

Manggo^o
.org



LA NATIONAL MANGO BOARD
PROGRAMAS DE MERCADEO E INVESTIGACIÓN

*1 de junio de 2024
Baní, República Dominicana*



AGENDA

- **National Mango Board**
- **Mango en los Estados Unidos**
- **Importación de Mango a EE.UU.**
- **Programas de la NMB**
- **Actividades recientes de Mercadeo**
- **Programa de Investigación y Relaciones con la Industria**

NATIONAL MANGO BOARD

- Establecida en 2005, la NMB es un grupo de promoción agrícola y de investigación bajo la tutela del Departamento de Agricultura de EE.UU. (USDA)
- Los programas y la estructura administrativa son financiados por cuotas de la industria pagadas por importadores y primeros gestores de mango
- La directiva esta compuesta por 18 miembros: 8 importadores, 2 productores domésticos, 7 productores extranjeros y un primer gestor de mango

MIEMBROS DEL NMB



8

IMPORTADORES

7

**PRODUCTORES
EXTRANJEROS**

2

**PRODUCTORES
NACIONALES**

1

PRIMER GESTOR

18

MIEMBROS TOTAL

Política de Diversidad

La NMB alienta a los miembros de la industria a participar, sin distinción de raza, color, origen nacional, sexo, religión, edad, discapacidad, creencias políticas, orientación sexual, tamaño de la empresa/operación, estado civil o familiar u otra base protegida por la ley de los EE. UU. en las actividades de la NMB y buscar un puesto en el consejo.

NATIONAL MANGO BOARD

INTENCION ESTRATÉGICA

MISIÓN

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

VISIÓN

Que el mango pase de ser una fruta exótica a una necesidad cotidiana en todos los hogares de EEUU.

NATIONAL MANGO BOARD

INTENCION ESTRATÉGICA

CINCO PILARES ESTRATÉGICOS CLAVES

I

Suministrar
Mango de Alta
Calidad y
Sabroso

II

Posicionamiento
en el Mercado

III

Educación
del
Consumidor

IV

Penetración
de Mercado

V

Servicio y
Emprendimiento
con la Industria

NATIONAL MANGO BOARD

VALORES FUNDAMENTALES

- Servir a ***todos los sectores de la industria*** en forma equitativa desde el productor hasta el consumidor
- Enfocarse en la ***nutrición con base en la ciencia***, así como los beneficios que el mango ofrece a la salud
- ***Apoyar a la industria*** en el suministro consistente de mango de alta calidad y magnífico sabor
- Crear y ejecutar ***comunicaciones estratégicas*** y programas de comercialización que pueden personalizarse para los canales de la industria
- ***Innovar***, encontrando nuevas formas de integrar a la industria del mango y mejorar la experiencia de los consumidores
- Operar dentro de los marcos de la ***sustentabilidad y responsabilidad social*** con base en la creencia de que el suministro de las necesidades de la sociedad actual no debe poner en entredicho las de las futuras generaciones



AGENDA

- National Mango Board
- **Mango en los Estados Unidos**
- Importación de Mango a EE.UU.
- Programas de la NMB
- Actividades recientes de Mercadeo
- Programa de Investigación y Relaciones con la Industria

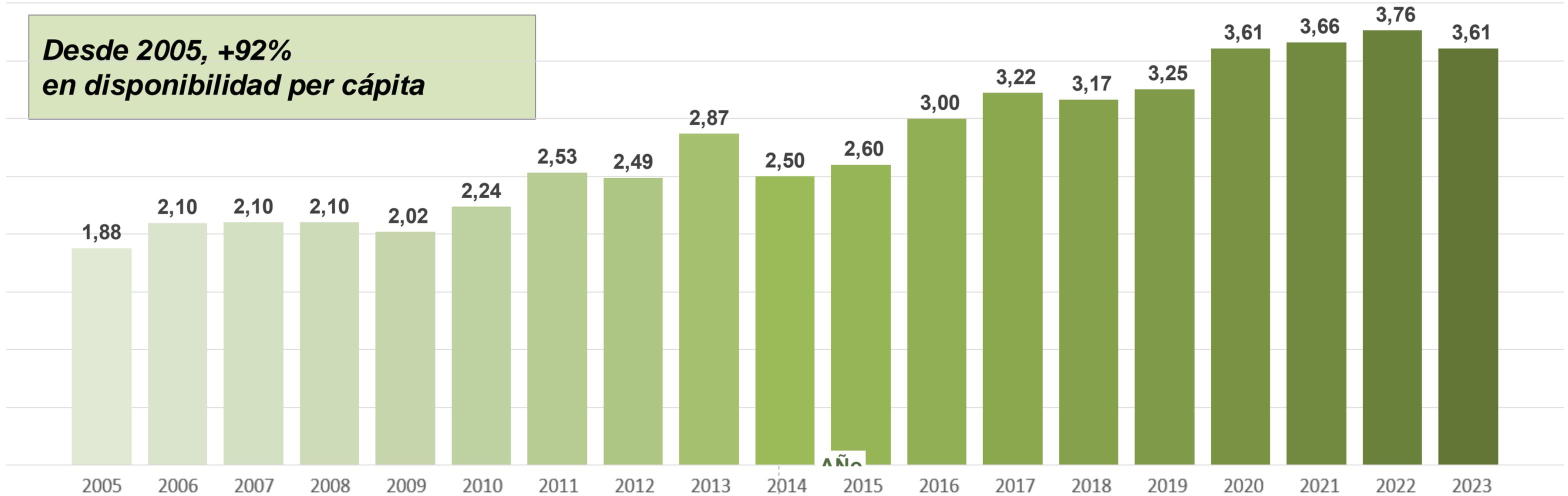
MANGO EN LOS EE.UU.

- Áreas de producción comercial de mango en EE. UU.: sur de Florida; Valle de Coachella, California; Valle del Río Grande, Texas; Hawái; y Puerto Rico.
- Existen 21 países que cuentan con programas fitosanitarios que permiten la exportación de mango a los EE.UU.: Australia, **Brasil**, Chile, Colombia, Costa Rica, **República Dominicana**, **Ecuador**, **Guatemala**, Haití, Honduras, India, Jamaica, **México**, Nicaragua, Pakistán, **Perú**, Filipinas, Taiwán, Tailandia, Venezuela y Vietnam.
- Más de 1,200 millones de libras (550,000 TM) de mango se consumen en los EE. UU. cada año. Esto genera un valor FOB de más de \$800 millones/año.
- El consumo de mango per cápita: De 1.9 libras por persona (2005) a 3.6 libras por persona (2023), logrando ubicarse en la 11° posición de frutas más consumidas

DISPONIBILIDAD PER CÁPITA EN EE.UU.

LIBRAS POR PERSONA POR AÑO

**Desde 2005, +92%
en disponibilidad per cápita**



- 2023: 1,209,611,603 lbs. sobre población USA de 335,1 millones
- 2022: 1,254,666,161 lbs. sobre población USA de 333,5 millones
- 2023 vs. 2022: %VAR=3.9%

Libras por persona

Source: USDA Market News y National Mango Board

2023 VELOCIDAD EN VOLUMEN DE FRUTA

PROMEDIO DE VOLUMEN POR TIENDA POR SEMANA



Mangos ranked 11th among whole fruit sales, down from 10th last year

Fruit category decreased in volume velocity -7.2%

Mangos grew +5.1% in volume velocity versus year ago, and represented 2.1% of produce department volume sales



	Rank	Volume/Store/Week	% Change YOY	Volume Contribution	% Change YOY
FRUIT		7,972	-7.2%		
BANANAS	1	2,811	-2.9%	30.2%	-0.1%
AVOCADOS	2	1,045	3.3%	10.3%	0.8%
LIMES	3	798	5.3%	7.9%	0.5%
APPLES	4	737	-7.9%	8.0%	-0.4%
GRAPES	5	698	-5.8%	7.3%	-0.3%
STRAWBERRIES	6	509	-3.0%	5.4%	0.1%
LEMONS	7	415	-4.8%	4.6%	0.0%
BLUEBERRIES	8	319	-2.6%	3.2%	0.0%
ORANGES	9	302	-8.4%	3.2%	-0.2%
CHERRIES	10	268	23.2%	1.3%	0.2%
MANGOS	11	260	5.1%	2.1%	0.0%
WATERMELONS	12	238	-6.4%	2.2%	-0.1%
MANDARINS	13	205	2.1%	2.1%	0.1%
RASPBERRIES	14	195	-3.6%	1.7%	-0.1%
PEACHES	15	193	-14.0%	1.2%	-0.3%
BLACKBERRIES	16	149	3.2%	1.3%	0.0%
PEARS	17	135	-1.7%	1.2%	-0.1%
PAPAYAS	18	135	4.9%	0.7%	0.0%
PINEAPPLES	19	123	3.2%	1.1%	0.0%
NECTARINES	20	110	-9.7%	0.6%	-0.1%
CANTALOUPE	21	99	-1.5%	0.9%	0.0%
SPECIALTY FRUITS	22	72	3.4%	0.5%	0.0%
KIWI	23	71	-14.9%	0.6%	-0.1%
PLUMS	24	70	-0.6%	0.5%	0.0%
GRAPEFRUITS	25	59	-4.2%	0.5%	0.0%

2023 VELOCIDAD EN VENTAS

PROMEDIO DE DOLARES POR TIENDA POR SEMANA



Mangos ranks 16th in dollar velocity in 2023, up from 17th last year

Fruit category decreased in dollar velocity
-4.2%

Mangos increased 7.2% in dollar velocity and department contribution was 1.4%



	Rank	Dollars/Store/Week	% Change YOY	Dollar Contribution	% Change YOY
FRUIT		\$14,998	-4.2%		
APPLES	1	\$2,052	-5.4%	11.9%	-0.4%
GRAPES	2	\$2,021	2.9%	11.2%	0.4%
STRAWBERRIES	3	\$2,010	1.1%	11.3%	0.5%
BANANAS	4	\$1,730	-1.6%	9.9%	0.0%
AVOCADOS	5	\$1,444	-13.5%	7.6%	-0.9%
BLUEBERRIES	6	\$1,417	6.3%	7.7%	0.6%
CHERRIES	7	\$1,044	-4.5%	2.6%	-0.3%
MANDARINS	8	\$1,006	-1.2%	5.5%	0.2%
RASPBERRIES	9	\$776	1.4%	3.6%	0.0%
WATERMELONS	10	\$776	5.5%	3.8%	0.3%
ORANGES	11	\$616	-9.8%	3.5%	-0.3%
BLACKBERRIES	12	\$528	5.3%	2.5%	0.1%
PEACHES	13	\$515	-3.2%	1.7%	-0.2%
LIMES	14	\$501	0.6%	2.6%	0.0%
LEMONS	15	\$456	-4.8%	2.7%	0.0%
MANGOS	16	\$320	7.2%	1.4%	0.0%
NECTARINES	17	\$311	-2.6%	0.9%	-0.1%
PEARS	18	\$302	0.8%	1.4%	-0.1%
PINEAPPLES	19	\$284	14.0%	1.3%	0.1%
CANTALOUPE	20	\$246	5.7%	1.1%	0.0%
DIPPED / COVERED FRUIT	21	\$223	-9.7%	0.4%	0.0%
PLUMS	22	\$209	2.9%	0.8%	0.1%
SPECIALTY FRUITS	23	\$202	13.9%	0.7%	0.1%
KIWI	24	\$181	3.9%	0.8%	0.0%
PAPAYAS	25	\$179	11.9%	0.5%	0.0%





AGENDA

- National Mango Board
- Mango en los Estados Unidos
- **Importación y Demanda de Mango a EE.UU.**
- Programas de la NMB
- Actividades recientes de Mercadeo
- Programa de Investigación y Relaciones con la Industria

VOLUMEN DE IMPORTACION DE MANGO

TODOS LOS PAISES
(ene-dic 2023 vs. ene-dic 2022)

Mango importado desde...	2023 (4Kgs. Cajas)	%	CUME %	2022 (4Kgs. Cajas)	%	CUME %	2023 vs. 2022 ABS VAR	2023 vs. 2022 % VAR
Mexico	93,315,729	67.2%	67.2%	90,620,853	62.9%	62.9%	2,694,876	3%
Peru	19,341,859	13.9%	81.1%	19,785,464	13.7%	76.7%	(443,605)	-2%
Brazil	12,095,313	8.7%	89.8%	10,023,644	7.0%	83.6%	2,071,669	21%
Ecuador	5,328,474	3.8%	93.7%	13,953,084	9.7%	93.3%	(8,624,610)	-62%
Guatemala	4,483,577	3.2%	96.9%	3,698,430	2.6%	95.9%	785,146	21%
Dominican Republic	2,425,887	1.7%	98.7%	2,162,284	1.5%	97.4%	263,603	12%
Nicaragua	633,002	0.5%	99.1%	722,465	0.5%	97.9%	(89,463)	-12%
India	563,206	0.4%	99.5%	731,835	0.5%	98.4%	(168,629)	-23%
Costa Rica	374,084	0.3%	99.8%	529,661	0.4%	98.8%	(155,576)	-29%
Vietnam	125,313	0.1%	99.9%	107,400	0.1%	98.8%	17,913	17%
Pakistan	87,433	0.1%	99.9%	70,297	0.0%	98.9%	17,136	24%
Colombia	38,556	0.0%	100.0%	5,186	0.0%	98.9%	33,370	643%
Australia	13,153	0.0%	100.0%	40,209	0.0%	98.9%	(27,057)	-67%
Jamaica	12,376	0.0%	100.0%	6,814	0.0%	98.9%	5,562	82%
El Salvador	5,411	0.0%	100.0%	-	0.0%	98.9%	5,411	N/A
Thailand	3,833	0.0%	100.0%	-	0.0%	98.9%	3,833	N/A
Leeward-Windward Islands	927	0.0%	100.0%	-	0.0%	98.9%	927	N/A
Haiti	0	0.0%	100.0%	1,540,054	1.1%	100.0%	(1,540,054)	-100%
TOTAL	138,848,134	100.0%		143,997,682	100.0%		(5,149,548)	-3.6%

VOLUMEN DE IMPORTACION DE MANGO

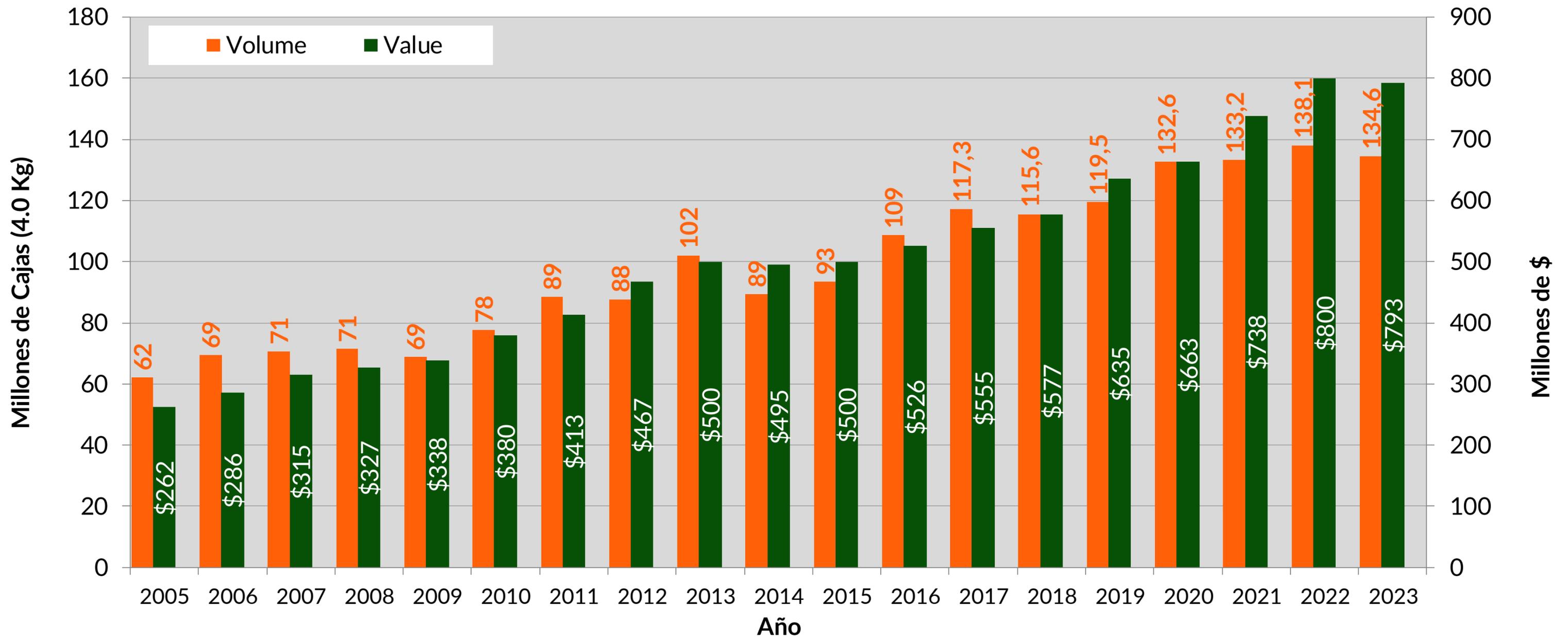
SEIS PAISES CON MAYOR VOLUMEN DE IMPORTACION (ENE-DIC 2023 vs. ENE-DIC 2022)

Mango Imports from...	January	February	March	April	May	June	July	August	September	October	November	December	TOTAL
Mexico (2023)	1,012,097	2,607,668	8,253,507	12,393,313	14,989,708	16,670,833	16,520,418	14,733,220	5,856,531	87,358	67,366	123,709	93,315,729
Mexico (2022)	866,993	3,069,862	9,743,607	10,807,738	13,868,281	13,025,639	16,782,192	14,524,307	7,321,879	363,237	82,698	164,420	90,620,853
ABS VAR	145,104	(462,194)	(1,490,100)	1,585,575	1,121,427	3,645,194	(261,774)	208,913	(1,465,348)	(275,879)	(15,332)	(40,710)	2,694,876
% VAR	17%	-15%	-15%	15%	8%	28%	-2%	1%	-20%	-76%	-19%	-25%	3%
Peru (2023)	7,929,854	8,624,761	2,066,584	5,562	-	-	-	-	-	777	168,453	545,870	19,341,859
Peru (2022)	5,791,971	7,064,965	1,975,092	21,445	-	-	-	-	-	5,036	173,238	4,753,718	19,785,464
ABS VAR	2,137,883	1,559,796	91,492	(15,883)	-	-	-	-	-	(4,259)	(4,785)	(4,207,849)	(443,605)
% VAR	37%	22%	5%	-74%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	-85%	-3%	-89%	-2%
Brazil (2023)	11,224	-	56,644	-	-	-	-	165,221	3,420,448	3,559,414	3,310,642	1,571,721	12,095,313
Brazil (2022)	164,219	-	220,337	-	50,230	-	-	17,161	2,265,400	5,012,611	1,421,907	871,778	10,023,644
ABS VAR	(152,996)	-	(163,693)	-	(50,230)	-	-	148,060	1,155,047	(1,453,197)	1,888,736	699,943	2,071,669
% VAR	-93%	N/A	-74%	N/A	-100%	N/A	N/A	863%	51%	-29%	133%	80%	21%
Ecuador (2023)	270,317	-	-	-	-	-	-	-	-	522,571	1,644,899	2,890,687	5,328,474
Ecuador (2022)	549,803	-	-	-	-	-	-	-	61,078	2,524,995	5,991,539	4,825,669	13,953,084
ABS VAR	(279,486)	-	-	-	-	-	-	-	(61,078)	(2,002,424)	(4,346,640)	(1,934,983)	(8,624,610)
% VAR	-51%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	-100%	-79%	-73%	-40%	-62%
Guatemala (2023)	-	-	349,157	2,435,482	1,630,644	68,293	-	-	-	-	-	-	4,483,577
Guatemala (2022)	-	27,458	1,324,903	1,751,122	594,948	-	-	-	-	-	-	-	3,698,430
ABS VAR	-	(27,458)	(975,746)	684,360	1,035,697	68,293	-	-	-	-	-	-	785,146
% VAR	N/A	N/A	-74%	N/A	174%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	21%
Rep. Dominicana (2023)	15,508	79,166	302,284	534,345	688,093	587,507	153,071	24,050	10,422	-	-	31,441	2,425,887
Rep. Dominicana (2022)	-	54,690	421,559	390,444	583,599	489,301	103,317	49,654	20,969	42,163	3,232	3,357	2,162,284
ABS VAR	15,508	24,476	(119,275)	143,902	104,494	98,206	49,754	(25,604)	(10,547)	(42,163)	(3,232)	28,084	263,603
% VAR	N/A	N/A	-28%	N/A	18%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	12%
TOTAL Top 6 (2023)	9,238,999	11,311,595	10,679,018	12,933,220	15,677,801	17,258,340	16,673,489	14,922,492	9,287,400	4,170,120	5,191,361	5,163,427	136,990,839
TOTAL Top 6 (2022)	7,372,986	10,189,517	12,360,595	11,219,627	14,502,110	13,514,940	16,885,508	14,591,122	9,669,326	7,948,042	7,672,614	10,618,942	140,243,760
ABS VAR	1,866,013	1,122,078	(1,681,576)	1,713,593	1,175,690	3,743,400	(212,020)	331,370	(381,926)	(3,777,922)	(2,481,253)	(5,455,515)	(3,252,921)

IMPORTACIONES DE MANGO

Cinco Países Principales: México, Perú, Ecuador, Brazil, Guatemala

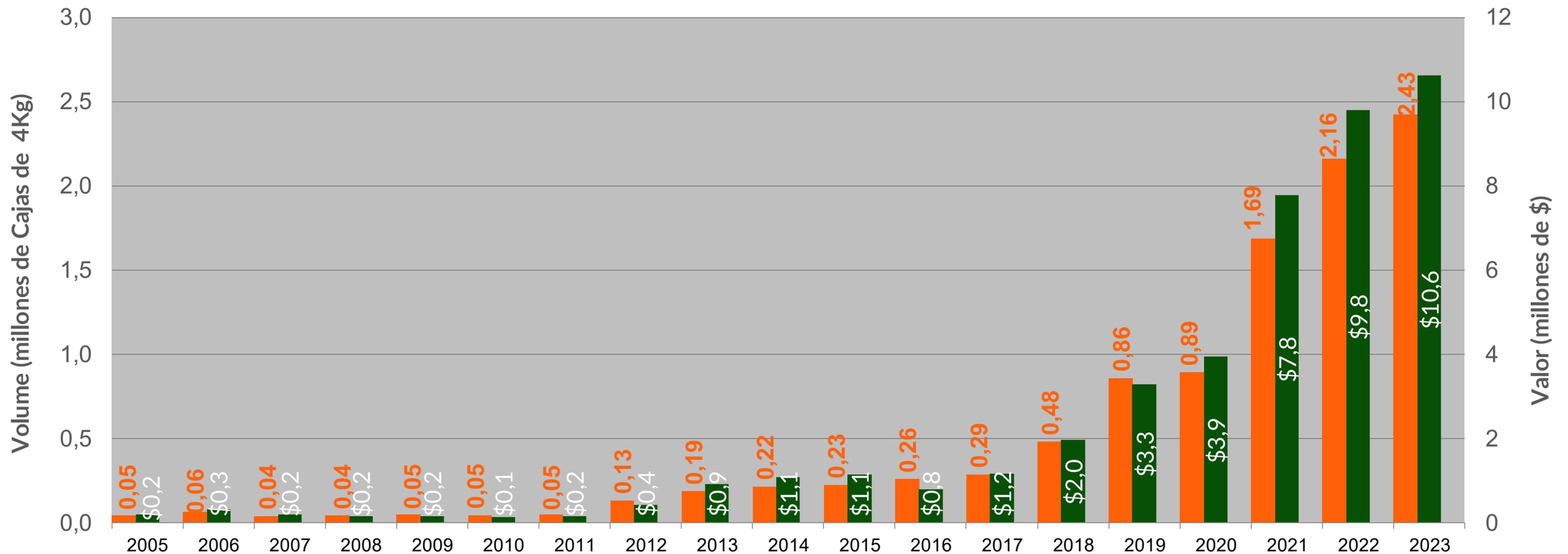
Import Volume & Value



IMPORTACIONES DE MANGO

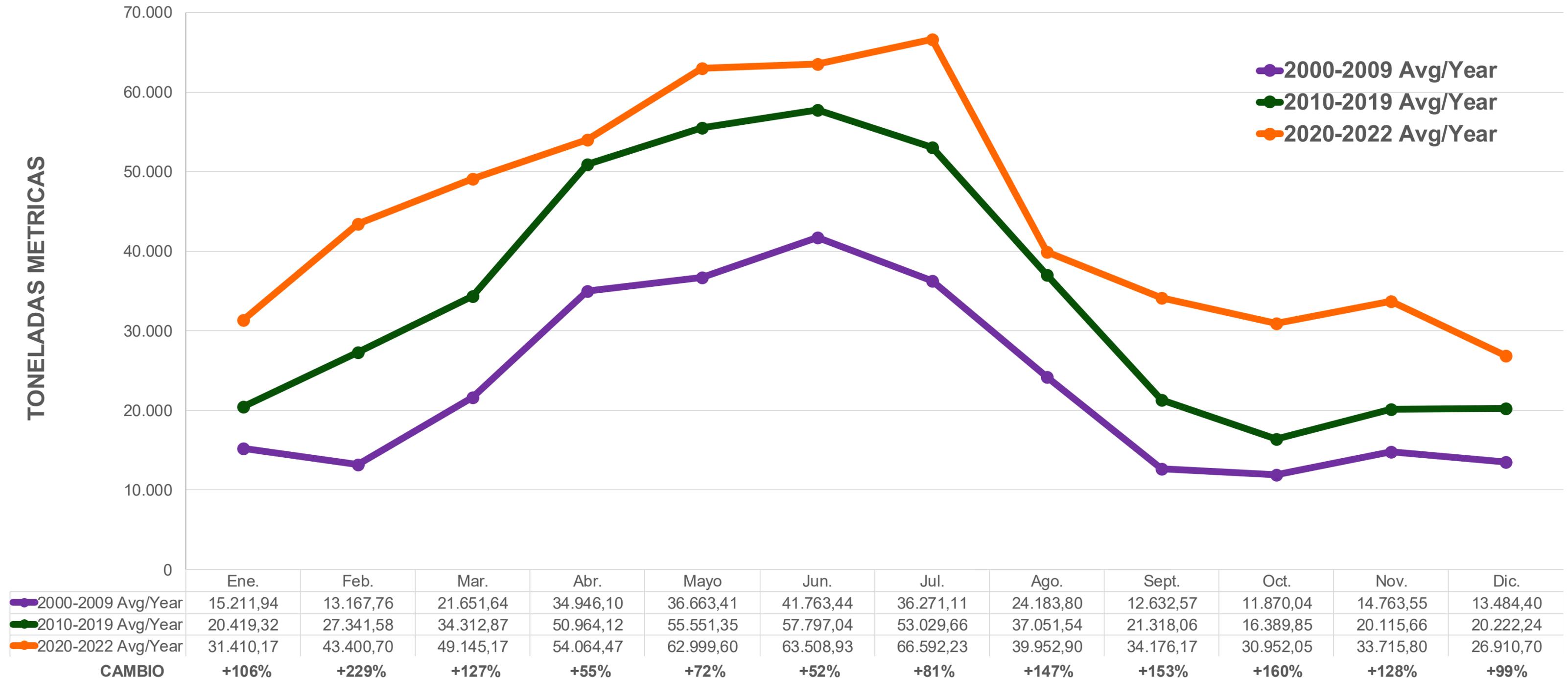
REPÚBLICA DOMINICANA: VOLUMEN & VALOR DE MANGO PARA EE.UU.

■ Volumen ■ Valor



MANGO EN EE.UU.

VOLUMEN PROMEDIO DE IMPORTACIÓN POR DECADA



CALCULANDO LA DEMANDA DE MANGO EN LOS HOGARES DE EE.UU.

- Estudio de investigación: Modelo de demanda de conocimiento del mango (marzo 2013 a diciembre 2023)
- Dr. Ronald Ward, Profesor Emérito de la Universidad de la Florida
- Tracker mensual sobre 1000 encuestas realizadas por Metrix Labs

La Demanda
de Mango
en Hogares
de EE.UU.

=



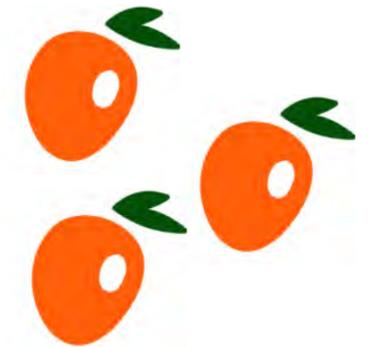
de Hogares

X



% de Hogares
Comprando Mango
(i.e. Penetración de Mercado)

X



de Mangos
Por Hogar
(i.e. Intensidad de Mercado)

RECONOCIMIENTO DE LAS PROMOCIONES

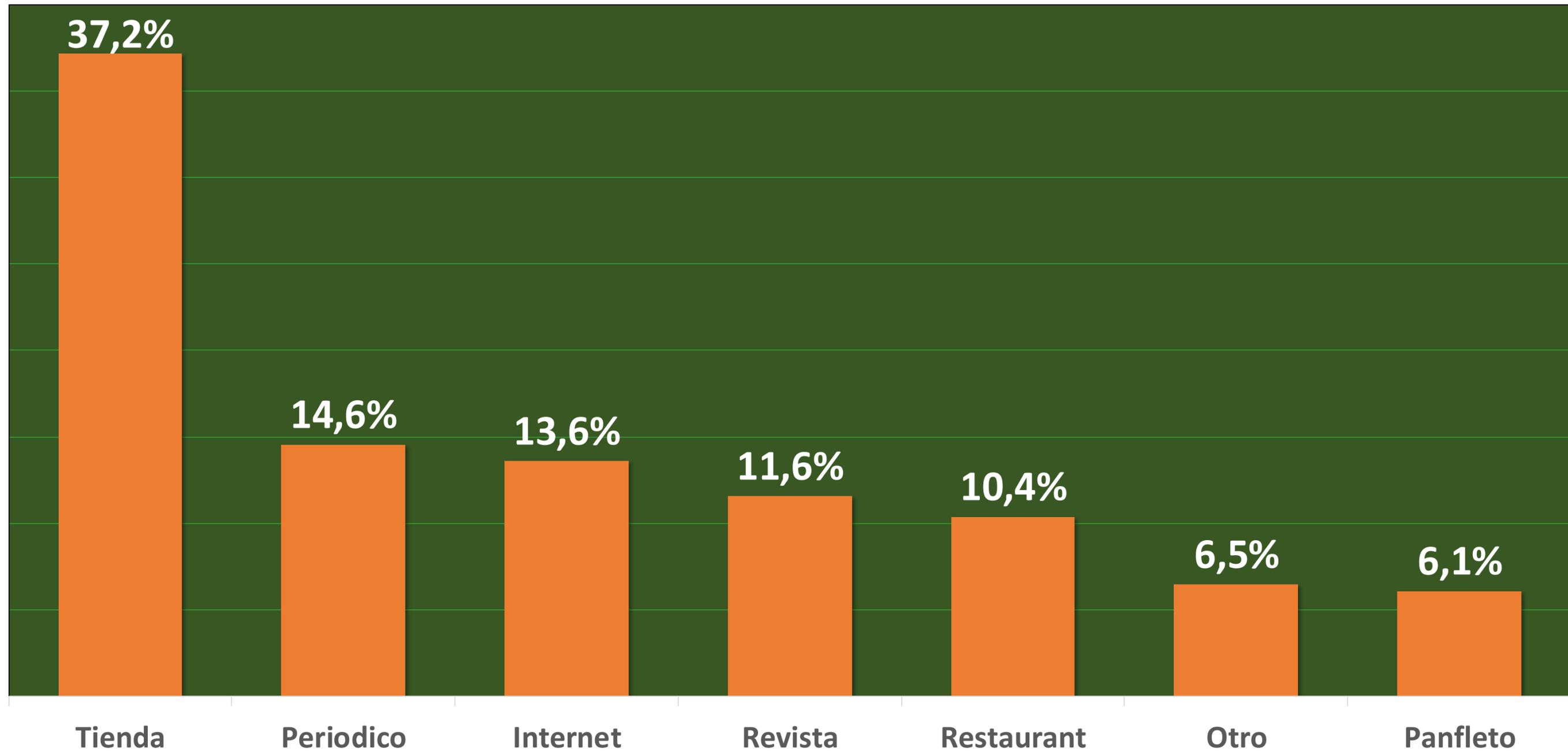
2013 - 2023

	Conciencia sobre las Promociones	% de compradores de Mango (PM)
No está al tanto de las promociones	90.04%	13.7%
Si está al tanto de las promociones	9.96%	58.2%

- El % de compradores de mango que está al tanto de las promociones es **4.3** más grande que el % de compradores que no está al tanto de las promociones

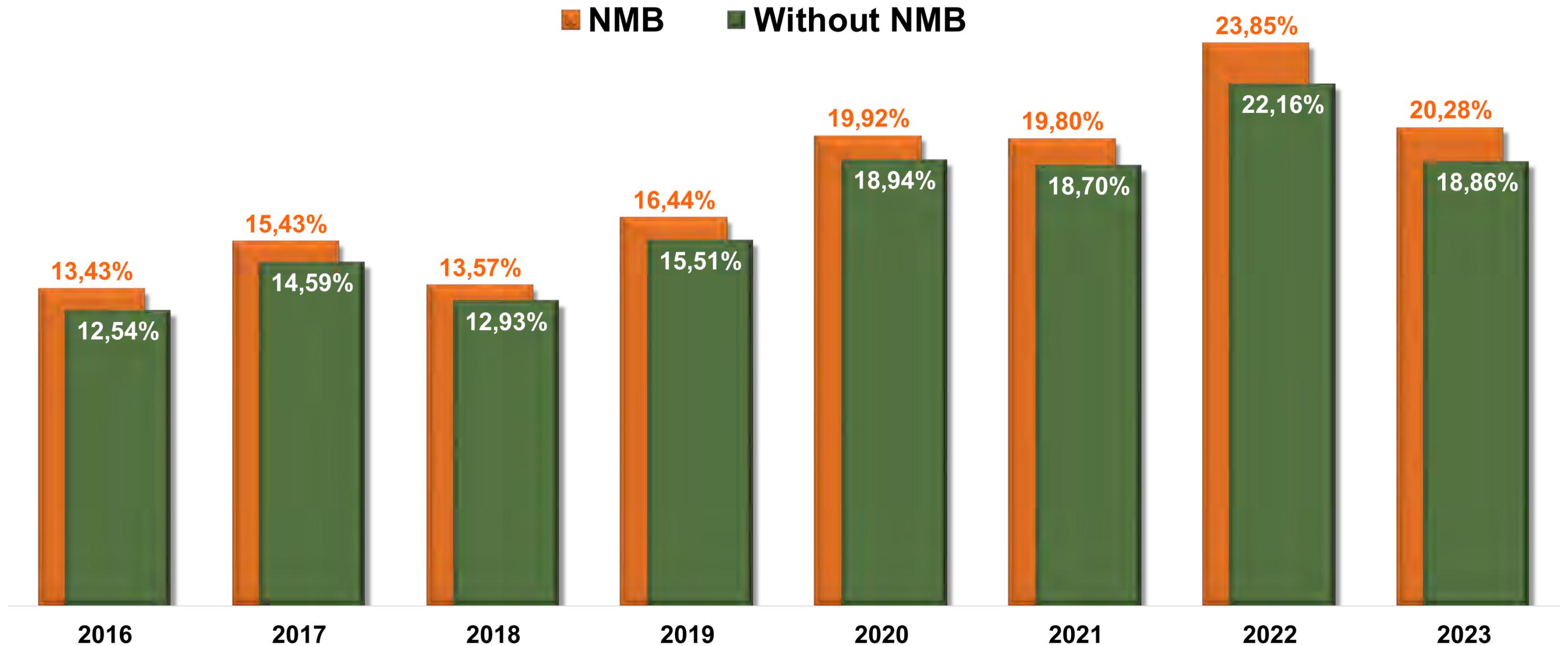
FUENTES DE INFORMACION

2013 - 2023



RETORNO EN LA INVERSION

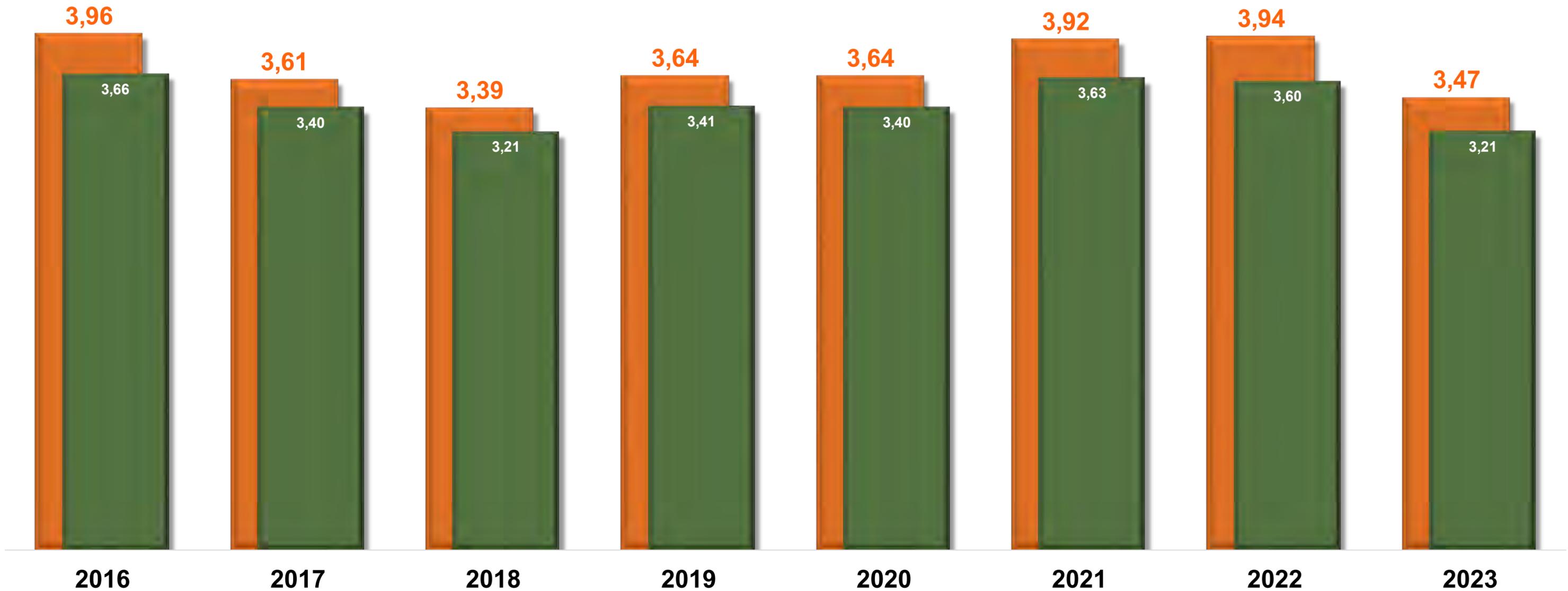
% QUE COMPRA MANGO – PENETRACION DE MERCADO (PM)



RETORNO EN LA INVERSION

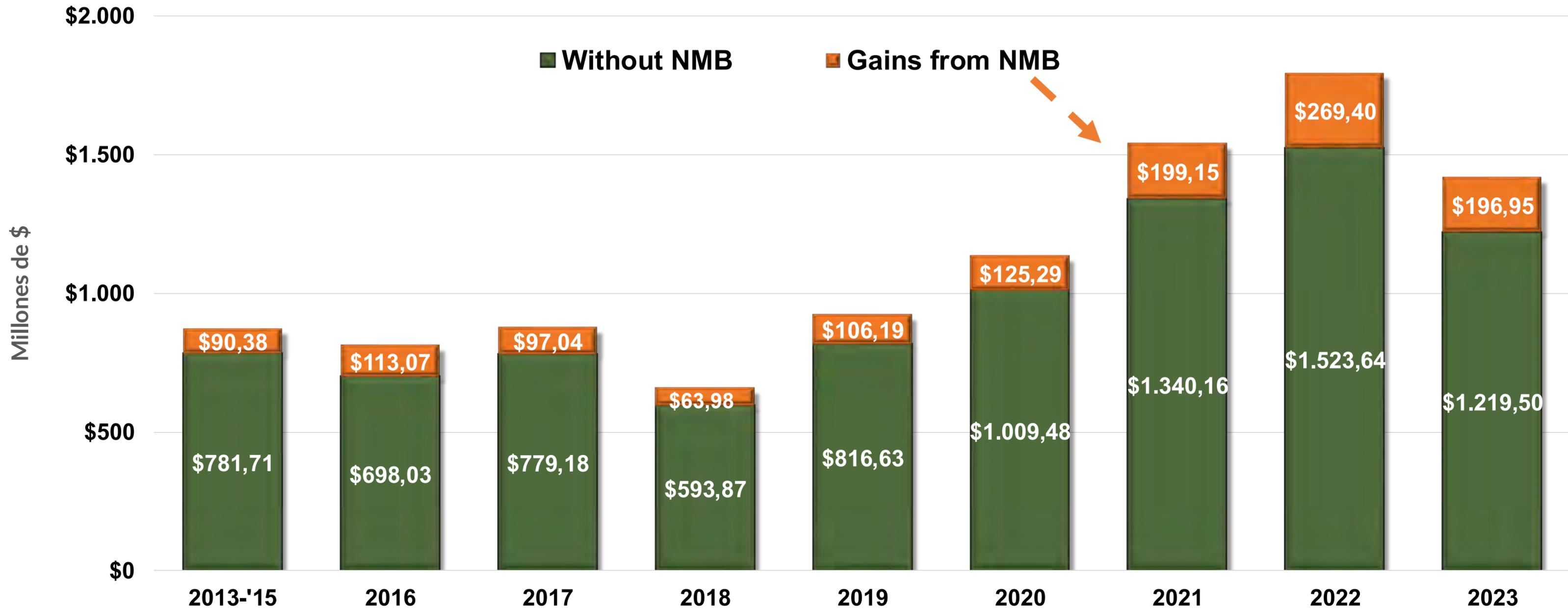
CANTIDAD DE MANGOS COMPRADOS – INTENSIDAD DE MERCADO (IM)

■ NMB ■ Without NMB



RETORNO EN LA INVERSION

VALOR AGREGADO ATRIBUIDO A LA NMB - ACUMULADO 2013 A 2023

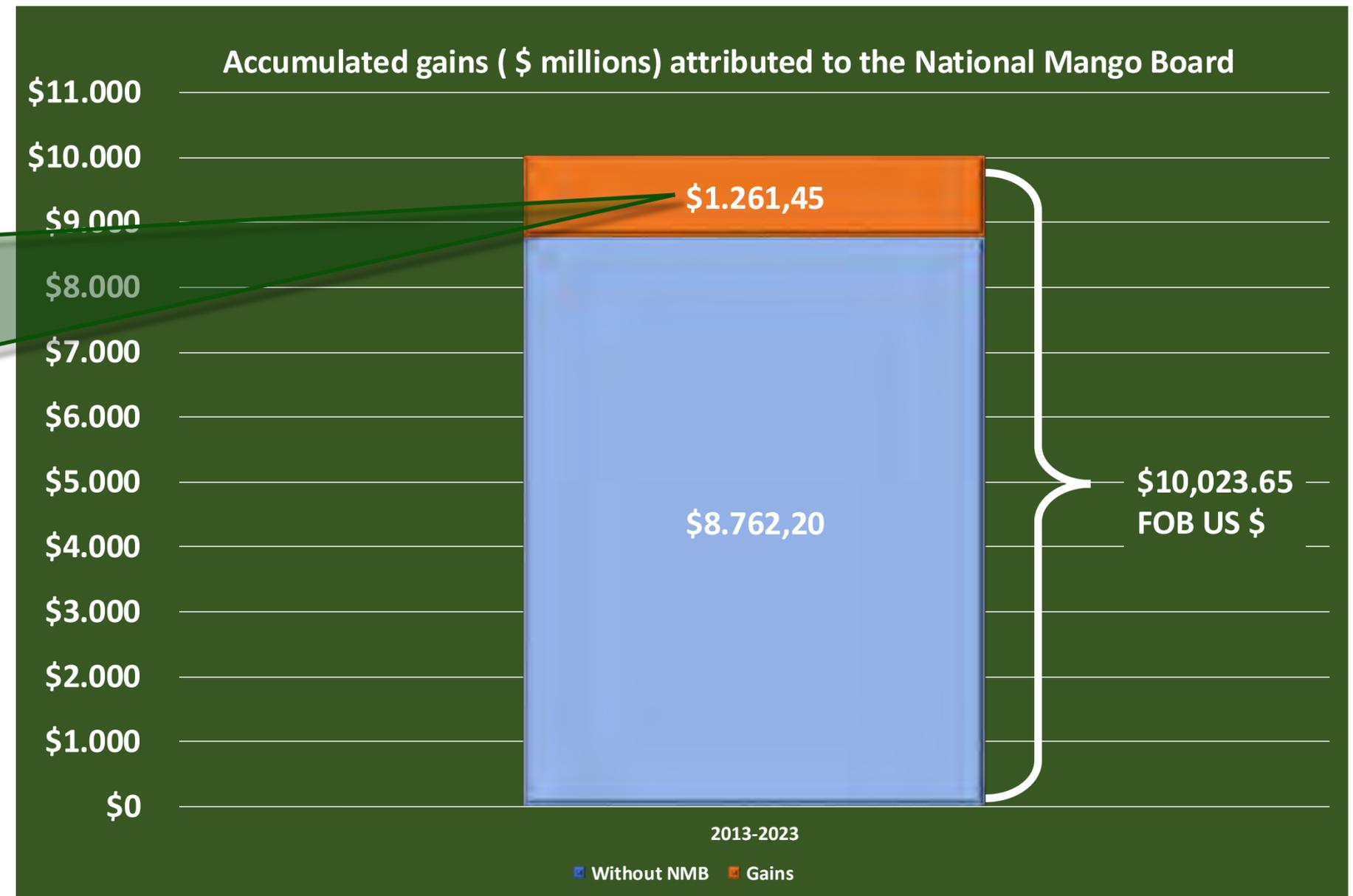


RETORNO EN LA INVERSION

VALOR AGREGADO ATRIBUIDO AL NMB – ACUMULADO 2013 A 2023

Ganancia FOB acumulada atribuida a los programas de la NMB

Un **14.4%** de incremento debido a los programas de la NMB



PROGRAMAS DE LA NMB

INVERSIÓN Y GANANCIA DE 2013 - 2023

Comenzando en Marzo del 2013	'13-2015	'13-2016	'13-2017	'13-2018	'13-2019	'13-2020	'13-2021	'13-2022	'13-2023
Ganancia Acumulada FOB (\$ millones)	\$90.38	\$203.46	\$300.50	\$364.47	\$470.67	\$595.96	\$795.11	\$1,064.51	\$1,261.45
NMB Inversion Acumulada (\$ millones)	\$17.57	\$24.16	\$30.28	\$37.15	\$45.05	\$51.68	\$60.19	71.54	\$82.58
Retorno sobre la Inversion (ROI)	5.14	8.42	9.92	9.81	10.45	11.53	13.21	14.88	15.29

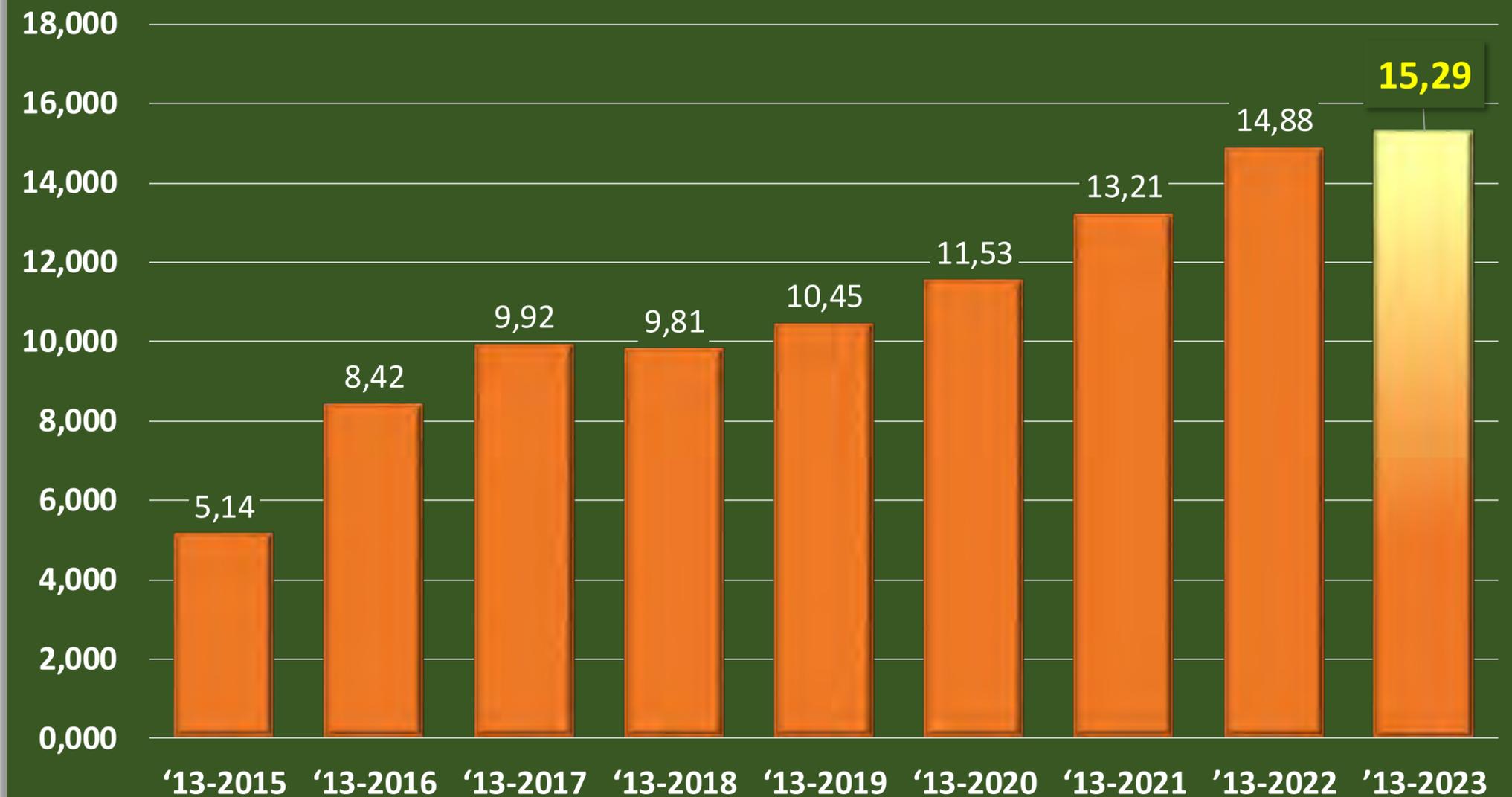
Fuente: National Mango Board - Modelo de demanda de conocimiento del mango (marzo 2013 a diciembre 2023)
 Por el Dr. Ronald Ward, Profesor Emérito de la Universidad de Florida; Encuesta mensual realizada por Metrix Labs

PROGRAMAS DE LA NMB

RETORNO SOBRE LA INVERSIÓN (ROI)

RELACIÓN DE BENEFICIO-COSTO

Por cada dolar
(US\$ 1.00) invertido
en los Programas de
la NMB,
la industria del
mango
ha obtenido un
beneficio igual a
US\$ 15²⁹





AGENDA

- National Mango Board
- Mango en los Estados Unidos
- Importación de Mango a EE.UU.
- **Programas de la NMB**
- Actividades recientes de Mercadeo
- Programa de Investigación y Relaciones con la Industria

NATIONAL MANGO BOARD

PROGRAMAS



Incluye:

- 1) **Consumidores**
- 2) **Mensajes de Nutrición y Salud**
- 3) **Minoristas**
- 4) **Servicio de Alimentos**
- 5) **Comunicaciones y Relaciones Públicas**
- 6) **Valor Agregado: Maduración y Fresco-Cortado**

Incluye:

- 1) **Nutrición y Salud**
- 2) **Pronóstico y Análisis de la Cosecha**
- 3) **Prácticas de Producción y Postcosecha**
- 4) **Inocuidad Alimentaria & Sustentabilidad**
- 5) **Relaciones con la Industria**



PROGRAMA DE INVESTIGACIÓN & RELACIONES CON LA INDUSTRIA



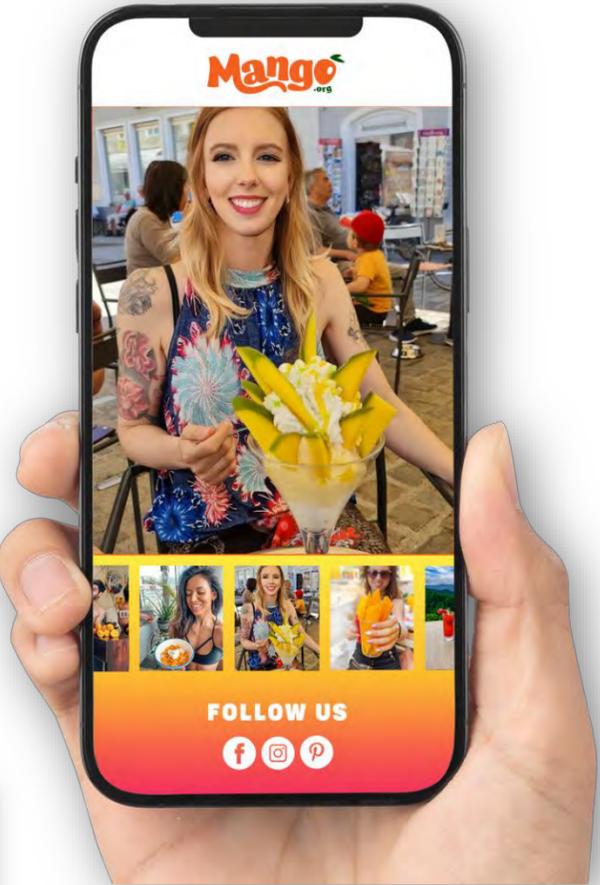
PROGRAMA DE MERCADEO 2024

- Reposicionamiento y lanzamiento del sitio Web y Mercadeo a nivel digital – Mango.org
- Programa de Marketing a nivel de Consumidores
 - Participación continua en las Redes Sociales
 - Mensajes de Nutricion
 - Campaña- videográfica “Historias del Origen del Mango”
 - Iniciativa “Tour del Mango” (en Ingles: Mango JoyRide Tour)
 - Iniciativas de mercadeo en el área Deportiva y muchas mas
- Programa de Marketing para Minoristas (nueva campaña)
- Programas Marketing para la Industria de Servicio de Alimentos

PROGRAMA DE MERCADEO 2024

NUEVO SITIO WEB! – www.Mango.org

- Proporcionar herramientas y funciones interactivas divertidas (Juegos, etc.) que alienten a nuestra audiencia a participar activamente.



HOW TO PICK

HOW TO PREP

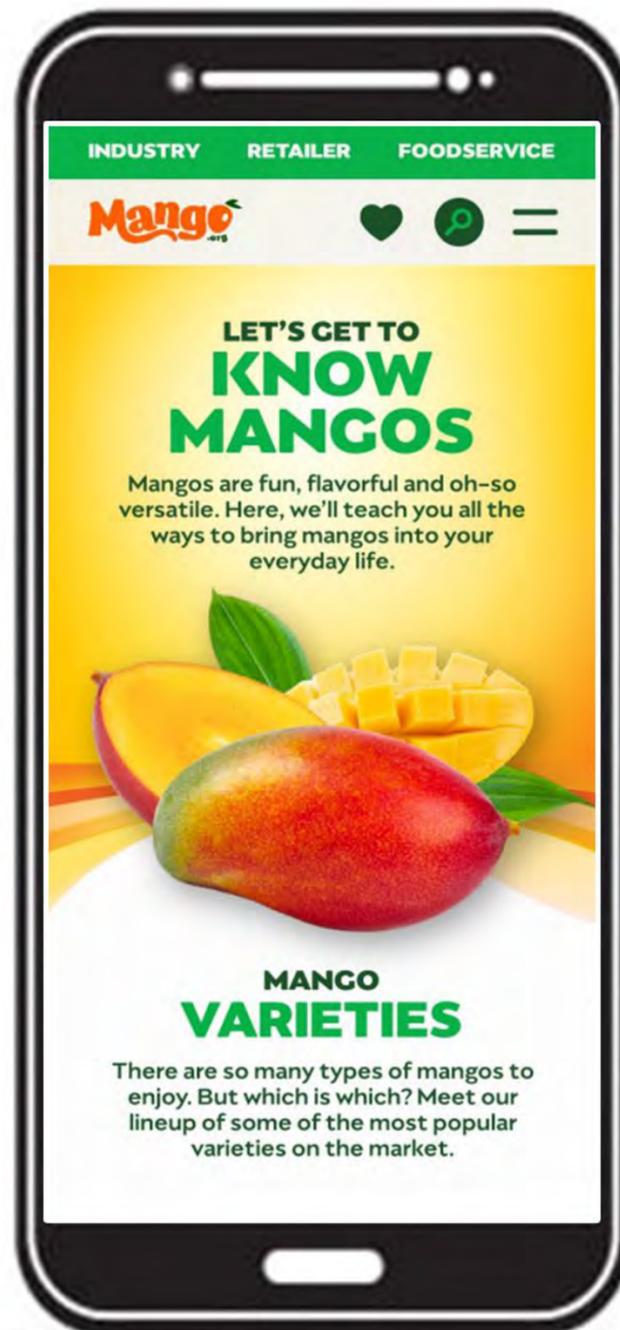
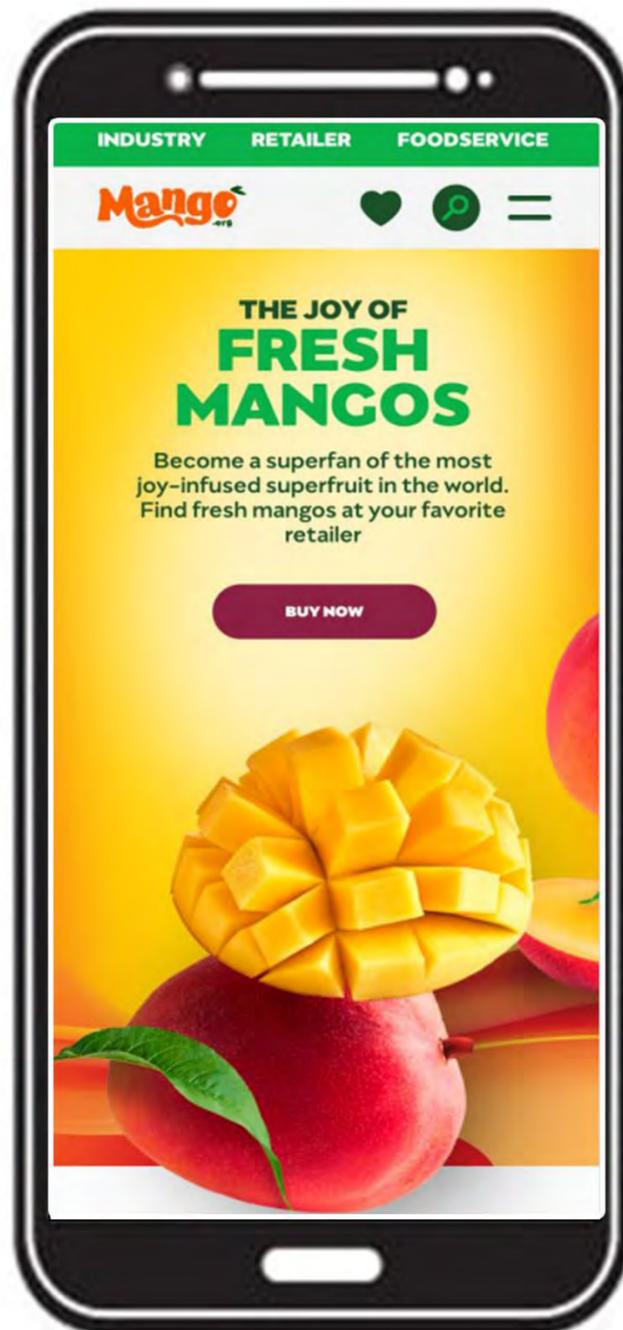
RIPENESS TIPS



PROGRAMA DE MERCADEO 2024

2024: NUEVO SITIO WEB

- Sitio web versátil a nivel de tableta y celular
- Nueva plataforma I/T en un 100%
- Manejo fácil para los diferentes grupos meta
- Diseño limpio y fácil de navegar
- Lanzamiento: 22 de Julio – Día Nacional del Mango



PROGRAMA DE MERCADEO 2024

INCORPORACION DE UN NUEVO LEMA AL LOGO – TAG LINE

Se trabajo con tres lemas para finalmente escoger uno definitivo



TASTE THE JOY

ALT:
TASTE THE JOY OF MANGOS

"Taste the Joy" invites you to indulge in the delightful world of mangos, where every juicy bite is a symphony of flavor and fun. Mangos bring joy to you through their tantalizing taste that also packs a punch of wellness and nutrition, providing a guilt-free indulgence.

Whether you're whipping up a refreshing mango smoothie, crafting a colorful mango salsa, or simply enjoying them on their own, mangos open the door to joy-filled kitchen adventures that are sure to brighten up your everyday meals.



MAKE IT WITH MANGOS

ALT:
MAKE IT WITH MANGO

"Make it with Mangos" isn't just a tagline; it's an invitation to unlock the full potential of your culinary adventures right in your own kitchen. By infusing your dishes with the vibrant flavors of mangos, you're not just cooking – you're creating memorable experiences.

This tagline can support a campaign that shares the versatility of mangos, inspiring you to explore a world of sweet and savory delights. So why not make it with mangos and embark on a flavorful journey today?



MORE MANGOS. MORE FUN.

More mangos mean — more fun! Mangos are more than just delicious; they're happiness in fruit form, with their juicy sweetness and sunny vibes transporting you to paradise with every bite.

But it's not just about taste – mangos are also a powerhouse of wellness and nutrition, giving you the energy to seize the day with a smile.

So why not add more mangos to your shopping cart and bring on more fun?

With the initial tagline question, we actually conducted two tests: one with tagline description/narrative (n = 1,000) and one with just taglines with the same mango recipe image (n = 1,000) . With both, the clear winner was *Taste the Joy*.

Combined Surveys (n = 2,000)		With Narrative Survey (n = 1,000)		Just Tagline Survey (n = 1,000)	
Tagline	%	Tagline	%	Tagline	%
Taste the Joy	27%	Taste the Joy	25%	Taste the Joy	29%
More Mangos. More Fun.	22%	More Mangos. More Fun.	22%	Make It With Mangos	23%
Make It With Mangos	21%	Make It With Mangos	19%	More Mangos. More Fun.	22%
DelightfullyBrightfullyMangos	15%	Your Daily Boost	18%	DelightfullyBrightfullyMangos	14%
Your Daily Boost	15%	DelightfullyBrightfullyMangos	16%	Your Daily Boost	12%

With *Taste the Joy* scoring so high on the "Just Tagline" survey, it shows the strength of the tagline living on its own.

PROGRAMA DE MERCADEO 2024

PROGRAMA DE NUTRITION

DIETISTAS Y NUTRICIONISTAS REGISTRADOS (RDN)



PROGRAMA DE MERCADEO 2024

REDES SOCIALES / CONCURSO DIGITAL

- Evergreen (Permanente durante todo el año)
- Mango Madness – Concurso digital (marzo)
- Campaña del Cinco de Mango (abril – mayo)
- Campañas del verano (Mayo, junio y julio)
- Regreso a clases (agosto)
- Tour del Mango - Excursión en Coche (agosto-septiembre)



La NMB organizo un enfrentamiento épico con socios embajadores y personas influyentes adicionales para participar en nuestro propio torneo “Mango Madness”, con los derechos de fanfarronear de la Mejor Receta de Mango en juego



PROGRAMA DE MERCADEO 2024

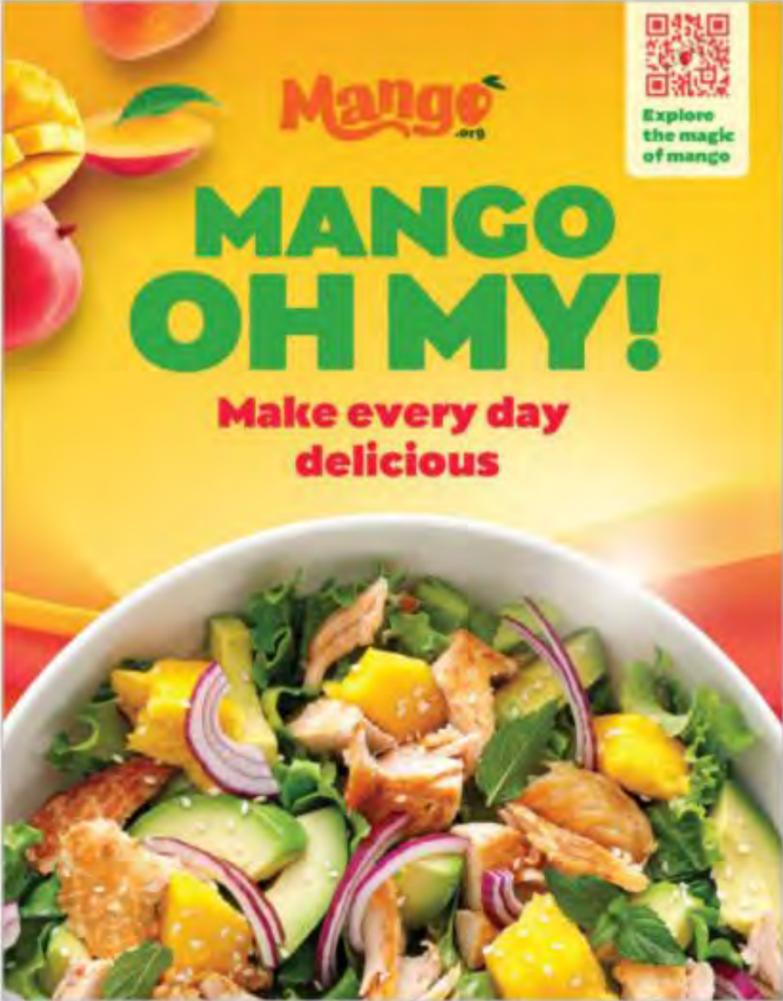
CAMPAÑA RECIENTE DE CINCO DE MANGO



11" x 7"

PROGRAMA DE MERCADEO 2024

CAMPAÑA RECIENTE DE CINCO DE MANGO



Evergreen Front/Back



Evergreen Sides

Pairing Ads | Cinco Sweet Cinco

Photographic



Graphic Background*



Photographic

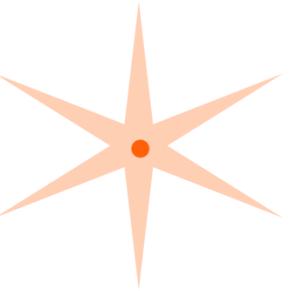


Graphic Background*

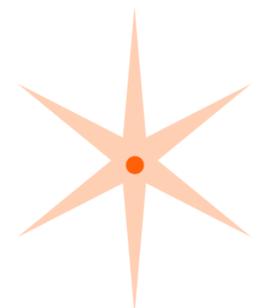
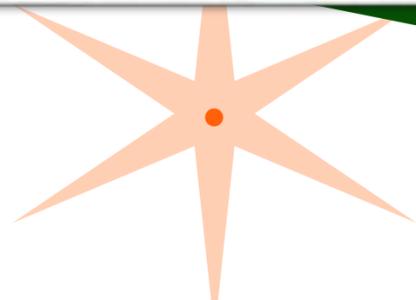


PROGRAMA DE MERCADEO 2024

HISTORIAS DEL ORIGEN DEL MANGO



- PUERTO RICO ● HAWAII ● MÉXICO ●
- ECUADOR ● GUATEMALA ● BRASIL ●
- CALIFORNIA ● PERÚ ●



INICIATIVA DEPORTIVA

EXPLORANDO NUEVAS FORMAS DE CONECTAR CON LOS CONSUMIDORES



INICIATIVA DEPORTIVA

EXPLORANDO NUEVAS FORMAS DE CONECTAR CON LOS CONSUMIDORES



- Temporada de 108 juegos en deportes de mujeres (futbol, softbol, volibol, natación, etc.)
- Temporada de 6 juegos de futbol americano (hombres) con tres activaciones del NMB
- TV (regional y nacional) y medios sociales
- Participación exclusiva en programa local de TV
- Estadio con capacidad de 81.000 y todos los juegos vendidos por completo
- Expectativa de alcanzar mas de 25 millones de exposiciones en la campaña (Digital: 7.9m encuentros, TV: 27.5m televidentes expuestos)
- Costo: \$0.0181/impresión con una inversión de \$200k, generando un ROI de \$11.0m en valor de medios

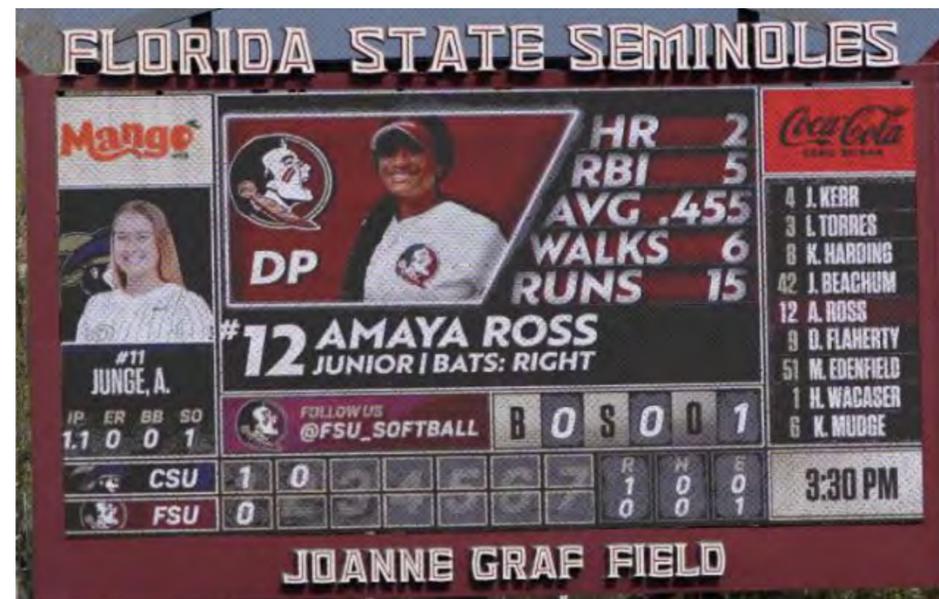
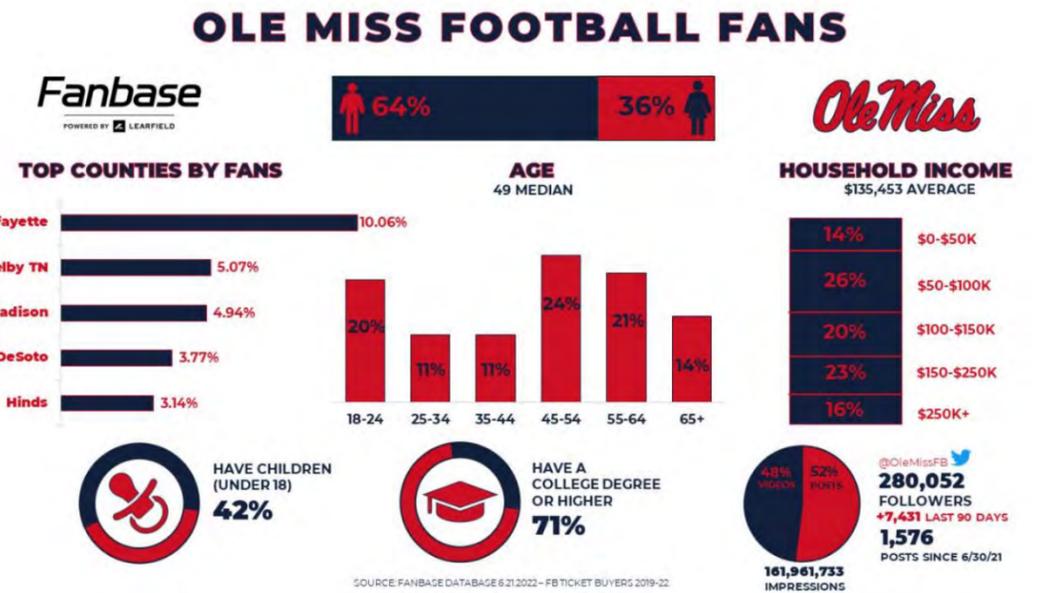
INICIATIVA DEPORTIVA

EXPLORANDO NUEVAS FORMAS DE CONECTAR CON LOS CONSUMIDORES



PROGRAMA DE MERCADEO 2024

INICIATIVAS DE MERCADEO EN EL AREA DEPORTIVA



PROGRAMA DE MERCADEO 2024

NUEVA INICIATIVA INTEGRADA (CONSUMIDORES-DETALLISTAS)



PROGRAMA DE MERCADEO 2024

NUEVA INICIATIVA INTEGRADA (CONSUMIDORES-DETALLISTAS)

Mango
.org

JOYRIDE

A three-city tour designed to spread the joy of mangos—with tastes, tunes, education and merch. We will capture audience hearts and minds at events where good times are already taking place.

- Decked out, mango-themed food truck
- Tasty mango recipes & drinks
- Custom, must-have merch giveaways
- Music, education, fun & games

The visuals in this deck are for conceptual purposes only.

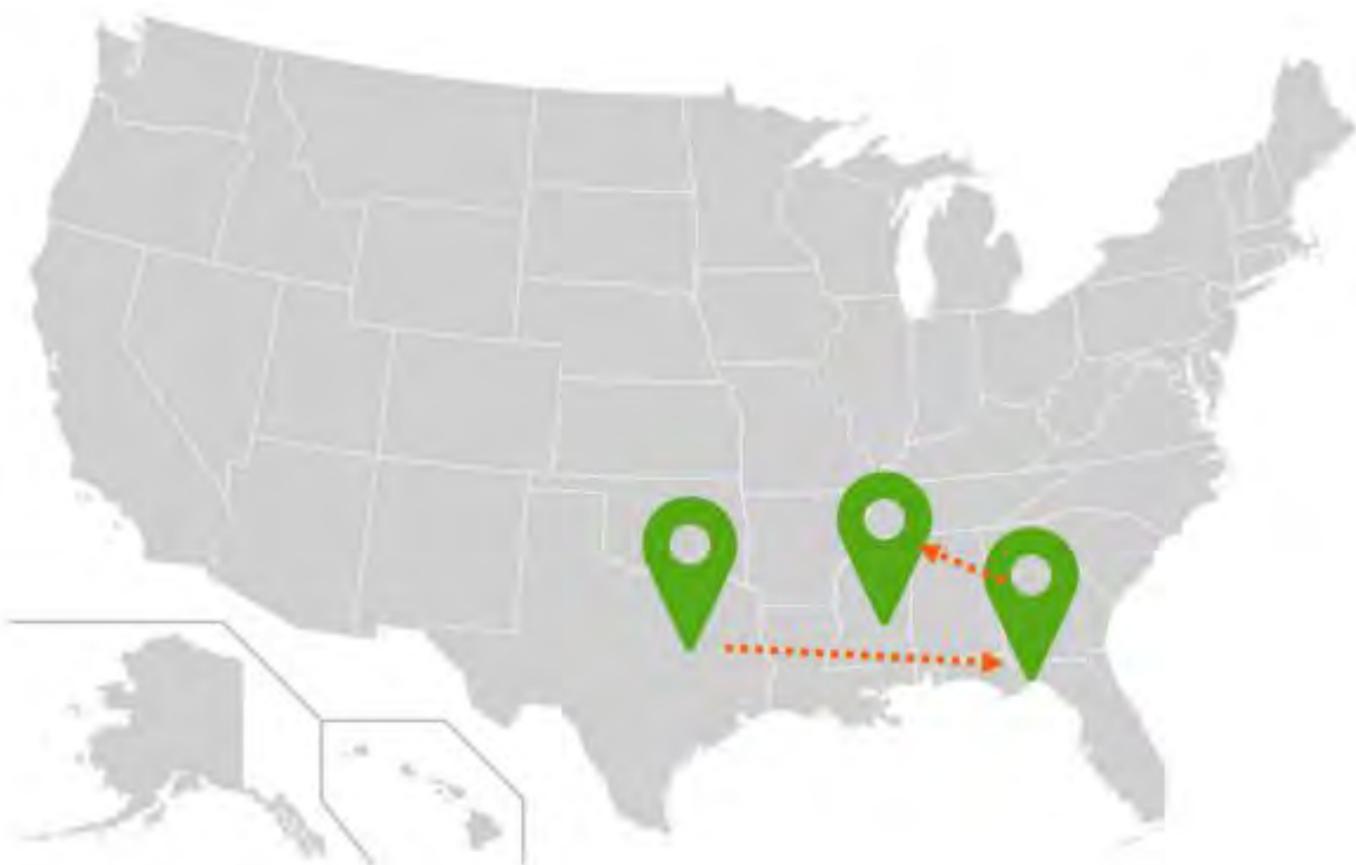


Mango
.org

PROGRAMA DE MERCADEO 2024

NUEVA INICIATIVA INTEGRADA (CONSUMIDORES-DETALLISTAS)

- Recorrido del tour por tres ciudades con variados eventos:



FRISCO ROUGHRIDERS, TX
SUNDAY, AUGUST 25



FLORIDA STATE UNIVERSITY
TALLAHASSEE, FL
MONDAY, SEPT. 2



OLE MISS
OXFORD, MS
SATURDAY, SEPT. 7

PROGRAMA DE MERCADEO 2024

NUEVA INICIATIVA INTEGRADA (CONSUMIDORES-DETALLISTAS)

- Elementos claves de esta activación de mercadeo:

BRANDED TOUR TRUCK

A custom-wrapped, branded food truck serves as our traveling brand ambassador and experience hub at all tour locations

SAMPLING OPPORTUNITIES

We will offer a range on simple-to-make yet tasty recipes that fit the audience and theme

BRANDED MERCHANDISE

Custom-designed merchandise giveaways entice our audience to engage and participate in the experience

MANGO EDUCATION

Culinary expert will be on-hand to teach mango tips and tricks for cutting and prepping mangos

PHOTO BOOTH

A mobile photobooth captures audience participation and generates organic social content around the event

MUSIC/ DJ BOOTH

Custom playlist or enlisted DJ will set the musical vibe for the experience

FUN & GAMES

Games like giant jenga and cornhole will be provided to entice our audience to hang out at our event

EVENT DISCOUNTS

Coupons and discounts incentivize our audience to engage and ultimately drive to purchase

PROGRAMA DE MERCADEO 2024

NUEVA INICIATIVA INTEGRADA (CONSUMIDORES-DETALLISTAS)

- Apoyo digital:



PROGRAMA DE MERCADEO 2024

PROGRAMA A NIVEL DE MINORISTAS





TASTE THE
**JOY OF
MANGOS**

YOU COULD
**WIN* A TRIP
FOR TWO**
TO THE WORLD PREMIERE OF
DISNEY AND PIXAR'S INSIDE OUT 2

Disney PIXAR
**INSIDE
OUT 2**

ONLY IN THEATERS JUNE 14



PARENTAL STRONGLY SUGGESTED
PG
SOME THEMATIC ELEMENTS
Some Material May Not Be Suitable for Children

©2024 Disney/Pixar

PROGRAMA DE MERCADEO 2024

CAMPAÑA RECIENTE DE DETALLISTAS: INSIDE OUT 2

National Mango Board partners with Disney for 'Taste the Joy of Mangos' Sweepstakes

May 20, 2024 - General News, Press Release

Print Email Facebook Twitter Plus



ORLANDO, Fla., May 20, 2024 /PRNewswire/ — Get ready to make some joyful memories with mangos this summer. In celebration of Disney and Pixar's Inside Out 2, the National Mango Board (NMB) #180094 and Disney have teamed up for an epic sweepstakes, offering fans the chance to win tickets to the premiere of the highly anticipated film, only in theaters June 14.

The sweepstakes launches May 20 and will run through May 31.



As part of the sweepstakes, the National Mango Board and Disney will give fans a chance to win a Grand Prize of two tickets to the World Premiere, which will take place in Hollywood, California. The winner will also be granted a two-night stay and coach air travel for two. Adding to the excitement, the National Mango Board is delighted to be a World Premiere Sponsor.

National Mango Board Partners With Disney and Pixar for New Sweepstakes; Dan Spellman Details



National Mango Board teams with Disney on 'Taste the Joy of Mangos' sweepstakes

May 21, 2024

In celebration of Disney and Pixar's Inside Out 2, the National Mango Board and Disney have teamed up for an epic sweepstakes, offering fans the chance to win tickets to the premiere of the highly anticipated film, only in theaters June 14. The sweepstakes runs May 20 - May 31.

As part of the sweepstakes, the National Mango Board and Disney will give fans a chance to win a Grand Prize of two tickets to the world premiere, which will take place in Hollywood. The winner will also be granted a two-night stay and coach air travel for two. Adding to the excitement, the National Mango Board is delighted to be a World Premiere Sponsor.

"We are thrilled with our collaboration celebrating Disney and Pixar's new movie, Inside Out 2," said Dan Spellman, director of marketing for the National Mango Board. "We're excited to bring the joy of mangos to shoppers this summer."



Consumers can enter the sweepstakes by visiting Mango.org/inside-out and registering before 11:59 p.m. Eastern Daylight Time on May 31. No purchase is necessary to enter this sweepstakes; all that's needed is a name and an email address. The Grand Prize winner will be selected by a random drawing in early June.

Additional components of the collaboration include point-of-sale displays in participating retail locations, social media content and an interactive landing page where site visitors can enjoy the movie trailer and explore mango recipes that are always fan favorites.

The collaboration launches as mangos enter peak season in-store. Packed with vitamins and fiber, mangos are a delicious and nutritious treat.

- Comunicados de prensa de Disney y de la NMB liberados el lunes 20 de marzo
- El esfuerzo publicitario recibió más de 67 millones de vistas únicas con un alcance total de 152 millones de lectores, representando un valor total de publicidad de más de 2 millones de Dólares
- Con tan solo 10 días de campana activa, más de 30,000 personas se han inscrito en la promoción
- La NMB alcanzó un récord de visitas en nuestro sitio web (1er, 2do y 5to día)

PROGRAMA DE MERCADEO 2024

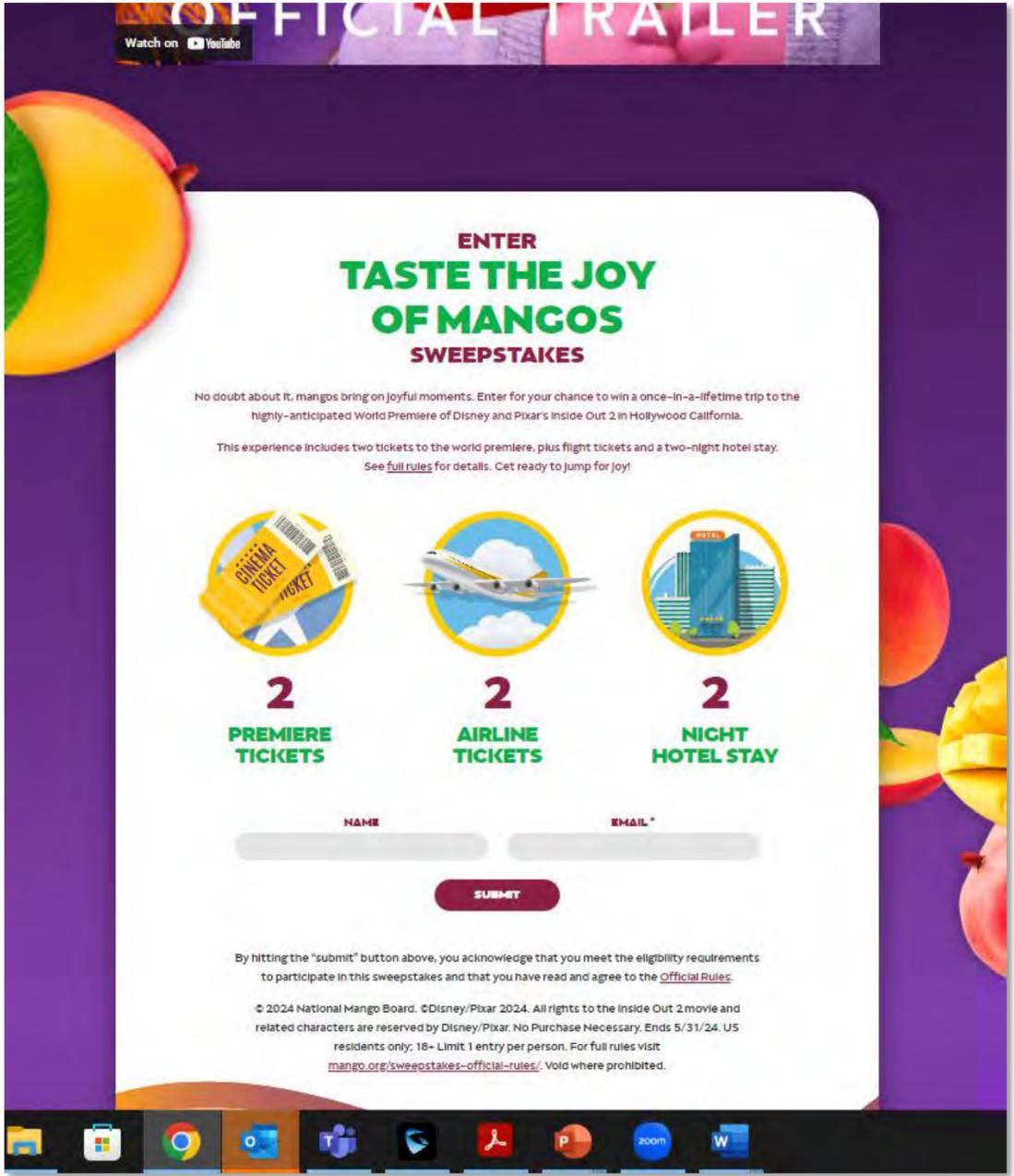
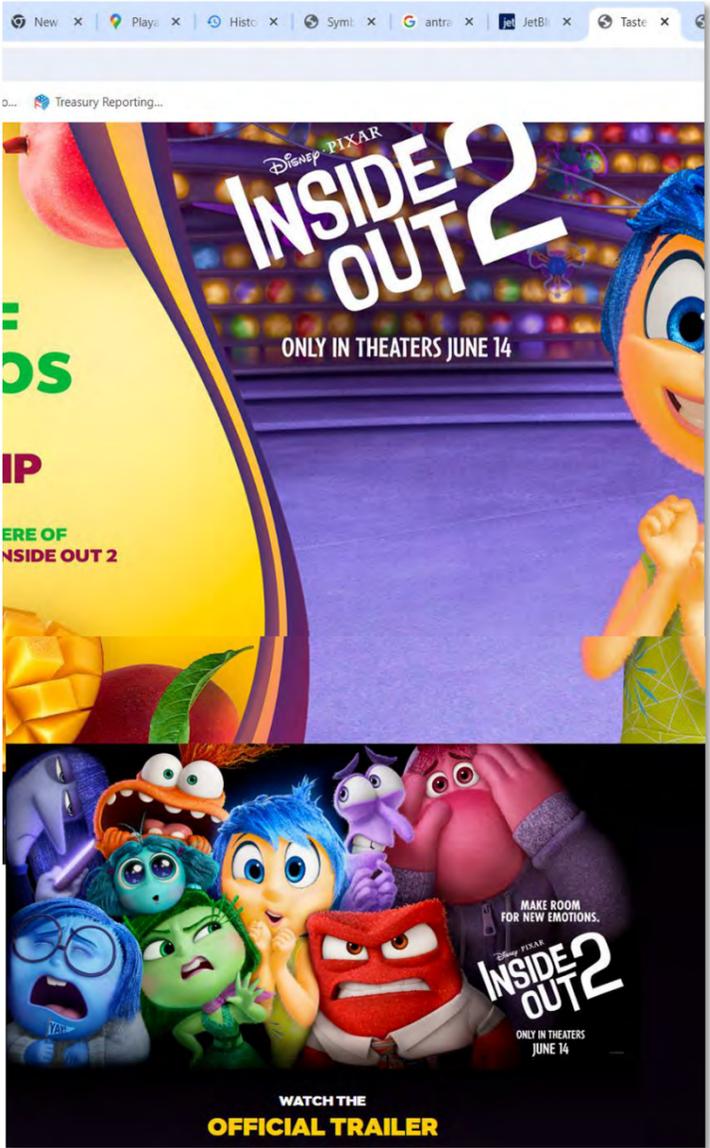
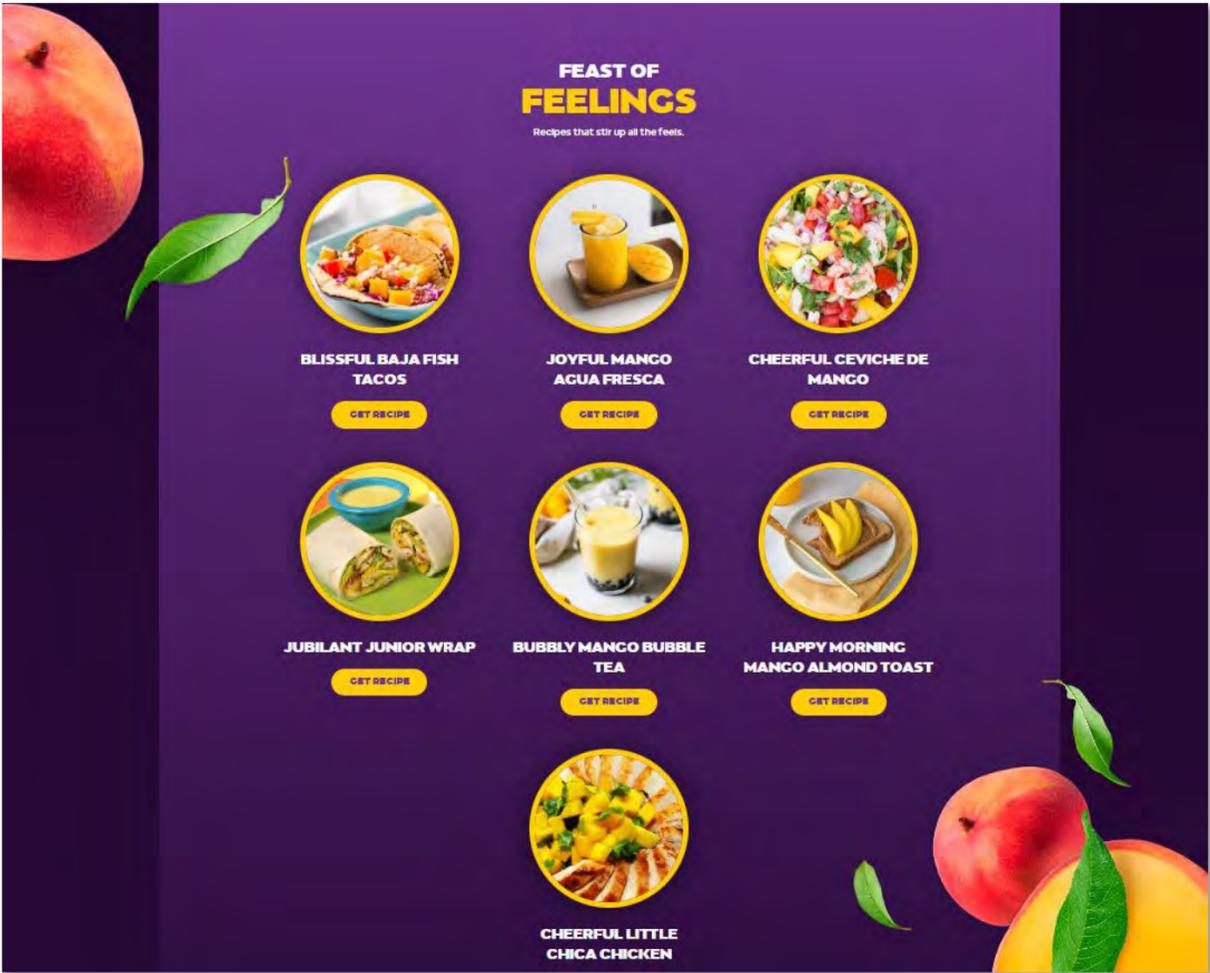
CAMPAÑA RECIENTE DE DETALLISTAS: INSIDE OUT 2



- Mas de 2,000 tiendas participantes!
- Promocion valida hasta el 26 de junio de 2024
- Material POP enviado a minoristas participantes
- Mas de 12,000 concursantes unicos inscritos

PROGRAMA DE MERCADEO 2024

CAMPAÑA RECIENTE DE DETALLISTAS: INSIDE OUT 2



APOYO DIGITAL

PROGRAMA DE MERCADEO 2024

NIVEL DE MINORISTAS – MATERIAL POP

Product Display

Base can be used w/o Header Card
(Header shown w/ optional die-cut)



- Material POP en 2000+ tiendas a lo largo y ancho de los EEUU
- Posibilidad de bajar material POP desde nuestro sitio web:
<https://www.mango.org/disney-pixars-inside-out-2-pos/>

Giveaway (Final TBD)

WIN A VIP TRIP TO THE INSIDE OUT 2 PREMIERE:

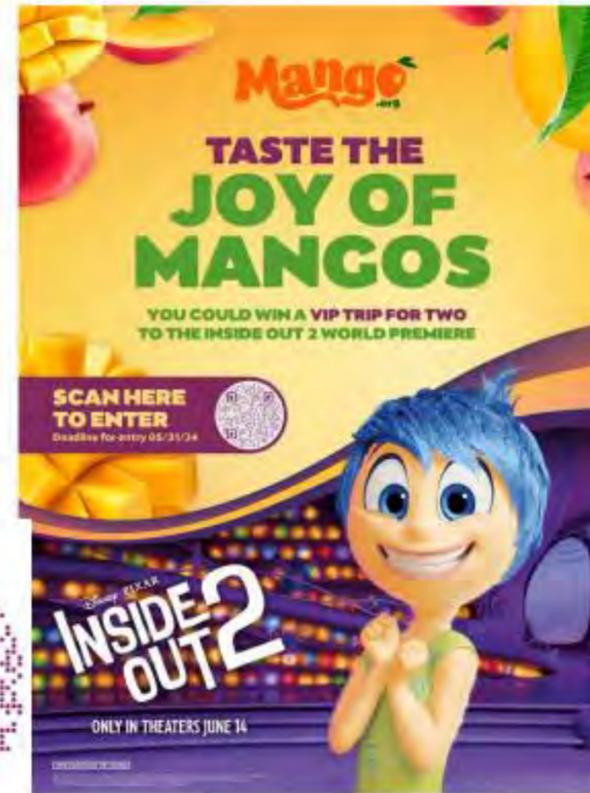
- 2 tickets to the World Premiere
- Two (domestic) Airline Tickets
- 2 Night Hotel Stay



Selected Logo:



URL: [mango.org/inside-out-2](https://www.mango.org/inside-out-2)
Iron Man Poster – 18" x 24"
Double-Sided



11" x 7"



5" x 3"

PROGRAMA DE MERCADEO 2024

PROGRAMA INDUSTRIA DE SERVICIO DE ALIMENTOS

- **INFORMACIÓN SOBRE EL SERVICIO DE ALIMENTOS**
 - Mangos en los menús del servicio de alimentos: resultados de la investigación de 2023
- **MEDIOS DE SERVICIO DE ALIMENTOS**
 - Menú Campaña de influenciadores y tomadores de decisiones
- **TALLERES DEL SERVICIO DE ALIMENTOS**
 - Eventos y contacto directo para educar e inspirar
- **CAMPAÑAS DE CHEF INFLUENCIADORES**
 - De chef a chef: nuevos activos, nuevas conexiones
- **EVENTOS DE SERVICIO DE ALIMENTACIÓN**
 - Networking, muestreo, educación
 - Más de 3000 personas influyentes en el menú, tomadores de decisiones y educadores



PROGRAMA DE MERCADEO 2024

SEGUIMOS PARTICIPANDO ACTIVAMENTE EN FERIAS, SHOWS Y ACTIVIDADES RELACIONADAS CON DETALLISTAS

- ✓ Southeast Produce Council Event- Tampa, FL (March 7-9)
- ✓ Viva Fresh- Houston, TX (April 10-14)
- ✓ Nutritional Think Tank (Session One), New Orleans, LA (April 15-17)
- West Coast Produce Show, Palm Desert, CA (May 30-June 2)
- Nutritional Think Tank (Session Two), New Orleans, LA (June 24-26)
- New England Produce Show, Boston, MA (August 18th-20th)





PROGRAMA DE INVESTIGACIÓN & RELACIONES CON LA INDUSTRIA



INVESTIGACIÓN
&
RELACIONES CON LA INDUSTRIA

RESUMEN EJECUTIVO

🍌 Programa de Investigación

- Nutrición y Salud
- Reporte de Cultivo - MaVIS Program
- Inocuidad y Sustentabilidad
- Producción y Postcosecha
- Mango Fresco-Cortado

🍌 Programa de Relaciones con la Industria





Programa de Nutrición & Salud

Programa de Nutrición & Salud

Áreas de Investigación Prioritarias

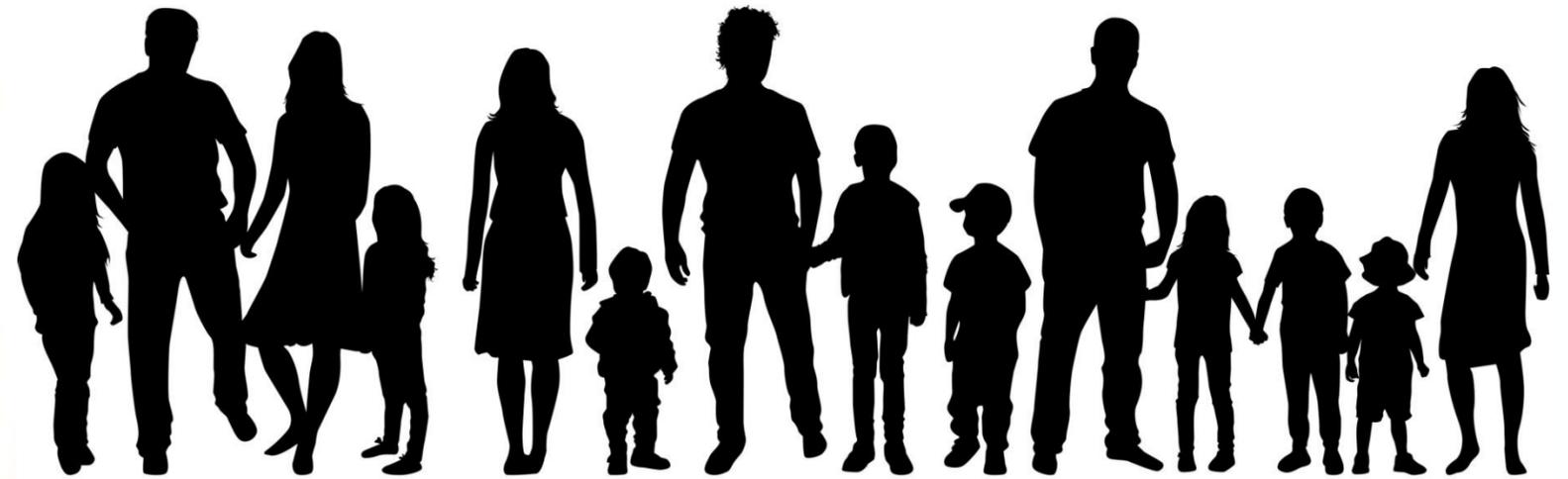
- **Diabetes & Azúcar en la Sangre**
- **Salud Cardiovascular**
- **Salud Cognitiva**
- **Obesidad / Manejo del Peso**
- **Salud Gastrointestinal**
- **Función Inmunológica**
- **Áreas Nuevas: Salud de la Piel, Salud Ocular**



Programa de Nutrición & Salud

Audiencias Prioritarias de Investigación

- **Mujeres embarazadas y lactantes**
- **Bebés, niños pequeños, niños y adolescentes**
- **Adultos**
 - **Sanos, prediabético, diabético, con sobrepeso y obesos**
 - **Potencialmente incluir estudiantes de edad universitaria**
 - **Tipologías de consumidores determinados por la NMB**





Programa sobre el Reporte del Cultivo

Volúmenes de Importación & Análisis

Reporte de Cultivo (PDF & Digital)

- Proporciona información actual e histórica sobre el volumen de mangos frescos importados a EE.UU. desde los principales países exportadores.
- Centraliza los datos del mercado en una sola herramienta, fácil de navegar, combinar y visualizar en línea.

INFORME DE COSECHA DEL MANGO
Actualizado el 23 de mayo de 2024
 Favor de refrescar su buscador para subir el informe más 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, 6-8 y 9-10, respectivamente para obtener más detalles.
- **VARIEDADES:** Las DOS principales variedades de mango enviadas para el mercado americano fueron: Tommy Atkins (57%) y Ataulfo/Honey (35%). También hay oferta limitada de Haden, Keitt, Kent, Manila y Thai. Consulte la página 2.
- **CALIBRES:** (Ataulfo: Grande = calibre 16 y más grande, Pequeño = calibre 16 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 18 de mayo de 2024 fue de aproximadamente 3,278,442 cajas.
- **Mexico:** el volumen que se embarcó fue de 3,089,442 cajas para un total de 33,716,953 cajas para la temporada.
- **Guatemala:** el volumen que se embarcó fue de 166,200 cajas para un total de 3,493,079 cajas para la temporada.
- **Nicaragua:** el volumen que se embarcó fue de 22,800 cajas para un total de 444,283 cajas para la temporada.
- **VOLUMENES FUTUROS:** Se estima que el volumen de mango que se embarcará durante el periodo de la semana 21 (25/05/2024) hasta la semana 26 (29/06/2024) será aproximadamente un 10% menos que el año anterior, con los arribos previstos para la semana 22 a la 27. La temporada 2024 de Mexico será aproximadamente un 0.5% más que el año anterior. La temporada 2024 de Guatemala será aproximadamente un 15% menos que el año anterior. La temporada 2024 de Nicaragua será aproximadamente un 30% menos que el año anterior. Consulte la página 2 para obtener los volúmenes totales y semanales y las páginas 4, 7 y 10 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

DIGITAL CROP REPORT EN View Spanish Version

WEEK 20, 2024 | MAY 13 - MAY 19 | Year 2024 Week 20

Market Summary

MANGOS ARE IN SEASON FROM: Lbs Kg Boxes (4 Kg)

Summary Guatemala Haiti Mexico Nicaragua

WEEKLY SHIPMENTS

1.64% ↓

3,278,442 Boxes
 Previous week 3,333,040 Boxes

Weekly shipment volumes of Mangos in the US have fallen by 1.64% marking a 54,598 Box decrease on last week, from 3,333,040 Boxes (4 kg) to 3,278,442 Boxes (4 kg).

8 WEEK SHIPMENTS FORECAST

100.00% ↓

Mango Shipments over the next 8 weeks, from week 21 (26 May 24) to week 28 (14 Jul 24), are expected to be 100.00% lower year-over-year.

Forecast by Origin

- Shipments from Mexico are projected to be 100.00% lower YOY.

U.S. Import Volume Per Week

Weekly report for date range: May 1, 2024 through May 29, 2024

[Export to Excel](#)

Commodity Name	Origin Name	Week Ending	District	Pounds	Boxes of 8.8 lbs
MANGOS	DOMINICAN REPUBLIC	05/04/2024	IMPORTS THROUGH BROOKLYN (NYC)	654,573	74,383
MANGOS	DOMINICAN REPUBLIC	05/04/2024	IMPORTS THROUGH SOUTH FLORIDA/TAMPA	276,485	31,419
MANGOS	DOMINICAN REPUBLIC	05/11/2024	IMPORTS THROUGH BROOKLYN (NYC)	732,142	83,198
MANGOS	DOMINICAN REPUBLIC	05/11/2024	IMPORTS THROUGH MIAMI AIRPORT	3,947	449
MANGOS	DOMINICAN REPUBLIC	05/11/2024	IMPORTS THROUGH SOUTH FLORIDA/TAMPA	428,804	48,728
MANGOS	DOMINICAN REPUBLIC	05/18/2024	IMPORTS THROUGH BROOKLYN (NYC)	766,079	87,054
MANGOS	DOMINICAN REPUBLIC	05/18/2024	IMPORTS THROUGH SOUTH FLORIDA/TAMPA	185,777	21,111
MANGOS	DOMINICAN REPUBLIC	05/25/2024	IMPORTS THROUGH BROOKLYN (NYC)	877,500	99,716
MANGOS	DOMINICAN REPUBLIC	05/25/2024	IMPORTS THROUGH MIAMI AIRPORT	4,182	475
MANGOS	DOMINICAN REPUBLIC	05/25/2024	IMPORTS THROUGH SOUTH FLORIDA/TAMPA	441,341	50,152
MANGOS	DOMINICAN REPUBLIC	06/01/2024	IMPORTS THROUGH BROOKLYN (NYC)	790,627	89,844
MANGOS	DOMINICAN REPUBLIC	06/01/2024	IMPORTS THROUGH SOUTH FLORIDA/TAMPA	42,165	4,791
Grand Total				5,203,622	591,320

Source: USDA Market News - marketnews.usda.gov

Aplicación de Datos de Volumen & Precio (USDA)

- Proporciona una radiografía en vivo de los datos del mercado del mango del USDA, lo que brinda acceso a inteligencia de mercado objetiva con la que los miembros pueden tomar decisiones comerciales informadas.



Mango Volume Inventory System (MaVIS)

Objetivos

- Brindar servicios a las partes interesadas (Suplidores y Comercializadores) que les permitan mejorar los tiempos de respuesta del mercado al reaccionar más rápido y con mayor precisión a las condiciones cambiantes del mercado
- Una información más oportuna mejorará la eficiencia de la cadena de suministro y el valor para la industria.
- La información de mercado oportuna y confiable para el equipo de marketing de la NMB permitirá una mejor planificación de las promociones

MaVIS – Sistema de manejo de inventarios de mango

Participación

- En la actualidad, participan activamente un total de 9 importadores en el programa:

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

Se está incorporando a dos nuevos importadores, que con su participación se incrementaría la representación del volumen en un **47.6%** del volumen total

También se está trabajando para incorporar a dos importadores adicionales

- Estamos finalizando el proceso logístico y de I/T para incorporar formalmente al primer exportador en el sistema.

Actualmente se están formalizando todos los acuerdos con los participantes actuales.





Programa de Inocuidad & Sustentabilidad

Programa de Inocuidad & Sustentabilidad

Inocuidad

- Kit de Capacitación en Inocuidad (Manual Parte 1 & 2)
 - Presentaciones en Power Point
 - Aplicaciones (Apple & Google)
 - Rotafolios
 - Materiales Adicionales (Carteles, lista de asistencia, diploma y examen)
- Kit de Capacitación para Nuevos Empleados
 - Instrucciones
 - Posters
 - Hoja Compromiso
- BPA Harmonizadas
 - Planillas para la creación de un plan de inocuidad basado en BPA Harmonizadas



www.mangofoodsafety.org

Programa de Inocuidad & Sustentabilidad

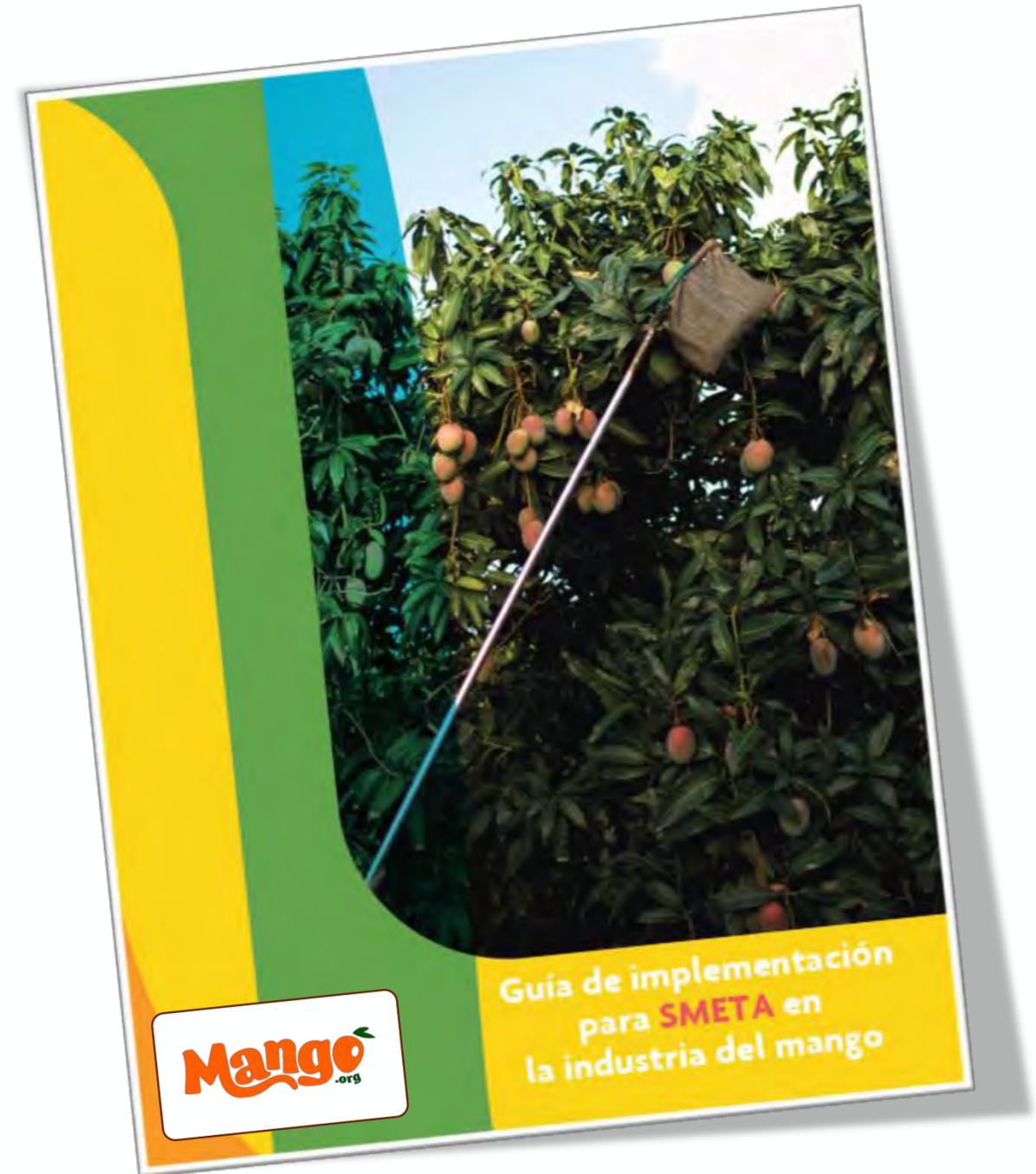
Responsabilidad Social – SMETA

(Sedex Members Ethical Trade Audit)

Estándar de auditoría social que las empresas pueden utilizar para evaluar las condiciones laborales de un proveedor, en las áreas de trabajo, salud y seguridad, medio ambiente y ética empresarial.

- Guía de Implementación de SMETA
- Guía Rápida de SMETA
- Lista de Verificación para SMETA
- Videos
 - Que es SMETA
 - Como Solicitar la Auditoria

www.mangofoodsafety.org/SMETA



Programa de Inocuidad & Sustentabilidad

Sustentabilidad

- Manual de Sustentabilidad (Productores & Empacadores)
- Herramienta de Auto Evaluación
- Plan de Acción

www.mangosustainability.org



Programa de Inocuidad & Sustentabilidad

Otros Proyectos

- **Herramienta de Evaluación para el Ahorro de la Energía**
- **Manual de Gestión de la Energía en Empacadoras & Fincas**
- Factores que Influyen en la Introducción, Fin y Mitigación de Patógenos de Origen Alimentario a lo Largo de la Cadena Productiva
- El Impacto de los Desinfectantes de Agua de Lavado
- Alternativas para el Mejoramiento de la Inocuidad



Programa de Producción & Post-cosecha

Programa de Producción & Post-Cosecha

Proyectos

- **Demanda de Nutrientes**
- Evaluación de Cultivares de Mango para EE.UU.
- **Marcadores Genéticos**
- **Riego en Mango**
- **Estrategias para Mejorar la Floración Irregular**
- Uso de Biopesticidas y Control Biológico para el Control de la Antracnosis
- Mango Niño en la Variedad Ataulfo
- Acumulación de Materia Seca
- **Tamaño y Uniformidad de la Variedad T. Atkins & Kent**
- Actualización del Protocolo de Maduración
- Protocolo de las Mejores Prácticas para el Empaque



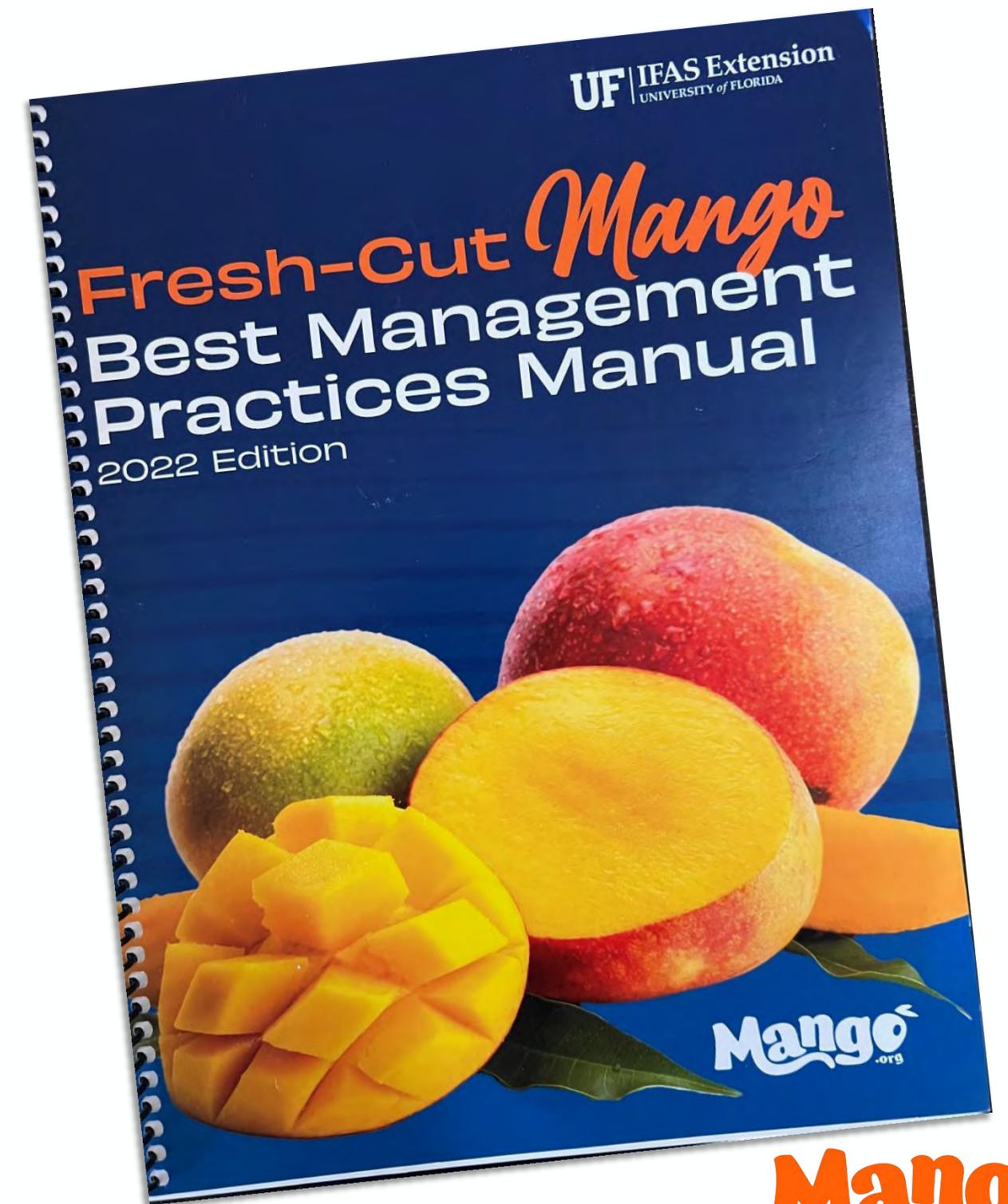
Programa de Producción & Post-Cosecha

Mango Fresco-Cortado

- Manual
- Fórmula costo-beneficio para diferentes variables

Revisiones de Literatura Disponibles

- Plagas y enfermedades del mango
- Nutrición y fertilización del mango
- Fertilización con magnesio en mango
- Daño por látex en mango
- Patrones de mango
- Manual de Mejores Prácticas de Postcosecha





Relaciones con la Industria

Relaciones con la Industria

Seminario – Estrategias para el Mango Fresco Cortado



Seminario Virtual

Estrategias para el Mango Fresco Cortado

Dra. Francine Cuquel

25 de junio del 2024
4:00 pm (hora del este)

[Registrarse aqui](#)

Este seminario virtual será en portugués con traducción simultánea al inglés y español

Mango.org

National Mango Board

ratifica la "unidad, cohesión y fortaleza" de la industria del mango

Francisco Seva Rivadulla. Periodista Agroalimentario Internacional

La Asamblea de la National Mango Board, celebrada recientemente en Orlando (Florida), ha ratificado de forma unánime "la unidad, cohesión y fortaleza" de la industria de mango. Durante tres días, los miembros de la industria han debatido, analizado y reflexionado sobre esta industria.

Sin duda alguna, la National Mango Board se ha convertido en un referente en cuanto a promoción e investigación para la industria del mango en Estados Unidos. Una organización modélica que, está claramente contribuyendo, al crecimiento del consumo de mangos entre los consumidores norteamericanos. Los pilares del trabajo de la NMB se asientan fundamentalmente en un producto de calidad como es el mango, una extraordinaria estrategia de marketing y comunicación, unido a una eficaz educación al consumidor, un trabajo intenso en investigación y una esencial y fantástica labor de relaciones con la industria.

La National Mango Board, realiza un trabajo serio y riguroso, con un equipo de profesionales altamente calificados, cuya misión principal es incrementar el consumo de mangos en los Estados Unidos, trabajando como una industria unida y profesionalizada. En esta Asamblea, se ha puesto de manifiesto especialmente, que desde la National Mango Board se trabaja con un "enfoque estratégico" para que el mango sea una parte constante de la dieta de todos los estadounidenses basándose en su versatilidad, sabor y beneficios nutricionales, lo que permitirá que este súper alimento se convierta en una de las 10 frutas enteras valoradas en el mercado para 2030.

En resumen, la National Mango Board trabaja con unas líneas de trabajo que se asientan en innovación, servicio, estrategia, adaptabilidad, transparencia y ciencia. Una organización esencial y fundamental para la industria del mango en los Estados Unidos.



Comunicaciones con la Industria

2023 Articles

69

759 Number of media published

Latin America
Mexico
Europe
USA

Einheitlichkeit und Markenimage, die größten Herausforderungen für die mexikanische Mangoindustrie

11. Dezember 2023

Wie schon in den vergangenen Jahren hielt der Verband EMEX (Verband der mexikanischen Mangoerzeuger und -verpacker) seine Versammlung ab, auf der drei Tage lang die aktuellen Herausforderungen für die mexikanische Mangoindustrie diskutiert und analysiert wurden.



Foto © Mexikanischen Mangoerzeuger und -verpacker - EMEX / © EMEX
Francisco Seva Rivadulla

El XIII Simposio Internacional del Mango, celebrado recientemente en Málaga (España), ha situado a esta ciudad en la capital mundial del mango. La capital de la Costa de Sol durante cinco días ha congregado a más de 200 personas procedentes de más de 28 países como por ejemplo Australia, Brasil, Canadá, Colombia, México, Costa Rica, Ecuador, Estados Unidos, Egipto, Francia, España, Grecia, Guatemala, La India, Israel e Italia, entre otros.

Según ha explicado el Dr. Iñaki Hormaza, "estamos muy contentos y satisfechos con la realización de este evento, que sin duda ha convertido a Málaga en un referente a nivel mundial en la investigación de la industria del mango. Hemos tenido a excelentes ponentes con temáticas muy interesantes y constructivas para el mundo del mango".



Mango.org

Comunicaciones con la Industria

Podcast – Patrocinado por la NMB

Presentado por **Mango**
Hablando con la Industria del Mango

Episodio 20
Francisco Seva Rivadulla,
International Agri-Food Journalist

Mango.org

Mr. Albert Pérez
Presidente de la Junta Directiva de la National Mango Board



Hablando con la Industria del Mango

Patrocinado por **Mango**.org | Episodio **24** | Periodista Internacional Francisco Seva Rivadulla

Lic. Ramón Ojeda
Director Ejecutivo de la National Mango Board

Lic. José Ángel Crespo
Presidente de EMEX (Asociación de Exportadores de Mangos de México)



Eventos de Extension - 2024

Eventos / FMO	Pais	Fecha
✓ VIVA FRESH	Houston , TX	Apr. 11 - 13
✓ EMEX	Huatulco, Mexico	Apr. 25
✓ MANGOZ	Los Mochis, Mexico	May. 2 & 3
✓ EMEX	Tepic, Mexico	May 16 & 17
✓ WEST COAST SHOW	Palm Dessert, CA	May 30 & Jun. 1
✓ PROMANGO - DR	Bani, Dominican Rep.	May 31 & Jun. 1
FSHS	Orlando, FL	Jun. 9 - 11
IFT Conference	Chicago, IL	Jul. 14 -17
FME	Guayaquil, Ecuador	Online – Jul. 25 - 26
VALEXPOR	Petrolina, Brasil	Jul. 31 & Aug. 1
PROMANGO - PERU	Piura, Peru	Aug. 15 & 16
IFPA	Atlanta, GA	Oct.17 - 19
APEM - Peru	Piura, Peru	Nov. 5 & 6
FPAA	Puerto Vallarta, Mexico	Nov. 6 - 8
EMEX Congress	Guadalajara, Mexico	Nov. 21 & 22
AGEXPORT	Retalhuleu, Guatemala	Dec. 5 & 6



- La National Mango Board, en asociación con la Florida State Horticultural Society, realizará la Conferencia para Productores de Mango en la tarde del martes, 11 de junio de 2024
- Se centrará en temas de interés para los productores de mango.
- Estos temas incluyen el manejo del riego del mango, perspectivas y retos del mango mexicano, y sistemas de manejo de huertos de alta densidad para el cultivo del mango.
- Al inscribirse en esta sesión de Zoom tendrá acceso en línea a las mismas sesiones que se presentarán en la conferencia.
- Las sesiones se llevarán a cabo en inglés, con interpretación en vivo al español.

Registración requerida. Para registrarse para la sesión virtual haga clic en el siguiente enlace:

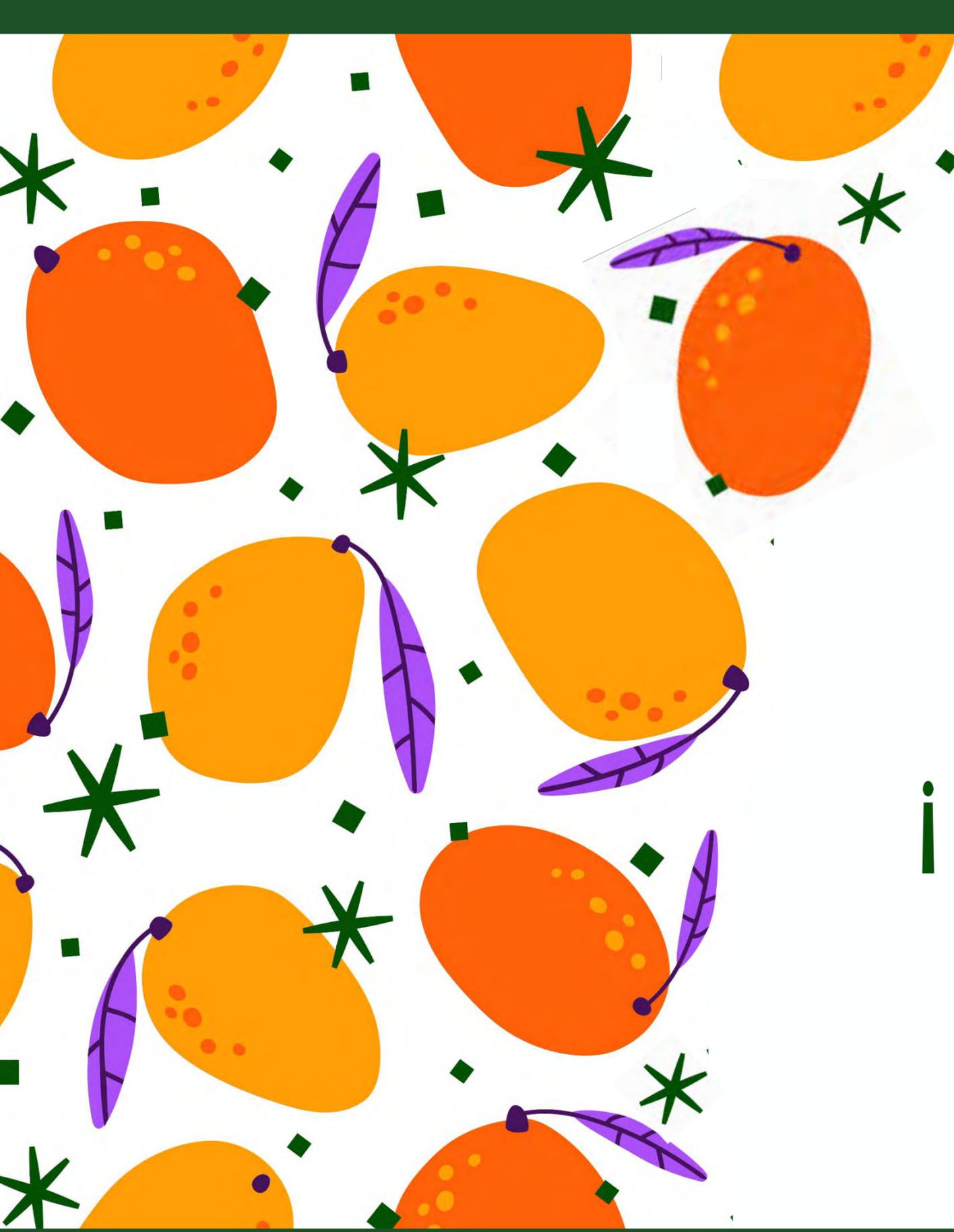
https://us02web.zoom.us/webinar/register/WN_9MeOy6SRR8igBpNFtas5yg#/registration

Si tiene alguna pregunta, por favor contacte a Wanda Ramos (wramos@mango.org)

Agenda

- 1:30 **Bienvenida e Introducción.** Nathalia Tello¹, National Mango Board, Orlando, FL
- 1:40 **Eficacia de Thyme Guard®, Timorex ACT®, y Kocide®-2000-O para controlar enfermedades de la fruta en las variedades de mango 'Valencia Pride' y aguacate 'Tower 2' en condiciones de huerto del sur de Florida.** Jonathan Crane¹, Romina Gazis¹, Lederson Gañán Betancur¹, and Bruce Schaffer¹, ¹Tropical Research and Education Center, Homestead, FL. (jhcr@ufl.edu) [K-17]
- 2:00 **El Uso de Microtensiómetros para el Manejo del Riego del Mango: La Perspectiva del Agricultor.** Rod Chamberlain¹, ¹Wong Farms, Mecca, CA. (fshfrmr@aol.com) [K-18]
- 2:20 **Optimización del Envasado para el Mango Fresco Cortado.** Jeffrey Brandenburg¹, ¹QFresh Lab, Marina, CA. (jbrandenburg@jsbgroup.com) [K-19]
- 2:40 **Perspectivas y Retos del Mango Mexicano.** Sergio Roberto Márquez-Berber¹, Noris Ledesma², Gustavo Almaguer-Vargas¹, Alma Velia Ayala-Garay³, and Diana América Reyna-Izaguirre⁴, ¹Crop Science Department, Chapingo Autonomous University, Texcoco, MX. ²UF/IFAS. Tropical Research and Education Center, Homestead, FL. ³National Institute for Agricultural, Livestock and Forrest Research, Texcoco, MX. ⁴Agricultural Industries Department, Chapingo Autonomous University, Texcoco, MX. (smarquezb@chapingo.mx) [K-20]
- 3:00 **Guía para Podar y Entrenar Árboles de Mango Jóvenes.** Jeff Wasielewski¹, Jonathan H. Crane², and Richard J. Campbell³, ¹Miami-Dade County Extension UF/IFAS, Homestead, FL, ²UF/IFAS, Tropical Research and Education Center, University of Florida, Homestead, FL, ³Ciruli Brothers LLC, Tubac, AZ. (sflhort@ufl.ed) [K-21]
- 3:20 **El Proyecto Mango Loa: Una Comparación de Dos Sistemas de Gestión de Huertos de Alta Densidad para el Cultivo de Mango.** Umi Martin¹, ¹Umi's Farm, Waimea, HI. (umisfarm@gmail.com) [K-22]
- 3:40 **Veinte Años de Experiencia de Campo: Una Revisión de Cultivares de Mango de Especialidad para Florida.** Richard J. Campbell¹, ¹Ciruli Brothers LLC, Tubac, AZ. (rcampbell@cirulibrothers.com) [K-23]
- 4:05 **Conclusión**





Mango^o
.org

¡MUCHAS GRACIAS!

Lic. Ramón Ojeda
Director Ejecutivo
Rojeda@mango.org