



# Mango<sup>®</sup> .org

**National  
Mango  
Board**

**HACER DEL MANGO  
UN ALIMENTO BÁSICO**

**INFORME  
ANUAL  
2024**

# Fomentando el Acceso al Mango

## MISIÓN:

Aumentar el consumo de mango en los Estados Unidos, trabajando como una industria unida.

## VISIÓN:

Que el mango forme parte de la dieta habitual de todos los estadounidenses por su versatilidad, sabor y beneficios nutricionales, lo que le permitirá situarse entre las 10 frutas enteras más valoradas del mercado estadounidense en 2030.



## PRIORIDADES:

- 1. Calidad del Producto:** Brindar de manera consistente información clave a lo largo de la cadena de suministro sobre el mango fresco de alta calidad y sus perfiles de sabor a través de las variedades.
- 2. Comercialización:** Mejorar continuamente el posicionamiento en el mercado y la penetración del sector con todos los públicos de consumidores relevantes de mangos frescos.
- 3. Educación del Consumidor:** Mejorar la familiaridad, la comprensión, la opinión y la compra de mango fresco por parte de los consumidores mediante un mayor conocimiento de la versatilidad, los usos, el sabor y el valor nutricional del mango.
- 4. Investigación:** Priorizar la investigación centrada en la ciencia de la nutrición, el conocimiento del consumidor y la mejora continua a lo largo de toda la cadena de suministro para impulsar el consumo de mango.
- 5. Relaciones con la Industria:** Proporcionar servicios de valor agregado e información sobre la industria del mango fresco para apoyar una mayor eficiencia.

# CONTENIDO

Miembros del Consejo .....	4
La NMB en números .....	5
Mensaje del Director Ejecutivo .....	6
Mensaje del Presidente .....	8
Volumen y Valor .....	10
Prioridad Estratégica I de la NMB .....	11
Prioridad Estratégica II de la NMB .....	12
Prioridad Estratégica III de la NMB .....	14
Prioridad Estratégica IV de la NMB .....	24
Prioridad Estratégica V de la NMB .....	25



DE IZQUIERDA A DERECHA: Fila superior: Guillermo R. Lozano, Daniel J. Ibarra, Clark Golden, Tom Argyros, Jiovani Guevara, Luis Cintrón, Edwin Zapparoli, Chris Ciruli y Francisco Javier Villegas Ontiveros. Fila inferior: Sofia Wong, Rod Chamberlain, Albert Pérez, Karla Palafox y Umi Martín. No aparecen en la foto: Luis Carlos Martínez, Mary Velásquez, Rodrigo Díaz y Victoria Aguirre.

## JUNTA DIRECTIVA DE 2024

### **Albert Pérez,**

Presidente del Consejo - Importador, Distrito I

### **Rod Chamberlain,**

Vicepresidente del Consejo - Productor Nacional

### **Francisco Javier Villegas Ontiveros,**

Secretario - Productor Extranjero

### **Luis Carlos Martínez,**

Tesorero - Productor Extranjero

### **Guillermo R. Lozano,**

Funcionario de Relaciones con la Industria - Productor Extranjero

### **Daniel J. Ibarra,**

Presidente del Comité de Investigación y Relaciones con la Industria - Importador Distrito III

### **Mary Velásquez,**

Presidente del Comité de Comercialización y Comunicaciones - Importador, Distrito IV

### **Luis Gabriel Cintrón,**

Primer Gestor

### **Clark Golden,**

Importador Distrito I

### **Chris Ciruli** - Importador Distrito II

### **Jiovani Guevara** - Importador Distrito II

### **Rodrigo Díaz** - Importador Distrito II

### **Tom Argyros** - Importador Distrito III

### **Karla Palafox** - Productor Extranjero

### **Sofia Wong** - Productor Extranjero

### **Edwin Zapparoli** - Productor Extranjero

### **Victoria Aguirre** - Productor Extranjero

### **Umi Martín** - Productor Nacional

# La NMB en Números

## Estados Financieros

MKA CPA's and Auditors, realizó una auditoría de los estados financieros de la National Mango Board (una organización sin fines de lucro) (la Junta), que comprenden los estados de situación financiera al 31 de diciembre de 2024 y 2023, y los estados de actividades, flujos de efectivo y gastos funcionales correspondientes a los ejercicios cerrados en esas fechas, así como los apartados explicativos de los estados financieros.

En opinión de MKA CPA, los estados financieros mencionados anteriormente presentan razonablemente, en todos los aspectos significativos, la situación financiera de la Junta al 31 de diciembre de 2024 y 2023, y los cambios en sus activos netos y sus flujos de efectivo para los años terminados en esas fechas, de conformidad con los principios de contabilidad generalmente aceptados en los Estados Unidos de América.

*Estados financieros e información complementaria de la National Mango Board  
31 de diciembre de 2024 y 2023*

## Ingresos

Cuotas Producto Fresco	\$ 8,125,614
Contribuciones de activos no financieros	\$ 5,000
Ingresos por intereses	\$ 367,019
<b>Ingresos totales</b>	<b>\$ 8,497,633</b>

## Gastos

<b>Gastos de Programa</b>	
Comercialización	\$ 7,196,900
Investigación	\$ 2,373,660
<b>Gastos de Programas Total</b>	<b>\$ 9,570,560</b>
<b>Gastos Generales y Administrativos</b>	<b>\$ 946,785</b>
<b>Gasto Total</b>	<b>\$ 10,517,345</b>

Cambio en activos netos sin restricciones de donante	\$ (2,019,712)
Activos netos sin restricciones de donante (inicio de año)	\$ 10,313,550
Activos netos sin restricciones de donante (fin de año)	\$ 8,293,838

## Activos

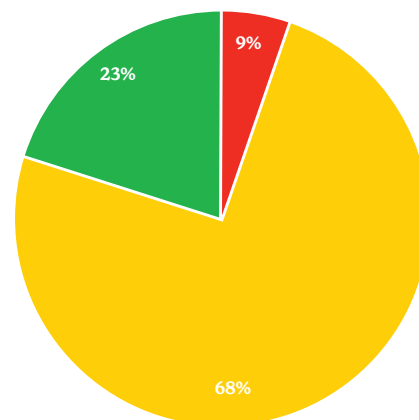
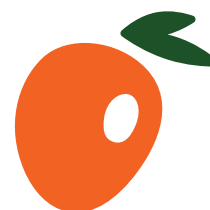
Efectivo y equivalentes a efectivo	\$ 2,596,302
Certificados de Depósito	\$ 6,588,189
Cuotas por Cobrar	\$ 172
Gastos pagados por adelantado	\$ 114,133
<b>Activo corriente total</b>	<b>\$ 9,298,796</b>
Activo por derecho de uso de arrendamiento operativo	\$ 433,610
Propiedades y equipos	\$ 278,267
Depósito	\$ 3,399
<b>Activos totales</b>	<b>\$ 10,014,072</b>

## Pasivos y activos netos

Cuentas por pagar y gastos acumulados	\$ 971,559
Responsabilidad por el reembolso de la evaluación	\$ 208,128
Nómina acumulada	\$ 102,759
Pasivo por arrendamiento operativo	\$ 65,618
<b>Pasivo corriente total</b>	<b>\$ 1,348,064</b>
Pasivo por arrendamiento operativo no corriente	\$ 372,170
<b>Pasivo Total</b>	<b>\$ 1,720,234</b>

## Activos netos sin restricciones de donantes

Total neto sin restricciones de donantes	\$ 8,293,838
	<b>\$ 10,014,072</b>



## Mensaje del Director Ejecutivo

### Ramón Ojeda

Director Ejecutivo de la NMB

# ¡Trabajado juntos para avanzar nuestros programas!



¡Qué año tan increíble fue el 2024! A pesar de los numerosos retos que enfrentó nuestra industria con el suministro de mango a raíz de los fenómenos climáticos, la NMB logró llevar a cabo promociones y proyectos de investigación de vanguardia para seguir aumentando la aceptación y la disposición de los consumidores a disfrutar el mango, conocido en la mayor parte del mundo como el rey de las frutas.

A lo largo del año, el equipo de la NMB colaboró con diversos socios como investigadores de renombre mundial y agencias de publicidad para desarrollar programas de investigación y promoción que apoyaran a los miembros de la industria del mango a lo largo de la cadena de suministro.

Estas iniciativas promovieron la educación de los consumidores en las áreas de versatilidad, sabor, cultura y valor nutricional del mango. Nos asociamos con grandes empresas de entretenimiento, como Walt Disney Company, así como franquicias deportivas universitarias para promover el mango entre nuevos públicos de interés. Además, participamos en múltiples ferias de productos agrícolas, expos y talleres de formación a fin de interactuar en forma proactiva con minoristas y miembros de la industria del mango en general, lo que nos ha permitido mantenernos conectados y al tanto de las necesidades de nuestra industria, fomentando así una excelente relación con los consumidores finales de mango.

Este año también tuvimos la oportunidad de revisar y renovar nuestra intención estratégica. Nuestra Junta Directiva participó activamente en este ejercicio y, gracias a su liderazgo y amplia experiencia en el sector del mango, pudimos redactar una nueva declaración de misión y visión para la Junta, así como pilares estratégicos más precisos y específicos (consulte la página 2 del informe anual para obtener más información sobre nuestra intención estratégica para 2024-2026). Nuestra misión renovada

*“Aquí, sin embargo, no miramos atrás durante mucho tiempo. Seguimos avanzando, abriendo nuevas puertas y haciendo cosas nuevas... porque somos curiosos y la curiosidad nos lleva por nuevos caminos.”*

Walt Disney

es ahora más concisa y sigue centrándose en aumentar el consumo de mangos en Estados Unidos, subraya la necesidad de trabajar juntos como una industria unida. Y ese fue nuestro mensaje principal a los miembros de la industria del mango en 2024. Desde los productores, pasando por los empacadores, los importadores, los transportistas, los distribuidores, los minoristas y otras partes interesadas en los puntos de venta, como los comerciantes, etc., el mensaje fue sencillo y único: **nuestro éxito es una consecuencia directa del trabajo conjunto como industria unida**. Para que nuestros consumidores disfruten de un mango increíble, en todo momento y varias veces al año, hay innumerables factores que desempeñan un papel fundamental para lograr este resultado. Lo más importante es seguir las mejores prácticas en la manipulación de los mangos, ya que es clave para alcanzar este objetivo fundamental.

Aprovecho esta oportunidad para invitarlos a todos a poner de su parte, unirse a nosotros, colaborar y trabajar unidos, para que juntos podamos lograr nuestra visión estratégica para el mango, convertirlo en un componente habitual de la dieta de todos los estadounidenses gracias a su versatilidad, sabor y beneficios nutricionales, lo que permitirá que el mango se convierta en una de las 10 frutas enteras más valoradas en el mercado estadounidense para 2030.

¡Logremos esto juntos, innovando sobre la marcha, para ejecutar adecuadamente un programa óptimo de investigación y promoción, cumpliendo así la visión de la NMB y beneficiando a toda la industria del mango, así como a los consumidores estadounidenses!

**Ramón Ojeda**  
Ejecutivo Director



**¡Saborea la  
alegría en  
cada bocado!**

## Mensaje del Presidente

**Albert Pérez**

Presidente de la NMB

# El Sabor del Éxito: El Papel Cada Vez Más Importante del Mango en la Dieta Estadounidense



Durante un reciente viaje a Nashville, Tennessee, tuve una conversación memorable con un joven camarero de unos veinte años. Mientras charlábamos, me sorprendió al decirme que el mango era su segunda fruta favorita, justo después de la sandía. Lo que más me llamó la atención fue que no era de ascendencia hispana, pero su aprecio por el mango reflejaba algo extraordinario: una clara señal de cómo el mango ha superado sus asociaciones culturales tradicionales para convertirse en un alimento básico muy apreciado en la dieta estadounidense.

Este encuentro me recordó el increíble avance que ha logrado nuestra industria. El mango ya no se considera únicamente un producto especial o étnico, sino que se ha ganado un lugar en los hogares, las cocinas y los menús de todo el país. Ahora es una fruta esencial durante todo el año, que ofrece su sabor vibrante y sus beneficios nutricionales a consumidores de todos los orígenes y edades.

Al reflexionar sobre el año 2024, me siento orgulloso del compromiso inquebrantable de la *National Mango Board* para dar a conocer y promover los beneficios para la salud de esta fruta tan apreciada. Nuestros esfuerzos conjuntos han dado como resultado un mayor reconocimiento por parte de los consumidores y una demanda creciente. Gracias a campañas de marketing estratégicas y a colaboraciones con minoristas, hemos reforzado la presencia del mango en supermercados y restaurantes, haciéndolo más accesible y atractivo que nunca.

Nuestra dedicación a la investigación y la educación también ha sido fundamental. Hemos invertido en estudios de investigación que destacan las ventajas nutricionales del consumo de mango, lo que permite a los consumidores tomar decisiones más saludables. Además, nuestras iniciativas digitales han ampliado nuestro alcance, conectando con el público a través de contenidos atractivos que celebran la versatilidad y el placer del mango.

De cara al futuro, me entusiasman las oportunidades que se nos presentan. Aunque inevitablemente surgirán retos, la resiliencia y el espíritu de colaboración de nuestro sector garantizan que seguiremos prosperando.

Con cada bocado de mango que se disfruta en los hogares, en los restaurantes y en los convivios comunitarios, estamos integrando aún más esta fruta en el tejido de la cultura estadounidense.

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a los miembros de la junta directiva, al personal, a los productores, a los importadores y a todos nuestros socios por su dedicación y pasión. Juntos, hemos creado un impulso que nos llevará a otro año de éxitos. Sigamos compartiendo la alegría del mango e inspirando a más consumidores para que lo conviertan en una parte importante de sus vidas.

¡Por un futuro brillante y fructífero para el mango!

**Albert Pérez**

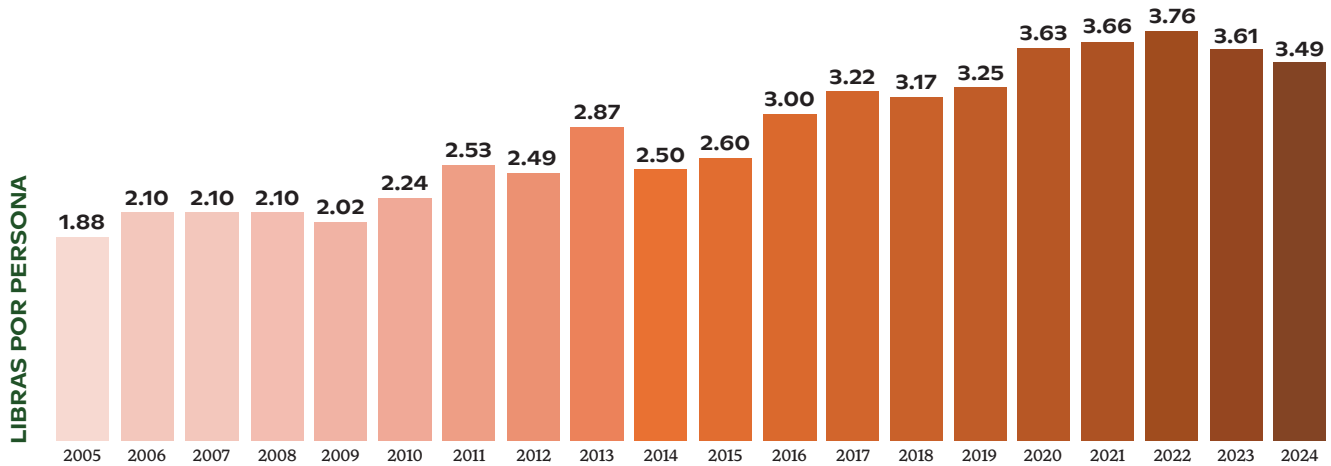
Presidente de la NMB



**¡Vibrante,  
Versátil y  
Delicioso!**

# Volumen y Valor: Incrementando la Disponibilidad del Mango

## DISPONIBILIDAD PER CÁPITA EE.UU.

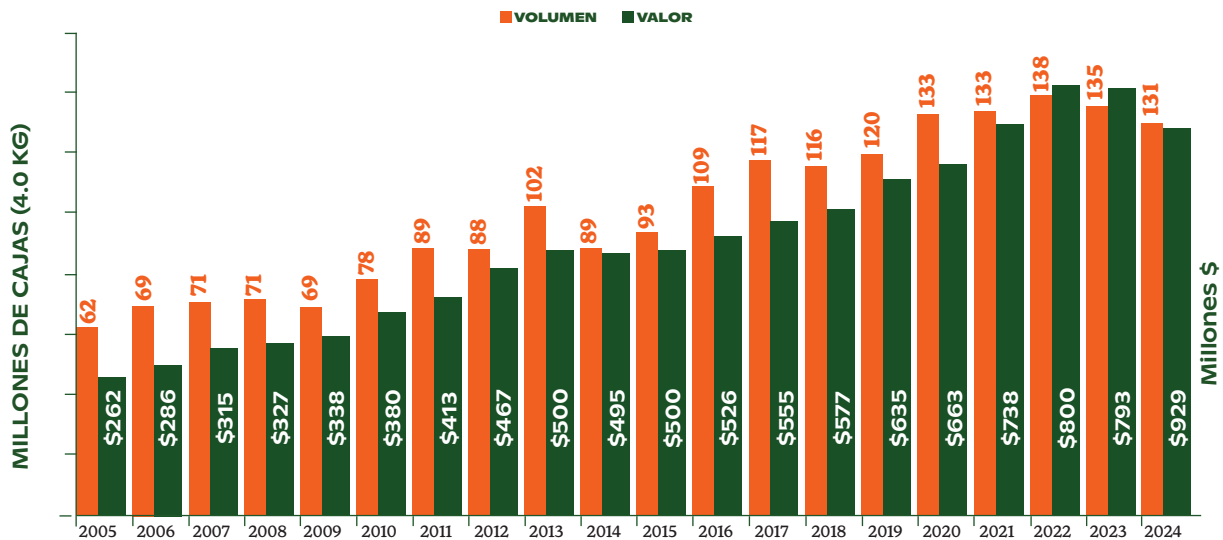


Fuente: 2005-2021 Servicio de Investigación Económica de la USDA Cómputo de la NMB

## VOLUMEN Y VALOR DE IMPORTACIÓN DEL MANGO

### PRINCIPALES CINCO (5) PAÍSES EXPORTADORES A LOS EEUU

(México, Perú, Ecuador, Brasil y Guatemala)



Fuente: USDA Market News y National Mango Board

# Proyectos de Investigación, Inocuidad Alimentaria y Sustentabilidad

## Evidencia con Base en la Investigación

El objetivo principal de la National Mango Board es proporcionar información a lo largo de toda la cadena de suministro para promover la producción de mango fresco de alta calidad. Al apoyar la disponibilidad constante de mango de alta calidad, la junta ayuda a garantizar el disfrute y la fidelidad continuos de los consumidores. Para generar esta información, la National Mango Board invirtió en proyectos centrados en aumentar el tamaño y la calidad del mango. Además, se llevaron a cabo investigaciones para desarrollar estrategias que optimizaran la producción de mango. Entre ellos se incluyen proyectos sobre riego, floración, control de malezas y tecnologías para automatizar las prácticas de cosecha y poscosecha. Una vez finalizados los proyectos, los informes completos se publican en [mango.org/research/](http://mango.org/research/)

## Inocuidad Alimentaria y Sustentabilidad:

¡Es fundamental mantener al sector informado de las nuevas normas y directrices de la FSMA (Food Safety Modernization Act)! La National Mango Board ha elaborado un kit educativo sobre inocuidad alimentaria para todas las etapas de la cadena de suministro del mango. En nuestra página web, la sección «Inocuidad alimentaria» ofrece recursos científicos para productores y empaques, promoviendo prácticas seguras y sostenibles en consonancia con la Ley de Modernización de la Seguridad Alimentaria de la FDA (Food and Drug Administration). Los materiales se actualizan continuamente e incluyen videos, guías de trazabilidad e información sobre la norma definitiva de la FSMA, disponibles en formatos accesibles, como copias impresas y descargas para dispositivos móviles.

También ofrecemos contenido educativo para la formación de nuevos empleados. La página de Sustentabilidad presenta iniciativas ecológicas y el Manual de Sustentabilidad, que ayuda a los productores a evaluar y mejorar sus prácticas. El Programa de Sustentabilidad del Mango anima a la industria a reducir su huella ambiental y social, beneficiando tanto a las personas como al medio ambiente.

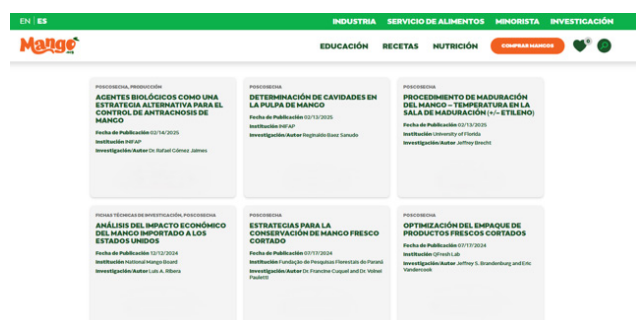
## Proyectos contenidos en Mango.org

### Proyectos Completados:

- Tecnologías para Aumentar el Calibre del Mango (Guatemala) – Dr. Italo Cavalcante
- Tecnologías para la Cosecha y la Poscosecha – Revisión Bibliográfica – Dr. Ping Lu & Dr. Victor Galán
- Alternativas al Uso de Round-up – Revisión Bibliográfica – Dr. Ramdas Kanissery
- Tecnología de Inductores de Floración – Revisión Bibliográfica – Dra. Maria Hilda Perez Barraza
- Fórmula de Costo-Beneficio del Producto Fresco Cortado para Diferentes Variables – Dr. Kimberly Morgan
- Feria de Tecnología Alimentaria – Institute of Food Technologists
- Conservación del Mango Fresco Cortado – Dr. J. Antonio Torres

### Proyectos en Curso:

- Yeso Agrícola – Dr. Volnei Pauletti
- Tecnologías para aumentar el calibre del mango (Ecuador & Perú) – Dr. Italo Cavalcante
- Manejo de la Floración con Distintos Inductores – Dra. Maria Hilda Perez Barraza
- Área Libre de Mosca de la Fruta – Fase III – Dr. Roger Valenzuela
- Marcadores Genéticos del Mango – Dr. Navot Galpaz
- Efecto de Distintos Niveles de Agua en la Producción de Mango (Guatemala) – Rudy Osberto Cabrera
- Revisión del Protocolo del Tratamiento Hidrotérmico – Dr. Emilio Hernandez
- Marcadores Genéticos para la Inducción Floral a Temperaturas Más Altas – Dr. Yuval Cohen
- Asignación de Espacio en Tiendas Minoristas – Category Partners
- Efecto de Distintos Niveles de Agua en la Producción de Mango (Ecuador) – Dr. Italo Cavalcante
- Tecnologías Alternativas para el Control de Antracnosis – Revisión Bibliográfica – Dr. Iñaki Hormaza
- Dosis de Gy Requerida para Reducir las Enfermedades de Origen Alimentario – Revisión Bibliográfica – Dr. Nohelia Castro del Campo



# Impulsando el Impacto y la Interacción

La National Mango Board (NMB) alcanzó hitos importantes en sus esfuerzos de comercialización en 2024, superando los retos de un entorno de mercado dinámico. A través de iniciativas estratégicas y esfuerzos dedicados, demostramos con éxito la eficacia de nuestro enfoque con un mayor impacto de nuestras promociones en el consumo de mango fresco.

Una piedra angular de nuestro éxito en 2024 fue la expansión de nuestra presencia en plataformas digitales y supermercados. Al establecer nuevas asociaciones y utilizar canales de comercialización innovadores, hemos alcanzado a un público más amplio y hemos hecho que el mango fresco sea más accesible que nunca. Esta expansión no solo impulsó la participación de los consumidores, sino que también contribuyó al crecimiento sostenido del consumo de mango fresco en todo Estados Unidos.

La NMB implementó con éxito su nuevo eslogan, «*Taste the Joy*» (*Saborea la alegría*), integrándolo en diversas campañas de marketing.

Este eslogan se diseñó estratégicamente para evocar una sensación de felicidad y satisfacción asociada al mango, basándose en estudios de consumo. Al incorporar «*Taste the Joy*» en nuestros mensajes, reforzamos la idea de que el mango no es solo sabor, sino que mejora los momentos de la vida con felicidad, creando una conexión más emocional con los consumidores.

Además, la NMB ha expandido exitosamente sus esfuerzos de comercialización al mundo del deporte y el entretenimiento. Nuestras asociaciones con organizaciones como Seminole Sports nos han permitido integrar promociones de mango fresco en eventos deportivos, espectáculos de medio tiempo, actividades de participación de los aficionados y colocación de productos durante los partidos. Estas colaboraciones han amplificado la visibilidad de nuestra marca, creando momentos memorables para los consumidores y vinculando el mango fresco con las celebraciones y el disfrute.

La asociación con Augustine en 2024 generó un importante impulso para la marca y aumentó su reconocimiento entre los consumidores. Esta colaboración permitió a la marca acceder a la amplia y fiel base de fans de Walt Disney Company y Pixar, así como a sus emblemáticas propiedades intelectuales, lo que impulsó inmediatamente su visibilidad y credibilidad. Como resultado, la asociación no solo generó expectativas y entusiasmo, sino que también creó una mayor conciencia de marca y conexiones de compromiso con los consumidores a través de anuncios pagados, mensajes en redes sociales y sorteos.

La campaña Joyride, protagonizada por un llamativo vehículo con forma de mango que recorrió diferentes lugares, sirvió como una forma creativa de conectar con los minoristas y atraer directamente a los consumidores. Al llevar la experiencia de la marca a la carretera, la campaña creó una presencia interactiva y memorable que permitió a los clientes probar los productos, disfrutar de la emoción de la llegada del vehículo y conectar con la marca de una forma divertida y práctica. Los minoristas se beneficiaron de esta iniciativa, ya que el camión se detuvo en sus establecimientos, lo que aumentó el tráfico de clientes y la visibilidad en las tiendas.

Planificando con antelación, consolidamos nuestro plan de comercialización con un plan estratégico integral para los próximos cinco años. Este se convirtió en la base de nuestra estrategia para 2025 en materia de comercialización y ventas al por menor.

A futuro, nuestro enfoque continuo en la innovación y las estrategias centradas en el consumidor, a medida que vayamos mejorando la participación de los minoristas, nos posicionará para seguir extendiendo nuestro crecimiento y éxito. Sin embargo, como dijo Aristóteles: «El todo es mayor que la suma de sus partes». La participación activa y la defensa dedicada de la Junta son fundamentales para el éxito de la NMB, sus miembros y nuestra industria resiliente. El equipo de comercialización de la NMB se mantiene unido por nuestra pasión compartida por el mango mientras navegamos por los desafíos y oportunidades que nos esperan.

**Lavanya Setia**  
Directora de Comercialización



# Avanzando el Conocimiento: Elevando la Educación y la Conciencia

Identificando las barreras al consumo mientras se desarrollan estrategias para aumentar la concienciación y la adopción por parte de los consumidores.

Las iniciativas de comercialización de 2024 de la National Mango Board impulsaron un crecimiento excepcional, atrayendo a nuevos públicos y celebrando los diversos sabores, beneficios para la salud y la importancia cultural del mango a través de campañas dinámicas.

## Puntos Sobresalientes

### Una Celebración Nacional del Mango

La gira del *Mango Joyride* llevó consigo nuevas experiencias con el mango para los consumidores de varios estados. A través de eventos interactivos, sorteos, sesiones fotográficas, maridajes de sabores e inspiración culinaria, animamos a los consumidores a probar el mango y profundizamos su amor por esta fruta.

### Campañas Digitales

En 2024, la National Mango Board revitalizó sus campañas digitales alineándolas con días festivos claves, tendencias estacionales y la temporada alta del mango para maximizar la relevancia y la participación. Al programar estratégicamente el contenido en torno a eventos como el «Cinco de Mayo», las celebraciones de verano y de regreso al colegio, creamos mensajes oportunos y cercanos que resonaron entre los consumidores. Estos esfuerzos no solo aumentaron la visibilidad, sino que también posicionaron al mango como un ingrediente imprescindible para diversas ocasiones, lo que impulsó una mayor concienciación y fomentó una conexión más profunda con nuestro público a lo largo de todo el año.

### Crecimiento en las Redes Sociales

Las redes sociales continúan siendo una fuerza potente para impulsar el conocimiento del mango y la participación de los consumidores en todo Estados Unidos, con plataformas como Instagram, Facebook y TikTok que marcan tendencias y alimentan la demanda. En 2024, la industria del mango experimentó un crecimiento del 18 % en el número de seguidores y un aumento significativo de la participación, lo que fomentó una comunidad en línea más interactiva y atractiva. A través de la narración digital, las marcas y los *influencers* mostraron la versatilidad del mango, compartieron recetas apetitosas y establecieron conexiones más profundas con los consumidores, convirtiendo a los aficionados habituales en apasionados defensores de esta fruta tan querida.



# El Mango se Une a la Magia del Cine

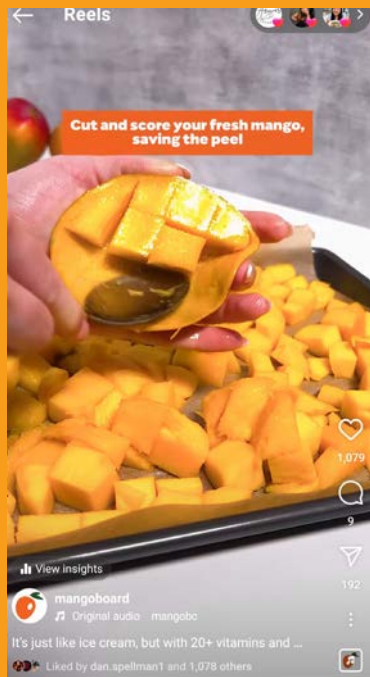


En 2024, gracias al patrocinio facilitado por nuestra agencia publicitaria *Augustine*, la National Mango Board (NMB) colaboró con *Disney* y *Pixar* en la película *Inside Out 2* para llevar a cabo una divertida y sabrosa campaña que destacaba la alegría del mango. La colaboración incluyó vibrantes campañas publicitarias en medios digitales y tradicionales, así como llamativas islas escaparates colocadas en tiendas y supermercados para atraer la atención de los consumidores. Estas islas en las tiendas dieron vida a la magia de la película, promocionando el mango como el bocadillo perfecto para complementar los alegres temas de *Inside Out 2*. Los clientes fueron recibidos con imágenes coloridas que conectaban la felicidad de la película con el delicioso y vibrante sabor del mango.

Uno de los momentos más sobresalientes de esta colaboración fue la activación inaugural, en la que los aficionados tuvieron la oportunidad de ganar dos entradas para el estreno exclusivo de la película *Inside Out 2*. La NMB también organizó un sorteo en las redes sociales, en el que los seguidores podían compartir sus momentos mango para ganar entradas para la película. A través de estas experiencias interactivas, la colaboración logró combinar exitosamente la emoción de una película muy apreciada con el atractivo fresco y saludable del mango, creando una experiencia divertida y memorable para los aficionados, tanto en línea como en las tiendas.



# Influencers en Acción



**Publicación de la NMB:**  
**1,907 Interacciones**  
**29,067 Impresiones**



**Colaboración con Kasim:**  
**13,238 Interacciones**  
**183,520 Impresiones**



**Colaboración con Kay:**  
**34,564 Interacciones**  
**303,500 Impresiones**



**Colaboración con Joanne:**  
**6,075 Interacciones**  
**525,871 Impresiones**

## Puntos Sobresalientes en Redes Sociales

Los programas de redes sociales de la National Mango Board en Facebook, Instagram, Pinterest, YouTube y TikTok siguen creciendo. Los resultados generales arrojaron un aumento del 18 % en seguidores, 22.73 millones de impresiones, más de 261,000 interacciones, 1.7 millones de visualizaciones de videos y una tasa de interacción media del 1.3 %. Las publicaciones con mayor interacción y rendimiento incluyeron recetas de colaboraciones, entretenimiento vinculado con el mango, y contenido educativo sobre el mango.

## Resultados por Canal



### Facebook

**105,964** Seguidores  
**175,500+** Interacciones  
**12.98 million+** Impresiones  
**1.21 million+** Visualizaciones de video



### Instagram

**39,157** Seguidores  
**22,900+** Interacciones  
**3.73 million+** Impresiones  
**192,700+** Visualizaciones de video



### YouTube

**6,390** Seguidores  
**3,000+** Interacciones  
**1.12 million+** Impresiones  
**213,000+** Visualizaciones de video



### Tik Tok

**4,141** Seguidores  
**5,000+** Interacciones  
**111,000+** Impresiones  
**111,000+** Visualizaciones de video



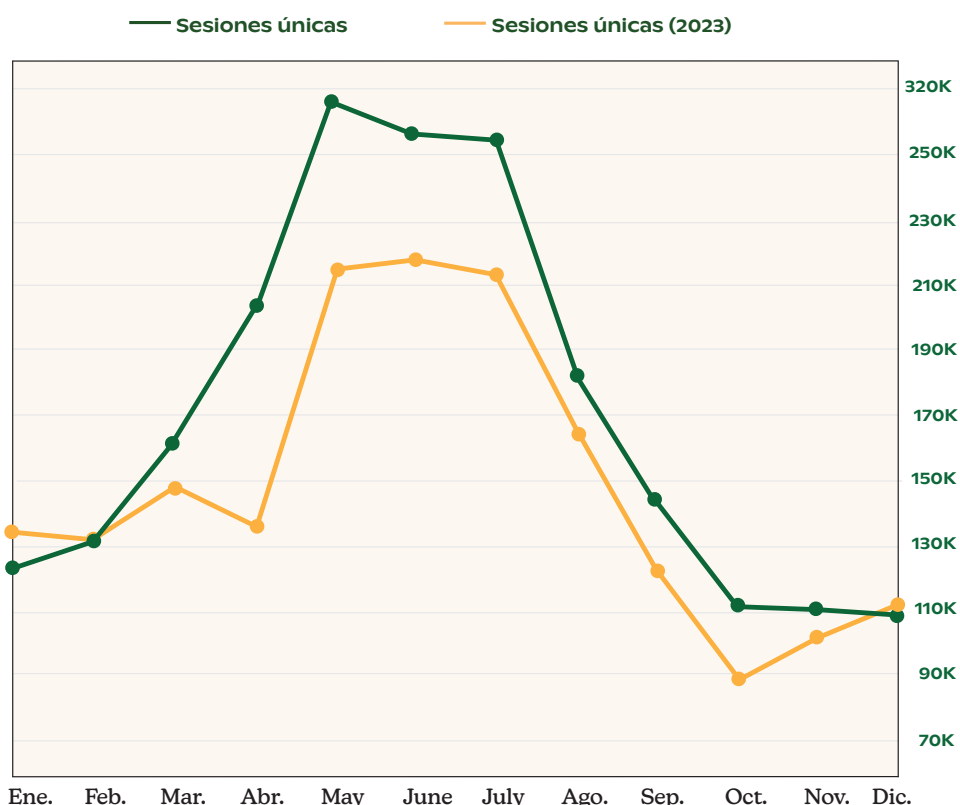
### Pinterest

**4,141** Seguidores  
**55,000+** Interacciones  
**4.79 million+** Impresiones

# Promociones Digitales

En 2024, las campañas se ampliaron a lo largo de todo el año, centrándose en la educación sobre el mango y las principales fiestas comerciales. La NMB creó páginas web específicas para eventos importantes, como el regreso al colegio, Halloween y las fiestas, alineando el contenido con las tendencias estacionales para atraer a los consumidores. Estas páginas web incluyeron recetas y contenidos relevantes diseñados para inspirar e impulsar la intención de compra, asegurando que el mango fuera la primera opción para cada ocasión.

## RESUMEN DEL TRÁFICO DEL SITIO WEB EN 2024



### Lo más destacado en redes sociales

#### Historias de Origen

Los videos «Mango Origin Stories» (Historias del origen del mango) dan vida al singular recorrido del mango desde la finca hasta la mesa a través de una narrativa audiovisual cautivadora. Diseñado para educar e inspirar, el contenido destaca el rico sabor del mango, su importancia cultural y la historia de las regiones productoras.

En 2024, la NMB completó orgullosamente el rodaje del último capítulo de la serie «Mango Origin», que ofrece una visión fascinante de la historia del mango en los Estados Unidos.

### Lo Más Destacado en YouTube

#### Cómo...

En 2024, la serie de videos tutoriales de la NMB, que abarca temas respecto de *cómo cortar*, *cómo elegir*, la nutrición del mango y recetas, se convirtió en el contenido más visto del año, con un total de más de 158,000 visualizaciones. Estos videos informativos y atractivos captaron la atención de los consumidores, proporcionando valiosos consejos e inspiración, al tiempo que impulsaron la interacción general con la marca.



# ¡Se Lanzó el Nuevo Sitio Web en 2024!

The screenshot shows the National Mango Board website in Spanish. At the top, there is a green navigation bar with the text "EN | ES" on the left and "INDUSTRIA", "SERVICIO DE ALIMENTOS", "MINORISTA", and "INVESTIGACIÓN" on the right. Below this is the "Mango" logo and a secondary navigation bar with "EDUCACIÓN", "RECETAS", and "NUTRICIÓN". A "COMPRAR MANGOS" button is also visible.

The main banner features a large image of a mango with a crown of mango cubes. The text reads: "PRUEBA LA ALEGRÍA DE MANGOS" and "Encuentra mangos frescos cerca de ti y descubre consejos, trucos y recetas de mangos para traer a tu vida la superfruta más llena de alegría del mundo." Below this is a "COMPRAR MANGOS" button.

A central section titled "MANGOS GO WITH EVERY OCCASION" includes the text "Come on in and discover tips, tricks and recipes — helping to bring mango into your everyday life." This section is flanked by navigation arrows and a row of six recipe cards: "Mango MIX IT UP WITH MANGOS", "Mango CUT DOWN YOUR PREP TIME", "Mango SUMMER OF MANGO", "Mango JOY RIDE 2024", "Mango SET THE TABLE", and "Mango ADD A BOOST".

Below the recipe cards is a section titled "RECETAS FAVORITAS DE FANS CON MANGO CON MANGO". It includes the text "Prueba una de nuestras recetas ganadoras con mango. ¡Marca tus favoritas para guardarlas y usarlas después!" and a "RECETAS Y PLATOS DE MANGO" button. Three recipe cards are displayed: "COLPE DE WHISKY DE MANGO BEBIDAS", "TACOS DE PESCADO DE BAJA CON SALSA DE MANGO", and "PASTEL DE MANGO HORNEADO". Each card shows the recipe name, category, and a "HACLO" button.

The footer is a green bar containing the "Mango" logo, a "NEWSLETTER SIGNUP" form with an "Email Address" field and a "SUBMIT" button, and a list of links: "National Mango Board", "Recursos para la Industria", "Recursos de Investigación", and "Conectar". A "ESPAÑOL" dropdown menu is located in the bottom right corner.

# Alimentando con mango

Reclutando expertos en salud como partidarios del mango



En 2024, la NMB organizó dos dinámicos **foros sobre nutrición** en Nueva Orleans, Luisiana, que reunieron a **21 dietistas registradas, influencers en nutrición y nutricionistas de cadenas minoristas** de todo el país.

Este diverso grupo incluía expertos en varios campos, como nutrición clínica, nutrición deportiva, salud infantil, nutrición culinaria y nutrición prenatal. Estos eventos, celebrados en abril y junio, contaron con talleres interactivos, sesiones prácticas de cocina con mango y debates sobre estrategias de comercialización.

Por medio de interesantes presentaciones y demostraciones culinarias, los asistentes exploraron los beneficios nutricionales del mango, desde su apoyo al sistema inmunitario hasta su aporte de vitaminas y antioxidantes esenciales. Estas sesiones proporcionaron a los dietistas conocimientos basados en la evidencia y estrategias prácticas para incorporar el mango en las comidas diarias. Al fomentar la colaboración entre los profesionales de la salud y las personas influyentes, la NMB sigue promoviendo los beneficios para la salud del mango, inspirando tanto a los profesionales como a los consumidores a incluir esta fruta nutritiva y versátil en sus dietas.



# Expandiendo la Huella del Mango a Nivel Minorista

## Maximizando el Alcance a Consumidores e Impulsando las Ventas

### Programas personalizados para minoristas

En 2024, el mango consolidó su lugar en las promociones minoristas convencionales, apareciendo en una variedad de ofertas populares tales como 4 por 5 dólares, productos combinados y programas de compra uno y llévate otro gratis (BOGO). Estas iniciativas aparecen constantemente en campañas tradicionales y digitales, lo que aumenta la visibilidad y el interés de los consumidores.

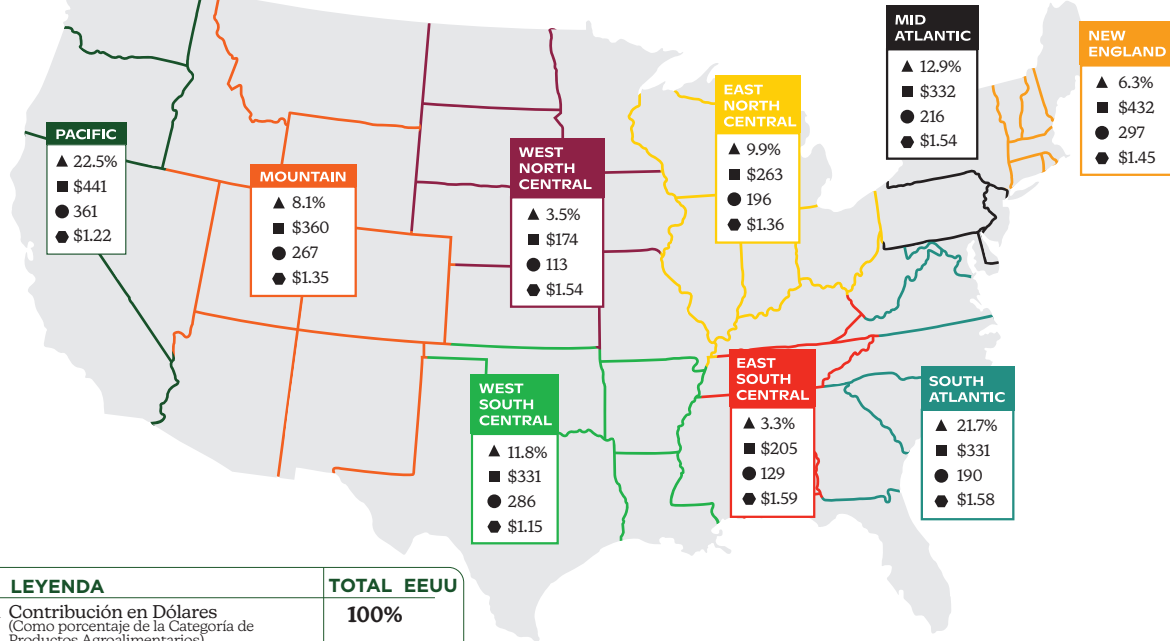
### Las tácticas promocionales claves incluyeron:

- Anuncios digitales y cupones en sitios web de minoristas
- Publicidad tradicional y digital
- Concursos de ventas, concursos de escaparates, y escaparates expandidos
- Colocaciones en extremos de pasillo destacando la versatilidad del mango
- Anuncios del producto fresco cortado en tiendas de autoservicio y conveniencia
- Clases de cocina y demostraciones de productos en tiempo real y virtuales
- Anuncios en revistas personalizadas de minoristas
- Programas extensos de Producto Fresco Cortado destacando distintas demos como salsa de mango, guacamole con mango, y mango con fruta mixta cortada.

Estos esfuerzos han contribuido a expandir la presencia del mango en los canales minoristas, impulsando las ventas y educando a los consumidores sobre cómo disfrutar el mango en formas nuevas y emocionantes.



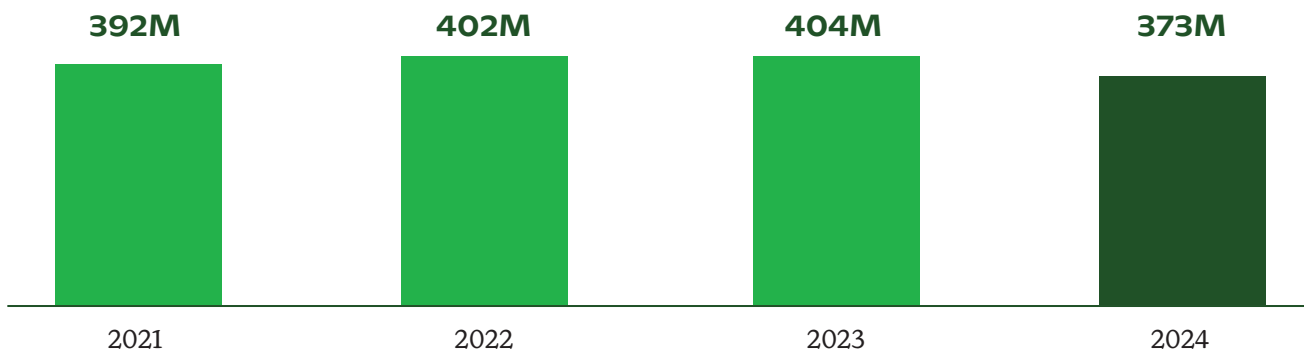
# RENDIMIENTO DEL MANGO ENTERO POR REGIÓN 2024



LEYENDA	TOTAL EEUU
▲ Contribución en Dólares (Como porcentaje de la Categoría de Productos Agroalimentarios)	100%
■ Velocidad de Dólares (Por tienda por semana)	\$324
● Velocidad del Volumen (Por tienda por semana)	236
● Precio Promedio al Por Menor (por unidad)	\$1.38

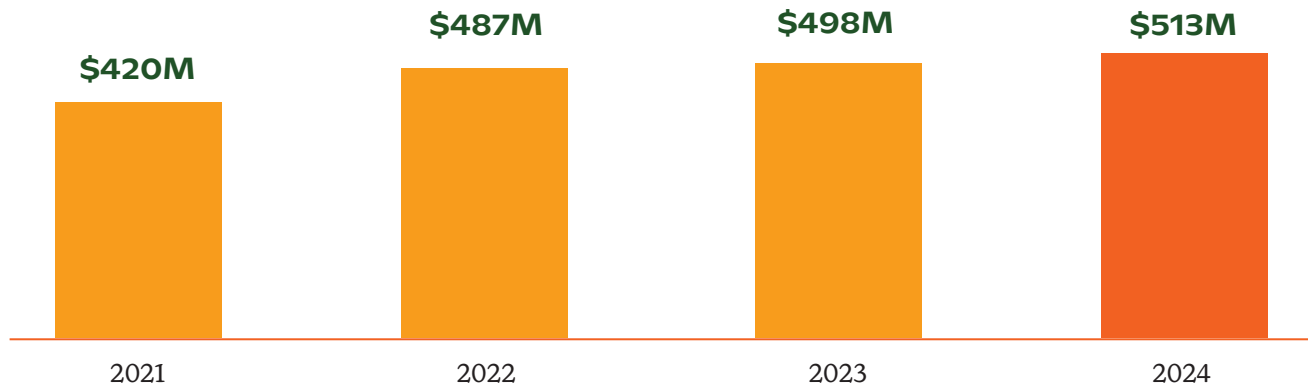
Fuente: Nielsen Answers on Demand® Total EEUU xAOC

# VOLUMEN MINORISTA ANUAL DEL MANGO ENTERO (MANGO EN MILLONES)



Fuente: Nielsen Answers on Demand® Total EEUU xAOC

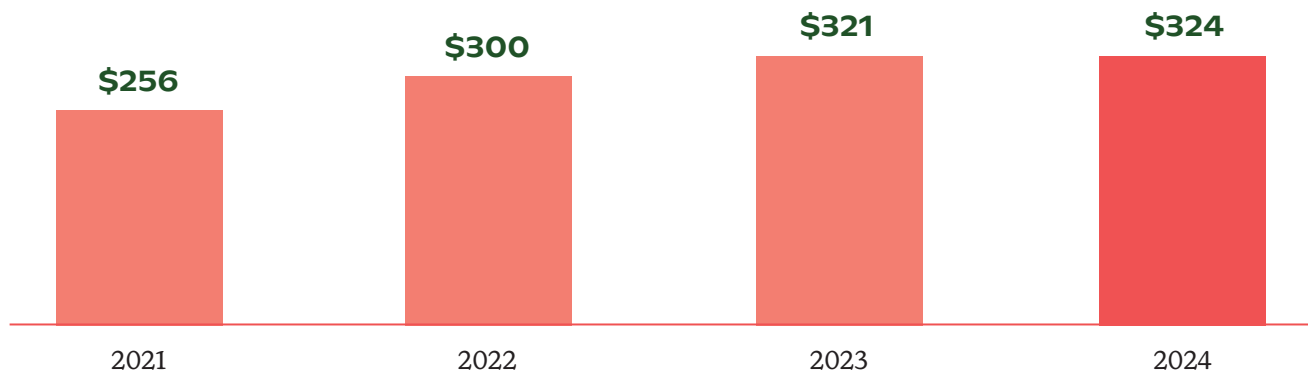
## DÓLARES GASTADOS EN MANGO A NIVEL MINORISTA (MILLONES \$ POR AÑO)



Fuente: Nielsen Answers on Demand® Total EEUU xAOC



## VELOCIDAD DE DÓLARES DEL MANGO ENTERO A NIVEL MINORISTA POR AÑO (\$ GASTO POR TIENDA POR SEMANA)



Fuente: Nielsen Answers on Demand® Total EEUU xAOC

# De Estacional a Esencial



## Reconociendo a los Minoristas Quienes Marcan el Camino

### Minorista de Mango del Año

**Big Y Foods** ha ganado el prestigioso premio «Mango Retailer of the Year» (Minorista de Mango del Año) de 2024, en reconocimiento a su excepcional compromiso con la promoción del mango como alimento básico en la vida cotidiana de los consumidores. Seleccionado entre más de 100 minoristas de todo el país, **Big Y Foods** destacó por su apoyo constante a la industria del mango y sus impactantes esfuerzos promocionales. Su dedicación a la calidad, combinada con innovadores escaparates en las tiendas, sugerencias de recetas y contenido educativo, ha logrado aumentar la presencia del mango en todas sus tiendas. El compromiso proactivo de **Big Y Foods** lo ha convertido en un socio destacado, impulsando el consumo de mango y educando a los compradores sobre la versatilidad y los beneficios nutricionales de esta fruta.

**¡FELICIDADES A  
BIG Y FOODS!**



# Expandiendo la Influencia del Mango en Servicios de Alimentación



## Asociaciones con Universidades

Las colaboraciones con servicios de restauración universitarios pusieron de relieve la versatilidad y los beneficios nutricionales del mango, aumentando su presencia en los menús de los campus. A través de colaboraciones con la Universidad de Massachusetts, el Instituto Politécnico, la Universidad Estatal de Virginia y la Universidad de Míchigan, trabajamos con chefs para crear más de ocho platillos innovadores con mango en cada campus, que abarcaban desde el desayuno hasta el postre. Estas iniciativas también abordaron retos como las limitaciones de espacio, la refrigeración y la formación del personal sobre la maduración y el manejo del mango.

## Eventos y Conferencias de la Industria Claves

### The Flavor Experience:

- Un evento de primer nivel para chefs y líderes del sector de la restauración en el que se explora la innovación en sabores y las tendencias culinarias, y ofrece una plataforma específica para integrar el mango en menús que evolucionan continuamente.

### Expo de la Asociación Nacional de Restaurantes:

- La expo comercial de servicios de alimentación más grande del hemisferio occidental, que ofrece excelentes oportunidades para mostrar la versatilidad del mango a operadores de gran volumen e impulsar su incorporación a los menús.

### Conferencia del Consejo Internacional Editorial de Servicios de Alimentación (IFEC):

- Un evento centrado en los medios de comunicación que conecta a editores y escritores para influir en la cobertura del sector y aumentar la visibilidad del mango en el sector de restaurantes y otros servicios de alimentación.

### CAFÉ Conferencia de Liderazgo:

- Una reunión de educadores culinarios y líderes del sector para integrar el mango en la formación culinaria, fomentando una influencia a largo plazo entre los futuros chefs.

### Conferencia MISE:

- Un evento específico para ejecutivos y chefs del sector hotelero y de restaurantes, que ofrece acceso directo a los responsables de la toma de decisiones y promueve la adopción del mango fresco en la gastronomía de los hoteles de lujo.

***Al participar en estos eventos de vanguardia en el sector, la National Mango Board continúa expandiendo su alcance, formando a los líderes del sector de la restauración, e impulsando el crecimiento a largo plazo del mango fresco en los menús de restaurantes y establecimientos hoteleros.***

# Investigación en Salud y Nutrición

La National Mango Board invierte significativamente en investigación sobre la salud y nutrición para comprender el perfil nutricional del mango y sus posibles beneficios. Esta investigación respalda la educación del consumidor basada en la ciencia. La investigación de la Junta se centra en descubrimientos científicamente sólidos y comercializables. Desde el inicio del programa de investigación nutricional, se han publicado más de 30 artículos que se han sometido a revisión colegiada que investigan el impacto del mango en diversas áreas de la salud, incluyendo la salud cardiovascular, la diabetes, la función cognitiva, la salud de la piel, la inflamación, la salud intestinal, la composición de micronutrientes, la biodisponibilidad y la caracterización farmacocinética. El programa de 2024 se centró en poblaciones con conocimientos nutricionales limitados sobre los mangos, como mujeres embarazadas y lactantes, bebés, niños pequeños, adolescentes, adultos en edad universitaria, deportistas, personas sedentarias y personas con obesidad y sobrepeso. Esta ampliación de nuestra base de conocimientos seguirá contribuyendo a nuestra comprensión del valor nutricional de los mangos.

## Investigación Nutricional:

### Resultados Claves

- ✓ **4 estudios financiados**
- ✓ **5 afiches de investigación** presentados en la Expo ASN Nutrition 2024
- ✓ Patrocinios y Presentaciones en **2 conferencias científicas dirigidas a más de 200 miembros** de la comunidad científica
  - Sociedad Americana de la Nutrición (ASN), Nutrition 2024
  - Sociedad para la Educación Nutricional y el Comportamiento (SNEB)
- ✓ **4 hojas informativas de investigación** que traducen la ciencia del mango
- ✓ **1 Artículo sometido a revisión colegiada** publicado y promocionado a través de comunicados de prensa nacionales.
- ✓ **Guías Dietéticas para Estadounidenses** Informe Científico
  - Se presentaron comentarios públicos
  - Presentación informativa para reuniones de responsables por la toma de decisiones
- ✓ Comunicación continua con la **Junta del Aguacate Hass**  
Respecto de: co financiar estudio



# Una Industria Madura, ¡Forjada Correctamente!



## Creciendo, Conectando y Prosperando

La integración de toda la cadena productiva del mango es esencial para garantizar la calidad, la eficiencia y la sustentabilidad. Desde el cultivo hasta la distribución, cada paso del proceso debe estar conectado, fomentando la colaboración entre productores, empacadores, distribuidores y minoristas. Esta sinergia fortalece a la industria, haciéndola más competitiva e innovadora.

La investigación, la tecnología y las relaciones con la industria desempeñan un papel fundamental en el crecimiento del sector. Los estudios avanzados y las nuevas tecnologías permiten mejorar las prácticas de cultivo, reducir las pérdidas y aumentar la eficiencia de la producción. Además, la inversión en innovación permite a la industria adaptarse al cambio climático y satisfacer las demandas del mercado, garantizando una fruta de alta calidad para los consumidores.

Para fortalecer la conexión entre los profesionales de la industria, promovemos reuniones estratégicas, iniciativas de investigación, programas de formación, eventos, seminarios web y podcasts. Estas iniciativas no solo informan y fomentan las mejores prácticas, sino que también promueven un entorno colaborativo y dinámico. Nuestro objetivo principal es impulsar el consumo de mango en los Estados Unidos, garantizando la calidad y la sustentabilidad en toda la cadena productiva.

La celebración de eventos en diferentes países es fundamental para comprender los retos globales del sector. Informándonos acerca de los retos de la producción, el impacto climático, la necesidad de mano de obra cualificada, y el compromiso con las mejores prácticas nos brinda una perspectiva más amplia y estratégica. Trabajando juntos para superar estos obstáculos, podemos fortalecer el sector y prepararlo para el futuro.

Con todos estos elementos en su lugar, allanamos el camino para el éxito y la evolución continua del sector. La integración vertical de todos los actores de la cadena de producción, combinada con la inversión en investigación y tecnología, crea un ecosistema favorable para el crecimiento sostenible.

LinkedIn

5,296 Seguidores

8,192+ Interacciones

61,612+ Impresiones

## Eventos de la Industria Patrocinados por la NMB

- **11 Reuniones de extensión y concientización**
  - Brasil
  - Guatemala
  - República Dominicana
  - México
  - Perú
  - Ecuador
  - Colombia
- **9 Seminarios virtuales**
  - Impulsando el éxito del mango: estrategia y novedades del equipo de comercialización de NMB para 2024-2025
  - Norma definitiva de la FSMA sobre el uso del agua para fines agrícolas previo a la cosecha
  - El ABC de la norma definitiva sobre trazabilidad alimentaria
  - La enfermedad de muerte regresiva en mango: síntomas y gestión
  - Estrategias para la conservación del mango fresco cortado
  - Mejora de la calidad del mango
  - Incidencia y gestión de la enfermedad de la escoba de bruja en el mango
  - Proyecto de validación tecnológica para evitar la floración irregular en cuatro variedades de mango. Respuesta del mango a diferentes tratamientos de riego (Perú)
- **Podcasts**
  - 5 Podcast
  - 10 Individuos Entrevistados
  - 95,543 Descargas

# Informe Sobre la Cosecha y MaVIS

## INFORME DE COSECHA DEL MANGO

**Actualizado el 11 de abril de 2024**

Favor de refrescar su buscador para subir el informe mas actualizado

La National Mango Board (NMB) publica el Informe Sobre la Cosecha del Mango de forma regular utilizando información de organizaciones de la industria, así como de otras fuentes, en un esfuerzo por brindar la mejor información disponible sobre las proyecciones de embarques, arribos confirmados, disponibilidad de variedades y calibres, además de otras cifras consideradas de utilidad para el mercado del mango de los Estados Unidos. Aunque esta información se actualiza regularmente, pueden ocurrir cambios en cualquier momento a raíz de numerosos factores. Por ese motivo, el Informe Sobre la Cosecha del Mango sólo debe utilizarse como guía.

### RESUMEN: Mexico, Guatemala y Nicaragua

- REGIONES EXPORTADORAS:** Mexico, Guatemala y Nicaragua se encuentran actualmente cosechando y/o empacando. Consulte las páginas 3-5, 6-7 y 8-9, respectivamente para obtener más detalles.
- VARIEDADES:** Las DOS principales variedades de mango enviadas para el mercado americano fueron: Tommy Atkins (55%) y Ataulfo/Honey (39%). También hay oferta limitada de Haden, Keitt, Manila y Thai. Consulte la página 2.
- CALIBRES:** (Ataulfo: Grande = calibre 16 y más grande, Pequeño = calibre 18 y más pequeño, Mango redondo: Extra Grande = 7 y más grande, Grande = calibres 8 y 10, Pequeño = 12 y más pequeño)
- VOLUMENES RECIENTES:** El volumen total de mango que se embarcó la semana que terminó el 06 de abril de 2024 fue de aproximadamente 2,331,542 cajas.
  - Mexico: el volumen que se embarcó fue de 1,831,270 cajas para un total de 15,151,464 cajas para la temporada.
  - Guatemala: el volumen que se embarcó fue de 443,270 cajas para un total de 1,028,830 cajas para la temporada.
  - Nicaragua: el volumen que se embarcó fue de 56,800 cajas para un total de 216,583 cajas para la temporada.
- VOLUMENES FUTUROS:** Se estima que el volumen de mango que se embarcará durante el período de la semana 15 (13/04/2024) hasta la semana 20 (18/05/2024) será aproximadamente un 2% más que el año anterior, con los arribos previstos para la semana 16 a la 21. La temporada 2024 de Mexico será aproximadamente un 2% más que el año anterior. La temporada 2024 de Guatemala será aproximadamente un 14% más que el año anterior. La temporada 2024 de Nicaragua será aproximadamente un 0.5% más que el año anterior. Consulte la página 2 para obtener los volúmenes totales y semanales y las páginas 4, 7 y 9 para los volúmenes por país.

Favor de tomar nota: Los puertos de entrada de los Estados Unidos notifican los volúmenes que van entrando en diferentes formatos, algunos reportan datos cotidianos mientras que otros reportan datos semanales. Esto provoca discrepancias entre el volumen embarcado y el volumen que llega a los puertos de entrada de los Estados Unidos en cualquier semana.

Las proyecciones se ajustan a lo largo de la temporada a medida que se recibe más información

## Informe Sobre la Cosecha del Mango

El Informe sobre la cosecha de mango, que se actualiza semanalmente, proporciona datos esenciales sobre las exportaciones de mango a los Estados Unidos y ofrece información sobre los envíos actuales, futuros y recientemente completados. El informe incluye pronósticos detallados sobre los volúmenes de exportación, especificando las variedades y los tamaños de los mangos, así como comparaciones con temporadas anteriores para destacar las tendencias y los patrones del mercado.

Para que los datos sean más accesibles, el informe incluye gráficos informativos que organizan visualmente la información, lo que facilita su interpretación y ayuda a los actores del sector a tomar decisiones estratégicas más informadas.

Basado en datos proporcionados por las principales asociaciones de productores y el AMS, el informe garantiza la credibilidad y la precisión, lo que lo convierte en una herramienta vital para los productores, exportadores, distribuidores y otros profesionales del sector en el desarrollo de sus estrategias y la planificación comercial.

Además del informe tradicional, el Informe Digital sobre la Cosecha ofrece acceso interactivo en tiempo real a los mismos datos de exportación, lo que proporciona una mayor comodidad y agilidad a la hora de obtener información esencial sobre el mercado.

Para acceder al Informe sobre la cosecha, al Informe digital sobre la cosecha y a otra información relevante del sector, visite el sitio web oficial de la National Mango Board en [Mango.org/industry](http://Mango.org/industry).

## Estadísticas del Informe Sobre la Cosecha

- 4,728 suscriptores hasta fin de año 2024

## Sistema de Volumen e Inventario del Mango (MaVIS)

El Sistema de Volumen e Inventario de Mango (MaVIS) supervisa los volúmenes diarios de mango, proporcionando información en tiempo real sobre las llegadas, los inventarios, y los envíos nacionales. Estos datos ayudan a los participantes a mejorar los tiempos de respuesta y a adaptarse al dinámico mercado del mango.

Actualmente, hay 12 importadores que participan activamente, lo que representa aproximadamente el 41% del volumen de importación de mango según datos de 2024. Estos importadores son:

- Amazon Produce
- CAPCO
- Continental Fresh
- Diazteca
- GM Produce
- Robinson Fresh
- Panorama Produce
- Dayka & Hackett
- Mission Produce
- Santis Produce
- Cabefruit
- Frutikas

También estamos en proceso de incorporar a tres participantes más, lo que aumentará la representación total hasta alrededor del 50%.

Además de los importadores, MaVIS recibe diariamente datos sobre envíos de EMEX, que representan más del 50% del volumen de mango importado a los Estados Unidos. También estamos en proceso de incorporar a más exportadores, con el objetivo de que los principales países exportadores proporcionen datos sobre envíos a MaVIS.

Para obtener más información sobre MaVIS o para suscribirse, póngase en contacto con nuestra Gerente de Investigación, Nathalia Tello, en: [ntello@mango.org](mailto:ntello@mango.org)

**¡Disfruta de la alegría,  
desde la primera  
rebanada, hasta la  
delicia recién salida  
del horno!**



**Mango**  
.org



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

**f** [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)

**in** [National Mango Board](https://www.nationalmango.org)

La National Mango Board (NMB) es un programa de investigación y promoción agrícola autorizado por la Ley de Promoción, Investigación e Información sobre Productos Básicos de 1996 (7 U.S.C. 7411-7425) y la Orden de Promoción, Investigación e Información sobre el Mango, emitida en 2004 (7 CFR 1206). La NMB es un organismo del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos y está supervisada por el Servicio de Comercialización Agrícola, Programa de Cultivos Especializados, División de Desarrollo de Mercados.