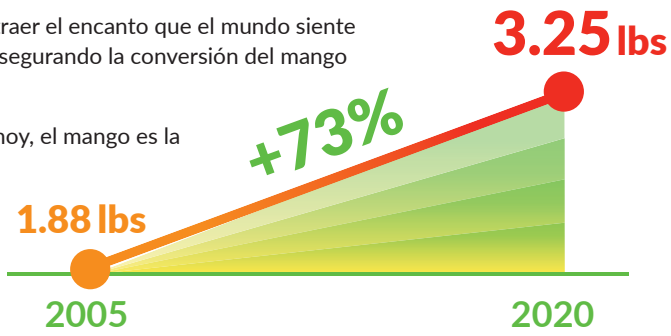
IMPULSANDO LA DEMANDA & LOGRANDO ÉXITO PARA TODA LA INDUSTRIA DEL MANGO

Desde 2005, la National Mango Board (NMB) ha estado emprendida en la misión de traer el encanto que el mundo siente por el mango a los Estados Unidos. Nuestro objetivo ha sido popularizar el mango – asegurando la conversión del mango de una fruta exótica a una necesidad cotidiana.

Gracias a ustedes, la inversión que han estado haciendo está dando réditos. Hoy por hoy, el mango es la **13ra fruta más popular en los EEUU.**[1]

Nuestros programas promocionales han contribuido al incremento a **3.25 libras per cápita** que se ha generado en el consumo en los EEUU, lo cual representa un aumento significativo comparado con el promedio de 1.88 libras que existía al inicio del programa.[2]



El volumen de importación de mango de los 5 principales países ha incrementado por un **93%** desde 2005.[3]

El valor generado por los programas de la National Mango Board durante los últimos 6 años ha resultado en una ganancia adicional de **$508 millones** para la industria del mango.[4]

EL MANGO AVANZA CON ÍMPETU

El mango está imprimiendo su huella en la cultura americana – lo cual es evidente al ver el tremendo crecimiento registrado por el mango en menús de restaurantes, así como la explosión de nuevos productos de mango en el mercado.

STARBUCKS

JAMBA JUICE

WENDY'S

MCDONALD'S

TGI FRIDAYS

BASKIN ROBBINS

El mango es el artículo agroalimentario de mayor crecimiento entre todas las frutas y hortalizas que se usan como guarnición, registrando un **incremento de +154%** en menús durante los últimos 4 años.[5]

También hemos inspirado lealtad entre algunos amantes del mango de alto perfil, y han generado amplia cobertura en los medios de comunicación. Incluso lanzamos nuestra propia Tienda del Mango improvisada en la Gran Manzana en 2019.

Necesitamos su ayuda para continuar nuestro éxito.

DERRIBANDO BARRERAS

Nuestra investigación al consumo nos indica los motivos por los que los consumidores no están agregando el mango a sus canastas con mayor frecuencia. Esto ha servido como guía para nuestro programa en el esfuerzo por superar estos desafíos:

- Cómo cortar un mango
- Cómo seleccionar un mango maduro
- Cómo identificar variedades de mango
- El mango siempre está en temporada

MOTIVANDO LA COMPRA

De igual manera, hemos estudiado los motivos por los que los consumidores se sentirían motivados a comprar más mango, y nuestro programa se ha enfocado en elevar estos atributos atractivos:

- Beneficios para la salud y nutrición
- Versatilidad e ideas creativas para servirlo
- Naturalmente dulce, sabor delicioso

IMPULSANDO LA DEMANDA

Estamos inspirando la compra del mango en la web y dentro de las tiendas – por medio de campañas innovadoras en las redes sociales y escaparates llamativos en tiendas minoristas. Nuestro programa también incluyó actividades para cultivar relaciones con cadenas minoristas y brindar herramientas para educar y motivar a los consumidores.

> **"Actualmente, el mango se promueve todo el año dentro de las tiendas de autoservicio, y pueden encontrar magníficas ideas y recetas para entretener a invitados en nuestro sitio web y plataformas de las redes sociales, lo cual ha contribuido al entusiasmo por el mango."**
>
> **Jojo Shiba**
> Presidenta de la NMB, Estados Unidos

> **"La contribución más importante de la National Mango Board a la industria, para nosotros los productores pequeños, es tener la certidumbre de que nuestro producto tendrá demanda en el mercado. Esto contribuye a los retornos por nuestra cosecha, y las actividades de sensibilización nos inculcan la confianza de que nuestro producto se venderá en el mercado."**
>
> **Eddy Martinez**
> Miembro del Consejo de Administración, Guatemala

ENFOQUE EN LA CALIDAD Y EL SABOR

Es indispensable que brindemos el producto de la mejor calidad para asegurar que los consumidores estadounidenses disfruten de la mejor experiencia al consumir el mango. Por ese motivo hemos financiado proyectos de investigación, explorado nuevos tipos de embalaje y procedimientos, y nos hemos dedicado a actividades educativas en toda la cadena productiva.

[1] USDA Economic Research Service
[2] USDA Economic Research Service
[3] National Mango Board
[4] National Mango Board – Mango Awareness Demand Model (February 2013 to June 2019) Dr. Ronald Ward, Emeritus Professor at University of Florida
[5] United Fresh Produce Association - Fresh Insights for Foodservice Spring 2020

AGRADECEMOS SU APOYO

Gracias por hacer todo esto posible. Seguimos comprometidos con asegurar que la inversión de cuotas está produciendo los mejores resultados posibles para toda la industria del mango. Agradecemos su constante apoyo.

Para obtener más información acerca del trabajo de la National Mango Board, visiten Mango.org.

@Mangoboard | @Mango_board