board

[mmichel@mango.org](mailto:mmichel@mango.org)

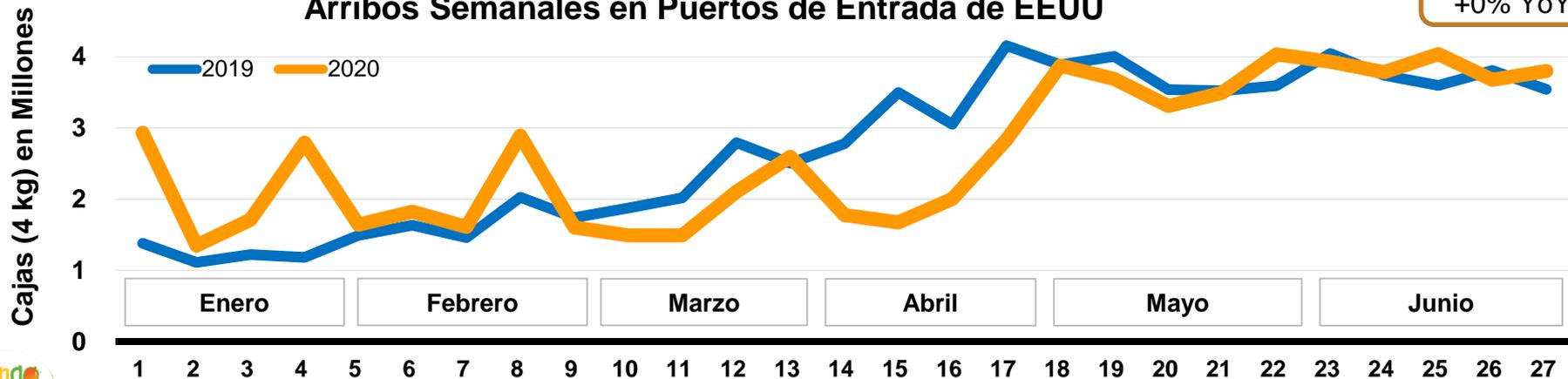
[linkedin.com/in/manuel-michel-3b62101b/](https://www.linkedin.com/in/manuel-michel-3b62101b/)



## VOLUMEN DE IMPORTACIÓN DE MANGO Arribos Mensuales en Puertos de Entrada de EEUU



## VOLUMEN DE IMPORTACIÓN DE MANGO Arribos Semanales en Puertos de Entrada de EEUU



H1 2020 =  
+0% YoY

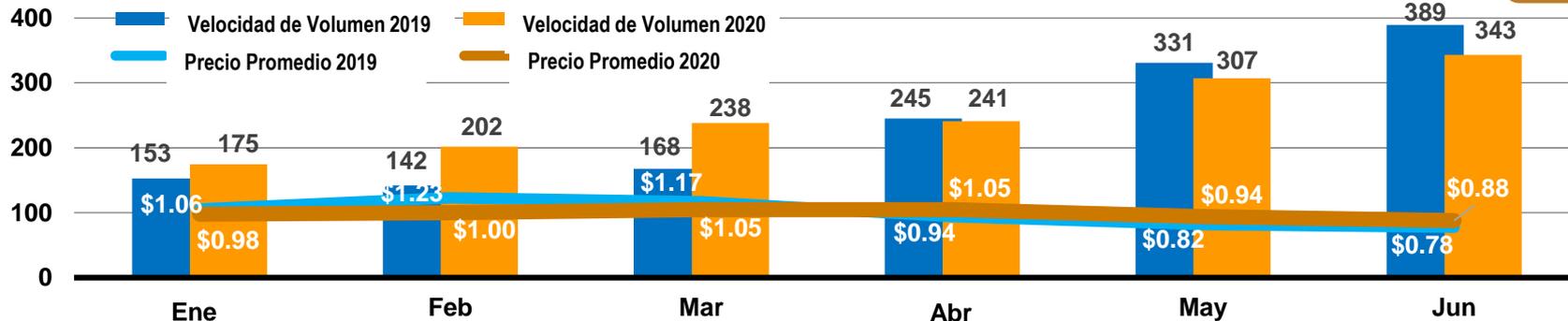


## MANGO ENTERO – NIVEL MINORISTA

### Velocidad del Volumen y Precio Promedio

H1 2020 =  
+5% YOY

Unidades / Tienda / Semana

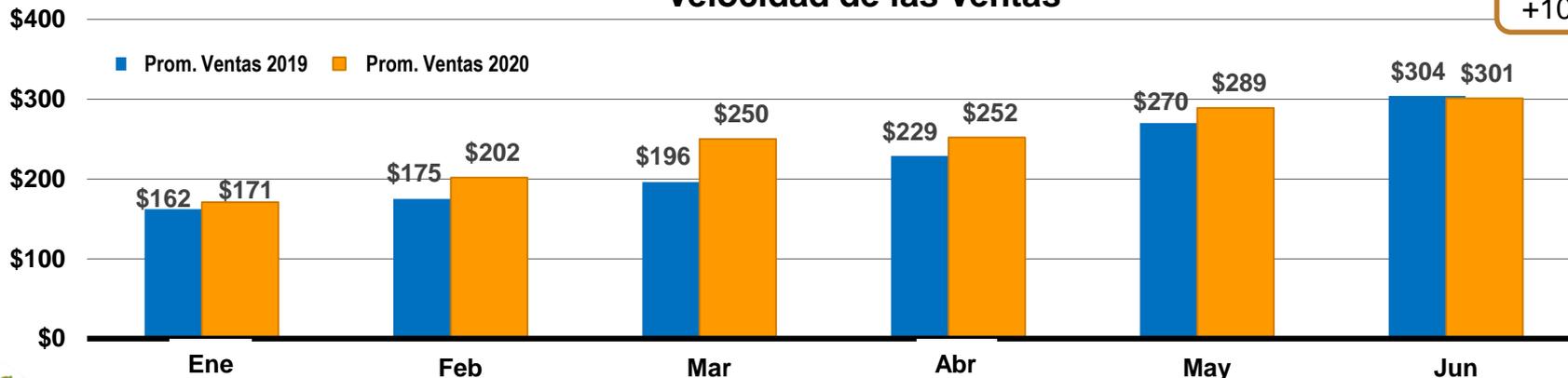


## MANGO ENTERO – NIVEL MINORISTA

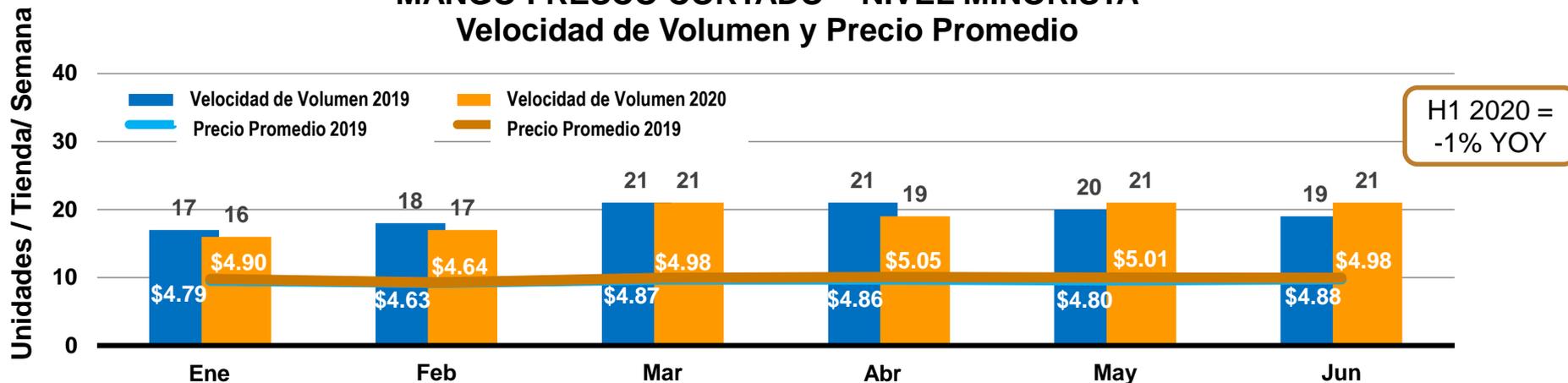
### Velocidad de las Ventas

H1 2020 =  
+10% YOY

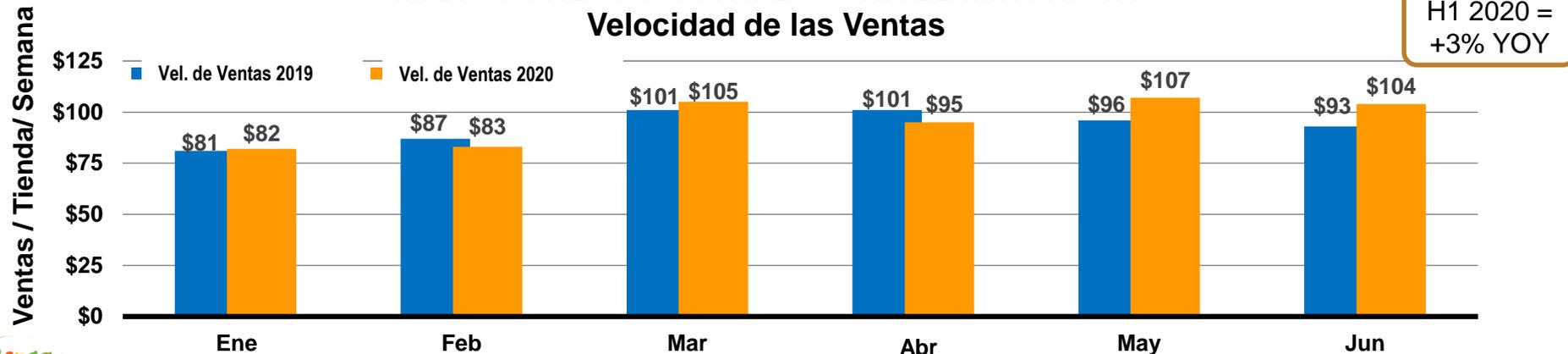
Ventas / Tienda / Semana



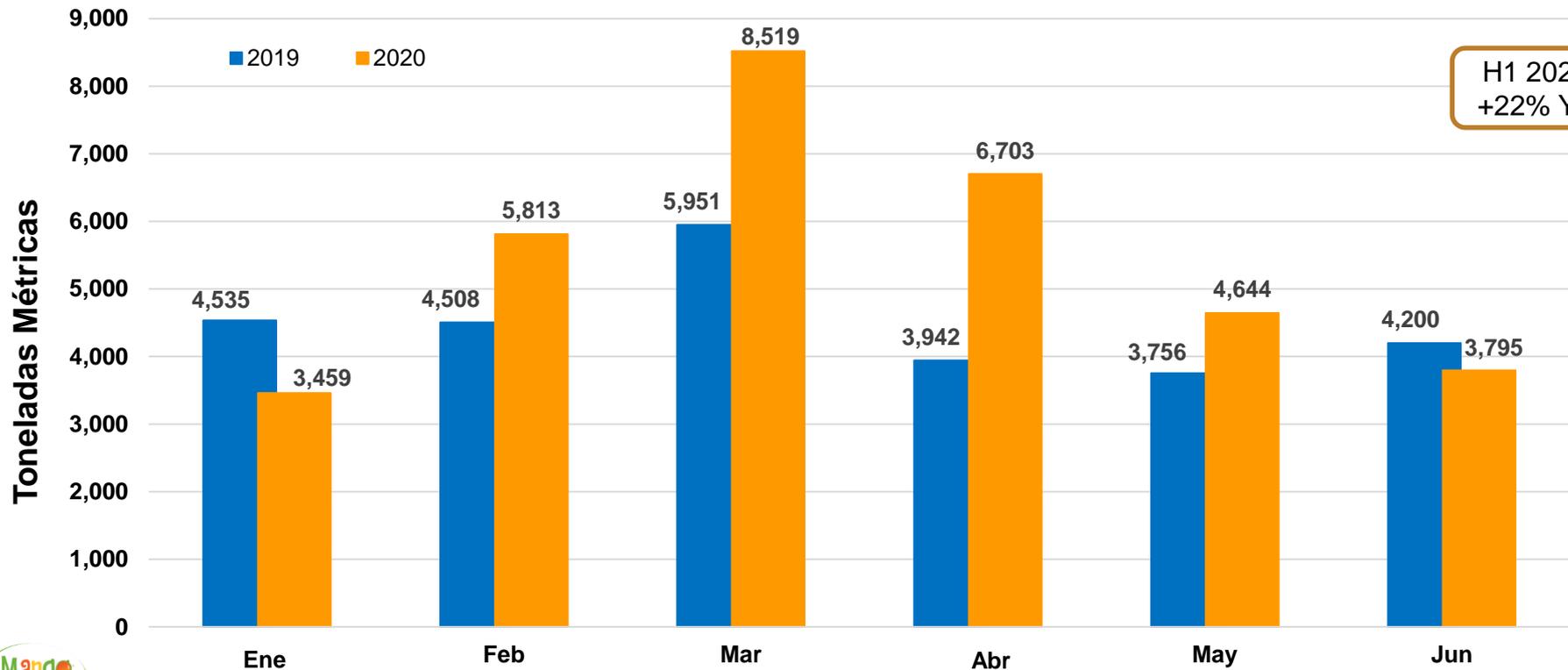
## MANGO FRESCO CORTADO – NIVEL MINORISTA Velocidad de Volumen y Precio Promedio



## MANGO FRESCO CORTADO – NIVEL MINORISTA Velocidad de las Ventas



## MANGO CONGELADO Volumen de Importación



H1 2020 =  
+22% YOY

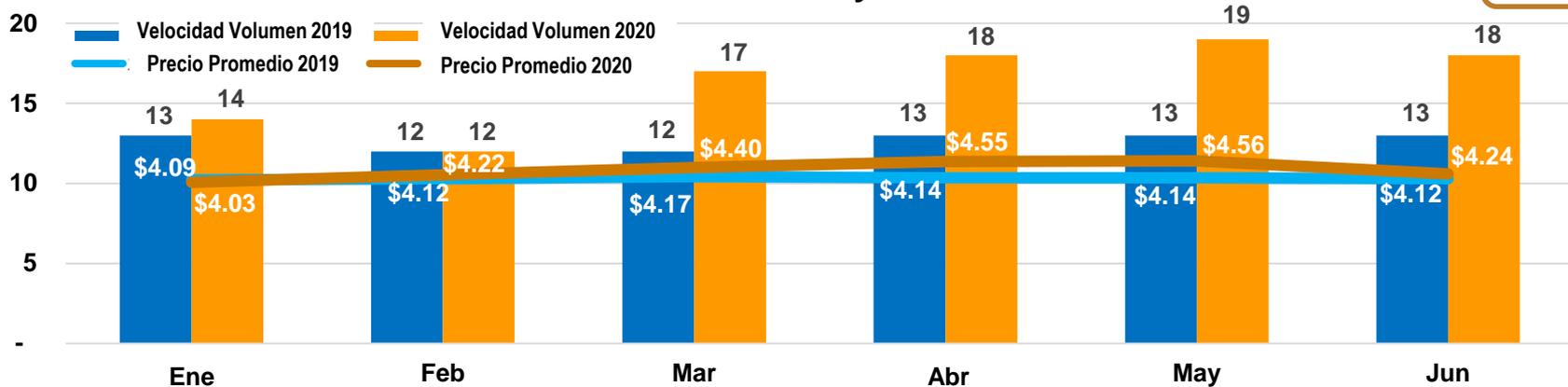


## MANGO CONGELADO - NIVEL MINORISTA

### Velocidad de Volumen y Precio Promedio

H1 2020 =  
+29% YOY

Unidades/Tienda/Semana

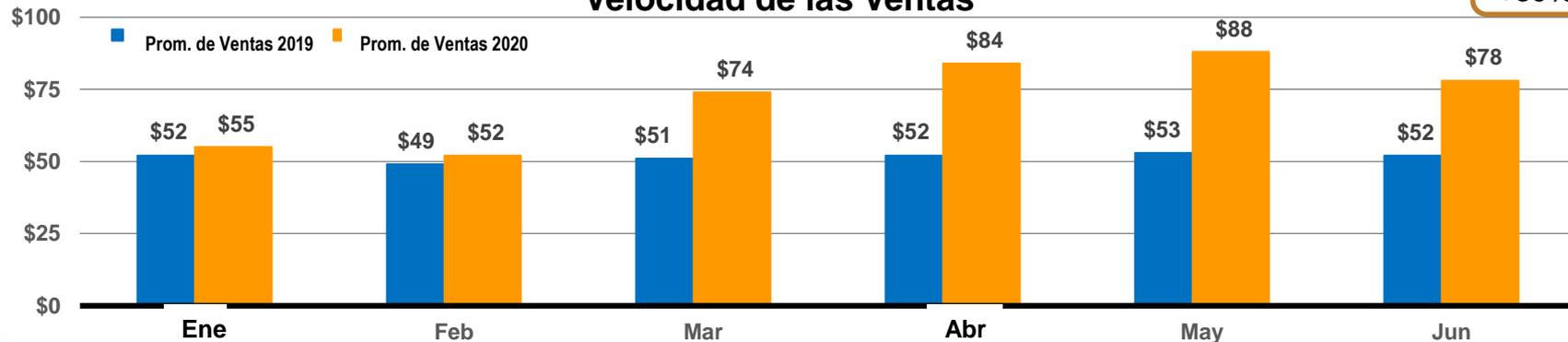


## MANGO CONGELADO - NIVEL MINORISTA

### Velocidad de las Ventas

H1 2020 =  
+39% YOY

Ventas/Tienda/Semana



# Resumen: Mercado de Mango de EEUU en 2020

- En general, el mercado del mango ha experimentado un incremento en la demanda del consumo durante la primera mitad de 2020
- El mango fresco entero y fresco cortado tuvo que superar algunos desafíos relacionados con la distribución a principios de abril, pero repuntaron durante los meses de mayo y junio
- El mango congelado ha registrado una mayor oferta y demanda de lo normal durante la primera mitad de 2020

# Adrian Tennant

VP, Insights

Bigeye

[atennant@bigeyeagency.com](mailto:atennant@bigeyeagency.com)

[linkedin.com/in/adrianctennant/](https://www.linkedin.com/in/adrianctennant/)



# Disrupción Sin Precedentes

*“Jamás en el pasado reciente de nuestra nación nos hemos visto obligados a enfrentar la magnitud de cambios abruptos que las circunstancias relacionadas con el COVID-19 nos han impuesto. De modo que la industria de alimentos....repentinamente se encontró encarada con una disrupción sin precedentes.”*

**David Fikes,**

Director Ejecutivo, FMI Foundation



# Disrupción Sin Precedentes

La Economía de EEUU Sufre una Desaceleración Histórica



Los Cheques de Estímulo Económico Incrementan las Ventas de Alimentos



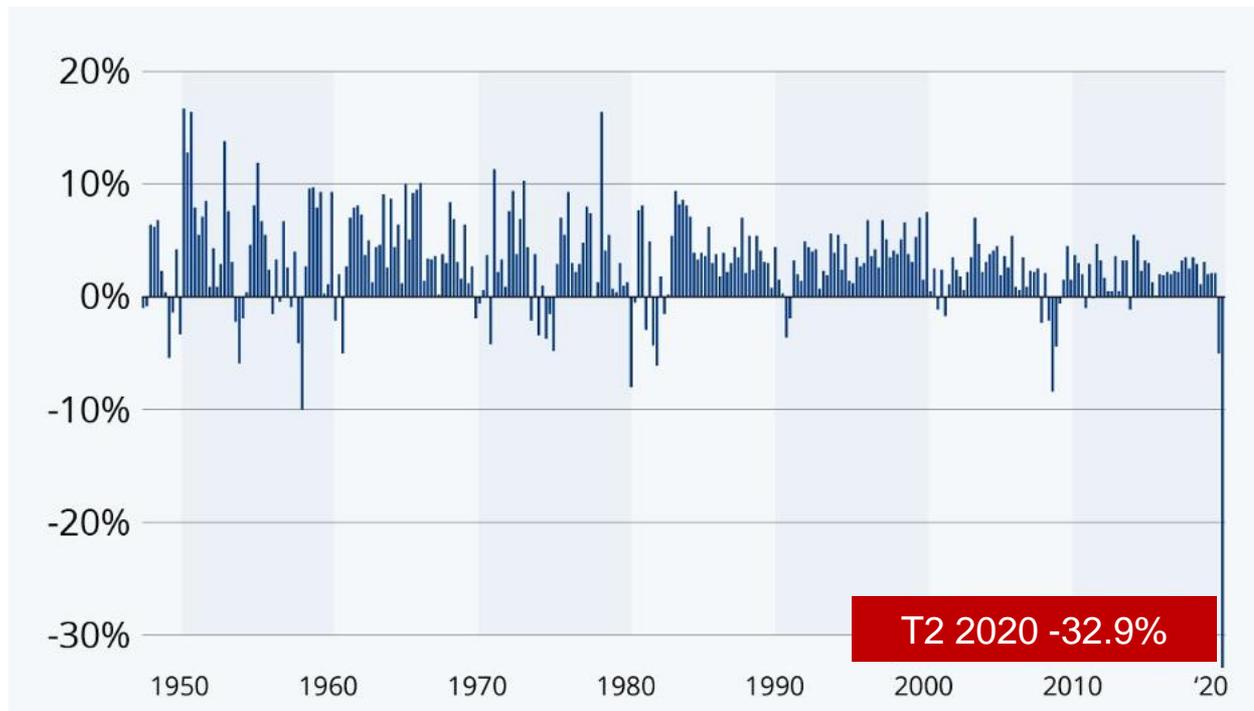
La Industria Restaurantera Sufre un Colapso



La Entrega de Alimentos a Domicilio Incrementa



# La Economía de EEUU Sufre Desaceleración Histórica Durante la Pandemia



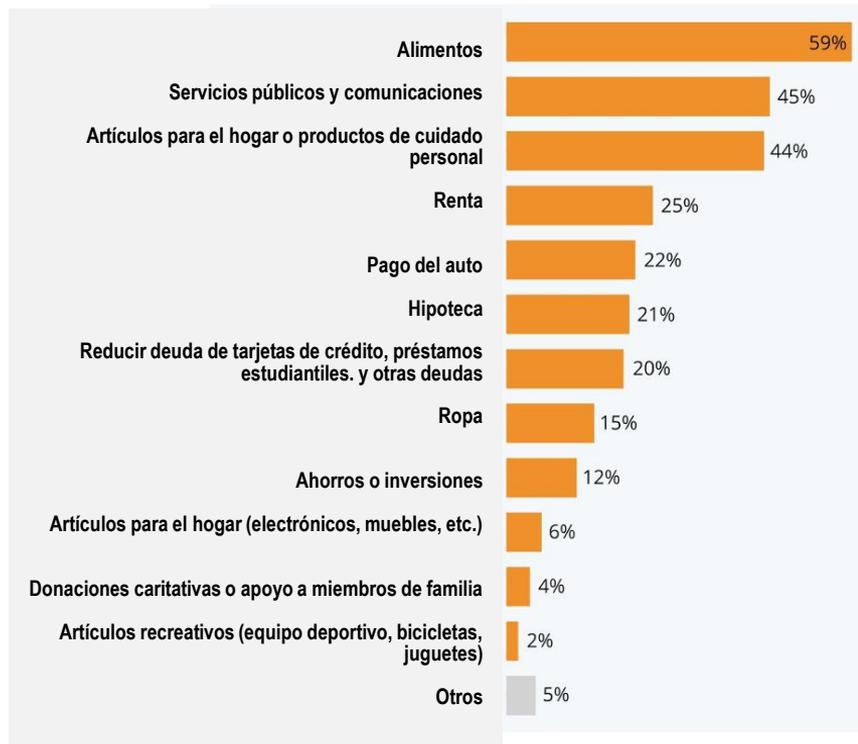
**-33%**

de baja en el PIB durante  
el segundo trimestre de  
2020

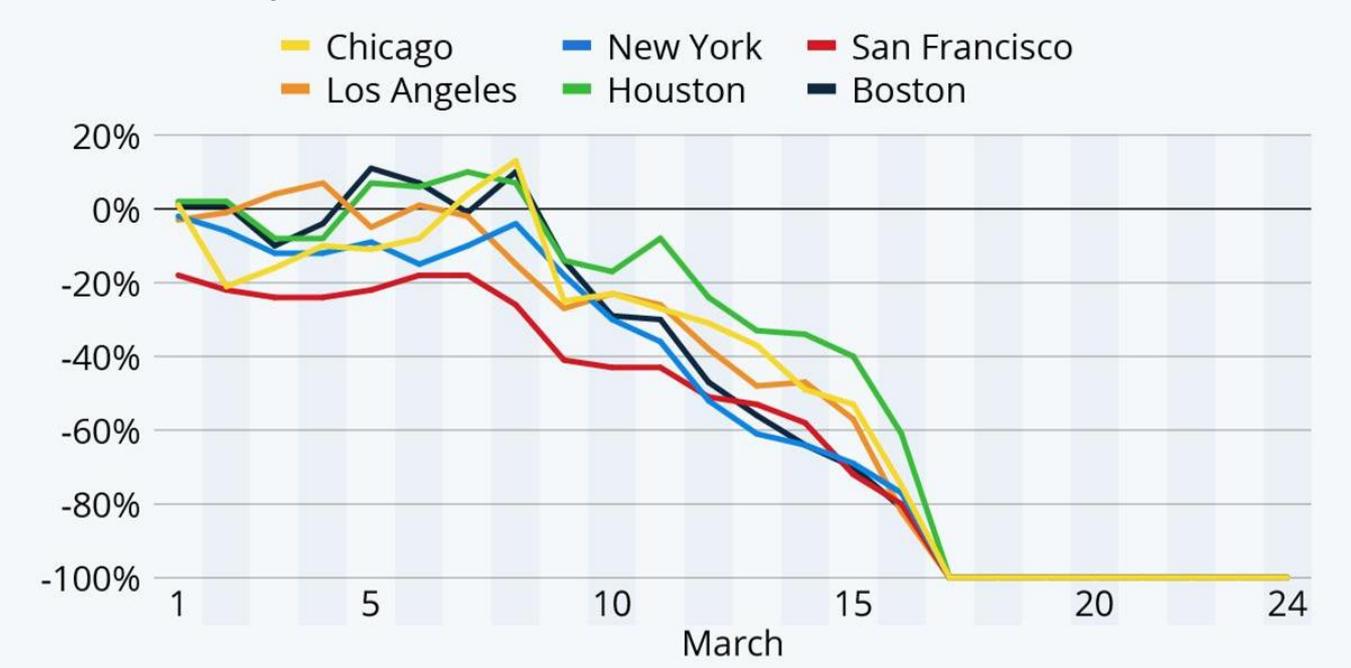
# Cómo los Estadounidenses Usan Sus Cheques de Estímulo Económico

# 59%

de los hogares encuestados indicó que usan, o tienen planeado usar, su cheque de estímulo económico para la compra de alimentos durante la pandemia del COVID-19



# Colapso en el Sector de Servicio de Alimentos



Cambio de un año a otro en el número de comensales sentados en restaurantes de la red de OpenTable, incluyendo reservaciones hechas en la web, por teléfono, y clientes que llegan a restaurantes sin previo aviso

# Cambios en **Dónde** los Consumidores Hacen Sus Compras

# 78%

de los clientes han hecho cambios respecto de **dónde** realizan sus compras como resultado de la pandemia del COVID-19

Compro en menos tiendas	<b>40%</b>
Compro en la web con mayor frecuencia	<b>28%</b>
Evito las tiendas en las que habitualmente hago mis compras	<b>15%</b>
Cambié la tienda donde hago mis compras con mayor frecuencia	<b>11%</b>
Compro en diferentes tipos de tiendas	<b>10%</b>
Ya no hago mis compras en tiendas	<b>10%</b>

# Cambios en **Cómo** los Consumidores Compran

89%

de los clientes ha hecho un cambio en **cómo** compran como resultado de la pandemia del COVID-19

Gastando más dinero en cada visita	<b>44%</b>
Haciendo viajes de compras más rápidos	<b>32%</b>
Compran un rango más reducido de productos	<b>25%</b>
Gastan más dinero en la web	<b>16%</b>

# Cambios en **Quién** Compra los Víveres

# 36%

de los clientes ha hecho un cambio respecto de **quién** compra los víveres como resultado de la pandemia del COVID-19

Solo una persona hace las compras, mientras que anteriormente eran dos o más quienes hacían las compras	<b>24%</b>
Alguien fuera del hogar (ejemplo, un pariente o amigo) hace las compras	<b>11%</b>
Otra persona distinta en el hogar hace las compras en la actualidad	<b>3%</b>

# Cocinando Más en Casa, Comiendo en Forma Saludable

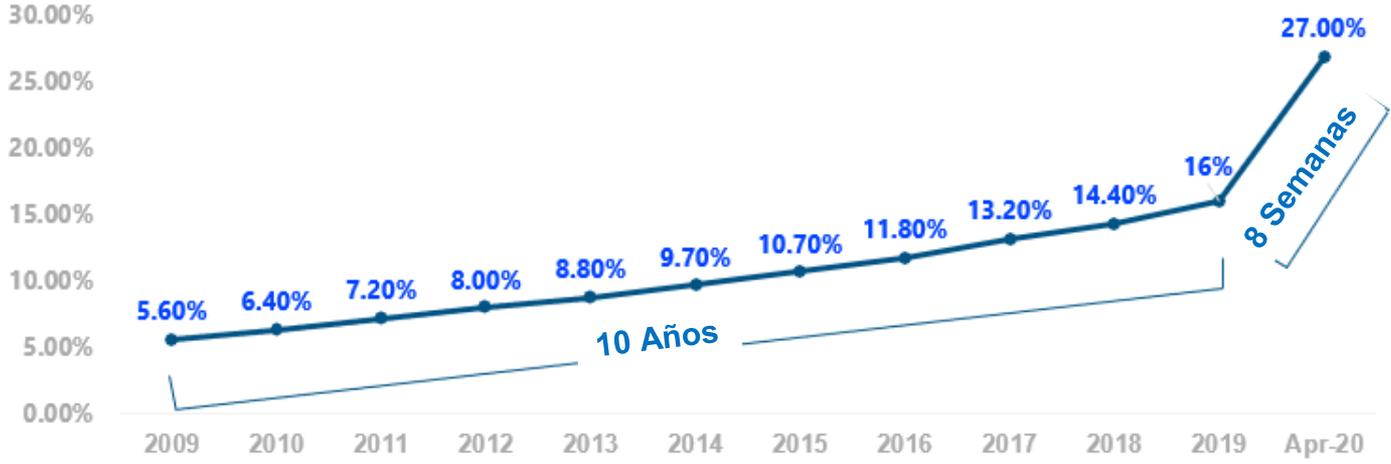
# 36%

de los clientes indicó haber adoptado **hábitos de consumo de alimentos más saludables**, comparado con la situación antes del COVID-19.

Cocino más de mis comidas	<b>41%</b>
Planifico más comidas por adelantado	<b>27%</b>
Pruebo nuevos platillos con mayor frecuencia	<b>20%</b>

# Comercio Electrónico: Años Ocurriendo en Semanas

## Penetración del Comercio Electrónico de EEUU (% de Ventas Minoristas)



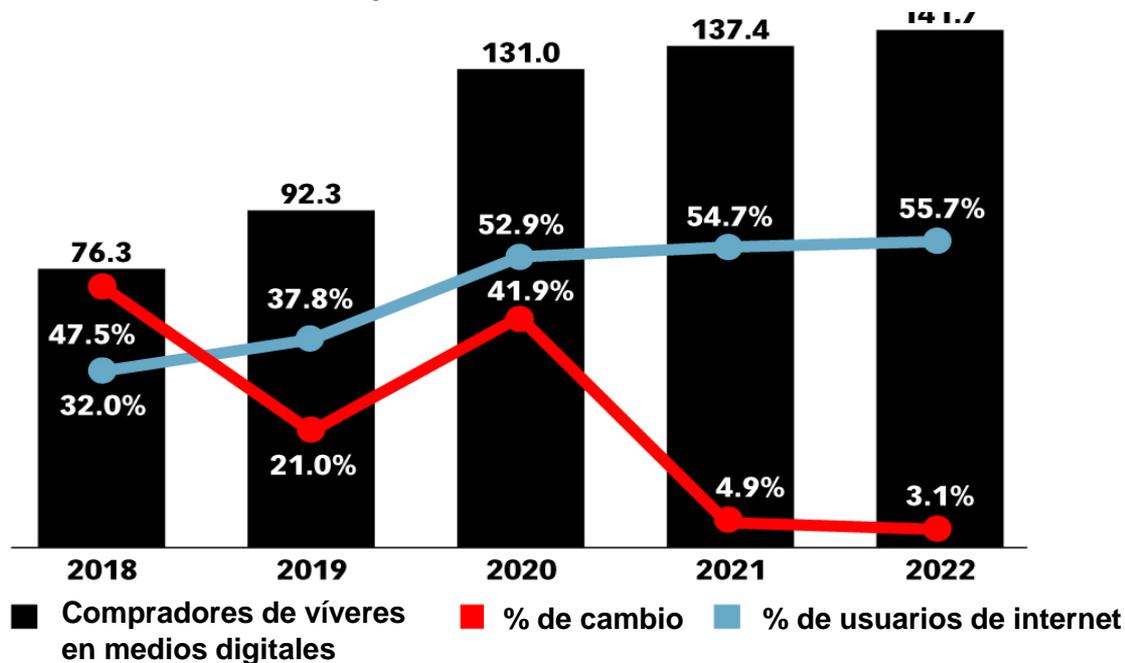
Bank of America, U.S. Department of Commerce, ShawSpring Research, 2020

# Alimentos y Bebidas: La Categoría de Comercio Electrónico con el Crecimiento Más Rápido

# 58%

de crecimiento en el número de artículos de alimentos y bebidas comprados a través de canales digitales en 2020, comparado con el año anterior

**Compradores de Víveres en Medios Digitales de EEUU, 2018-2020**  
millones, % de cambio y % de usuarios de internet



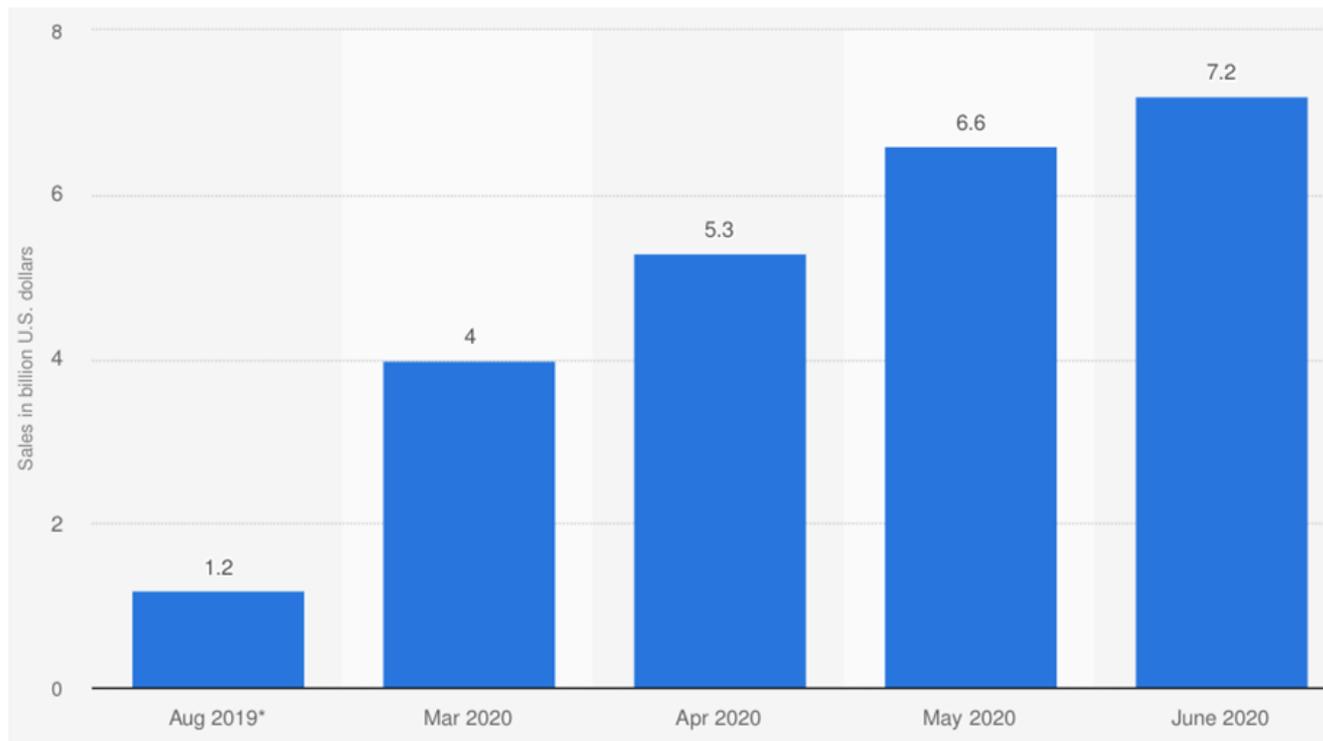
# Víveres – Entrega a Domicilio o Para Llevar: Crecimiento en las Ventas

## 233%

de crecimiento en las  
ventas entre agosto de  
2019 y marzo de 2020

## 80%

de crecimiento en las  
ventas entre marzo y  
junio de 2020



*Sales of grocery delivery and pickup in the United States in August 2019 and March to June 2020 (in billions US dollars)*  
Statista, July 15, 2020

# Ganadores: Entrega a Domicilio y Para Llevar

Incremento estimado en los pedidos de **Amazon Fresh** de un año a otro:

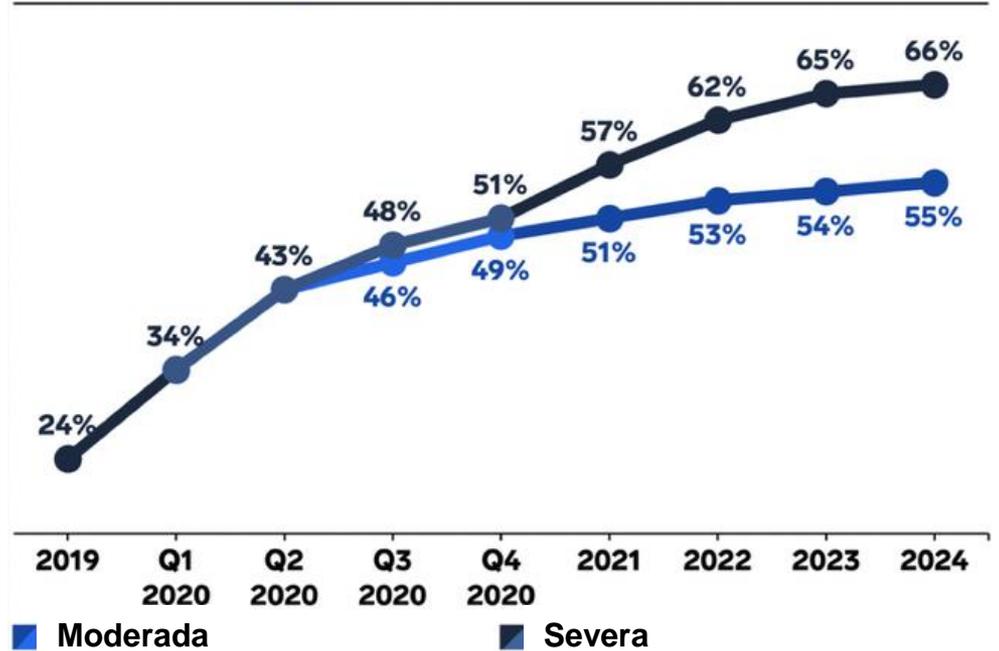
# 323%



# Implicaciones



## Proyección de la Penetración del Mercado de Víveres en la Web de los EEUU



# ¿Nuevos Hábitos?

**88%**

de los adultos tiene la expectativa de que habrá un **cambio persistente** en los hábitos de cocina, gastronomía, y compras

**48%**

de los adultos tiene la expectativa de que tendrán que **preparar comidas con mayor frecuencia**

**38%**

de los respondientes tiene la expectativa de que **comerán fuera con menor frecuencia**

# Tricia Bramley

Directora, Comercialización y Comunicaciones

National Mango Board

[tbramley@mango.org](mailto:tbramley@mango.org)

[linkedin.com/in/triciabramley/](https://www.linkedin.com/in/triciabramley/)



# ¿Ruptura o Reorientación?

¿Qué ocurre con el sector minorista?

¿Con el sector de servicio de alimentos?

¿Cómo le damos alcance a los  
consumidores ahora?

¿Cómo vislumbramos el futuro?

# La Reorientación con Minoristas

# La Reorientación con Minoristas

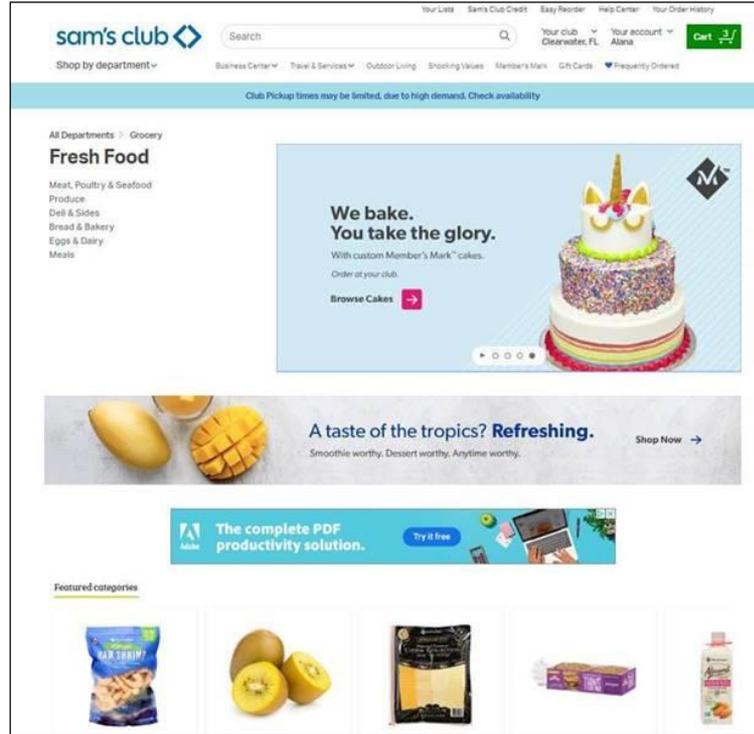
Se pusieron en pausa las demostraciones dentro de las tiendas de autoservicio

Los minoristas conservan espacio en el piso

Los clientes hacen viajes rápidos



# La Reorientación con Minoristas



# La Reorientación con Minoristas: Congelado

Mayor enfoque en narrativas que podemos controlar y amplificar en un mundo caótico con mucha incertidumbre

- Crear una mayor sensibilización, y expandir el consumo de mango congelado. Expandir el conocimiento general
- Aprovechar la disponibilidad y versatilidad consistentes
- Aprovechar el embalaje



MANGO AND RASPBERRY SOUR CREAM  
SHERBET

ABOUT BILLY



MY BOOK!



## Mango and Raspberry Sour Cream Sherbet

Serves 4-6

### For the Mango:

3 cups chopped fresh mango, frozen (about 2 mangos) or 3 cups frozen mango



# La Reorientación en Servicio de Alimentos

# La Reorientación en Servicio de Alimentos

“Los restaurantes y empleados están sintiendo el efecto catastrófico de la pandemia del COVID-19 en todo el país. Desde el 1ro de marzo, la industria ha perdido más de 3 millones de empleos y \$25 mil millones en ventas, y aproximadamente el 50% de los operadores de restaurantes anticipan que tendrán que recortar más personal durante el mes de abril.”  
– National Restaurant Association



Mantener el mango siempre en la mente de los operadores, chefs, y medios de comunicación

- Desarrollo de recetas y contenido
  - Serie de vídeos de chefs – técnicas y consejos
- Publicidad – redes sociales, publicaciones de la industria de servicio de alimentos, editoriales publicitarias, y asociaciones
- Oportunidades para el bien social

# La Reorientación en las Redes Sociales

# La Reorientación en las Redes Sociales

## Focalización

- Múltiples variaciones de anuncios
- Evaluación y ajustes constantes del rendimiento
- Atención concentrada en las Redes Sociales para estar al tanto de las inquietudes y las conversaciones



Anuncios focalizados con base en arquetipos



Campañas Interactivas



Activaciones y asociaciones pagadas



Publicaciones patrocinadas



# La Reorientación en las Redes Sociales

## La Locura por el Mango

Ejecución a través de Anécdotas en Instagram  
Votación por las recetas favoritas. ¡Uno ganará!



## Horas Más Felices y Demostraciones

Recetas sencillas  
Enfoque en la nutrición  
Fácil de preparar en casa



## Desarrollo de Recetas

Inspiración para recetas  
Viaje a través del sabor  
Conectar con iniciativas de "Cocina de Cuarentena"

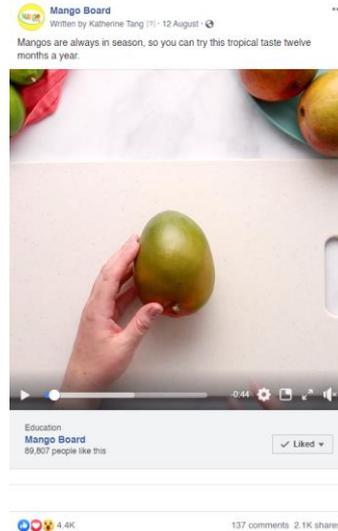


# La Reorientación en la Web

# La Reorientación en la Web

## Páginas de Aterrizaje Focalizadas

- La redacción y las imágenes encajaron con todos los anuncios que publicamos
- Comparamos todas nuestras métricas antes de publicar nuestros anuncios
- Aplicamos pruebas A/B a colocaciones y UX para optimización
- Refocalizamos para mensajes adicionales



## How to Cut a Mango

Mango Board March 28, 2017 Mango Tips



## A Video Demonstration

There are many ways to cut a mango. With all the cutting options, it can be difficult to choose the one that works best for you. To help with this decision, we created a quick video on how we like to cut our mangos.



## MANGO NUTRITION

In addition to sumptuous tropical flavor, mangos deliver nutritional value and make healthy eating a delightful sensory experience. The Dietary Guidelines for Americans recommend that healthy adults consume 5 to 13 servings of fruits and vegetables every day (based on a daily consumption of 1,200 to 3,200 total calories). That's where mangos come in! The versatile mango is available year round and adds delicious flavor to a balanced diet.

**Nutrition Facts**  
3/4 cup pieces  
Serving size (124g)

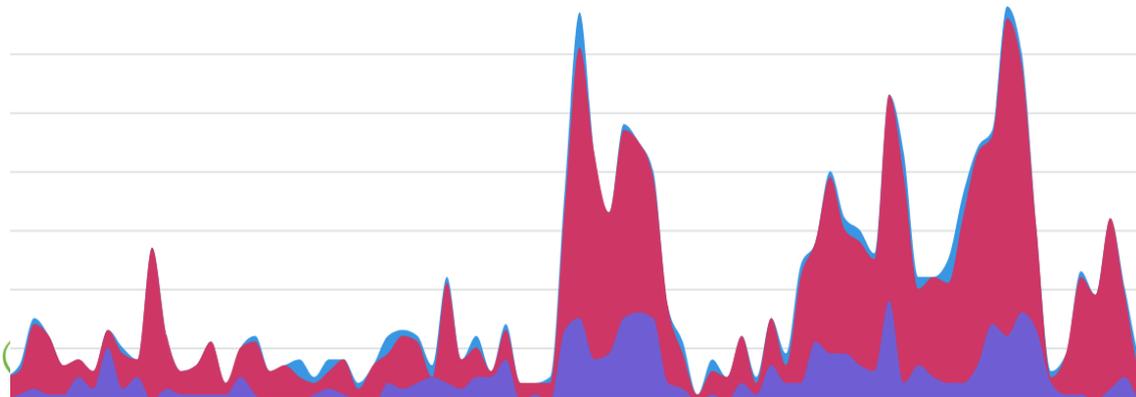


# El Plan Completo de Reorientación: Resultados

# Los Resultados del Plan Completo de Reorientación

En la web:

- Hasta fines de junio el número de usuarios ha incrementado por un 98%
- El número de nuevos usuarios ha incrementado por un 102%
- Las vistas de página han incrementado un 112%
- Las páginas por sesión han incrementado aproximadamente un 10%
- La duración promedio por sesión incrementó un 11%



En redes sociales:

- El crecimiento del auditorio ha incrementado un 12%
- El número total de emprendimientos ha incrementado un 60%

# Reorientando hacia 2021

# El Plan de Reorientación Completo: ¿Qué Sigue?

No sabemos qué pasará en 2021, así que estamos aprovechando este período para ventaja propia

- ¡Los datos son lo más importante!
- Informándonos acerca de nuestros consumidores: ¿cómo son? ¿qué necesitan de nosotros?
- Buscando más arquetipos que podemos focalizar
- Optimizar la experiencia de nuestros usuarios al navegar nuestros sitios
- Expandir nuestras asociaciones con cadenas minoristas y actores influyentes

Y ahora, tenemos que volver a los fundamentos

- Crear contenido importante y fascinante que resuena y educa
- Expandir nuestros futuros programas con estos datos

# ¡Gracias por participar!

**Manuel Michel**, [mmichel@mango.org](mailto:mmichel@mango.org), [linkedin.com/in/manuel-michel-3b62101b/](https://www.linkedin.com/in/manuel-michel-3b62101b/)

**Adrian Tennant**, [atennant@bigeyeagency.com](mailto:atennant@bigeyeagency.com), [linkedin.com/in/adrianctennant/](https://www.linkedin.com/in/adrianctennant/)

**Tricia Bramley**, [tbramley@mango.org](mailto:tbramley@mango.org), [linkedin.com/in/triciabramley/](https://www.linkedin.com/in/triciabramley/)



<https://www.usatoday.com/story/money/food/2020/03/06/costco-samples-coronavirus-suspends-free-samples/4980216002/>