



Mango .org



**National
Mango
Board**

**ELEVANDO EL
MANGO A LA
CATEGORÍA
DE ESENCIAL**

**INFORME
ANUAL
2023**





DE IZQUIERDA A DERECHA: Edwin Zaparolli, Francisco Javier Villegas Ontiveros, Cesar Morocho Marchan, Guillermo R. Lozano, Tom Hall, Daniel J. Ibarra, Mary Velásquez, Rod Chamberlain, Albert Pérez, Umi Martin, Clark Golden, Luis Carlos Martínez, Tom Argyros, and Chris Ciruli. No en la foto: Victoria Aguirre, Carlos Palafox, y Alyssa Hind.

Cultivando la Accesibilidad del Mango

MISIÓN:

Aumentar el consumo de mango fresco en EE.UU. inspirando a los consumidores y educándoles sobre la cultura, el sabor y la nutrición del mango, al mismo tiempo que unificamos a la industria.

VISIÓN:

Que el mango pase de ser una fruta exótica a un alimento básico en todos los hogares estadounidenses.

PRIORIDADES ESTRATÉGICAS:

1. Suministrar Mango Sabroso con la Máxima Calidad:

Establecer y mantener un producto consistente de alta calidad y mejorar el perfil de sabor que se le brinda al consumidor.

2. Posicionamiento en el Mercado:

Lograr un mejor entendimiento de nuestro público de mayor valor estratégico y desarrollar una plataforma de posicionamiento/mensajes claros, duradera, e inclusiva que a su vez sea coherente en todos los canales.

3. Educación del Consumidor:

Entender y dimensionar los principales obstáculos al consumo, y crear y ejecutar estrategias para mejorar la familiaridad y comprensión de los consumidores..

4. Penetración del Mercado:

Impulsar la penetración del mango en los mercados minoristas y de servicios de alimentos.

5. Servicio a la Industria:

Mejorar el valor agregado y la satisfacción de la industria de mango.

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

Albert Perez,
Presidente del Consejo - Importador,
Distrito I

Thomas Hall,
Vicepresidente del Consejo -
Importador, Distrito II

Cesar Morocho,
Secretario - Productor Extranjero

Luis Carlos Martinez,
Tesorero - Productor Extranjero

Carlos Palafox,
Funcionario de Relaciones con la
Industria - Productor Extranjero

Alyssa Hind,
Presidente del Comité de
Comercialización y Comunicaciones -
Importador, Distrito II

Rod Chamberlain,
Presidente del Comité de
Investigación y Relaciones con la
Industria - Productor Nacional

Mary Velasquez,
Vicepresidente del Comité de
Comercialización y Comunicaciones -
Importador, Distrito IV

Francisco Villegas,
Vicepresidente del Comité de
Investigación y Relaciones con la
Industria - Productor Extranjero

Chris Ciruli - Importador Distrito II

Clark Golden - Importador Distrito I

Daniel Ibarra - Importador Distrito III

Tom Argyros - Importador Distrito III

Guillermo Lozano - Productor
Extranjero

Edwin Zaparolli - Productor
Extranjero

Victoria Aguirre - Productor
Extranjero

Umi Martin - Productor Nacional



Contenido

Mensaje del Director Ejecutivo.....	4
Mensaje del Presidente.....	6
Volumen y Valor.....	8
Prioridad estratégica de la NMB I.....	9
Prioridad estratégica de la NMB II.....	10
Prioridad estratégica de la NMB III.....	11
Prioridad estratégica de la NMB IV.....	15
Prioridad estratégica de la NMB V.....	22

El Mango en Cifras

Estados Financieros

MKA CPA's and Auditors, auditó los estados financieros de la NMB para los ejercicios fiscales 2023 y 2022, y emitió un informe fechado el 6 de mayo de 2024. La auditoría se realizó de acuerdo con las normas de auditoría generalmente aceptadas en los EE.UU. y las normas de auditoría gubernamental. *MKA CPA's and Auditors* auditó los estados financieros a partir del 31 de diciembre de 2023 y 2022, y los correspondientes estados de actividades, flujos de caja y gastos operativos para los ejercicios finalizados en dichas fechas, así como las observaciones documentadas correspondientes a los estados financieros. De acuerdo con la opinión de *MKA CPA's and Auditors*, los estados financieros a los que se hace alusión arriba presentan de forma fidedigna, en todo aspecto material, la posición financiera de la Junta a partir del 31 de diciembre de 2023 y 2022, de acuerdo con las normas de auditoría generalmente aceptadas en los EE.UU.

Ingreso

Cuotas de producto fresco	\$ 9,449,244
Contribuciones de activos no - financieros	\$ 5,000
Ingreso de Intereses	\$ 315,153
Ingreso Total	\$ 9,769,397

Gastos

Gastos de Programas	
Comercialización	\$ 6,959,438
Investigación	\$ 2,729,046
Gastos Totales de Programas	\$ 9,688,484
Gastos generales y administrativos	\$ 1,032,233
Gastos Totales	\$ 10,720,717
Cambio en activos netos sin restricciones de donantes	\$ (951,320)
Activos netos sin restricciones de donantes (Inicio de año)	\$ 11,264,870
Activos netos sin restricciones de donantes (Fin de año)	\$ 10,313,550

Mensaje del Director Ejecutivo

Ramón Ojeda

Director Ejecutivo de la NMB

Un Año de Crecimiento con Miras al Futuro



Es con gran placer que me dirijo a ustedes a través de nuestro informe anual en calidad de Director Ejecutivo de la National Mango Board. Desde que asumí este cargo en el verano de 2022, he tenido el honor de dirigir a nuestra organización en su misión de incrementar el consumo de mango en todo Estados Unidos. Durante el último año, he tenido la oportunidad de interactuar con muchos de ustedes, así como de supervisar la implementación exitosa de iniciativas claves descritas en nuestro plan de trabajo anual, incluyendo los programas de Comercialización y Comunicaciones, Investigación y Relaciones con la Industria.

Reflexionando sobre el año pasado, destacan varios aspectos. Además de nuestras iniciativas estratégicas, expandimos nuestros esfuerzos de comercialización a los campos de deportes y entretenimiento, participando en eventos y activando patrocinios para elevar aún más la presencia del mango entre diversos públicos. **ESTOS ESFUERZOS NOS HAN PERMITIDO DARLE ALCANCE A NUEVOS CONSUMIDORES Y REFORZAR EL ATRACTIVO DEL MANGO EN DIVERSOS CONTEXTOS DE ESTILOS DE VIDA.** También tuve el privilegio de visitar a miembros de la industria en diversos lugares como México, Guatemala, California, Arizona y Florida, así como de participar en exposiciones minoristas, ferias de productos agrícolas, y el XIII Simposio Internacional del Mango. Estas experiencias han profundizado mi comprensión de la industria del mango y me han proporcionado conocimientos invaluable para impulsar nuestro éxito colectivo. Sin duda, 2023 ha presentado retos para nuestra industria, especialmente debido a los fenómenos climatológicos radicales que han afectado a la producción de mango en el extranjero y que han provocado una menor disponibilidad de mango per cápita en comparación con el año anterior.

*Solos Podemos Hacer Poco;
Juntos Podemos Hacer Mucho.*

Helen Keller

Sin embargo, a pesar de estos desafíos, nuestra colaboración con socios de los sectores minorista y de servicios de alimentos se ha mantenido sólida. Nuestro equipo de Relaciones con la Industria ha llevado a cabo numerosas charlas, seminarios virtuales, y talleres para educar a los productores y empacadores de mango, mientras que nuestro departamento de comercialización ha seguido produciendo la serie *Origen del Mango*, que destaca las regiones productoras de mango de todo el mundo.

MIRANDO HACIA ADELANTE, ME SIENTO OPTIMISTA POR EL FUTURO DE NUESTRA INDUSTRIA. Con el creciente reconocimiento por parte de los consumidores de la versatilidad y los beneficios para la salud del mango, aunado a nuestra programación integral y espíritu de colaboración, creo que el año 2024 es muy prometedor para nosotros. Extiendo una invitación personal a cada uno de ustedes para que se unan a mí en nuestra misión de aumentar el consumo de mango en EE.UU.

Ramon Ojeda
Director Ejecutivo





Saborea la Alegoría del Mango



Mensaje del Presidente

Albert Pérez

Presidente de la NMB 2023

Esfuerzos Fructíferos: El avance de la industria del mango con la National Mango Board



FRIEDRICH NIETZSCHE DIJO, “LO QUE NO NOS MATA NOS HACE MÁS FUERTES.”

Sin duda, nuestro querido mango ha sido puesto a prueba en los últimos 12 meses. Incluso se podría decir que han sido algunos de los tiempos más difíciles que hemos enfrentado. Creo que una de las razones es que nuestra industria del mango ha crecido. Ya no somos un “producto de especialidad” ni únicamente un “producto étnico”. El mango ha madurado y florecido hasta convertirse en un producto básico durante todo el año en los supermercados estadounidenses, así como en la delicia culinaria de muchos platillos de nuestros menús cotidianos. **EL MANGO ES UNA FRUTA QUE ENCUENTRA LA FORMA DE HACERNOS FELICES** en cada parte de nuestro día y en cada estación durante las 52 semanas del año.

El crecimiento y la maduración de nuestra industria son precisamente el motivo por lo que hay tanto en juego. Por eso también es vital contar con el apoyo de una Junta de Investigación y Promoción en el mercado estadounidense. Al reflexionar sobre los éxitos de la National Mango Board (NMB) a lo largo de 2023, me siento muy agradecido por los avances que hemos logrado para la industria del mango a nivel nacional. En mi primer mandato como presidente, ha sido un honor dirigir a nuestro dedicado directorio y ser testigo de los pasos impactantes que hemos dado juntos como industria.

A lo largo del año pasado, nuestro enfoque principal en iniciativas estratégicas de comercialización, así como con las campañas nutricionales en curso, posicionó exitosamente al mango no sólo como una fruta sabrosa, sino también como una fruta muy nutritiva para personas de todas las edades, contribuyendo significativamente al bienestar del consumidor. Un logro notable ha sido el crecimiento constante de las ventas de mango en tiendas minoristas.

Nuestros esfuerzos de mercadotecnia focalizada y colaboraciones con minoristas produjeron un aumento consistente en la demanda de mango por parte de los consumidores, lo que dio como resultado un mayor espacio en los anaqueles y una mejor visibilidad para la fruta.

Además, hemos invertido en una nueva agencia de medios digitales y sitios web para mejorar nuestra presencia en línea e interactuar con los consumidores de manera más eficaz. Esta inversión nos permitirá crear un sitio web más fácil de usar y seguir desarrollando contenido digital atractivo que destaque la versatilidad y los beneficios que el mango ofrece para la salud. A través de estos esfuerzos, seremos capaces de llegar a un público más amplio y fomentar conexiones más

profundas con los consumidores. La expansión de nuestro alcance promocional a los ámbitos de deportes y entretenimiento ha sido otro acontecimiento emocionante. Colaborando con plataformas deportivas, hemos realzado la versatilidad y el atractivo del mango en diversos entornos. Al integrar promociones y anuncios focalizando el mango en eventos deportivos y lugares de entretenimiento, hemos llegado a públicos nuevos y diversos, reforzando el mango como una fruta vibrante y fascinante para todas las ocasiones.

Además, nuestro compromiso con la investigación del mango ha sido esencial para nuestros esfuerzos de comercialización. Al aprovechar los resultados de las investigaciones más recientes, hemos podido mejorar la credibilidad de nuestras campañas de comercialización, y educar más a los consumidores sobre los beneficios nutricionales del mango. Esta integración de la investigación en nuestras estrategias de comercialización ha reforzado nuestros mensajes y ha mejorado la confianza que el consumidor tiene en la marca del mango.

Para concluir, estoy inmensamente consciente de los avances que hemos logrado como equipo en la National Mango Board en 2023. Juntos, no sólo hemos elevado la percepción del mango como una fruta deliciosa y nutritiva, sino que también hemos extendido nuestro alcance a nuevos consumidores a través de estrategias innovadoras de comercialización y colaboraciones.

Al mirar hacia el futuro, estoy lleno de optimismo y determinación para continuar dirigiendo a la NMB hacia un éxito aún mayor. Esto lo digo con un entendimiento muy claro de quiénes son nuestros constituyentes, además de un enfoque muy centrado en nuestra misión: **INCREMENTAR EL CONSUMO DE MANGO EN LOS EE.UU. Y UNIFICAR A NUESTRA INDUSTRIA.** Concentrando colectivamente nuestra dedicación, pasión y visión, confío en que seguiremos impulsando un cambio positivo dentro de la industria del mango e inspirando el encanto por el mango entre los consumidores de todo el mundo. Gracias a todos los miembros de nuestro directorio, personal administrativo, socios, y simpatizantes por su inquebrantable compromiso y arduo trabajo.

POR UN FUTURO FRUCTÍFERO UNIDOS.

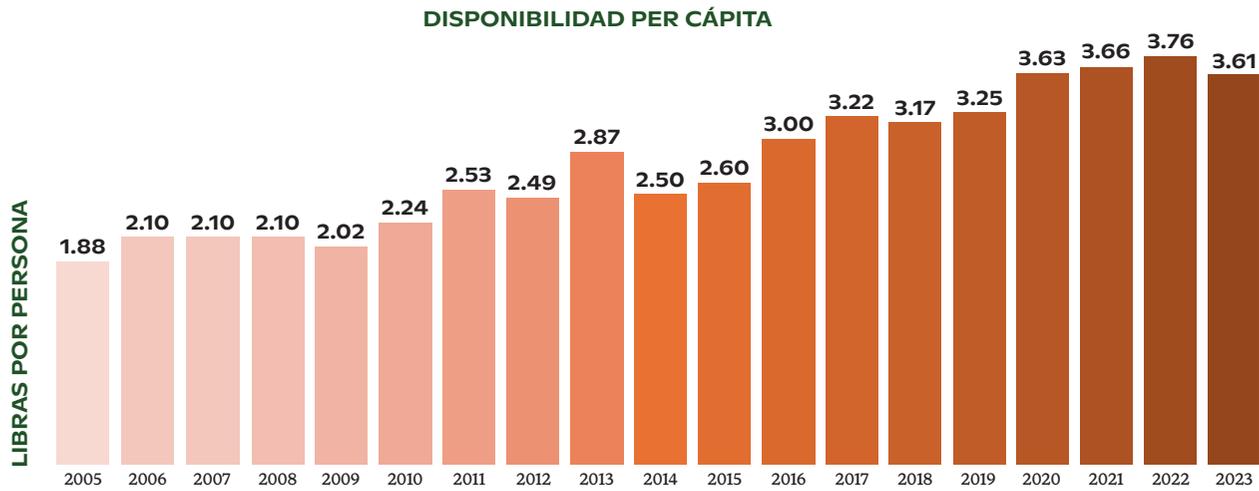
Albert Pérez
Presidente de la NMB



**Súper
Delicioso.
Ultra
Nutritivo.**



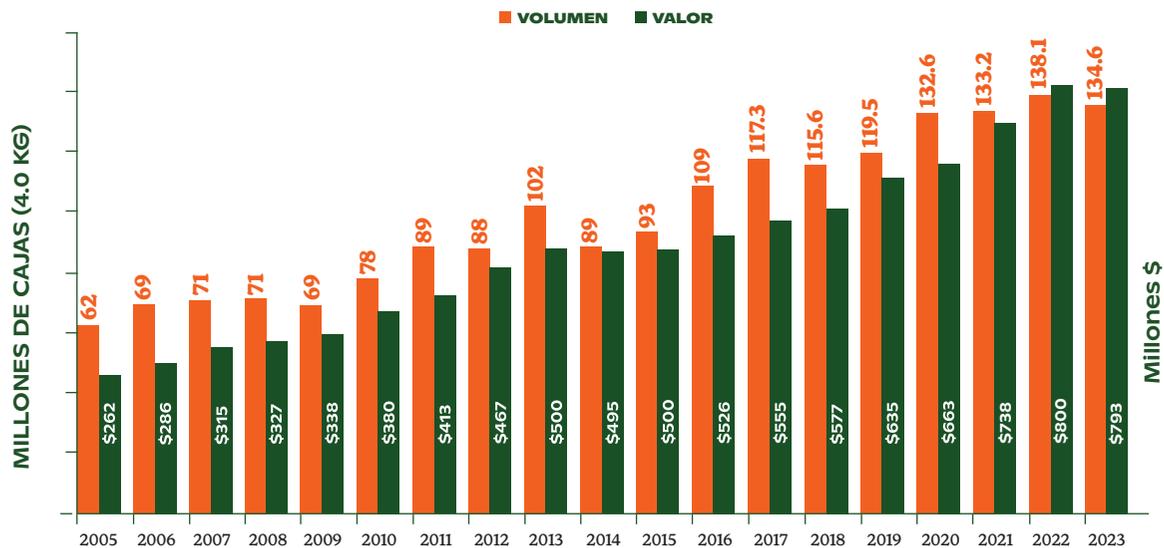
DISPONIBILIDAD PER CÁPITA EN EE.UU.



Fuente: 2005-2021 USDA Economic Research Service; *2022-2023 cómputo de la NMB

VOLUMEN DE IMPORTACIÓN Y VALOR DEL MANGO

PRINCIPALES CINCO (5) PAÍSES EXPORTADORES A LOS EE.UU.
(México, Perú, Ecuador, Brasil, y Guatemala)



Fuente: USDA Market News & National Mango Board

Proyectos de Investigación Sobre Inocuidad y Sustentabilidad Alimentaria

Evidencia con base en la investigación

El suministro de mango de alta calidad es un compromiso que asumen todos los miembros de la industria del mango. El compromiso con la calidad y consistencia del mango asegura que los consumidores seguirán comprando y disfrutando el producto. La National Mango Board invirtió en los siguientes proyectos centrados en aumentar el tamaño de la fruta y la calidad del mango, así como mitigar los efectos de los problemas habituales en la producción de mango, como la floración irregular y la presencia de plagas y enfermedades. Una vez finalizados los proyectos, los informes completos se publican en www.mango.org/research/

Proyectos disponibles en www.Mango.org

Proyectos Completados:

- La Demanda de Nutrientes para el Mango – Dr. Ítalo Cavalcante
- Mejorando la Calidad de la Fruta de Mango – Dr. Ítalo Cavalcante
- Validación de la Floración Irregular – Dr. María Hilda Pérez Barraza
- Tejido Esponjoso – Dr. Reginaldo Báez Sañudo
- Incidencia y Manejo de la Escoba de Bruja – Revisión de Literatura – Dr. Stanley Freeman
- Estrategias para Producto Fresco Cortado – Revisión de Literatura – Dr. Volnei Pauletti & Dra. Francine Cuquel
- Tecnología de Equipo Existente para Producto Fresco Cortado – Revisión de Literatura – Jeffrey Brandenburg
- Optimización del Embalaje y Vida de Anaquel para Mango Fresco Cortado – Jeffrey Brandenburg

Proyectos en Curso:

- Yeso Agrícola – Dr. Voleni Pauletti
- Fórmula Beneficio-Costo para Diferentes Variables – Dr. Kimberly Morgan
- Conservación del Mango Fresco – Dr. J. Antonio Torres
- Tecnologías para Aumentar el Tamaño del Mango (Guatemala) – Dr. Ítalo Cavalcante
- Tecnologías para Aumentar el Tamaño del Mango (Ecuador & Perú) – Dr. Ítalo Cavalcante
- Manejo de la Floración con Diferentes Inductores – Dr. María Hilda Pérez Barraza
- Área Libre de Mosca de la Fruta – Fase III – Dr. Roger Valenzuela
- Marcadores Genéticos del Mango – Dr. Navot Galpaz
- Efectos de Diferentes Niveles de Agua en la Producción de Mangos – Rudy Osberto Cabrera
- Marcadores Genéticos para la Inducción Floral a Altas Temperaturas – Dr. Yuval Cohen
- Tecnologías para la Cosecha y la Poscosecha – Revisión de Literatura – Dr. Ping Lu & Dr. Víctor Galán
- Alternativas al Uso de Round-Up – Revisión de Literatura – Dr. Ramdas Kanissery

Sustentabilidad alimentaria

El Programa de Inocuidad y Sustentabilidad Alimentaria se dedica a ofrecer recursos con base científica a la industria del mango con el objetivo de mejorar la inocuidad del mango en los EE.UU. y alentar a los productores y empacadores a adoptar prácticas sustentables. Nuestra página web sobre la Inocuidad Alimentaria del Mango es un valioso centro de recursos, que proporciona herramientas alineadas con la Ley de Modernización de la Inocuidad Alimentaria de la Administración de Alimentos y Drogas (FDA, por sus siglas en inglés). Estas herramientas son fáciles de usar y están disponibles en diversos formatos, como copias impresas y descargas móviles, lo que las hace accesibles para uso de la industria. El sitio web *Mango Sustainability* se concentra en iniciativas y prácticas de sustentabilidad. Además del *Manual de Sustentabilidad*, ofrece información sobre actividades sostenibles. Los usuarios pueden aprender a ser más sostenibles, crear planes de acción para su implementación, y evaluar sus actuales esfuerzos de sostenibilidad a través de esta plataforma.



Éxito Comercial en 2023: Impulsar el Consumo de Mango Fresco

En 2023, la National Mango Board (NMB) logró un éxito notable en sus esfuerzos de comercialización, a pesar de enfrentar retos significativos en el panorama del mercado. A través de iniciativas estratégicas y una dedicación inquebrantable, pudimos incrementar el consumo de mango fresco en 0.4% en todo Estados Unidos, un testimonio de la eficacia de los esfuerzos del equipo.

Uno de los logros sobresalientes del año fue la resiliencia de la Junta ante la adversidad, particularmente durante el desafiante cuarto trimestre. A pesar de los obstáculos, nos mantuvimos firmes en nuestro compromiso de promocionar el mango fresco, garantizando que continuara siendo la principal opción para los consumidores de todo el país. Nuestra capacidad para sortear estas dificultades subraya la fortaleza y adaptabilidad de nuestras estrategias de comercialización.

UN ASPECTO FUNDAMENTAL DE NUESTRO ÉXITO HA SIDO LA EXPANSIÓN DE NUESTRA PRESENCIA EN UNA AMPLIA GAMA DE MINORISTAS DIGITALES Y PRESENCIALES. Al forjar asociaciones estratégicas y aprovechando canales de comercialización innovadores, pudimos llegar a un público más amplio y hacer que el mango fresco fuese más accesible que nunca. Esta expansión no sólo facilitó una mayor participación de los consumidores, sino que también contribuyó al crecimiento sostenido del consumo de mango fresco en Estados Unidos.

La National Mango Board (NMB) continuó un emocionante viaje para capturar la esencia del mango fresco a través de cautivadoras historias de origen. Filmados en California, Guatemala, Brasil y Perú, estos documentales ofrecen una mirada detrás del telón de la rica herencia cultural y las meticulosas prácticas de cultivo que contribuyen a la incomparable calidad de nuestro mango. Al compartir estos relatos con los consumidores, pretendemos fomentar una apreciación más profunda del viaje de cada mango desde el huerto hasta la mesa, destacando la dedicación de nuestros productores y los vibrantes paisajes que nutren estas deliciosas frutas. Las historias de origen no sólo sirven para educar e inspirar, sino que también refuerzan la conexión entre los consumidores y las comunidades que cultivan esta fruta tan apreciada. A medida que continuamos mostrando las historias detrás de nuestros mangos, confiamos en que los consumidores desarrollarán una afinidad más profunda por el mango fresco y el papel que ejerce en mejorar las experiencias culinarias y estilos de vida saludables.

Además de expandir nuestra presencia a través de plataformas digitales y cadenas minoristas, la National Mango Board (NMB) también ha extendido sus esfuerzos de comercialización a los ámbitos del deporte y el entretenimiento. En asociación con instituciones como la Universidad Estatal de Florida, hemos integrado a la perfección promociones de mango fresco en diversos eventos deportivos y de entretenimiento, incluyendo espectáculos de medio tiempo patrocinados, actividades de participación de los aficionados, y colocación de productos

durante juegos y conciertos. Este tipo de colaboraciones estratégicas mejoran la visibilidad de la marca y crean experiencias memorables para los consumidores, al tiempo que asocian el mango fresco con momentos de alegría y celebración. Además, para ampliar nuestros esfuerzos de comercialización digital, la NMB recientemente contrató a una nueva agencia de comercialización digital, Augustine Agency. Esta alianza marca un hito emocionante en nuestro viaje, ya que aprovechamos la experiencia y las estrategias innovadoras de esta agencia para mejorar aún más nuestra presencia en línea, y obtener resultados positivos. Al centrarnos en enfoques basados en datos y tácticas de captación de consumidores, confiamos en que esta colaboración nos permitirá alcanzar nuevas cotas en la promoción del consumo de mango fresco, y consolidar nuestra posición como líderes del sector.

De cara al futuro, estas iniciativas, unidas a nuestro compromiso constante con la innovación y los enfoques centrados en el consumidor, nos sitúan en una posición sólida para seguir creciendo y cosechando éxitos en los próximos años. Mientras navegamos por el cambiante panorama de la comercialización y las preferencias de los consumidores, seguimos dedicados a ofrecer valor a nuestros grupos de interés y a fomentar una conexión más profunda con los consumidores de todo el país. **JUNTOS, SEGUIREMOS ELEVANDO LA PRESENCIA DEL MANGO FRESCO, LLEVANDO ALEGRÍA Y ALIMENTO A LOS HOGARES DE TODO EL PAÍS.**

Dan Spellman
Director de Comercialización



Avanzando la Comprensión: Educación y Concientización Sobre el Mango



Analizar y expandir la comprensión de los obstáculos al consumo y aplicar estrategias para familiarizar al consumidor.

En 2023, las iniciativas de comercialización al consumo de la NMB cautivaron al público con vibrantes campañas, destacando la versatilidad, riqueza cultural, y los beneficios nutricionales del mango.

Puntos Sobresalientes

Consumo Creciente

En los últimos años, Estados Unidos ha experimentado un notable aumento en el consumo de mango, impulsado por la creciente concienciación de los consumidores sobre los beneficios de esta fruta para la salud, y su versatilidad culinaria. Según datos de la industria, el consumo per cápita de mango en EE.UU. ha aumentado de forma constante, lo que refleja un cambio de tendencia hacia hábitos alimentarios más saludables y una cocina multicultural. Este aumento del consumo se ha visto respaldado por una mayor disponibilidad de mango fresco en supermercados y tiendas de viveres de todo el país, así como por la introducción de convenientes productos de mango precortado y envasado.

El ascenso del Mango en su Clasificación

En los últimos cinco años, el mango ha experimentado un notable ascenso en la clasificación de frutas consumidas en Estados Unidos. De ocupar el puesto 18 hace sólo cinco años, el mango ha ascendido rápidamente a la novena posición, según datos de la industria.* Este avance significativo subraya la creciente popularidad y la amplia aceptación del mango entre los consumidores estadounidenses. El rápido ascenso del mango en su clasificación subraya su creciente importancia en la dieta americana y refleja la presencia cada vez mayor de esta fruta en los hogares y en el panorama culinario de todo el país.

Crecimiento en las Redes Sociales

La industria del mango en Estados Unidos ha experimentado un crecimiento exponencial en la participación en los medios sociales, con plataformas como Instagram, Facebook y TikTok, desempeñando un papel fundamental en la configuración de las preferencias de los consumidores y el impulso de la demanda. Con un aumento de la participación en las redes sociales de más del 60% en los últimos años, las marcas de mango y las personas influyentes (*Influencers*) han aprovechado estas plataformas para mostrar la versatilidad de la fruta, compartir recetas, e interactuar directamente con los consumidores. Este aumento de la actividad en las redes sociales no solo ha dado a conocer el mango, sino que también ha facilitado una mayor participación de los consumidores, fomentando una vibrante comunidad en línea en torno a esta popular fruta.

*Nielsen's AOC Answers On Demand, 12/31/2023

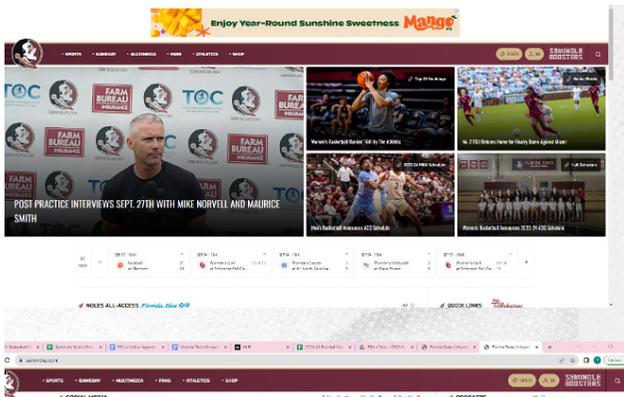


Del Campo a la Cocina

Asociación con la Universidad Estatal de Florida



La colaboración entre el departamento de deportes de la Universidad Estatal de Florida (FSU Athletics) y la National Mango Board (NMB) ejemplifica la potencia de la fuerza de la marca y los valores compartidos para impulsar asociaciones impactantes. Esta alianza no sólo subraya la talla de la FSU como una institución de primer nivel en el atletismo universitario, sino que también destaca la excelencia nutricional defendida por la NMB en varios deportes, incluyendo el fútbol varonil y el atletismo femenino. La estimada reputación de la FSU en el atletismo brinda una plataforma sólida para promover el mango entre una base de aficionados leales.



Además, la asociación entre la National Mango Board y FSU Athletics ha logrado un éxito notable en darle alcance al público a través de los canales digitales, acumulando más de 5 millones de impresiones. Aprovechando el poder de las plataformas sociales, la publicidad en línea, y el contenido digital, la NMB y la FSU Athletics han interactuado eficazmente con aficionados, estudiantes y comunidades por igual. A través de campañas cautivadoras, publicaciones informativas y contenido interactivo, han difundido eficazmente la concienciación sobre los beneficios nutricionales del mango y la importancia de incorporarlo a un estilo de vida saludable. Este impresionante alcance subraya la eficacia de sus esfuerzos de colaboración en la utilización de plataformas digitales para promover la salud, el bienestar y la participación de la comunidad.



Prioridad Estratégica III de la NMB –
Educación del Consumidor

Tendencias en las Redes Sociales



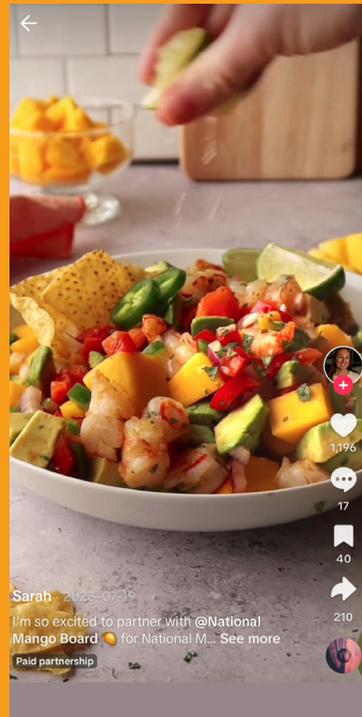
Post de la NMB: 2,784
Interacciones, 16,908 Impresiones



Colaboración con Zaynab: 34,401
Interacciones, 612,100 Impresiones



Colaboración con Kasim: 56,088
Interacciones, 561,888 Impresiones



Colaboración con Sarah: 2,041
Interacciones, 189,954 Impresiones

Puntos Sobresalientes de las Redes Sociales

Los programas robustos de redes sociales de la National Mango Board en los canales de Facebook, Instagram, Pinterest, YouTube y TikTok continúan creciendo. Los resultados generales totalizaron 11.49 millones de impresiones, más de 347 mil interacciones, 2.3 millones de reproducciones de video, y una tasa de interacción promedio de 1.4%. Entre las publicaciones que lideraron la participación y el rendimiento se incluyeron recetas de asociaciones y contenido educativo sobre el mango.

Resultados por Canal

Facebook
100,099 seguidores
227,200+ interacciones
6.09 millones de impresiones
1.43 millones de videos vistos

Instagram
28,789 seguidores
25,300+ interacciones
5.39 millones de impresiones
149,200+ videos vistos

YouTube
6,020 seguidores
4,000+ interacciones
856,000+ impresiones
730,000+ videos vistos

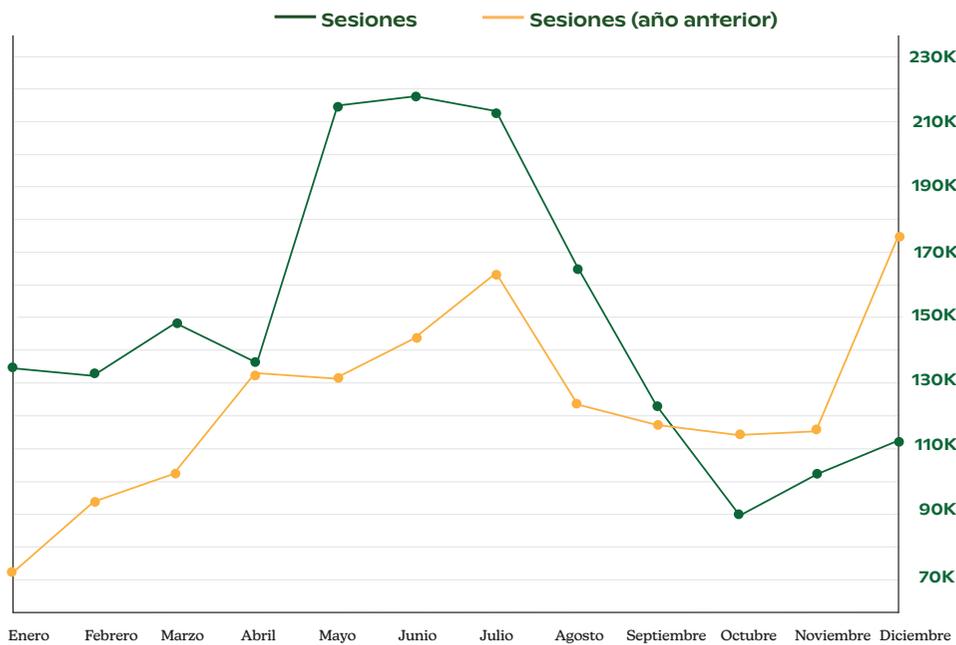
Pinterest
4,086 seguidores
94,000+ interacciones
12.1 millones de impresiones

National Mango Board **13**

Promociones Digitales

En 2023, las campañas se ampliaron a lo largo del año e incluyeron actividades educativas focalizadas en el mango y, asimismo, fiestas tradicionales del sector minorista. Los esfuerzos con el sector minorista incluyeron páginas de aterrizaje en el sitio web para los temas de regreso a la escuela, día de las brujas (Halloween), organización de fiestas, etc. Estas páginas destacaron recetas apropiadas para cada celebración con la finalidad de impulsar la intención de compra.

RESEÑA GENERAL DEL TRÁFICO EN EL SITIO WEB PARA 2023



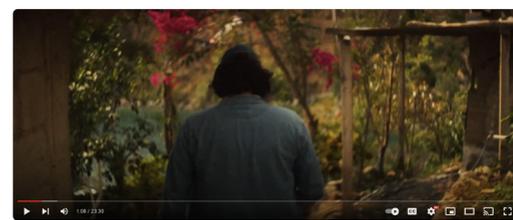
Lo Más Destacado en las Redes Sociales

Mango Origin Stories

La campaña Historias del origen del Mango recurrió a la narración épica de historias en vídeo para poner de relieve el singular viaje del mango de la granja a la mesa. La atractiva naturaleza del contenido pretende inspirar a los consumidores al tiempo que los educa sobre el sabor y la cultura del mango, así como sobre la historia y la cultura de las regiones productoras de mango. En 2023, la NMB completó la filmación de 4 Capítulos y lanzó 3 capítulos a lo largo del año.



La serie *Mango Origin Stories* destacó los 6 vídeos más vistos en el canal de YouTube de la NMB en 2023, con más de 375 mil vistas totales de estos videos en esa plataforma.



Promoviendo la Nutrición del Mango

Reclutando a Expertos en Salud como Defensores del Mango

En 2023, la NMB organizó un Grupo de Investigación Nutricional en la ciudad de Nueva Orleans, Luisiana. Diez reconocidas dietistas registradas de todo el país se reunieron para profundizar en los beneficios nutricionales y la versatilidad culinaria del mango. A través de una serie de talleres interactivos, demostraciones culinarias y presentaciones, los asistentes obtuvieron valiosos conocimientos acerca de la amplia gama de nutrientes presentes en el mango y su impacto potencial en la salud y el bienestar general. Abordando temas que abarcan desde la función del mango en el apoyo a la función inmunológica hasta la exploración de formas innovadoras de incorporar esta fruta rica en nutrientes en las comidas cotidianas, el Grupo de Investigación Nutricional proporcionó una plataforma para el diálogo significativo y el intercambio de conocimientos. Al empoderar a las dietistas con información basada en la evidencia y estrategias prácticas, la NMB pretende dotarlas con las herramientas necesarias para educar e inspirar a sus clientes a fin de que adopten el mango como una adición deliciosa y nutritiva a sus dietas. A medida que continuamos colaborando con profesionales de la salud y expertos en nutrición, nos comprometemos a promover los beneficios del mango para la salud, y a empoderar a los consumidores para que tomen decisiones informadas que contribuyan a su bienestar.



Seminario Virtual Sobre la Nutrición del Mango

En 2023, la NMB, en colaboración con Wild Hive, organizó un seminario virtual para profesionales de la salud en el canal de YouTube de la NMB y en el sitio web de la NMB. El seminario tenía como objetivo continuar la educación de las dietistas registradas sobre la relevancia cultural latina del mango.

EL LUGAR DEL MANGO EN LA COCINA LATINOAMERICANA

El mango es una de las frutas más populares del mundo y se consume en toda Latinoamérica así como en los Estados Unidos y el resto del mundo.

Las culturas latinas son increíblemente diversas, con variados patrones dietéticos, preferencias culturales, tradiciones e influencias. Esto se debe a que América Latina cuenta una población muy variada ya que incluye descendientes de muchas civilizaciones indígenas, entre otras, la Maya, Mexica, Inca y Olmeca, las cuales se remontan hasta los años 1600 A.C. Además, a partir de los años 1400s, factores como la migración, la colonización y la esclavitud incorporaron al Caribe, México, Centro América y Sudamérica gente de lugares como África, España, Portugal, Las Filipinas, Japón y China. Las tradiciones de estos grupos han tenido una fuerte influencia en la comida de toda América Latina por lo que no se pueden generalizar sus tradiciones dietéticas ni culinarias, así es que resultaría imposible generalizar el paladar de cada persona.

CONOZCA SU NOMENCLATURA

‘Hispano’ se refiere a una persona cuya ascendencia es de un país en donde el idioma principal es Español. También se refiere a cualquier persona oriunda de algún país hispano donde se habla Español.

‘Latino’ y sus variaciones se refieren específicamente a cualquier persona o grupo de personas oriundas de cualquier país de América Latina sin importar su idioma. Por ejemplo, México, América del Sur y Central y el Caribe.

“Un enfoque culturalmente sensato para discutir temas de alimentación con pacientes o clientes es empezar por preguntar que alimentos son los que disfrutan comer”, dice la Dra. Sabrina Falquier, MD, CCMS, DipABLM, fundadora y CEO de Sensations Salud, LLC. “A partir de ahí, sugiera que consideren incorporar en sus comidas y platillos preferidos ingredientes nutricionalmente densos, ligeramente procesados, sabrosos y con mucha textura.”



Anuncios SmartBrief del Mango

A lo largo del año, la NMB colaboró con SmartBrief en 7 promociones patrocinadas para dietistas registradas que destacaban los recursos, herramientas e investigaciones de la NMB.

Mejorando la presencia del mango

Impulsando la Penetración del Mango en el Mercado a Nivel Minorista

Programas personalizados para minoristas

- El mango se ha convertido en parte de las principales promociones con anuncios impresos publicados por los minoristas, y se incluyen regularmente en los programas 10 por \$10, mezcla y combina productos, y compra uno y llévate otro (BOGO) dentro de la categoría de frutas y verduras.
- Anuncios tradicionales y digitales, incluyendo las redes sociales
- Concursos de ventas y contenedores de cartón promocionales, ventas de cajas, y otros contenedores expandidos
- Exposición del producto en extremos de pasillos
- Anuncios de producto fresco cortado tanto en supermercados como en tiendas de conveniencia
- Demostraciones y clases de cocina virtuales y presenciales
- Anuncios digitales y cupones en los sitios web de las cadenas minoristas
- Anuncios personalizados en revistas para minoristas
- Programas extensos de Producto Fresco Cortado con demostraciones de salsa de mango, guacamole con mango, y mango con fruta mixta cortada

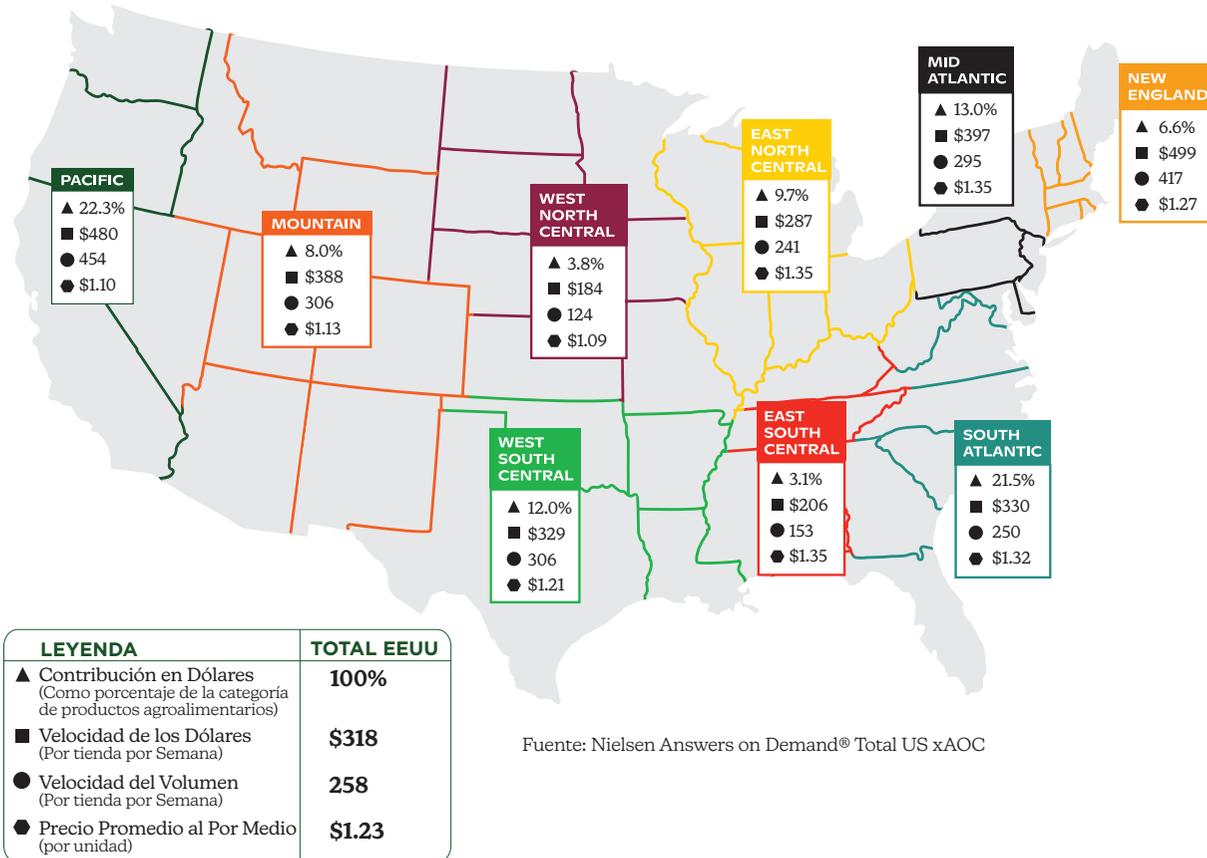


Contenedores especiales de exhibición

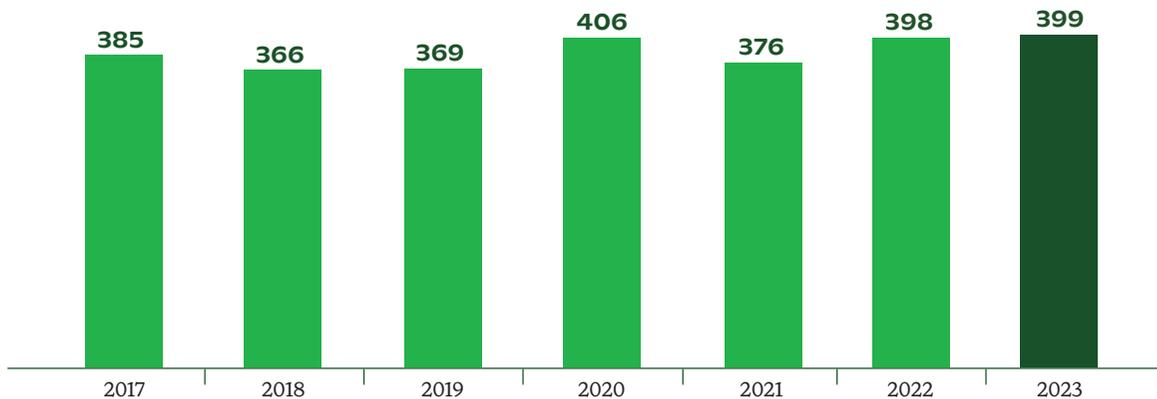
En total se distribuyeron 14.574 contenedores especiales de exhibición a más de 30 minoristas y proveedores.



DESEMPEÑO DEL MANGO ENTERO A NIVEL REGIONAL EN 2023



VOLUMEN MINORISTA ANUAL DE MANGO (MILLONES DE MANGOS)



Fuente: Nielsen Answers on Demand® Total US xAOC

DOLARES GASTADOS EN EL COMERCIO MINORISTA DE MANGO (MILLONES \$ POR AÑO)



Fuente: Nielsen Answers on Demand® Total US xAOC

VELOCIDAD ANUAL EN DÓLARES DEL MANGO ENTERO A NIVEL MINORISTA POR AÑO (\$ GASTADOS POR TIENDA POR SEMANA)



Fuente: Nielsen Answers on Demand® Total US xAOC

Pasando de lo Novedoso a lo Cotidiano

Premiando a los Socios Productivos

Minorista de Mango del Año

Weis Markets recibió el premio al Minorista del Mango del Año 2023.

El premio Mango Retailer of the Year (Minorista del Mango del Año) identifica a los minoristas que van más allá para ofrecer un apoyo fuerte y consistente a la industria del mango, y suministrar resultados sobresalientes en la promoción del mango.

Weis Markets fue seleccionado de entre más de 100 minoristas de todo Estados Unidos que trabajan junto con la NMB en la promoción del consumo de mango. El compromiso de Weis Markets de proporcionar mango de la más alta calidad se extendió más allá de sus departamentos de frutas y verduras.

La compañía estuvo a la vanguardia de las iniciativas para educar a los consumidores a través de señalización en las tiendas, ideas de recetas y contenido digital que muestran la versatilidad y el valor nutricional del mango, impactando positivamente a toda la industria del mango

¡FELICIDADES WEIS MARKETS!



Mayor Concientización = Mayor Consumo

Comercialización en el Sector de Servicios de Alimentos

Ampliación del uso del mango en restaurantes por parte de operadores y distribuidores mediante una mayor concientización y educación sobre la versatilidad, nutrición, estacionalidad, disponibilidad en la cadena de suministro, funcionalidad, y variedades del mango.

Puntos Sobresalientes en el Programa de Servicios de Alimentos

- Nos asociamos con *Another Broken Egg* en una promoción de 4 meses del menú de verano, que incluía una tostada apilada con barbacoa y mango, y una margarita de mango en 70 locales. Estos dos productos fueron muy bien recibidos por los clientes.
- Inmersión culinaria en la Universidad de Michigan para 12 chefs no comerciales de universidades, centros de salud, y empresas de gestión de contratos para conocer, idear y cocinar con mango fresco.
- Los eventos presenciales, patrocinados por la NMB en 2023, llegaron a más de 1,250 personas influyentes en el menú y tomadores de decisiones, de aproximadamente 600 cadenas de restaurantes comerciales y marcas de servicios de alimentos no comerciales que representan a más de 100,000 restaurantes en todo Estados Unidos.
- Las colaboraciones con socios dieron como resultado 14 nuevas recetas de mango desarrolladas por chefs, y exposición en las redes de socios para llegar a equipos de desarrollo de menús.
- Las colocaciones ganadas y pagadas en medios de servicios de alimentos llegaron a más de 4 millones de profesionales del sector de restaurantes con contenidos en tendencia.



El poder de las Alianzas en el Sector de Servicios de Alimentos



Colaboraciones y Alianzas

Asociaciones con Cadenas de Restaurantes

Las colaboraciones y asociaciones con operadores ayudaron a mover el mango, y brindaron la oportunidad de sensibilizar y educar a los consumidores.

Chef's Roll

- Chef's Roll creó tres recetas, fotos y videos de moda para la NMB y su red de cocineros profesionales y responsables por la toma de decisiones en el sector de restaurantes.
- El contenido se incluyó en la colección de recetas de mango de Chef's Roll en Chefsroll.com y se difundió en sus páginas de redes sociales.

Semana de Descubrimiento del Mango de StarChefs

- *StarChefs* sirve como comunidad, recurso, y plataforma para los profesionales de restaurantes de alimentos y bebidas que buscan nuevas formas de utilizar el mango fresco en los menús.
- La Semana del Descubrimiento del Mango se celebró en ocho restaurantes situados en todo EE.UU., y cada uno presentó menús especiales de dos semanas con platillos emblemáticos con mango fresco.
- En cifras: ocho restaurantes, 15 días de exposición al consumidor, más de 1,052 platillos vendidos y más de 83,507 impresiones digitales.

Kitchen Collaborative - Operadores de Alto Volumen

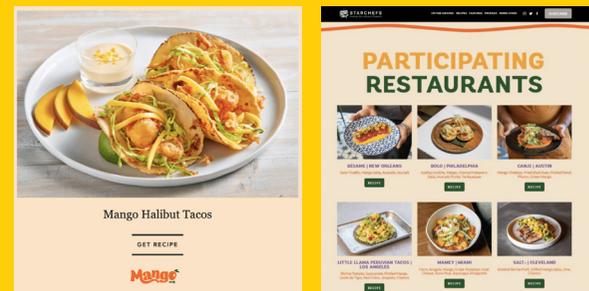
- *Kitchen Collaborative* es una promoción de un año de duración que llega a los chefs de servicios de alimentos de volumen medio y alto con nuevas formas de utilizar el mango, desarrolladas por sus colegas.
- Seis chefs crearon cada uno una receta exclusiva de mango que fue fotografiada y presentada en una campaña de un año en medios impresos, de internet, y digitales con la revista *Flavor & The Menu*.
- Cada chef aparece en www.getflavor.com con una entrevista que sirve como recurso para los lectores durante y después de la conclusión de la promoción.

Culinary Institute of America, CIA ProChef

- El Culinary Institute of America finalizó la producción de los 5 videos educativos anteriores sobre el mango para expandir las herramientas educativas de la NMB para chefs practicantes y estudiantes de cocina.
- Contenido: Mango Origins, Compra y Recepción, Maridaje de Sabores, Preparación de Ingredientes y Técnicas de Cocción, y Nutrición del Mango.
- El contenido se puso a disposición en la página de YouTube del CIA, mango.org, y se promocionará a lo largo de 2024 en las páginas sociales del CIA.

Educación Culinaria

- 197 chefs practicantes de cadenas de restaurantes, independientes, hoteles, universidades, sanidad, ejército, fabricantes, universidades e instructores de escuelas culinarias (un 16% más que en 2022) completaron el Plan de Estudios Sobre el Mango Fresco. Todos los que completaron el curso obtuvieron 8,5 horas de formación continua de la Federación Culinaria Americana. La educación continua sigue siendo clave para el crecimiento del mango fresco en los menús de los restaurantes.



En Nuestra Industria: Cultivar, Conectar e Interactuar

Eventos de la Industria

La sinergia entre tecnologías, investigación y relaciones con la industria es fundamental para impulsar la innovación y la eficiencia en el sector del mango. Al identificar los retos encarados por los productores y proponer soluciones viables y económicamente sostenibles, esta investigación contribuye al desarrollo equilibrado y duradero de la industria. Esto incluye la exploración de alternativas a los insumos agrícolas tradicionales, con el fin de reducir los costes de producción y minimizar el impacto medioambiental. Al priorizar el aumento de la productividad con la sostenibilidad, no sólo prevemos una mayor rentabilidad y estabilidad económica, sino que también contribuimos a la calidad y la seguridad alimentaria. Proporcionar un suministro fiable de mango de alta calidad a los consumidores es esencial para el crecimiento y la sostenibilidad de la industria. En resumen, la colaboración entre la tecnología, la investigación y las relaciones con la industria es esencial para afrontar los retos actuales y futuros de la producción de mango. Un enfoque colaborativo y orientado a los resultados es fundamental para garantizar la viabilidad y prosperidad del sector a largo plazo.



Suscriptores del Informe Sobre la Cosecha

3,567 Suscriptores al final del año 2023

LinkedIn

4,552 Seguidores

3,846+ Interacciones

43,350+ Impresiones

Principales Conclusiones de 2023:

- A pesar del aumento de las zonas de producción que exportan a EE.UU., la oferta global de mango disminuyó en 2023.
- El clima fue el principal desafío para la industria, causando la disminución de la producción de los principales países exportadores.

Eventos de la Industria Auspiciados por la NMB

- Reuniones de Extensión y Difusión
 - Brasil
 - Guatemala
 - República Dominicana
 - México
 - Perú
 - España
- Seminarios Virtuales
 - El ABC de la Norma Final de Trazabilidad
 - Embalaje Óptimo para el Producto Fresco Cortado
 - Estudios para la Determinación y Control de la Presencia de Cavidades en la Pulpa de Mango
 - Respuesta del Árbol de Mango a Diferentes Tratamientos de Riego en Diferentes Etapas Fenológicas
 - Antracnosis en el mango
- Podcasts (Programa Radiofónico "Hablando con la Industria del Mango")
 - 12 Episodios publicados
 - 24 Entrevistados



**¡Como Batido o Postre,
El Mango Es La Estrella!**

Mango
-org





 [Facebook.com/MangoBoard](https://www.facebook.com/MangoBoard)

 [Facebook.com/MangosConnect](https://www.facebook.com/MangosConnect)

 [@mangoboard](https://www.instagram.com/mangoboard)

 [@Mango_Board](https://twitter.com/Mango_Board)

 [Pinterest.com/mangoboard](https://www.pinterest.com/mangoboard)

 [Youtube.com/mangoboard](https://www.youtube.com/mangoboard)

 [National Mango Board](https://www.linkedin.com/company/NationalMangoBoard)

La National Mango Board (NMB) es un programa de investigación y promoción agrícola autorizado por la Ley de Promoción, Investigación e Información de Productos Básicos de 1996 (7 U.S.C. 7411-7425), y el Decreto de Promoción, Investigación e Información del Mango, emitida en 2004 (7 CFR 1206).

La NMB es un instrumentalidad del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos y está bajo la supervisión del Servicio de Comercialización Agrícola, Programa de Cultivos Especializados, División de Desarrollo de Mercados.