

The background is a vibrant yellow-orange gradient. In the top left, a slice of mango is shown. In the top center, a single green leaf is floating. On the left side, a whole mango with two green leaves is visible. On the right side, a large pile of cubed mango is shown. At the bottom right, another whole mango is partially visible. The logo 'Mango.org' is centered, with 'Mango' in a large, stylized orange font and '.org' in a smaller, green font.

Mango.org

PROGRAMA DE COMERCIALIZACION
DE LA NMB

Viernes 20 de junio de 2025

AGENDA

- National Mango Board
- Mango en los Estados Unidos
- Exportación de mango a EE.UU.
- Programas de la NMB



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 DE LA NMB



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.

8

IMPORTADORES

7

PRODUCTORES EXTRANJEROS

2

PRODUCTORES NACIONALES

1

PRIMER GESTOR

18

MIEMBROS TOTAL

NATIONAL MANGO BOARD

- La NMB es un grupo de promoción agrícola que funciona como una instrumentalidad del Departamento de Agricultura de los EE.UU. (p.ej. algodón, papas, arándanos, aguacate, huevos, tocino, palomitas de maíz, etc.)
- No se permite el cabildeo de ninguna forma
- No se discuten precios, ni controles de volumen, y no se puede imponer grados de calidad, ni estándares de tamaños
- Contrario a las asociaciones, no se enfoca en asuntos que afectan a la industria

Proveer dirección estratégica para la consecución de nuestra misión

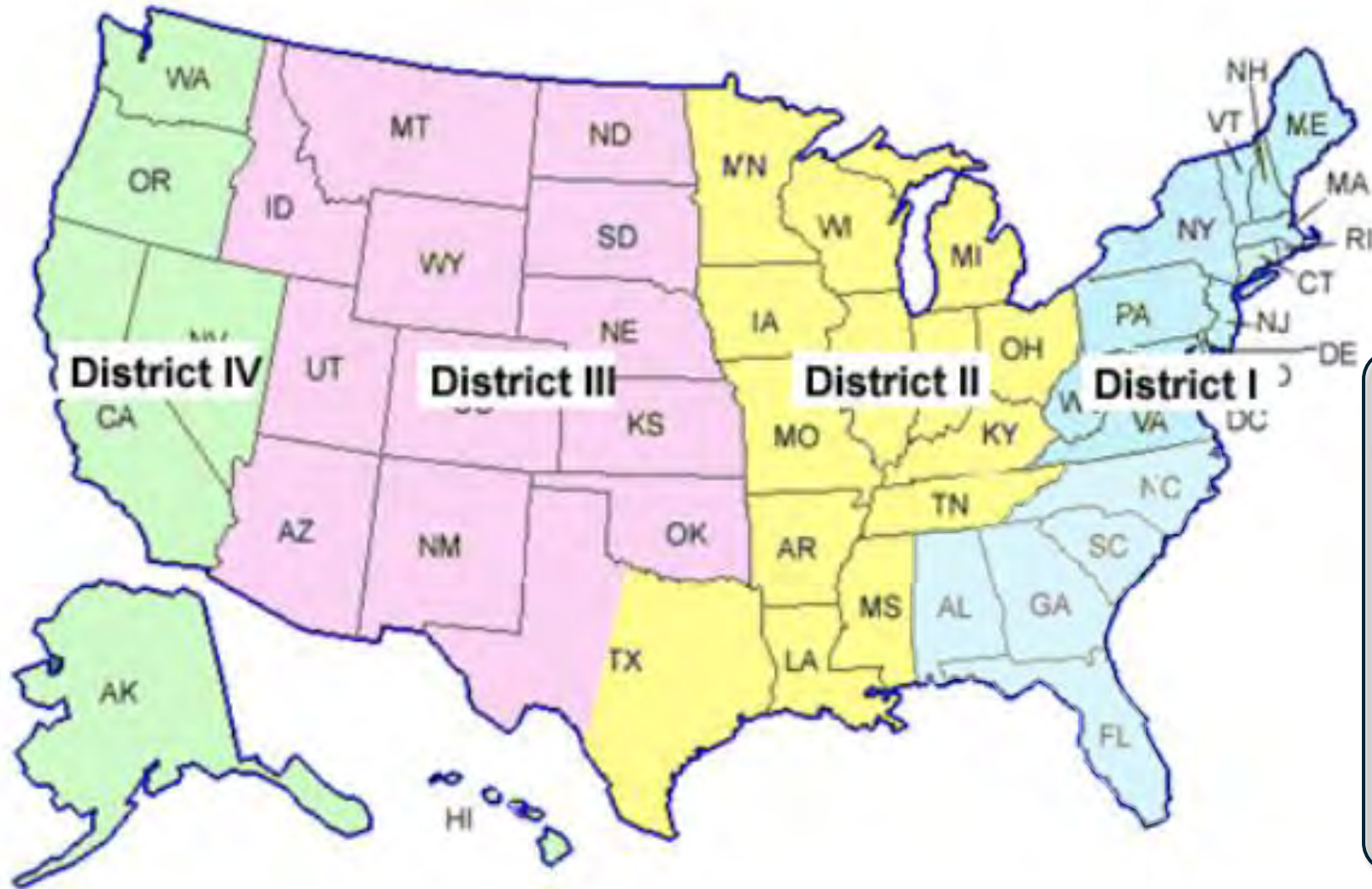


INVESTIGACIÓN



PROMOCIÓN

DISTRITOS DE IMPORTACIÓN



Distrito I:

FL, GA, AL, SC, NC, VA, DC, DE,
NJ, NY, CT, PA, RI, MA, NH, VT, ME

Distrito II:

Este de TX, LA, MS, AR, MO,
TN, KY, OH, IA, MI, WI, MN

Distrito III:

AZ, NM, Oeste de TX, OK, KS,
CO, UT, NE, WY, SD, ID, MT

Distrito IV:

CA, AK, NV, OR, WA

■ Distrito I ■ Distrito II - b

NATIONAL MANGO BOARD

INTENCIÓN ESTRATÉGICA

MISIÓN

“Aumentar el consumo de mango fresco en los EE.UU., trabajando como una industria unida.”

Esto lo hacemos inspirando a consumidores y educándolos acerca de la cultura, sabor, y nutrición del mango, al mismo tiempo que unificamos a la industria.

NATIONAL MANGO BOARD

VISIÓN

“Que el mango sea una parte integral en la dieta de todos los estadounidenses basándose en su versatilidad, sabor y beneficios nutricionales, permitiendo que el mango avance hacia ser una de las 10 frutas enteras más valoradas en el mercado de EE. UU. para 2030.”

NATIONAL MANGO BOARD

INTENCIÓN ESTRATÉGICA

CINCO PILARES ESTRATÉGICOS CLAVES

I

CALIDAD DEL PRODUCTO

Consistencia en el suministro de variedades de mango con alta calidad y sabroso.

II

PROMOCIÓN Y MERCADEO

Óptimo posicionamiento y penetración del mango fresco en el mercado americano.

III

EDUCACIÓN AL CONSUMIDOR

Incrementar sus conocimientos en cuanto a versatilidad, usos, sabor y valor nutricional.

IV

INVESTIGACIÓN

Focalizada en ciencias de la nutrición, conocimiento del consumidor y cadena de suministro.

V

RELACIONES CON LA INDUSTRIA

Gama de servicios con valor agregado para incrementar la eficiencia

NATIONAL MANGO BOARD

INTENCIÓN ESTRATÉGICA

VALORES DE LA NMB

INNOVACIÓN

Proporcionar innovación y educación continua para mejorar la experiencia del consumidor.

SERVICIO

Servir a la industria, desde el productor hasta el consumidor sin importar origen o variedad, priorizando el interés de la industria sobre el interés individual.

ESTRATEGIA Y CIENCIA

Creencia en la investigación y el mercadeo integrado basado en la ciencia sólida para crear y ejecutar programas estratégicos para todos los canales.

ADAPTABILIDAD

Ser ágil, responder a las condiciones cambiantes de los cultivos y del mercado, centrado en el crecimiento de la industria a largo plazo.

TRANSPARENCIA

Operar con integridad, humildad, ética empresarial y flexibilidad.

AGENDA

- National Mango Board
- **Mango en los Estados Unidos**
- Exportación de mango a EE.UU.
- Programas de la NMB



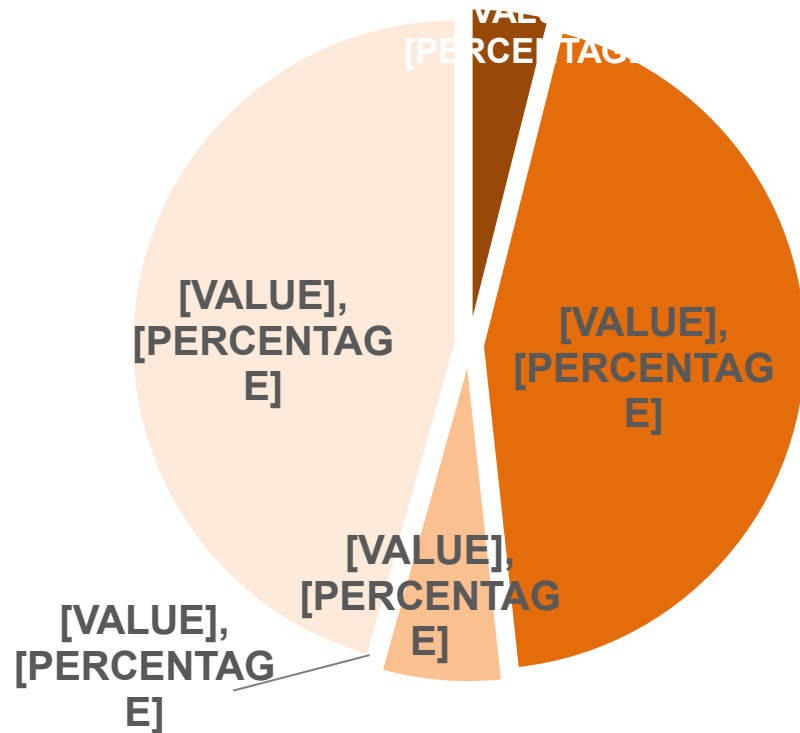
MANGO EN LOS EE.UU.

- 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 en el país

MANGO EN LOS EE.UU.

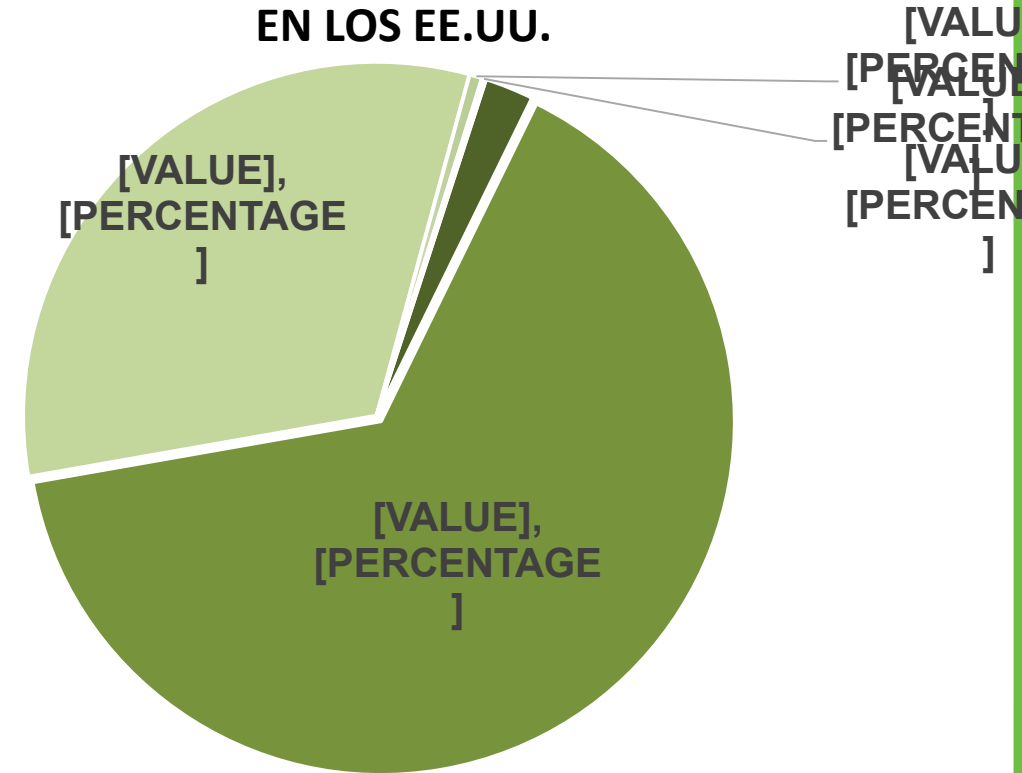
PRODUCCIÓN DOMÉSTICA

MANGO NUMERO DE HECTAREAS DE MANGO EN LOS EE.UU.



■ California ■ Florida ■ Hawaii ■ Texas ■ Puerto Rico*

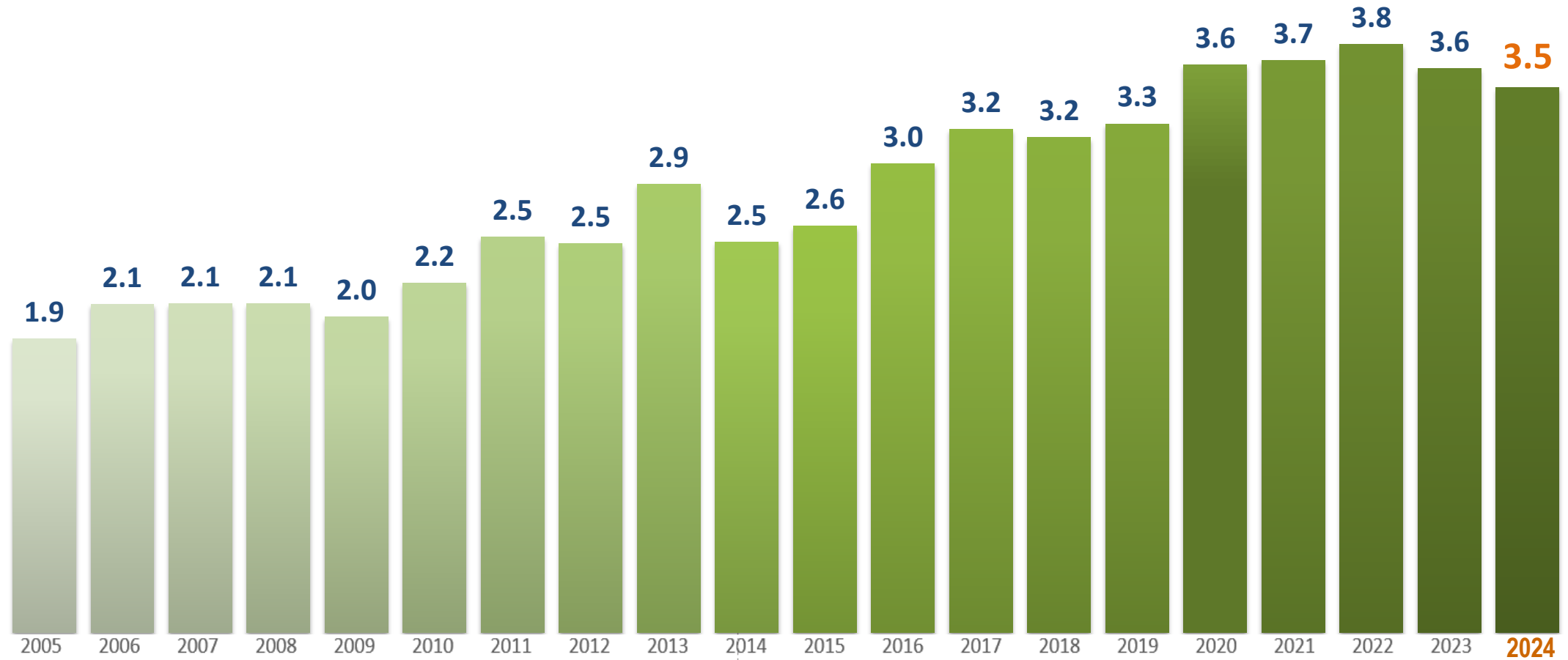
NUMERO DE OPERACIONES EN LOS EE.UU.



■ California ■ Florida ■ Hawaii ■ Texas ■ Puerto Rico*

DISPONIBILIDAD PER CÁPITA EN EE.UU.

LIBRAS POR PERSONA POR AÑO



Libras por persona

Source: USDA Market News y National Mango Board

2024 VELOCIDAD EN VOLUMEN DE VENTA

PROMEDIO DE VOLUMEN POR TIENDA POR SEMANA



Mango permanecieron #11 en la categoría de venta de fruta entera, igual que el año pasado.

La categoría de frutas en general decreció en velocidad de volumen en un **2.5%**.

Los mangos disminuyeron un **9,5 %** en volumen de ventas en comparación con el año anterior y representaron el **1.9 %** del volumen de ventas del departamento de frutas



	Rank	Volume/ Store/Week	% Change YOY	Volume Contribution	% Change YOY
FRUIT		7,791	-2.5%		
BANANAS	1	2,657	-5.5%	29.4%	-0.7%
AVOCADOS	2	1,002	-4.5%	10.3%	-0.1%
LIMES	3	870	8.8%	8.8%	0.9%
APPLES	4	689	-6.5%	8.0%	0.0%
GRAPES	5	700	0.3%	7.5%	0.3%
STRAWBERRIES	6	520	2.1%	5.6%	0.3%
LEMONS	7	397	-3.9%	4.4%	-0.2%
BLUEBERRIES	8	323	1.2%	3.4%	0.1%
ORANGES	9	281	-7.3%	3.0%	-0.2%
CHERRIES	10	260	-2.7%	1.3%	0.0%
MANGOS	11	236	-9.5%	1.9%	-0.2%
WATERMELONS	12	243	1.8%	2.3%	0.1%
MANDARINS	13	210	2.2%	2.2%	0.1%
RASPBERRIES	14	184	-5.6%	1.6%	-0.1%
PEACHES	15	192	-0.8%	1.3%	0.1%
BLACKBERRIES	16	144	-3.2%	1.3%	-0.1%
PEARS	17	120	-11.5%	1.1%	-0.1%
PAPAYAS	18	140	3.9%	0.7%	0.0%
PINEAPPLES	19	124	0.3%	1.1%	0.0%
NECTARINES	20	96	-12.8%	0.6%	0.0%
CANTALOUPE	21	100	1.4%	0.9%	0.0%
SPECIALTY FRUITS	22	69	-4.6%	0.5%	0.0%
KIWI	23	76	6.9%	0.6%	0.0%
PLUMS	24	65	-6.5%	0.5%	0.0%
GRAPEFRUITS	25	55	-7.1%	0.4%	0.0%

Fuente: Nielsen Answers on Demand® Total US xAOC; 52 WE 12/28/2024

2024 VELOCIDAD EN DÓLARES DE VENTA

PROMEDIO DE DÓLARES POR TIENDA POR SEMANA



Mangos clasifico #16th en ventas en dólares en el 2024, igual que el año anterior

La categoría de frutas disminuyo sus ventas en dólares con relación al año pasado en **0.5%**

Las ventas de mango en dólares incrementaron en un **1%** y su contribución al departamento fue de **2.5%**

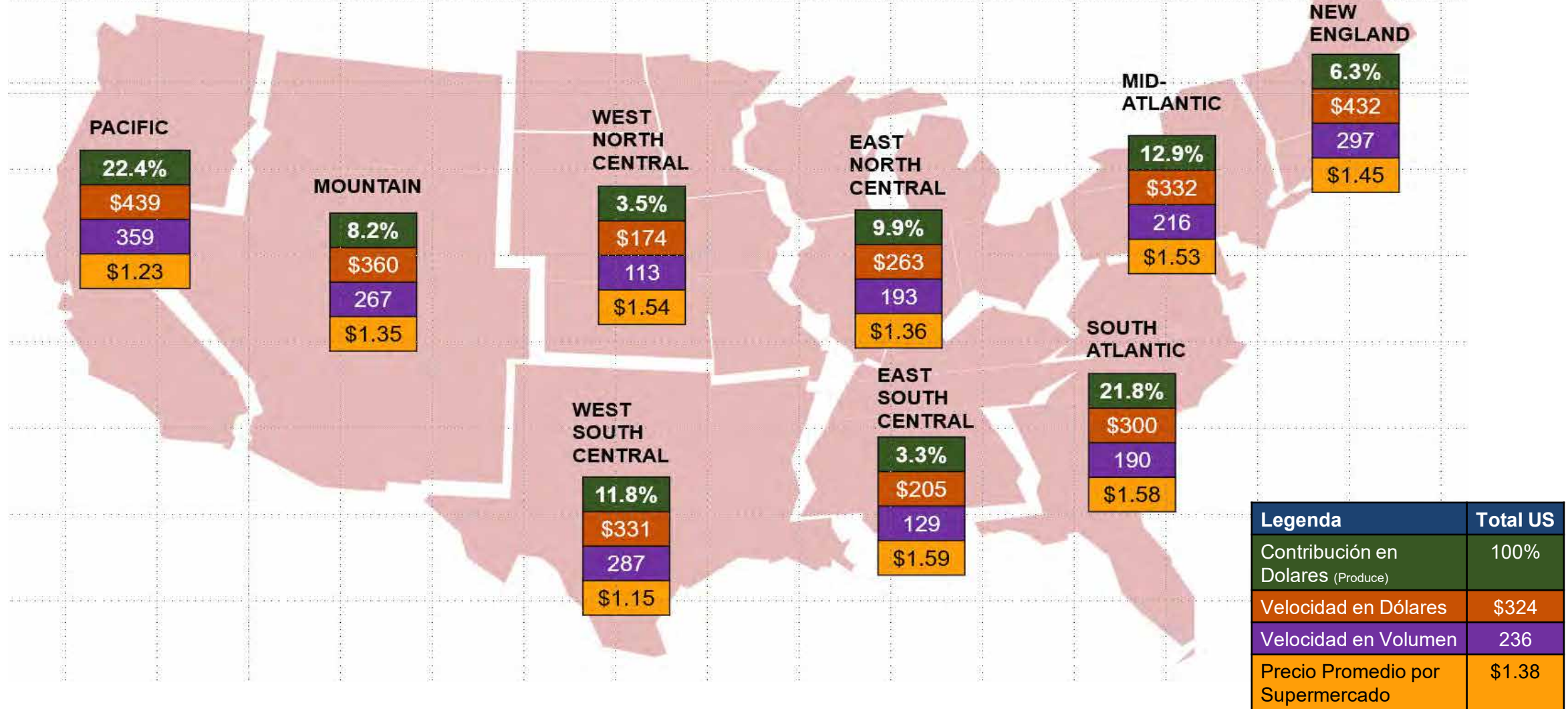


	Rank	Dollars/ Store/Week	% Change YOY	Dollar Contribution	% Change YOY
FRUIT		\$14,927	-0.5%		
GRAPES	1	\$2,090	3.5%	9.5%	0.3%
STRAWBERRIES	2	\$1,988	-1.1%	8.4%	-0.7%
APPLES	3	\$1,790	-12.8%	2.5%	0.1%
BANANAS	4	\$1,649	-4.7%	10.9%	0.9%
AVOCADOS	5	\$1,575	8.6%	11.7%	-0.5%
BLUEBERRIES	6	\$1,473	3.9%	11.3%	0.0%
CHERRIES	7	\$1,070	2.7%	2.6%	0.1%
MANDARINS	8	\$1,055	4.9%	8.1%	-0.4%
WATERMELONS	9	\$767	-1.6%	3.4%	0.1%
RASPBERRIES	10	\$757	-2.4%	2.8%	-0.2%
ORANGES	11	\$603	-2.0%	1.4%	0.0%
BLACKBERRIES	12	\$537	1.7%	3.7%	0.1%
PEACHES	13	\$500	-3.0%	5.8%	-0.3%
LIMES	14	\$479	-4.7%	3.4%	0.2%
LEMONS	15	\$442	-2.6%	1.7%	0.0%
MANGOS	16	\$324	1.0%	2.5%	0.0%
PINEAPPLES	17	\$299	5.2%	1.3%	0.2%
NECTARINES	18	\$288	-7.5%	0.5%	0.0%
PEARS	19	\$271	-10.3%	1.4%	0.0%
CANTALOUPE	20	\$241	-2.0%	0.9%	0.0%
KIWI	21	\$222	22.1%	1.1%	0.1%
DIPPED / COVERED FRUIT	22	\$208	-6.8%	0.7%	0.0%
PLUMS	23	\$204	-2.6%	0.9%	-0.1%
SPECIALTY FRUITS	24	\$196	-3.2%	0.8%	0.0%
PAPAYAS	25	\$191	7.1%	0.5%	0.0%

Fuente: Nielsen Answers on Demand® Total US xAOC; 52 WE 12/28/2024

DESEMPEÑO A NIVEL MINORISTA

RENDIMIENTO DEL MANGO ENTERO POR REGIÓN



Fuente: Nielsen Answers on Demand® Total US xAOC; 52 WE 12/28/2024

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.**

=



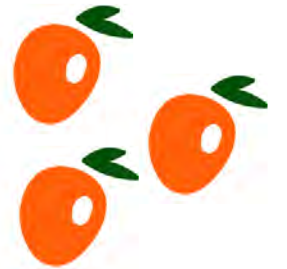
de Hogares

X



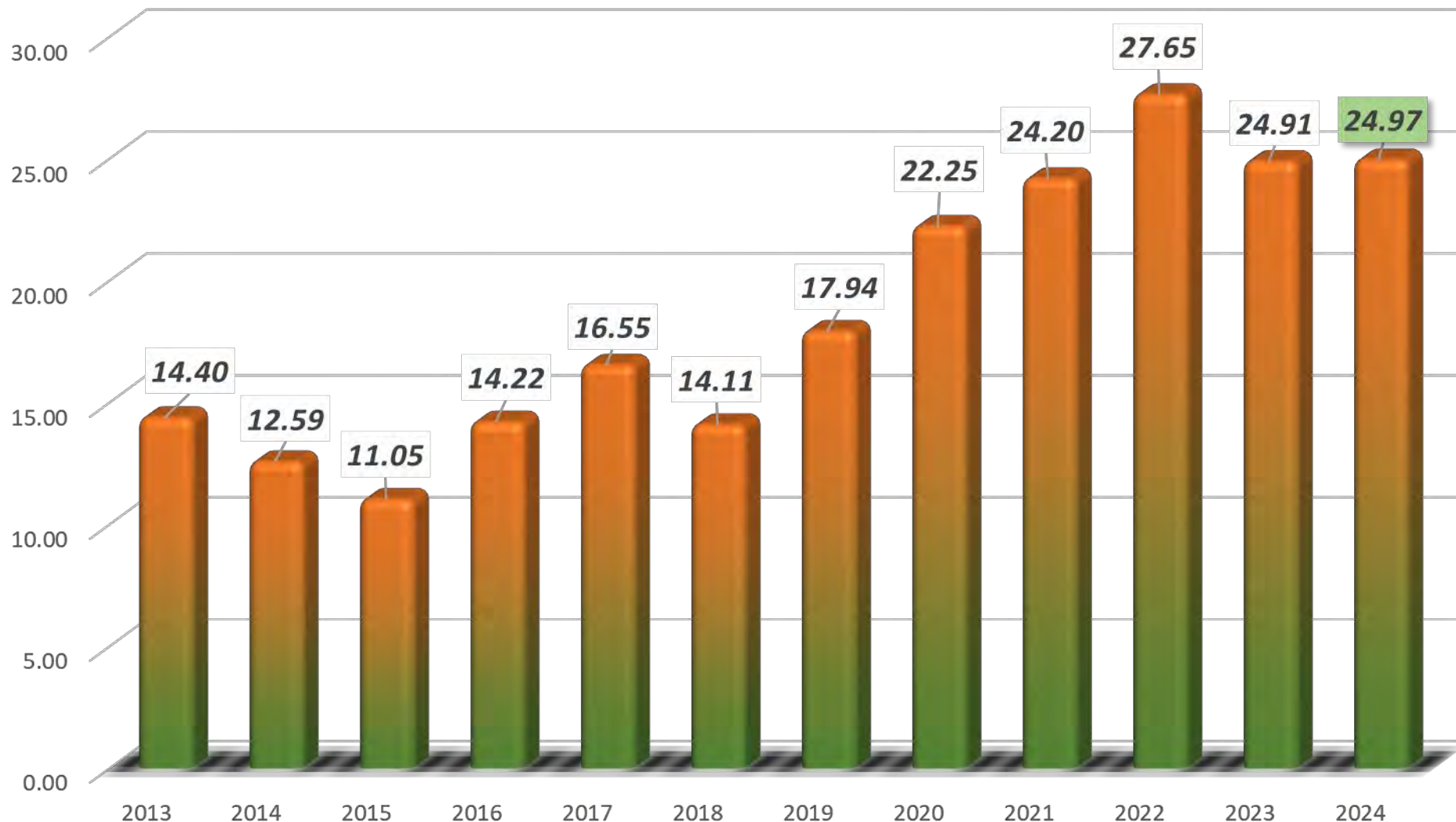
**% de Hogares
Comprando Mango
(i.e. Penetración de
Mercado)**

X

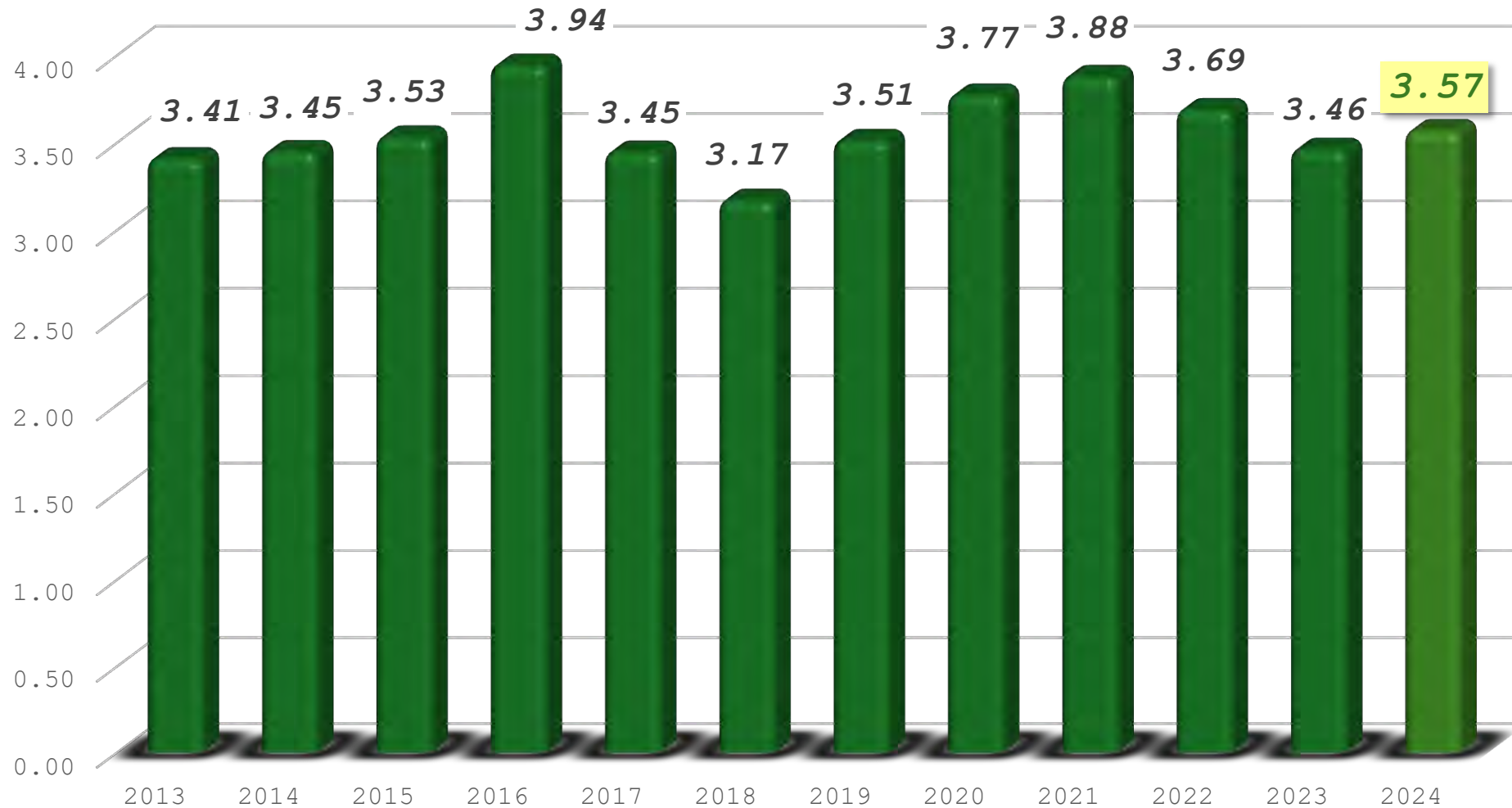


**# de Mangos
Por Hogar
(i.e. Intensidad de Mercado)**

PORCENTAJE DE HOGARES QUE COMPRAN MANGO CADA 2 SEMANAS



NÚMEROS DE MANGOS PROMEDIO QUE COMPRA CADA HOGAR (CADA 2 SEMANAS)



AGENDA

- National Mango Board
- Mango en los Estados Unidos
- **Exportación de mango a EE.UU.**
- Programas de la NMB



VOLUMEN DE IMPORTACION DE MANGO

TODOS LOS PAISES (2022-2024)

Mango Exports from...	2024	%	CUME %	2023	%	CUME %	2022	%	CUME %	2024 vs. 2023 ABS VAR	2024 vs. 2023 % VAR
Mexico	89,916,750	66.2%	66.2%	93,315,729	67.2%	67.2%	90,620,853	62.9%	62.9%	(3,398,979)	-4%
Ecuador	15,545,175	11.5%	77.7%	5,328,474	3.8%	71.0%	13,953,084	9.7%	72.6%	10,216,701	192%
Peru	12,333,450	9.1%	86.8%	19,341,859	13.9%	85.0%	19,785,464	13.7%	86.4%	(7,008,409)	-36%
Brazil	9,141,575	6.7%	93.5%	12,095,313	8.7%	93.7%	10,023,644	7.0%	93.3%	(2,953,738)	-24%
Guatemala	3,536,875	2.6%	96.1%	4,483,577	3.2%	96.9%	3,698,430	2.6%	95.9%	(946,702)	-21%
Dominican Republic	2,477,025	1.8%	97.9%	2,425,887	1.7%	98.7%	2,162,284	1.5%	97.4%	51,138	2%
India	1,338,125	1.0%	98.9%	563,206	0.4%	99.1%	731,835	0.5%	97.9%	774,919	138%
Costa Rica	553,050	0.4%	99.3%	374,084	0.3%	99.3%	529,661	0.4%	98.3%	178,966	48%
Nicaragua	448,975	0.3%	99.7%	633,002	0.5%	99.8%	722,465	0.5%	98.8%	(184,027)	-29%
Vietnam	201,450	0.1%	99.8%	125,313	0.1%	99.9%	107,400	0.1%	98.8%	76,137	61%
Colombia	144,375	0.1%	99.9%	38,556	0.0%	99.9%	5,186	0.0%	98.8%	105,819	274%
Pakistan	78,175	0.1%	100.0%	87,433	0.1%	100.0%	70,297	0.0%	98.9%	(9,258)	-11%
Australia	20,700	0.0%	100.0%	13,153	0.0%	100.0%	40,209	0.0%	98.9%	7,547	57%
Jamaica	8,675	0.0%	100.0%	12,376	0.0%	100.0%	6,814	0.0%	98.9%	(3,701)	-30%
Thailand	7,675	0.0%	100.0%	3,833	0.0%	100.0%	-	0.0%	98.9%	3,842	100%
Chile	5,550	0.0%	100.0%	-	0.0%	100.0%	-	0.0%	98.9%	5,550	N/A
Mayotte	5,400	0.0%	100.0%	-	0.0%	100.0%	-	0.0%	98.9%	5,400	N/A
El Salvador	-	0.0%	100.0%	5,411	0.0%	100.0%	-	0.0%	98.9%	(5,411)	-100%
Leeward-Windward Islands	-	0.0%	100.0%	927	0.0%	100.0%	-	0.0%	98.9%	(927)	-100%
Haiti	-	0.0%	100.0%	-	0.0%	100.0%	1,540,054	1.1%	100.0%	-	N/A
TOTAL	135,763,000	100.0%		138,848,134	100.0%		143,997,682	100.0%		(3,085,134)	-3.6%

Fuente: USDA Foreign Agricultural Service, US Census Bureau Trade Data and National Mango Board

Nota: Volumen anual expresado en cajas de 4 kgs.

VOLUMEN DE IMPORTACION DE MANGO

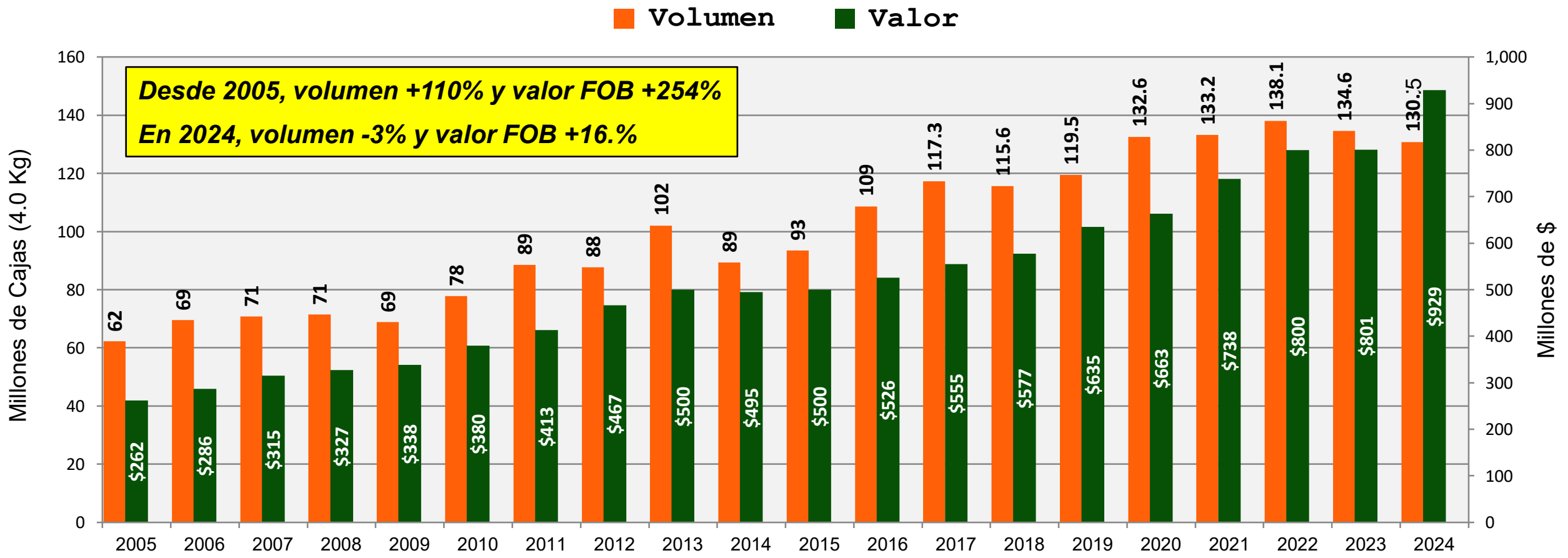
Exportaciones de mango desde...	January	February	March	April	May	June	July	August	September	October	November	December	TOTAL
Mexico (2024)	524,525	3,636,950	8,249,575	11,160,875	13,787,550	14,879,925	17,830,375	15,589,425	3,861,800	115,050	78,775	201,925	89,916,750
Mexico (2023)	1,012,097	2,607,668	8,253,507	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 (2024 - 2023)	(487,572)	1,029,282	(3,932)	(1,232,438)	(1,202,158)	(1,790,908)	1,309,957	856,205	(1,994,731)	27,692	11,409	78,216	(3,398,979)
% VAR (2024 - 2023)	-48%	39%	0%	-10%	-8%	-11%	8%	6%	-34%	32%	17%	63%	-4%
Peru (2024)	2,122,225	2,543,650	767,250	-	-	-	-	-	-	53,625	1,112,450	5,734,250	12,333,450
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	(5,807,629)	(6,081,111)	(1,299,334)	(5,562)	-	-	-	-	-	52,848	943,997	5,188,380	(7,008,409)
% VAR (2024 - 2023)	-73%	-71%	-63%	-100%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	6805%	560%	950%	-36%
Brazil (2024)	173,775	40,425	74,650	-	-	-	-	378,425	1,731,550	2,874,750	2,628,975	1,239,025	9,141,575
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 (2024 - 2023)	162,551	40,425	18,006	-	-	-	-	213,204	(1,688,898)	(684,664)	(681,667)	(332,696)	(2,953,738)
% VAR (2024 - 2023)	1448%	N/A	32%	N/A	N/A	N/A	N/A	129%	-49%	-19%	-21%	-21%	-24%
Ecuador (2024)	1,181,925	117,125	-	-	-	-	-	-	318,325	4,388,425	6,149,950	3,389,425	15,545,175
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 (2024-2023)	911,608	117,125	-	-	-	-	-	-	318,325	3,865,854	4,505,051	498,738	10,216,701
% VAR (2024 - 2023)	337%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	740%	274%	17%	192%
Guatemala (2024)	-	7,325	303,625	2,132,500	1,087,725	5,700	-	-	-	-	-	-	3,536,875
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 (2024-2023)	-	7,325	(45,532)	(302,982)	(542,919)	(62,593)	-	-	-	-	-	-	(946,702)
% VAR (2024 - 2023)	N/A	N/A	-13%	-12%	-33%	-92%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	-21%
Rep. Dominicana (2024)	-	24,276	153,999	511,349	616,946	561,079	538,181	38,481	-	-	-	37,905	2,482,216
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 (2024 - 2023)	15,508	(54,890)	(148,285)	(22,996)	(71,147)	(26,428)	49,754	(25,604)	(10,547)	(42,163)	(3,232)	28,084	56,329
% VAR (2024 - 2023)	N/A	N/A	-49%	-4%	-10%	-4%	33%	-106%	-101%	N/A	N/A	89%	2%
TOTAL Top 6 (2024)	4,002,450	6,369,751	9,549,099	13,804,724	15,492,221	15,446,704	18,368,556	16,006,331	5,911,675	7,431,850	9,970,150	10,602,530	132,956,041
TOTAL Top 6 (2023)	9,238,999	11,311,595	11,028,176	15,368,703	17,308,445	17,326,633	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	10,216,975	13,685,498	12,970,749	15,097,058	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 (2024-2023)	(5,236,549)	(4,941,844)	(1,479,077)	(1,563,979)	(1,816,224)	(1,879,929)	1,695,067	1,083,839	(3,375,725)	3,261,730	4,778,789	5,439,103	(4,034,798)
% VAR (2024 - 2023)	-57%	-44%	-13%	-10%	-10%	-11%	10%	7%	-36%	78%	92%	105%	-3%

Fuente: USDA Foreign Agricultural Service, US Census Bureau Trade Data and National Mango Board

Volumen expresado en cajas de 4 kgs.

IMPORTACION DE MANGO: VALOR Y VOLUMEN

CINCO PAISES PRINCIPALES: MÉXICO, PERÚ, ECUADOR, BRAZIL, GUATEMALA

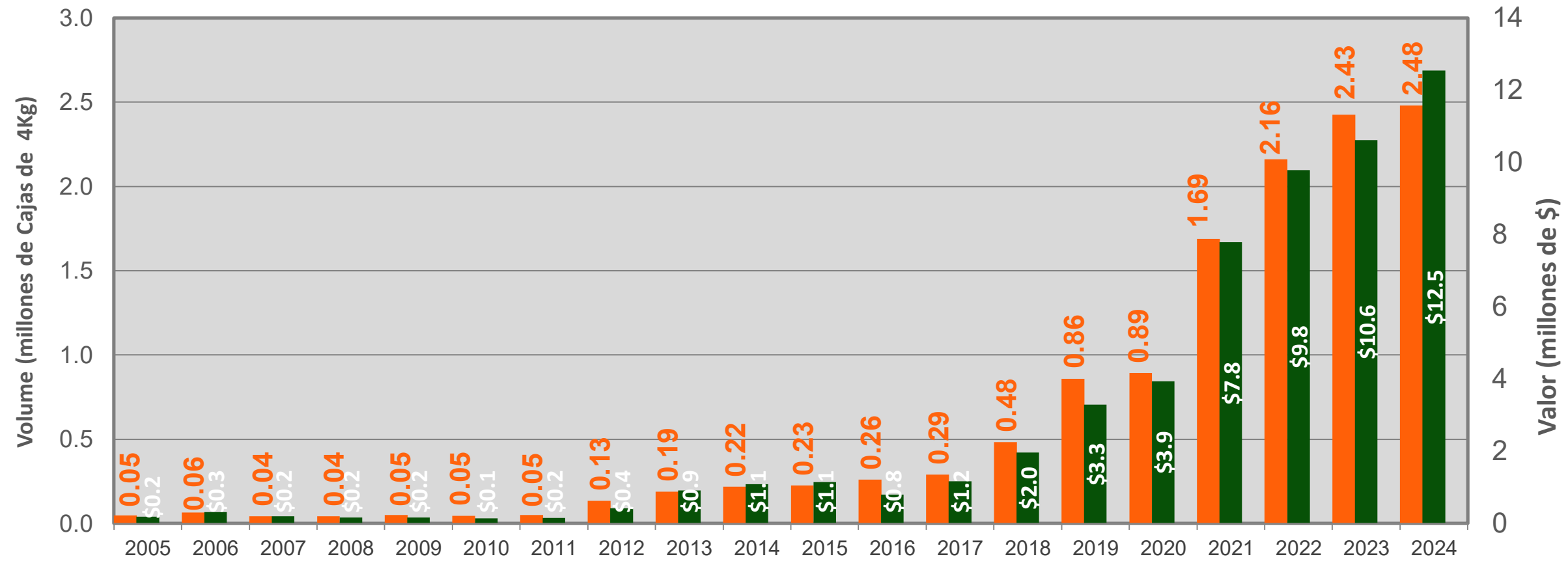


Fuente: USDA Market News y National Mango Board

IMPORTACION DE MANGO: VALOR Y VOLUMEN

REPÚBLICA DOMINICANA

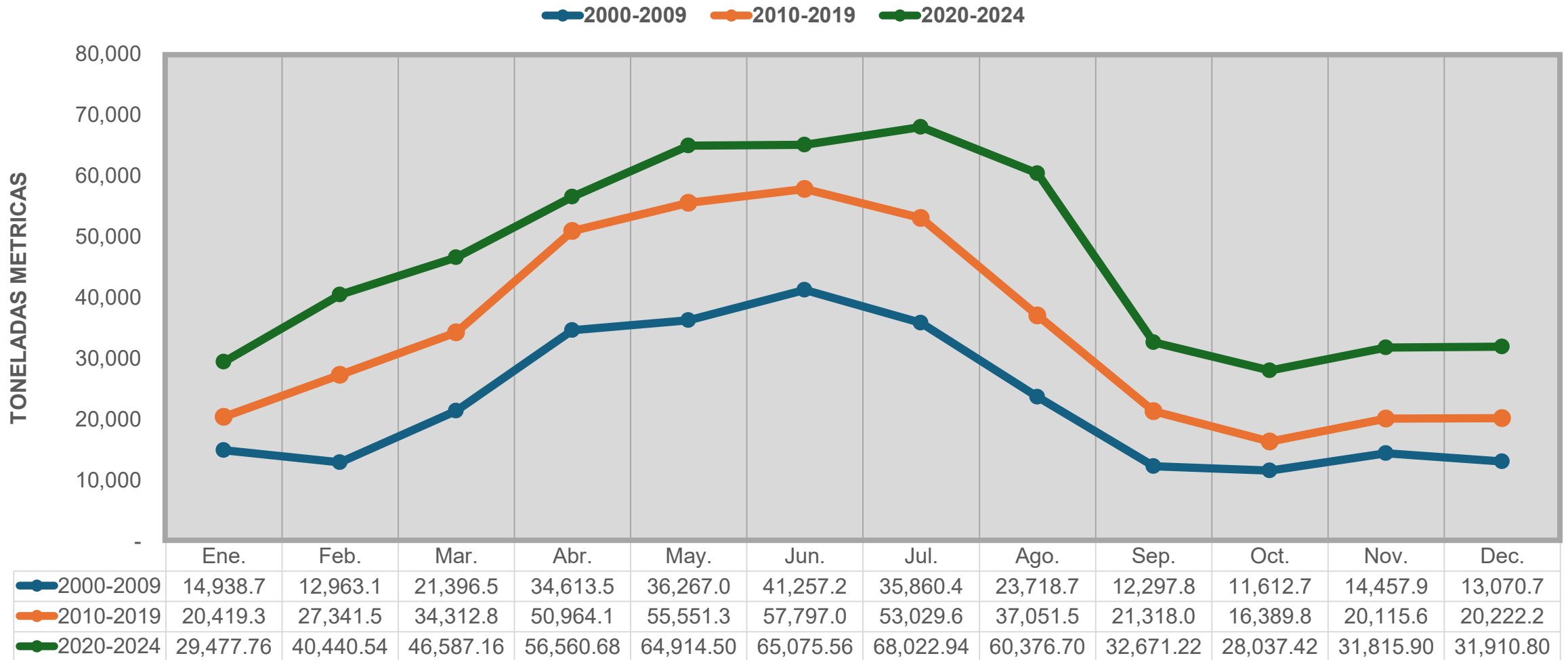
■ Volumen ■ Valor



Fuente: USDA Market News y National Mango Board

MANGO EN LOS EE.UU.

VOLUMEN PROMEDIO DE IMPORTACIÓN POR DÉCADA (TODOS LOS PAÍSES)

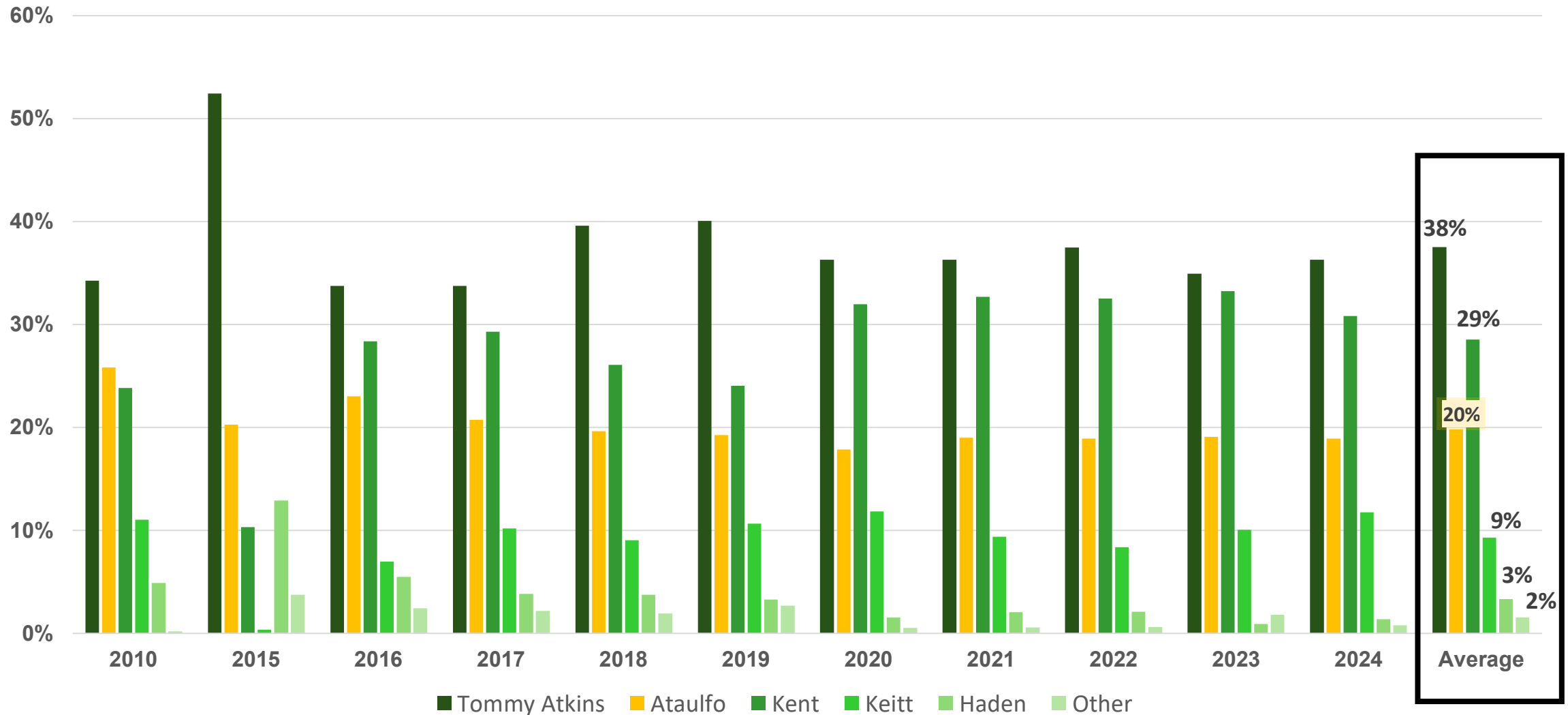


Fuente: USDA Foreign Agricultural Service, Global Agricultural Trade System (GATS)

Online: <https://apps.fas.usda.gov/gats/default.aspx>

MANGO EN LOS EE.UU.

VOLUMEN PROMEDIO DE IMPORTACIÓN POR DÉCADA (TODOS LOS PAÍSES)



Fuente: National Mango Board

AGENDA

- National Mango Board
- Mango en los Estados Unidos
- Exportación de mango a EE.UU.
- **Programas de la NMB**



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

NATIONAL MANGO BOARD

PROGRAMA DE MERCADEO Y COMUNICACIONES

MERCADEO
Y
COMUNICACIONES

*Actividades
AF' 25*



NATIONAL MANGO BOARD

PROGRAMA DE MERCADEO Y COMUNICACIONES



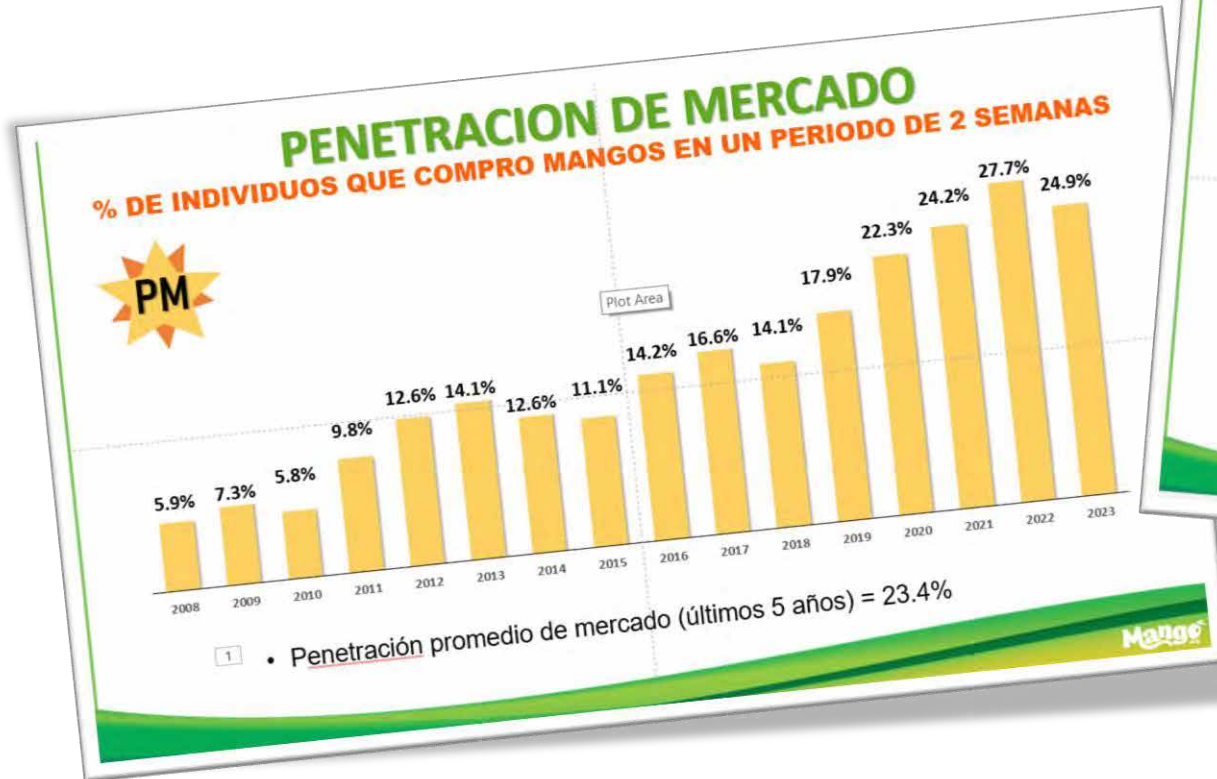
- Consumidores
- Temática de Nutrición y Salud
- Detallistas
- Servicio de Alimentos
- Comunicaciones y Relaciones Públicas
- Valor Agregado: Maduración y Fresco-Cortado

EDUCACIÓN

INTENCIÓN
DE COMPRA



PROGRAMA DE MERCADEO 2024



...Nuestra misión es la de incrementar el consumo de mango en los consumidores americanos!

PROGRAMA DE MERCADEO 2024



- Reposicionamiento y lanzamiento de la nueva pagina Web de la NMB: www.Mango.org



- Programa de Marketing a nivel de Consumidores = Innovacion
 - Mercadeo digital: Participación continua en las Redes Sociales
 - Creación de mensajes de Nutrición y Salud
 - Campaña- videográfica “Historias del Origen del Mango”
 - Alianzas estratégicas con equipos deportivos colegiales
 - Iniciativa “Tour del Mango” (en Ingles: Mango JoyRide Tour)
 - Iniciativas de mercadeo en el área Deportiva y muchas mas



- Programa de Marketing para Detallistas



- Programas Marketing para la Industria de Servicio de Alimentos



DIVERSION, SORPRESAS, TROPIEZOS, OBSTACULOS, INNOVACION, OPORTUNIDADES... **Y PURA ALEGRIA.**

- **Lanzamiento de nuestro nuevo portal en internet:**
www.mango.org
- **Colaboración con Disney/
Pixar's Inside Out 2**
(Película animada con la mas alta taquilla de todos los tiempos)
- **El tour de la alegría del mango (MANGO JOY RIDE) que completo 8 paradas a lo largo de 3 estados**
- **Mayor interacción en las asociaciones estratégicas con las universidades Florida State y Ole Miss!**

PROGRAMA DE MERCADEO 2024

INCORPORACION DE UN NUEVO LEMA AL LOGO – TAG LINE

Se trabajó con tres lemas para finalmente escoger uno definitivo

Mango

**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.

M

*¡Saborea la
Alegría del
mango!*

ALT:
MAKE

Mango

**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

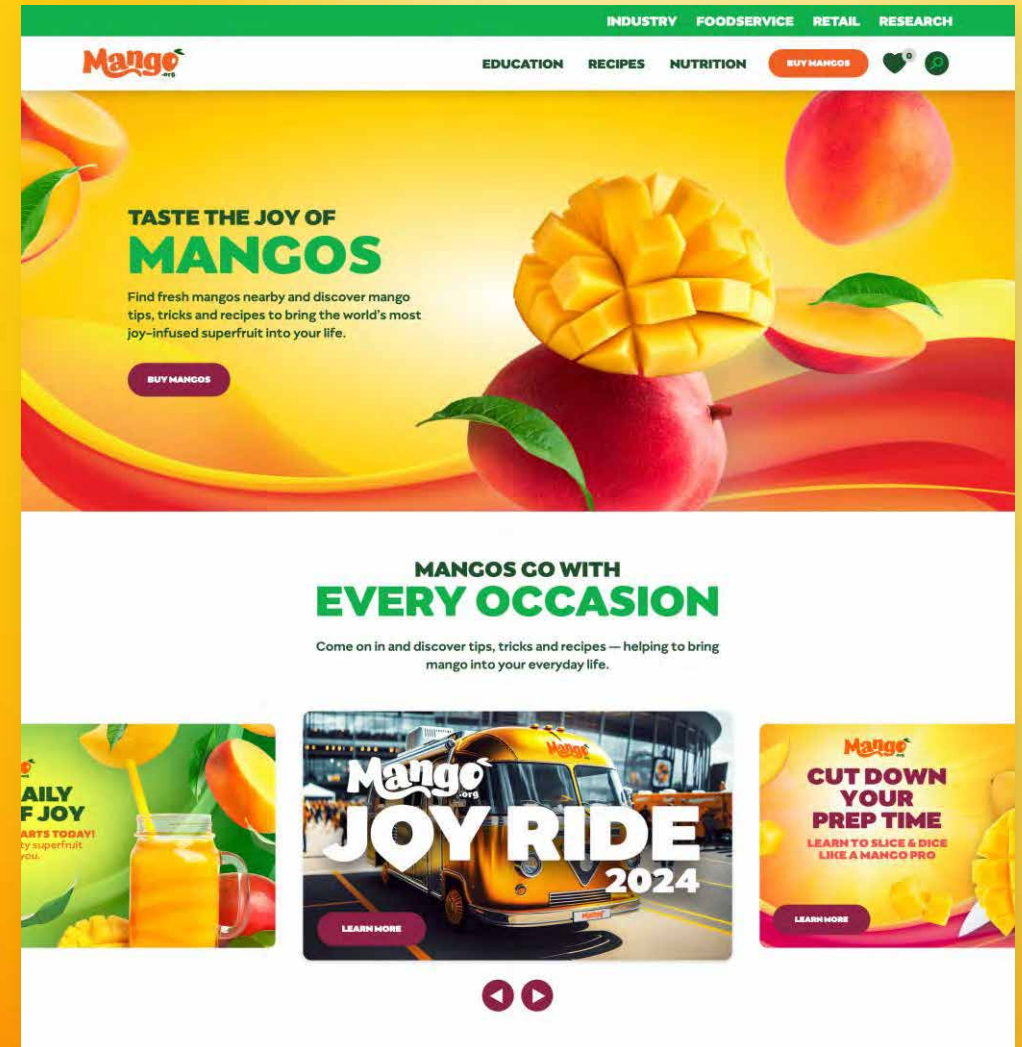
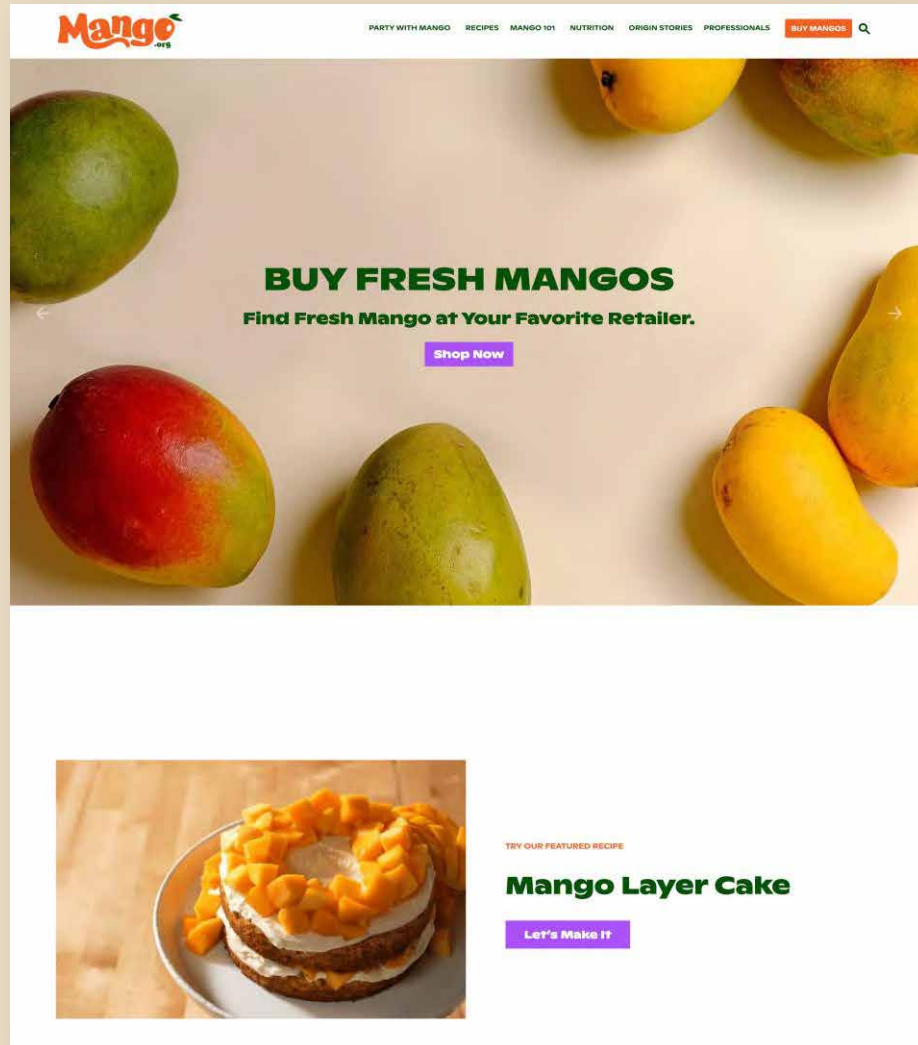


UN RELANZAMIENTO TOTAL DE NUESTRA MARCA

Con nuevos lineamientos:

- TIPOS DE LETRA MAS LLAMATIVOS
- PALETA DE COLORES VIBRANTES
- GRAFICOS DE LINEAS SUAVES Y ATRACTIVAS
- NUEVO LOGOTEMA
- ATRACTIVAS FOTOS Y ESTILOS DE VIDEO

NUESTRO NUEVO SITIO WEB...





TASTE THE JOY OF MANGOS

Find fresh mangos nearby and discover mango tips, tricks and recipes to bring the world's most joy-infused superfruit into your life.

BUY MANGOS

◀

MANGOS GO WITH EVERY OCCASION

▶

Come on in and discover tips, tricks and recipes — helping to bring mango into your everyday life.

Mango
MIX IT UP WITH MANGOS
SIP, SAVOR & CELEBRATE WITH MANGO-LICIOUS COCKTAIL RECIPES

SEE RECIPES

Mango
CUT DOWN YOUR PREP TIME
LEARN TO SLICE & DICE LIKE A MANGO PRO

LEARN MORE

Mango
SUMMER of JOY
MANGOS BRING THE JOY TO SUMMERTIME

READ BLOG

Mango
JOY RIDE 2024

LEARN MORE

Mango
SET THE TABLE
GIVE YOUR TABLE A TASTY MANGO MAKEOVER

PLAY GAME

Mango
ADD A BOOST
A HEALTHIER YOU Find out how this can benefit you

SEE BENEFITS



TASTE THE JOY OF MANGOS

Find fresh mangos nearby and discover mango tips, tricks and recipes to bring the world's most Joy-Infused superfruit into your life.

BUY MANGOS



MANGOS GO WITH EVERY OCCASION



Come on in and discover tips, tricks and recipes — helping to bring mango into your everyday life.



Mango

MIX IT UP WITH MANGOS

SIP, SAVOR & CELEBRATE WITH MANGO-LICIOUS COCKTAIL RECIPES

SEE RECIPES

Mango

CUT DOWN YOUR PREP TIME

LEARN TO SLICE & DICE LIKE A MANGO PRO

LEARN MORE

Mango

SUMMER of JOY

MANGOS BRING THE JOY TO SUMMERTIME

READ BLOG

Mango

JOY RIDE 2024

LEARN MORE

Mango

SET THE TABLE

GIVE YOUR TABLE A TASTY MANGO MAKEOVER

PLAY GAME

Mango

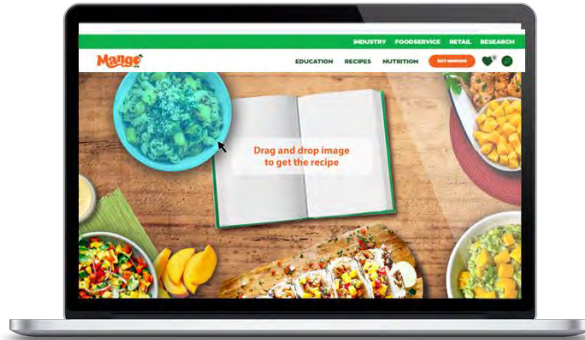
ADD A BOOST

A HEALTHIER YOU Find out how this can benefit you

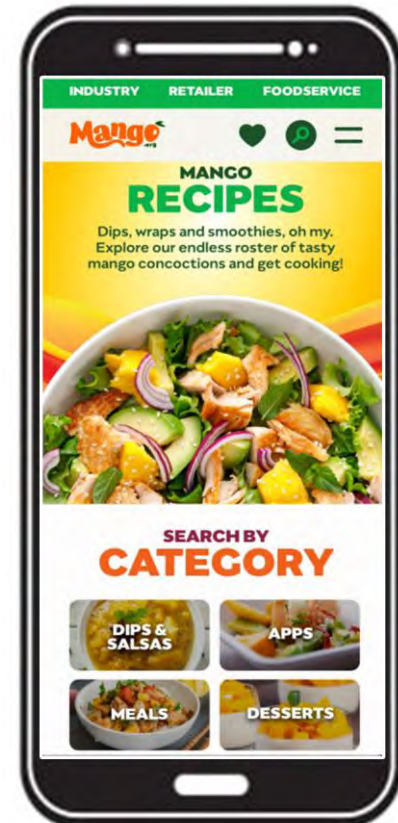
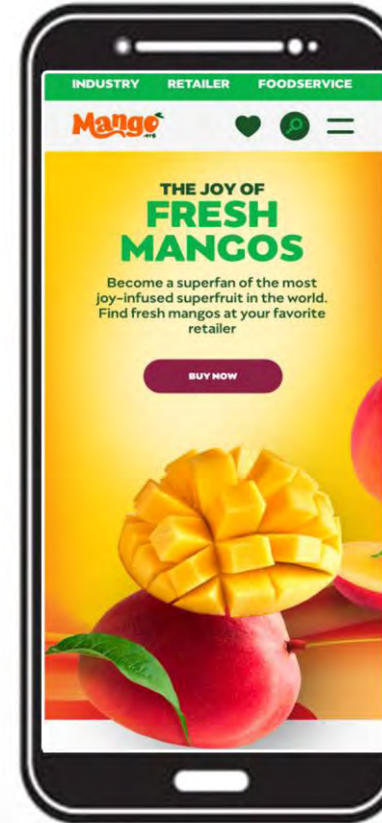
SEE BENEFITS

NUEVO SITIO WEB

www.mango.org

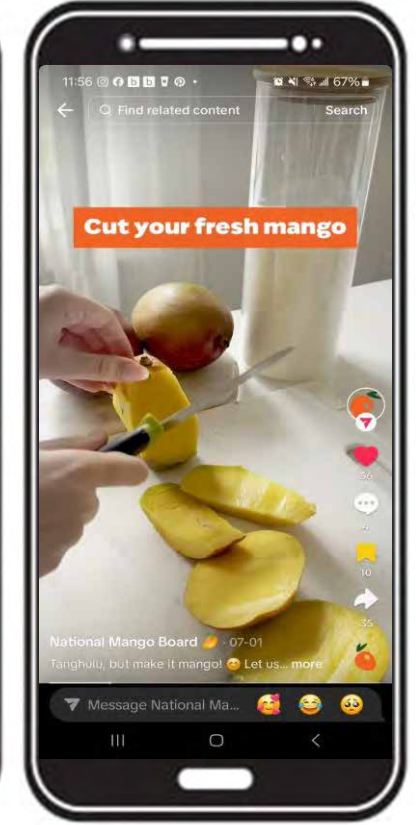
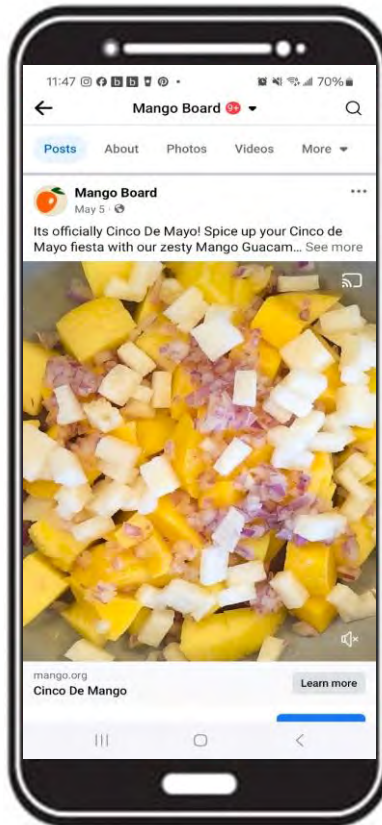


- Lanzada en julio de 2024 – Día Nacional del Mango
- Proporcionar herramientas y funciones interactivas divertidas (Juegos, etc.) que alienten a nuestra audiencia a participar activamente
- Sitio web versátil a nivel de tableta y celular
- Nueva plataforma I/T en un 100%
- Manejo fácil para los diferentes grupos meta
- Diseño limpio y fácil de navegar



PROGRAMA DE MERCADEO 2024

PROGRAMA A NIVEL DE CONSUMIDORES MAYOR PENETRACION A NIVEL DIGITAL – REDES SOCIALES





...y ahora en

2025...



ESTRATEGIA DE
MERCADERO PARA LOS
PRÓXIMOS CINCO
AÑOS

PLAN DE
MERCADERO PARA
ESTE AÑO 2025

PROGRAMA DE COMERCIALIZACION

ESTRATEGIA DE MERCADEO

MISIÓN

**“Inspirar y promover
el valor del mango
fresco en la vida diaria
de los americanos”**

PROGRAMA DE COMERCIALIZACION

ESTRATEGIA DE MERCADEO

VISIÓN

**“Mangos en cada
cesta de comestibles
para el 2030”**

NATIONAL MANGO BOARD

ESTRATEGIA DE MERCADEO

VALORES ESTRATEGICOS

- **Innovadora:** comercializar de manera creativa, estratégica y adaptable
- **Colaborativa:** colaboración de 360 grados, escuchando y respondiendo con capacidad de respuesta apropiada, con transparencia para desarrollar una cultura sólida y saludable
- **Alegre:** divertida, vibrante, positiva y de mente abierta.
- **Orientada a objetivos:** toma de decisiones informada y basada en datos sólidos
- **Proactiva:** con visión de futuro y mentalidad de crecimiento

NATIONAL MANGO BOARD

ESTRATEGIA DE MERCADEO

PRIORIDADES DE COMERCIALIZACION

- **Prioridad #1:** GENERACION DE LA DEMANDA
- **Prioridad #2:** EDUCACION SOBRE EL PRODUCTO
- **Prioridad #3:** RELACIONES CON LAS PARTES INTERESADAS
- **Prioridad #4 :** APLICABILIDAD DE LOS ESTUDIOS DE INVESTIGACIÓN
- **Prioridad #5 :** DESARROLLO DE LA MARCA



ESTRATEGIA DE
MERCADERO PARA LOS
PRÓXIMOS CINCO
AÑOS

PLAN DE
MERCADERO PARA
ESTE AÑO 2025



HEALTH & WELLNESS

2025

(CAMPAÑA DE
SALUD Y
BIENESTAR)



DICIEMBRE 2024 - ENERO 2025

Mango
NEW YEAR
2025

The logo features the word "Mango" in a stylized orange font with a green outline, followed by ".org" in a smaller font. Below it, "NEW YEAR" is written in a bold, white, blocky font with a green outline, and "2025" is in a large, bold, yellow font with a green outline. The background of the slide is a bright yellow gradient with images of mangoes and a glass of mango juice.

Mango[®] NEW YEAR 2025

- Enero es sinónimo de bienestar y mentalidad centradas en la salud, ya que muchas personas se fijan nuevas metas para el año
- Los minoristas también están alineados con esta tendencia, apoyando mensajes saludables de Año Nuevo en sus tiendas, haciéndolos más receptivos a colaborar en promociones

CAMPAIGN ELEMENTS:

- A nivel de tienda detallista
- Campaña digital
- Página destino en nuestro sitio web
- Recetas saludables

START



Carousel 1080 x 1080



Copy: Out with the old and in with the fresh. Fresh mangos make it easier and tastier to reach your goals – check out our tips and recipes at the link below. Let's go! 🥭🥗🍹

Hashtags: #tastethejoy #startfresh #mangos #resolutions

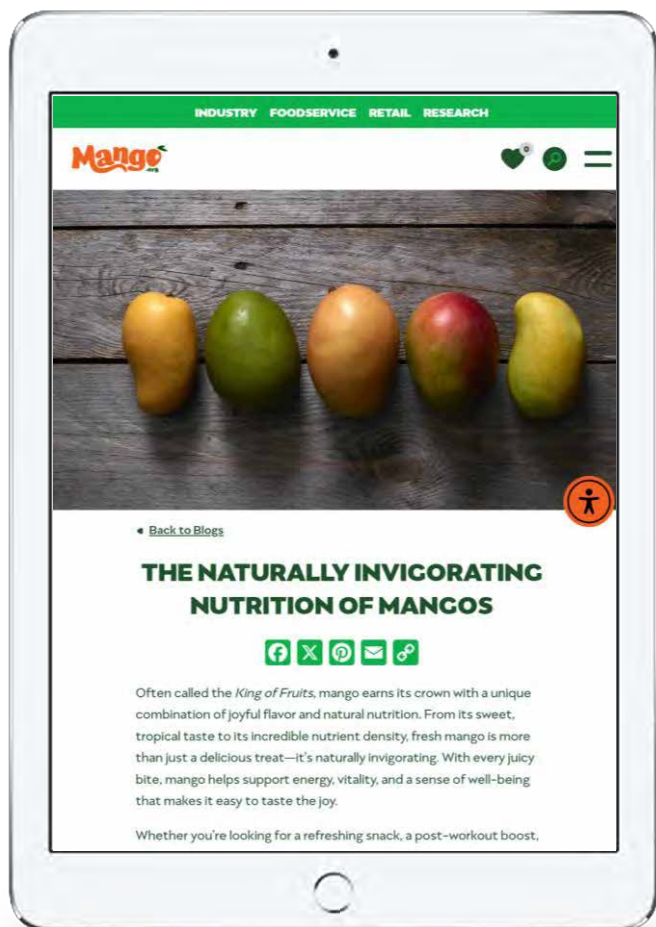


20+ VITAMINS & MINERALS

Mango.org



VIGOROSAMENTE NATURAL





NATURALLY INVIGORATING MANGOS

Mango, the King of Fruits, delivers a joyful burst of flavor and natural nutrition. Its sweet, tropical taste fuels energy, vitality, and well-being—making it a delicious, feel-good addition to any snack or meal.

SUSTAINING ENERGY: FUEL FOR EVERY DAY

Mango is a delicious source of natural sugars and fiber—a combo that slows digestion and supports a steady, balanced release of energy. That means no sudden spikes or crashes—just invigorating, feel-good fuel.

ONE SERVING* OF MANGO HAS:

Naturally sweet, no added sugar	7% of your daily fiber (2g) which helps slow absorption of sugars
8% of your daily vitamin B6 which helps maintain normal blood sugar	

LONGEVITY AND VITALITY: HELPS HEART HEALTH

Nutrient-rich fruits play a meaningful role in supporting cardiovascular and metabolic health, and fresh mango is a nutrient-dense powerhouse. Nutrients in mango can help aid blood sugar control, weight management, and overall wellness.

WELLNESS AND MOOD: GUT HEALTH FROM THE INSIDE OUT

Your gut does more than digest food—it shapes how you feel, think, and live. And mango supports it all with a naturally invigorating combination of fiber, hydration, and bioactives (like antioxidants) that nurture your microbiome.

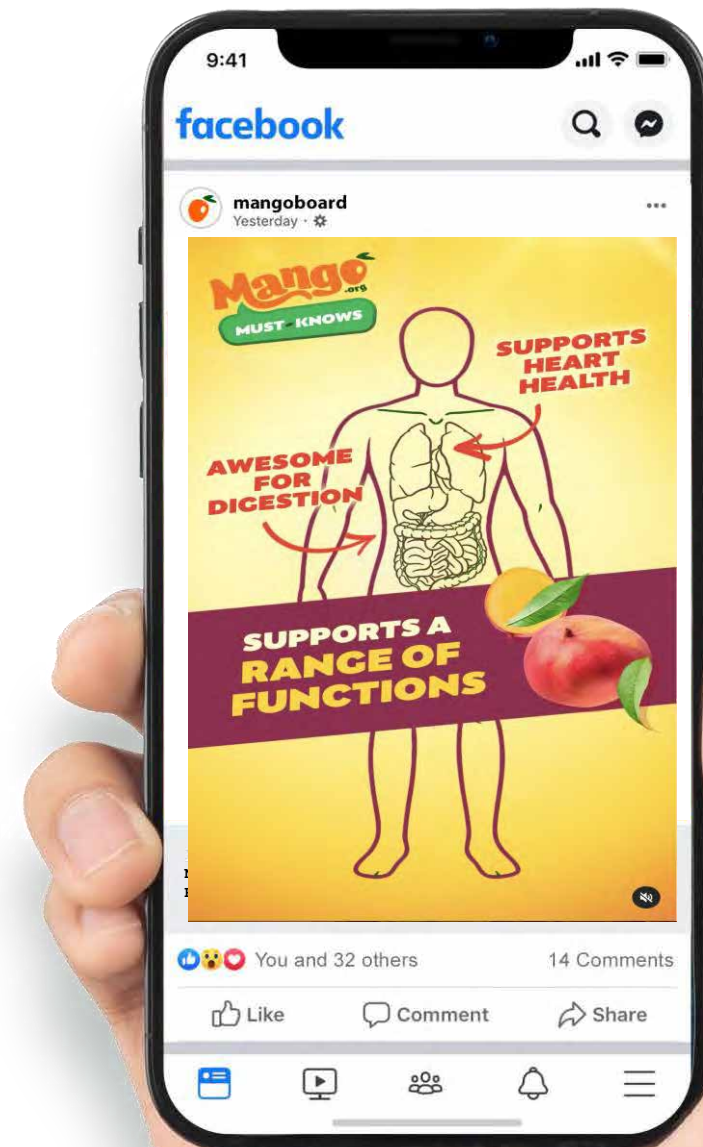
ONE SERVING OF MANGO CONTAINS:

More than 20 vitamins, minerals, and antioxidants	Only 70 calories, supporting weight management
No saturated fats, sodium, or cholesterol	

ONE SERVING OF MANGO INCLUDES:

83% water, making them a natural source of hydrating fluid	High in antioxidant vitamin C (50% DV)
Prebiotic fiber and polyphenols help increase beneficial bacteria	

Serving size = 1/2 cup. DV = % Daily Value. Source: USDA National Nutrient Database for Standard Reference.



<https://www.mango.org/blog/the-naturally-invigorating-nutrition-of-mangos/>

AVANCE SOBRE NUTRICION Y SALUD

CONOCIMIENTO DE NUESTRO MERCADO META

AAU
(Consumer
Audience
Research)

Estudio de investigación de mercados para comprender los usos y actitudes del consumidor de



Rango de edad:
21-85



Audiencia balanceada
desde el punto de vista
de edad, genero, region
de residencia e ingreso



Audiencia con
responsabilidad de
compra y preparacion
de alimentos en casa



1,000 usuarios de mango
fresco y el resto de la muestra
no usuarios de mango

La investigación incluyo los siguientes topicos:

1

RECONOCIMIENTO DE
MARCA, USOS Y
ACTITUDES

Conduct an AAU to
understand how people
think about mangos.

Develop Growth Modeling
data for planning

2

SEGMENTACION DE
AUDIENCIAS

Analyze the consumer
audience to identify
strongest opportunities.

3

PLANIFICACION
ESTRATEGICA Y
APLICACION

Establish benchmarks to
track progress over time.

Use insights & Growth
Modeling data for FY25
and FY26 planning

*Built into core program



FEBRERO 2025





Carousel 1080 x 1080



Copy: X's, O's, and MANGOS! 🥰 XO Say Be Mine with a little MANCO-XO magic this Valentine's. 🍷

Hashtags: #tastethejoy #mangos #valentines #forthe love of mangos



Mango.org



MANGO MADNESS



- Para seguir acelerando el entusiasmo por los mangos a medida que nos acercamos a la temporada alta, ofreceremos un concurso “Mango Madness” para atraer a los consumidores con desafíos divertidos, recetas y obsequios relacionados con el torneo, todo integrado en nuestro nuevo sitio web y canales sociales
- Animando a los compradores a enviar sus recetas a través de la página de recetas
- Animando a los compradores a crear un grupo de recetas en los canales sociales

ELEMENTOS DE CAMPAÑA:

- Participación en tiendas de minoristas
- Promoción orgánica en redes sociales
- Componentes interactivos en nuestro sitio web
- Recetas de temporadas

Mango[®]
.org

Go MAD for MANGO

Tomato, Chive
& Mango Salsa

UP YOUR GAME

WITH
**TASTY MANGO
MATCHUPS**

**Loaded Mango
Nachos**

SELECTED
CONCEPT

Mango^{.org}

CINCO de MANGO

MANGO LIKE THERE'S NO MAÑANA





Aprovecharemos el éxito de la campaña temática del Cinco de Mango de este año con esfuerzos más grandes y audaces:

- ¡Este año es una fiesta minorista! La celebración del Cinco se detiene en los minoristas hispanos para degustar, recibir atención de relaciones públicas y educación antes de la gran temporada de verano
- Virtual Cinco de Mango Mixologist: un bartender virtual impulsado por IA que crea cócteles y cócteles sin alcohol personalizados con infusión de mango

ELEMENTOS DE CAMPAÑA:

- Participación en tiendas de minoristas (con materiales materiales en inglés y español)
- Promoción pagada en redes sociales
- Componentes interactivos en nuestro sitio web
- Pagina destino en nuestro sitio web
- Recetas de temporadas

CINCO DE MAYO CAMPAIGN

April 1st – May 5th

DIGITAL
PRIMARY
DRIVING AWARENESS



RETAIL
PRIMARY
DRIVING CONVERSION

WEBSITE LANDING PAGE

PAID DISPLAY ADS

PAID SOCIAL ADS

PAID SEARCH

BLOG

ECOMMERCE



IRON MAN

POSTERS

SHELF BULLET



Disney Lilo & Stitch

ACTIVACIÓN DE CAMPAÑA PUBLICITARIA:

- Material POP (en el punto de venta a nivel de detallista) durante la validez de la promoción
- Entrega de boletos para la película (via Fandango)
- Página dedicada en Nuestro sitio web y recetas exclusivas
- Promoción publicitaria orgánica y pagada
- Relaciones públicas



DIGITAL



RETAIL

PRIMARY
DRIVING AWARENESS

PRIMARY
DRIVING CONVERSION

ECOMMERCE

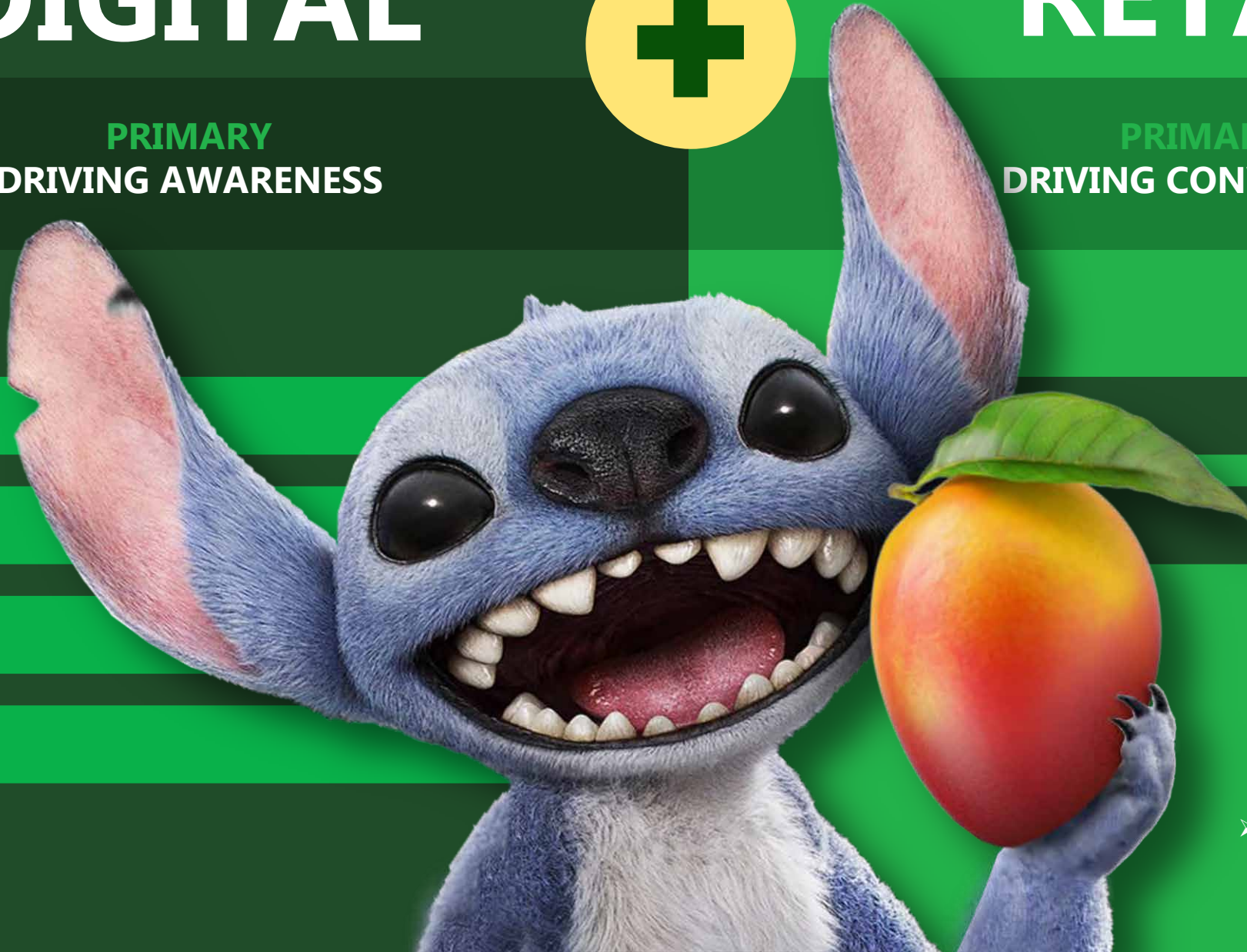
DISPLAY

WEBSITE

SOCIAL

POINT OF SALE*

STORE MEDIA



➤ **INDIVIDUAL RETAILERS
TO BE DETERMINED BY NMB
MARKETING/RETAIL TEAM*

Mango.org UNLEASH THE JOY

ENTER FOR A
CHANCE TO WIN* A
TRIP TO HAWAII

+ GET A  FANDANGO
\$5 PROMO CODE**
WITH A \$5 MANGO PURCHASE
5/6/25-6/15/25

SCAN FOR
DETAILS



*NO PURCHASE NECESSARY TO ENTER SWEEPSTAKES. PURCHASE WILL NOT INCREASE YOUR CHANCES OF WINNING. OPEN TO LEGAL U.S. and D.C. RESIDENTS 18 AND OLDER (EXCLUDING PUERTO RICO). Starts at 12:01 AM PT on 5/6/25 and ends at 11:59 PM PT on 6/15/25. For official rules, eligibility, full details, and prizes, visit www.activaterewards.com/Mango/rules. Sponsor: National Mango Board. **Limited time offer. While supplies last. Buy \$5 of mangos in one transaction to qualify for a \$5 Fandango Promo Code valid toward one admission to Lilo & Stitch. Limits and restrictions apply. See www.activaterewards.com/Mango/details for full offer details and participation instructions. FANDANGO and the Fandango Logo are registered trademarks of Fandango Media, LLC.

Disney
Lilo & Stitch
ONLY IN THEATERS
MAY 23





Iron Man Poster
18" x 24"



5" x 3"



11" x 7"

Disney
Lilo & Stitch



Mango
.org

Mango
.org
MUST-KNOWS





EL VERANO SERA AUN MAS CANDENTE EN 2025

- Incentivo al comercio minorista para construir exhibidores de productos innovadores
- Innovación/gamificación: Lista de reproducción de Mango Summer Spotify y/o Virtual Mango Paleta Maker

ELEMENTOS DE CAMPAÑA

- Participación en tiendas de minoristas (con materiales en inglés y español)
- Promoción pagada en redes sociales
- Componentes interactivos en nuestro sitio web
- Pagina destino en nuestro sitio web
- Recetas de temporadas

Mango.org

**MAKE SOME
MANGO MEMORIES
ALL SUMMER LONG**



ENTER TO WIN A
**SQUISHMALLOWS
MANGO PLUSH**



SUMMER CAMPAIGN

June 16th – July 31st

DIGITAL
PRIMARY
DRIVING AWARENESS



RETAIL
PRIMARY
DRIVING CONVERSION

WEBSITE LANDING PAGE

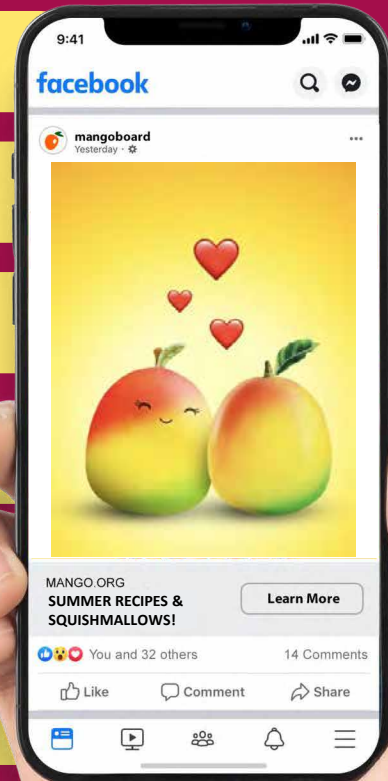
EXCITING GIVEAWAY

PAID SOCIAL ADS

PAID SEARCH

BLOG

ECOMMERCE



IRON MAN

POSTERS

SHELF BULLET

PARTNERSHIP

65% of Squishmallows buyers are 18–24

Source: The Atlantic

\$1.5B spent on plush toys (Q4 2024 alone)

Source: Forbes

8.2% Annual projected growth of stuffed animal market through 2030

Source: MSN



SQUISHMALLOWS ARE A BIG BUSINESS FOR FANS OF ALL AGES.

REALZANDO LOS SABORES DURANTE EL VERANO

We'll keep the excitement going all summer long by launching 3 tasty summer recipes, inspired by our Squishmallows partnership.



JUNIO

MANGO-MALLOW SUMMER S'MORE

A traditional campfire s'more with homemade mango marshmallow.



JULIO

MANGO SQUISHY

A mango and frozen yogurt-blended smoothie with yellow, orange and green swirls.



AGOSTO

XIMENA'S BAJA TACOS

Based on our popular baja fish taco with mango salsa—this recipe uses soft & pillowy fry bread.

NOTE: Recipes and images are conceptual. Actual recipes will need to be created and new content will need to be shot.



5" x 3" POSTER



SHELF BULLET



11" x 7" POSTER



IRON MAN POSTER



NATIONAL MANGO DAY MIXOLOGIST

JULY 22, 2025

**RECIPE
GENERATION
RISING IN
POPULARITY &
INTEREST**



**INCREASED
DEMAND
FOR SUMMER
COCKTAILS**



**MANGO
TRENDS
SURGE IN
SUMMER**



= A PRIME OPPORTUNITY FOR *Mango*.org



NOW SERVING MANGO MIXOLOGIST

An *innovative gamification experience and an interactive recipe tool* designed exclusively for Mango.org—launching on National Mango Day (July 22), during peak mango season.

Mango
org



This is more than a seasonal push
or a website update; it's a

***STRATEGIC
ALWAYS-ON
GAMIFICATION TOOL***

boldly designed to increase awareness,
engagement, time spent on site and
ultimately, e-commerce sales volume.

Mango
_org



NATIONAL MANGO DAY + ALWAYS-ON VALUE

Launch Date **July 22, 2025**. While this new site feature will live year-round as an educational staple, we're uniquely positioned to launch and amplify it around National Mango Day, leveraging our Public Relations team's robust media relationships and influencer network to drive:

- *Earned media coverage*
- *High-visibility awareness*
- *Social activations with influencer participation in the game/recipe challenge*
- *A National Mango Day-specific call-to-action that converts excitement to interaction and e-commerce sales*

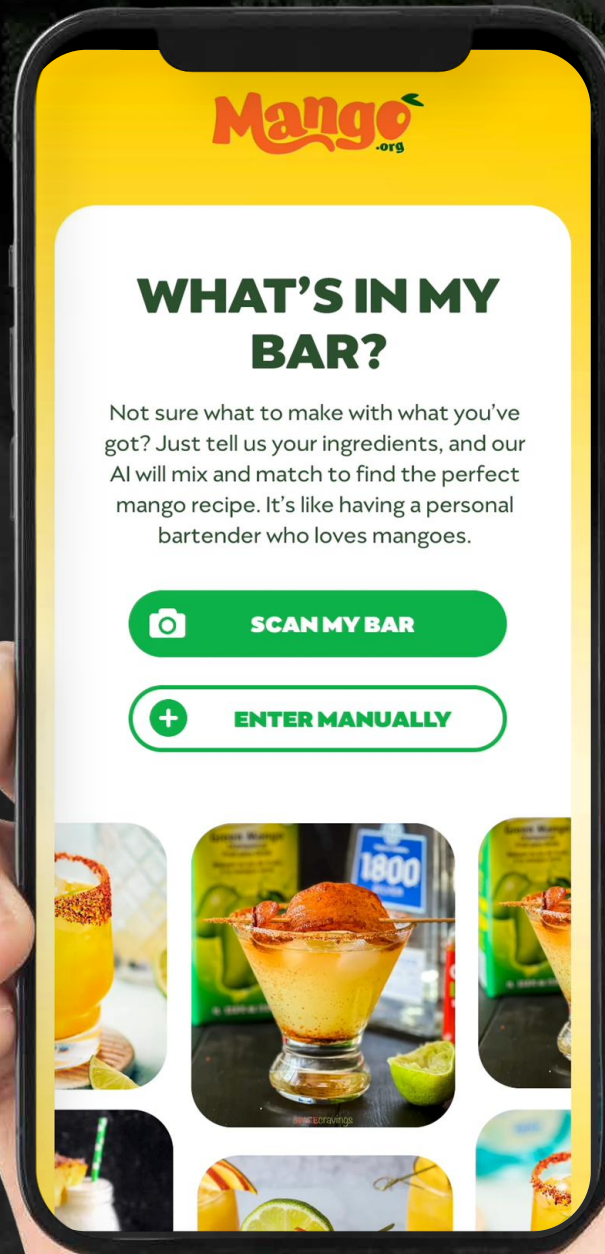


HOW IT WORKS

IN DEVELOPMENT*

*The visuals shown in this presentation are design prototypes intended for concept exploration and feedback purposes only. These mockups do not reflect final functionality, performance, or user experience, and may differ from the final developed product. Visual elements, layout, and interactivity are subject to change during development.

Mango
.org



Custom recipe images *heavy on appetite appeal and variety* to keep mango lovers coming back.





JOY RIDE CAMPAIGN

JULY 2025

MANGO JOY RIDE

DIGITAL

PRIMARY
DRIVING AWARENESS



RETAIL

PRIMARY
DRIVING CONVERSION

ECOMMERCE

DISPLAY

WEBSITE

SOCIAL

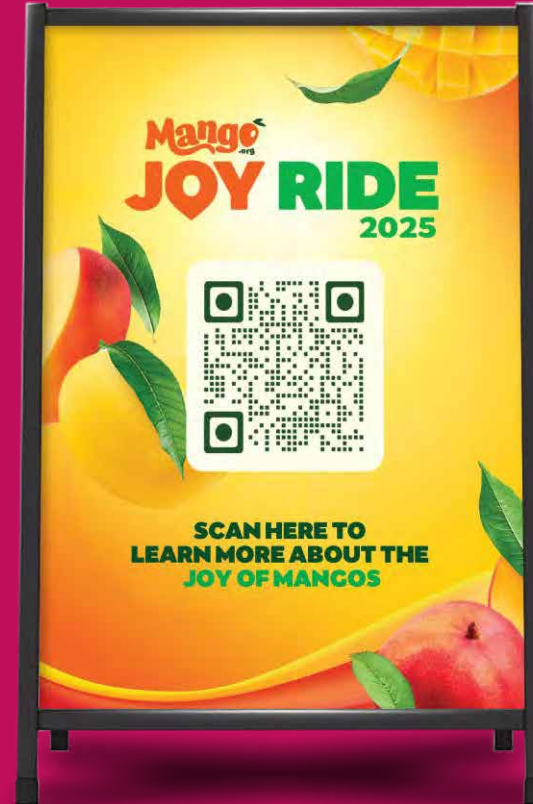


POINT OF SALE

STORE MEDIA

SAMPLING

ACTIVATION



LOCATIONS

CHICAGO, IL

- 12-15 retailers
 - Jewel
 - Aldi
 - Anthony Marano
 - Mariano's
 - Whole Foods
- Thursday, July 31 – Sunday, August 3
- Thursday, August 7 – Sunday, August 10

TEXAS (DALLAS)

- 3-4 HEBs
- Friday, August 22 – Sunday, August 24



Mango MANGO JOY RIDE: DIGITAL

INSTACART: Support Joy Ride with a national e-commerce campaign through Instacart.

- Engage New To Brand Shoppers with a "Free Gift" Coupon
- Target Loyal Mango Purchasers and Lapsed Buyers with a Shoppable Display Campaign

META: Support Joy Ride with local and national Facebook and Instagram campaign.

- Drive visitation to the local store locations in Chicago through targeted events on Facebook
- Increase engagement and awareness of Joy Ride while driving website traffic

DIGITAL SUPPORT

- Virtual Tastings
- Influencers
- Education Resources (Recipes, How to Cut, How to Pick)
- PR Support
- Link to Instacart

JOY RIDE 2025 RETAIL



THE RETAIL EXPERIENCE

- Sampling – Toppings Bar
- Local Education
- Tent & Signage
- Games & Giveaways
- Music & Playlists
- Wrapped Truck
- Orange Carpet/Step & Repeat Photo Opportunities
- Branded Canopy
- Mascot
- Brand Ambassadors
- Branded Recipe Cards

DIGITAL SUPPORT

- Influencers
- Social and Paid Search Ads
- Dedicated Landing Page
- Organic Social
- eCommerce Offers

PR

- Press Releases
- Media Advisories
- Hyper-local Pitches to Joy Ride Areas/Cities
- Media Interviews
- Local Event Calendars Within Each City
- Media Assistance During Events
- Event Recaps for Local Media Promotion

PARTNERSHIPS

- Tajín

IN-STORE

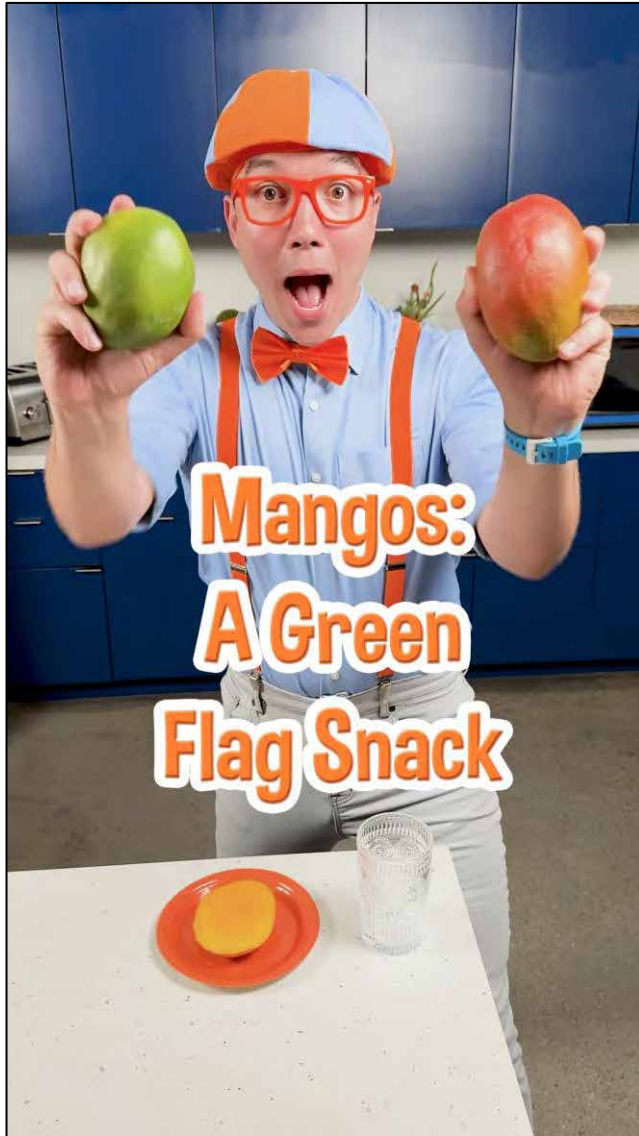




CAMPAÑA PUBLICITARIA DE BLIPPI

- Promotional Video to be Showcased on Blippi and NMB Social Channels
 - 3 videos, posted across 3+1 platforms
 - Usage rights for a year
 - Content includes education, nutrition, how to pick, how to cut
- Dedicated Landing Page
- Blog post on website
- Shoot date – June 2, LA
- Videos received







REGRESO A CLASES

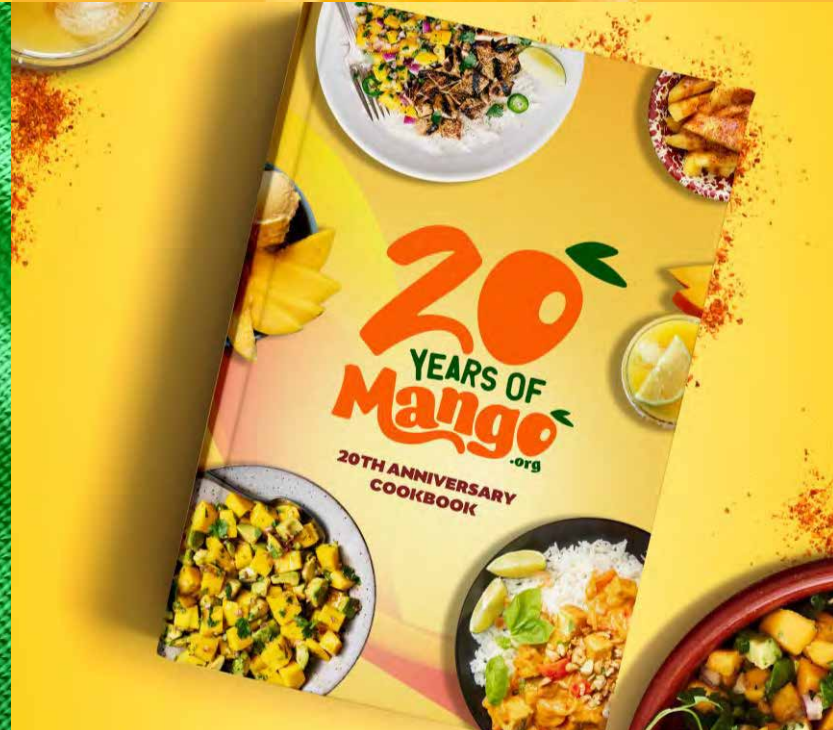




SEPTIEMBRE - OCTUBRE 2025









GALA ANIVERSARIO

Celebraremos 20 Años de Éxito y Continuo Apoyo a la Gran Industria del Mango

ANAHEIM, CALIFORNIA

Viernes 17 de octubre de 2025



NOVIEMBRE – DICIEMBRE 2025



**Holiday recipes are
better with mango**



Mango Baked Brie

Mango
-org





JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC
					 TBD						
PROMOCION PERMANENTE DE NUESTRA MARCA (EVERGREEN BRANDING)											
CONTENIDO ORGANICO EN REDES SOCIALES											



PLAN A NIVEL DE DETALLISTAS PARA 2025



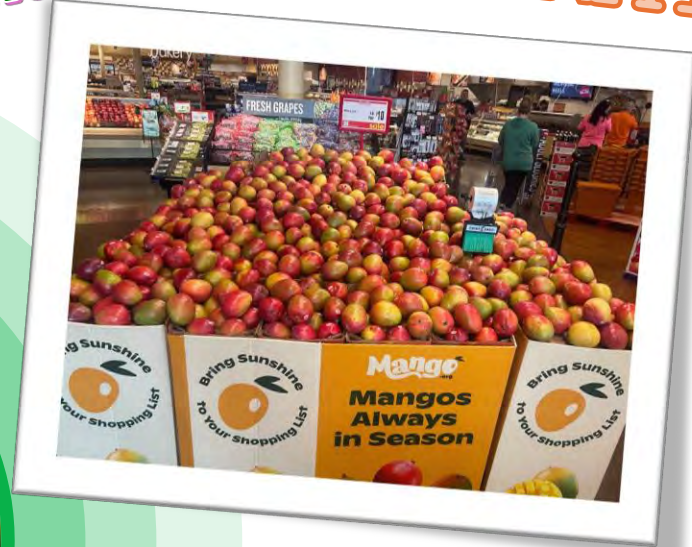
PROMOCIONES

ESTRATEGIAS

PROMOCIONES

ESTRATEGIAS

TACTICAS



ESTRATEGIAS

TACTICAS



PROMOCIONES

TACTICAS

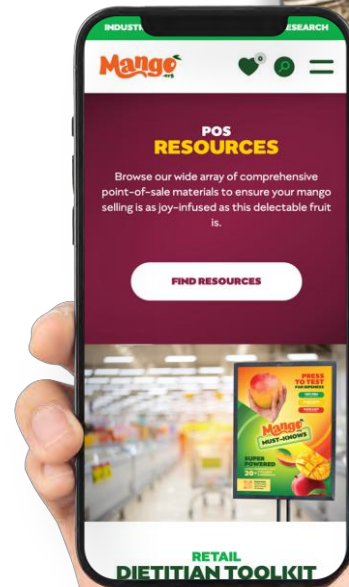
ESTRATEGIAS





PLAN A NIVEL DE DETALLISTAS PARA 2025

INCREMENTAR LA EXPOSICION EN
EL PUNTO DE VENTA
**PROVEER RECURSOS
CLAVES PARA
INCORPORAR NUEVOS
DETALLISTAS**
INCLUYENDO DETALLISTAS
ASIATICOS E HISPANOS.





PLAN A NIVEL DE DETALLISTAS PARA 2025

MEJORAR LAS RELACIONES CON
DETALLISTAS ACTUALES

Y DESARROLLAR
NUEVAS RELACIONES
CON MAS
DETALLISTAS





PLAN A NIVEL DE DETALLISTAS PARA 2025

DISEMINAR TACTICAS COMPROBADAS Y EXITOSAS PARA RESALTAR EL CONOCIMIENTO DE LAS PROMOCIONES ACTUALES



Mango
Liven Up THEIR LUNCH BOX

**IT'S BACK-TO-SCHOOL SEASON
AND MANGOS ARE ON THE SHOPPING LIST!**
JULY - AUGUST 2024

MANGOS EARN AN A+ FOR BASKET RING SUCCESS

Keyword search volume for back-to-school is up by 147% this year after a decline in 2022. SOURCE: longmarch.com	Back-to-school shoppers are more likely to be shopping for younger children — making a delicious, easy snack like mangos the perfect addition to a parent's shopping cart! SOURCE: nametaste.com	Mass retailers win with back-to-school shoppers. 80% of shoppers say they will buy their supplies at mass retailers (e.g. Walmart, Target, etc.), 20% plan to shop at dollar stores, and 15% at club stores. SOURCE: nametaste.com
---	---	---

Encouraging shoppers to buy mangos during back-to-school season is a win-win. Your store will benefit from the added sales, and parents can be satisfied knowing their purchase will be a healthy, joyful treat their child will love — aka, the perfect snack to **liven up their lunchbox**.

CONTACT MICHAEL WILBER FOR DETAILS
mwilber@mango.org | www.mango.org | (407) 629-7318 ext. 116

INSIDE OUT 2
IN THEATERS JUNE 14

Who knew a fruit could evoke so much joy? Mangos evoke positive emotions and studies have shown that emotional connections play a significant role in customer loyalty and lifetime value. **Simply put, you need JOY in your store.**

CONTACT MICHAEL WILBER FOR DETAILS
mwilber@mango.org | www.mango.org/inside-out | (407) 629-7318 ext. 116



PLAN A NIVEL DE DETALLISTAS PARA 2025

POSICIONAR EL MANGO COMO
**UNA PARTE INTEGRAL
DEL PROCESO DE
COMPRA DEL
CONSUMIDOR EN
EL PUNTO DE VENTA**





PLAN A NIVEL DE DETALLISTAS PARA 2025

MEZCLA EFECTIVA DE CAMPAÑAS
PROMOCIONALES Y CAMPAÑAS
REGULARES

**GERENCIANDO LAS
PROMOCIONES EN EL
PUNTO DE VENTA DE
MANERA EFECTIVA, EN
CUANTO A TIEMPOS Y
COSTOS**





**Y CONTINUANDO
EL ESQUEMA DE
EDUCACION AL
CONSUMIDOR,
ASI COMO
CAPTURANDO SU
ATENCION AL
PRODUCTO!**

**UTILIZANDO PIEZAS
INTERACTIVAS Y ACCESIBLE CON
TELEFONOS INTELIGENTES**



***23 000
OPENS
DAY ONE
ON SOCIAL!**

TODO ESTO SIENDO CONSISTENTE EN LA APLICACION DE TACTICAS EXITOSAS

- Retailer Units with customizable headers
- 11x7 / 5x3
- Iron Man Posters
- Shelf Bullets
- Shelf Strip





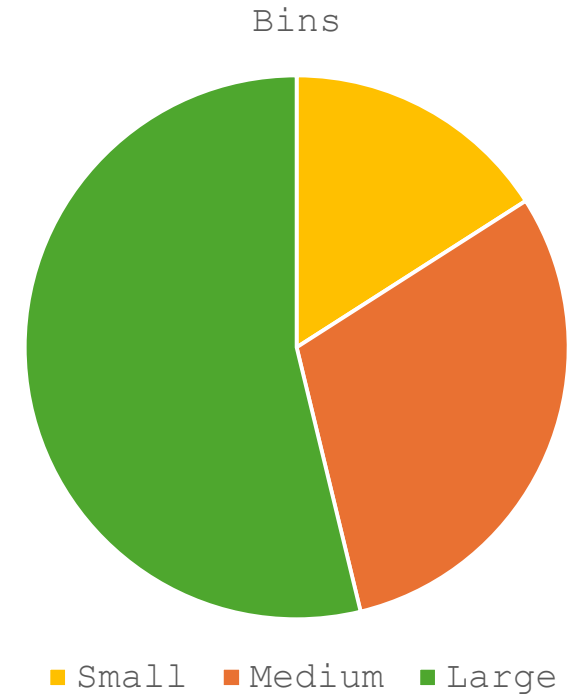
ESCAPARATES PORTATILES

PARA DETALLISTAS EN EL PISO DE VENTAS



EVERGREEN BINS

- 12,300 bins printed and distributed
- No storage cost, bins accounted for and have reached retailers
- Actual cost \$70,000 lower than actual. Reinvesting in Retail Promotions





Y LO MAS IMPORTANTE...

HACIENDO DE LA
EXPERIENCIA DE COMPRA
UN ENFOQUE INTEGRAL D

360° GRADOS
Y PODERASI CAPTURAR
LA EXPERIENCIA
INTEGRAL DEL
COMPRADOR DE MANGO
EN EL SUPER

- Brindandole a los detallistas material complementario digital
- Preparando paginas de aterrizaje en nuestro portal mango.org con recetas faciles, informacion educacional, etc.
- Brindando canales de comercio electronico para expandir la versatilidad de la experiencia de compra.



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

NATIONAL MANGO BOARD

PROGRAMA DE INVESTIGACIÓN Y RELACIONES CON LA INDUSTRIA



INVESTIGACIÓN
&
RELACIONES CON LA INDUSTRIA



Actividades
AF' 25



🍈 Áreas de Investigación

- Nutrición y Salud
- Producción y Postcosecha
- Mango Fresco-Cortado
- Inocuidad y Sustentabilidad



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



PRODUCCIÓN & POSTCOSECHA

Áreas de Investigación

- **Producción**
 - Porta injertos o patrones
 - Nutrición y fertilización
 - Riego
 - Manejo de la poda y floración
 - Evaluación de reguladores de crecimiento
 - Efecto del uso de bio-estimulantes
 - Efectos de diferentes tipos de poda
 - Mango niño
- **Plagas & Enfermedades**
 - Antracnosis
 - Escoba de bruja
 - Mosca de la fruta
- **Cultivares & Genética**
 - Cultivares potenciales para el mercado EEUU
 - Marcadores genéticos



PRODUCCIÓN & POSTCOSECHA

Proyectos

Marcadores Genéticos para la Tolerancia a la Antracnosis y Principales Rasgos de Calidad de la Fruta – Dr. Navot Galpaz

- **Objetivos:**
 - Evaluar los principales rasgos de calidad de la fruta (contenido de fibra, color de piel, tamaño de fruta)
 - Realizar pruebas de susceptibilidad de las variedades comerciales del mango y otras especies de Mangifera a la antracnosis

Marcadores Genéticos para la Floración del Mango a Temperaturas Altas – Dr. Yuval Cohen

- **Objetivos:**
 - Analizar el fenotipo de las principales variedades comerciales del mango y otras con potencial para el mercado estadounidense en base al comportamiento positivo para la floración a temperaturas elevadas.



PRODUCCIÓN & POSTCOSECHA

Proyectos

Zona Libre de Moscas: Fase III– Dr. Roger Valenzuela

- **Objetivos:**

- Reducir gradualmente los valores de infestación (MTD) del complejo de la mosca de la fruta, con énfasis en la mosca del mango (*Anastrepha obliqua*) en los sitios de producción.
- Formular un Gel Alimenticio Esterilizante Sostenible (GALES) que sea económico, efectivo, socialmente aceptable y ambientalmente sostenible.
- Evaluar la técnica de aplicación masiva de estaciones de cebo ecológico con quimioesterilizantes y/o aniquilantes como herramienta complementaria para el control y erradicación del complejo de la mosca de la fruta.



Proyectos

Tecnología para Incrementar el Tamaño de los Mangos– Dr. Ítalo Cavalcante

- **Objetivo:** Identificar las principales causas responsables de la formación de frutos pequeños y aplicar estrategias de gestión de campo para mejorar el tamaño y la uniformidad de los frutos.

Code	Treatment
T1	Tratamiento de control (manejo tradicional de la granja)
T2	Gestión del suelo considerando la demanda de las plantas
T3	Gestión del suelo y de irrigación considerando la demanda de las plantas
T4	Gestión del suelo la demanda de las plantas + estrategias técnicas
T5	Estrategias técnicas



PRODUCCIÓN & POSTCOSECHA

Proyectos

Manejo de la Floración con Diferentes Inductores— Dra. Hilda Pérez Barraza

- **Objetivo:** Evaluar el efecto de diferentes inhibidores de giberilina en el proceso de floración y producción del mango 'Tommy Atkins' para evitar la floración irregular, asegurar una cosecha abundante.
 - Prohexadiona de Calcio (P-Ca)
 - Uniconazol (UCZ)
 - Cloruro de Clormequat (CCC)



PRODUCCIÓN & POSTCOSECHA

Proyectos

Efecto de Diferentes Laminas de Agua en la Producción de Mangos– Ing. Rudy Osberto Cabrera

• Objetivos:

- Evaluar el impacto de diferentes láminas de agua en diferentes etapas fenológicas en el rendimiento de los árboles de mango.
- Generar recomendaciones generales y específicas de riego para dos regiones productoras de mango en Guatemala.

Primer Ciclo 2023-2024				
FASE FENOLÓGICA				
Días:	50d	100d	150d	160d
Tratamiento	Hinchazón de botones florales a cuajado	Cuajado a endurecimiento del hueso	Endurecimiento del hueso a cosecha	Poda postcosecha a primera lluvia significativa
T_0 (Testigo)	Sistema de Riego en la Finca			
	Sistema de irrigación usado en la finca en el cultivo de mango			
T_1 (Control)	Valor de Kc*			
	1	1	1	1
T_2	Valor de Kc*			
	0.75	0.75	0.75	0.75
T_3	Valor de Kc*			
	0.5	0.5	0.5	0.5
T_4	Valor de Kc*			
	1.25	1.25	1.25	1.25
T_5	Valor de Kc*			
	0.6	0.7	0.8	0.9

*Kc se refiere al factor de crecimiento de acuerdo a la etapa fenológica. El número representa el Kc que debe aplicarse asociado a la Evto. Se recomienda regar diariamente para eliminar el factor relacionado con la frecuencia de riego.

PRODUCCIÓN & POSTCOSECHA

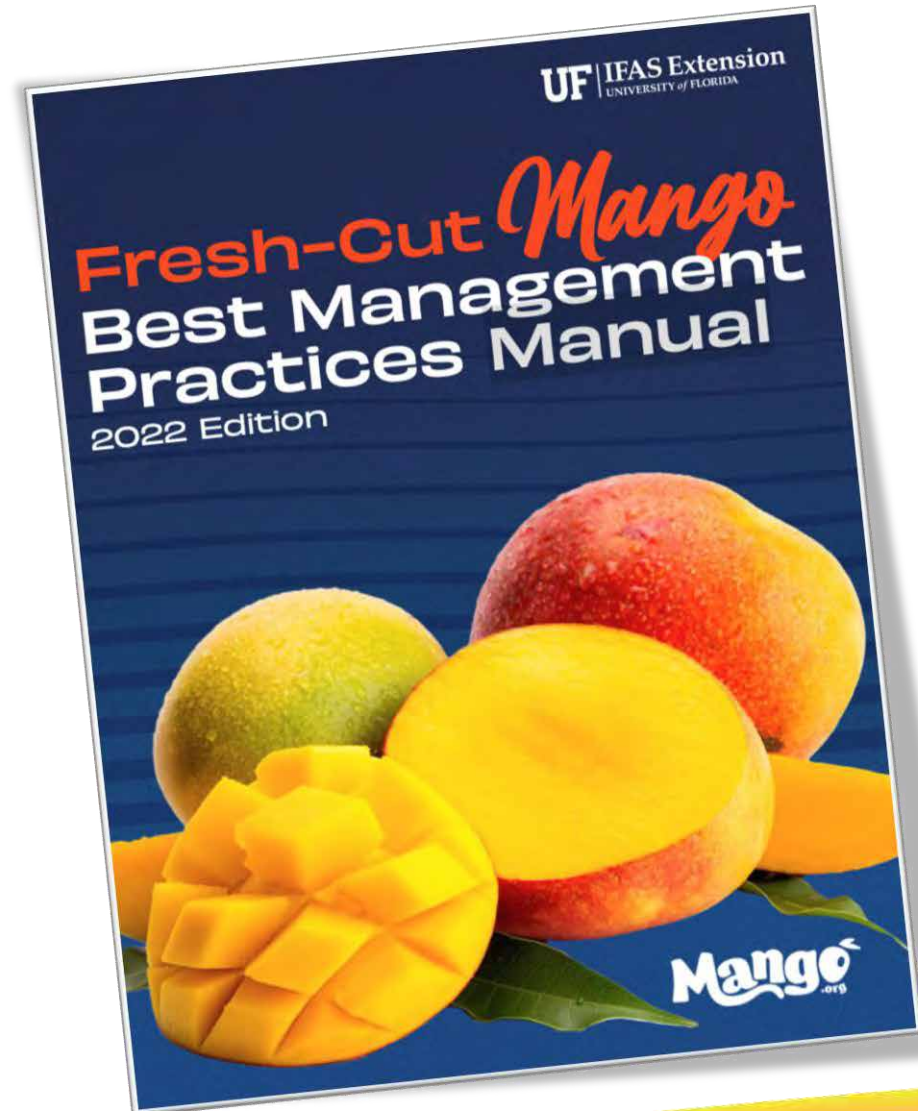
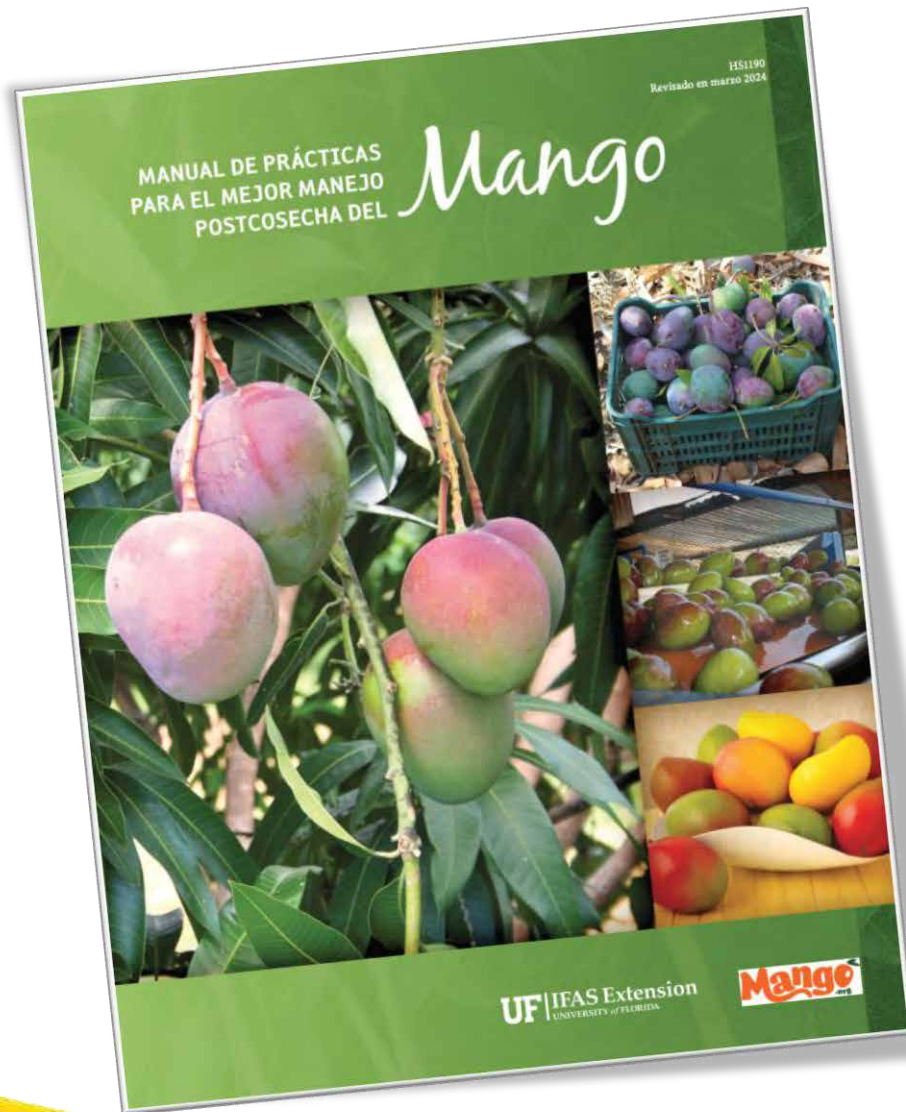
Áreas de Investigación

- **Post-Cosecha**

- Determinación del grado de madurez a la cosecha
- Manejo de la temperatura de almacenamiento
- Atmosferas modificadas y controladas
- Acumulación de materia seca
- Tratamientos cuarentenarios
 - Tratamiento hidrotérmico
 - Hombros hundidos
 - Cavidades internas o tejido esponjoso
 - Irradiación
- **Manual sobre las mejores prácticas postcosecha**
- Mango fresco cortado
 - **Manual**
 - Estrategias para la preservación del mango fresco cortado



PRODUCCIÓN & POSTCOSECHA



PRODUCCIÓN & POSTCOSECHA

INDUSTRIA

RESTAURACIÓN

MINORISTA

INVESTIGACIÓN



EDUCACIÓN

RECETAS

NUTRICIÓN

COMPRAR MANGOS





BUSCAR POR

FILTRO

BUSCAR



AÑO



AUTOR



TIPO



BUSCAR DOCUMENTOS

LIMPIAR

INDUSTRIA, POST-HARVEST

REPORTE DE LOS RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN

Fecha de Publicación: 11/29/2023

Institución: National Mango Board

Investigación/Autor: Dr. Maria Hilda Perez Barraza, Dr. Victor Galan, Dr. Inaki Hormaza, Dr. J. Gonzalez-Fernandez, Dr. Jorge Osuna, Dr. Rafael Gomez, Dr. Jeffrey Brecht, Dr. Adolfo Levin, Dr. Rolando Cifuentes, Ing. Luis Andres Arevalo

APRENDE MÁS

POSTCOSECHA

FRUTO MADURO

Fecha de Publicación: 12/01/2022

Institución: INIFAP - Instituto Nacional de Investigaciones Forestales Agrícolas y Pecuarias

Investigación/Autor: Dra. Maria Hilda Perez Barraza

APRENDE MÁS

POST-HARVEST

ENTENDIMIENTO DEL CONOCIMIENTO, PERCEPCIÓN, Y ACTITUDES DE LOS CONSUMIDORES EN TORNO A LOS ALIMENTOS IRRADIADOS

Fecha de Publicación: 12/01/2022

Institución: University of Florida

Investigación/Autor: Dr. Bachir Kassas; Dr. Ly Nguyen; Dr. Lisa House; Dr. Zhifeng Gao

APRENDE MÁS

www.mango.org/es/investigacion-del-mango

INOCUIDAD & SUSTENTABILIDAD

Áreas de Investigación

- **Inocuidad**
 - 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
- **Sustentabilidad**
 - Diagnóstico del uso de la energía en fincas y empacadoras de mango
 - **Manual de Gestión de la Energía en Empacadoras & Fincas**
 - **Herramienta de Evaluación para el Ahorro de la Energía**



RELACIONES CON LA INDUSTRIA

[INDUSTRY](#) [FOODSERVICE](#) [RETAIL](#) [RESEARCH](#)

 [EDUCATION](#) [RECIPES](#) [NUTRITION](#) [BUY MANGOS](#)  

MANGO INDUSTRY

As leaders in the world of mangos, we take pride in our ability to provide resources for all those in the mango industry, from growers, suppliers and distributors, to researchers and health professionals. From tips to improve the quality of your mangos to industry best practices, we have the information you need to ensure every mango you produce is the best it can be.



HERRAMIENTAS

INFORME DE COSECHA DEL MANGO

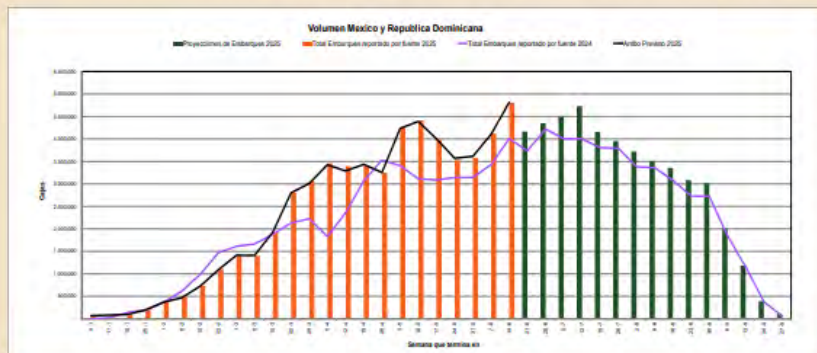
Actualizado el 18 de junio de 2025

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.

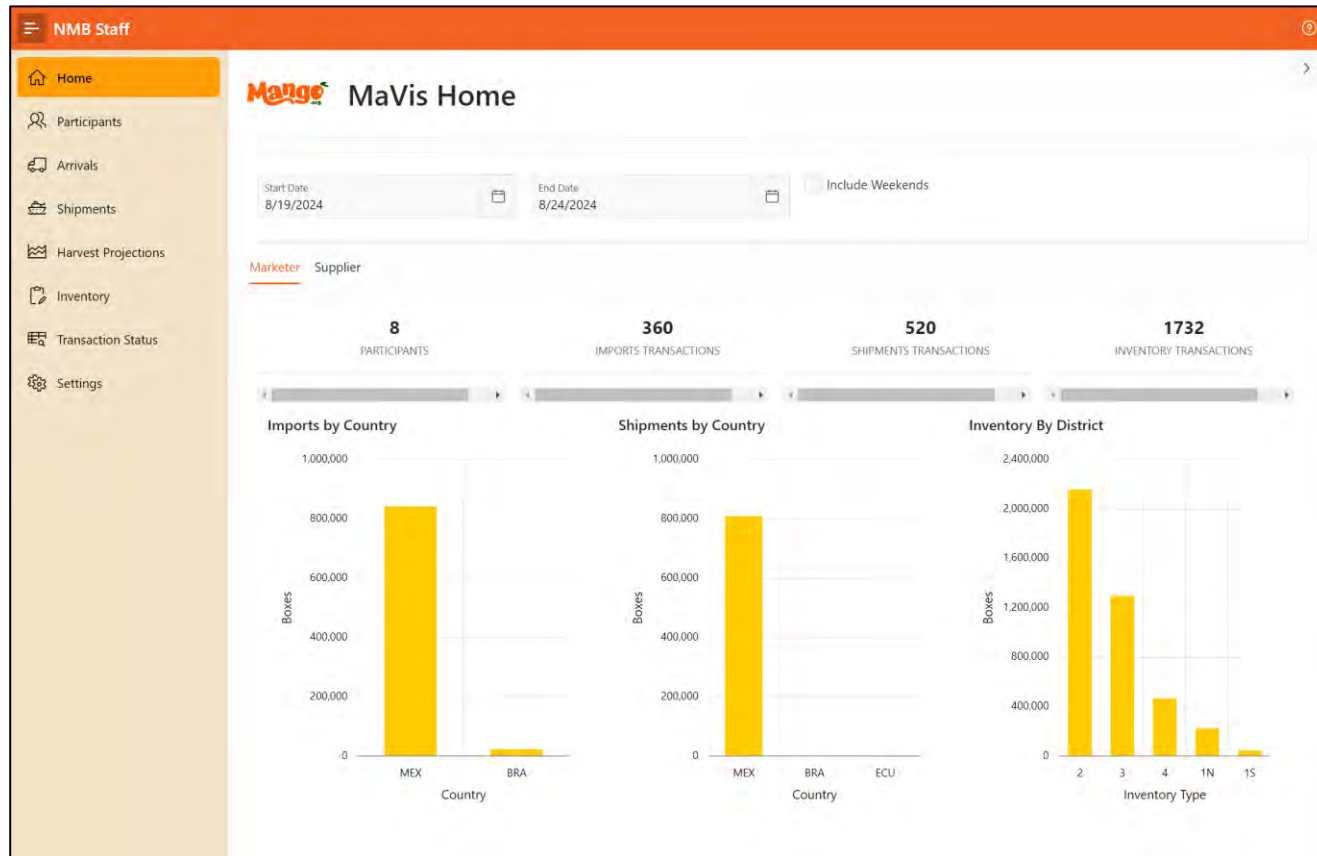
RESUMEN: Mexico y Republica Dominicana

- REGIÓN EXPORTADORA:** Mexico y Republica Dominicana se encuentran actualmente cosechando y/o empacando
- VARIETADES:** Las principales variedades de mango enviadas al mercado americano son: Kent (39%), Tommy Atkins (37%) and Ataulfo (22%). También hay oferta limitada de Haden, Keitt, Malika, Manila, Mingolo, Nam Doc Mai y Kesar. Consulte la página 3.
- 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 **14 de junio de 2025** fue de aproximadamente **4,802,387** cajas.
 - Mexico:** el volumen que se embarcó fue de **4,712,599** cajas para un total de **54,318,243** cajas para la temporada.
 - Republica Dominicana:** el volumen que se embarcó fue de **89,788** cajas para un total de **1,590,059** cajas para la temporada.
- VOLUMENES FUTUROS:** Se estima que el volumen de mango que se embarcará durante el periodo de la semana 25 (21/06/2025) hasta la semana 29 (18/07/2025) será aproximadamente un 10% más que el año anterior, con los arribos previstos para la semana 26 a la 30. La temporada 2025 de Mexico será aproximadamente un 11% más que la de 2024.



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



HERRAMIENTAS

www.mangofoodsafety.org



The screenshot shows the homepage of the 'Producing Safe Mangos' website. The header is dark green with the logo on the left and navigation links in the center: INICIO, HUERTA, EMPACADORA, BODEGA IMPORTADORA, SMETA, E-LEARNING, and ESPAÑOL. The main content area has a light beige background. On the left, there is a small orange mango icon. To its right, the text 'Huerta | Empacadora | Bodega Importadora' is displayed. Below this, the title 'PRODUCING SAFE MANGOS' is written in large, bold, dark green capital letters. Under the title, a paragraph states: 'Fue creado con el fin de establecer un programa de capacitación en inocuidad de los alimentos uniforme para la industria del mango en toda la cadena de producción y suministro'. On the right side of the page, there is a large photograph of a person in a blue shirt and cap holding a large net bag filled with green mangoes. The background of the page is decorated with a yellow and orange gradient at the top and bottom, with images of mangoes and mango slices.

Producing Safe Mangos

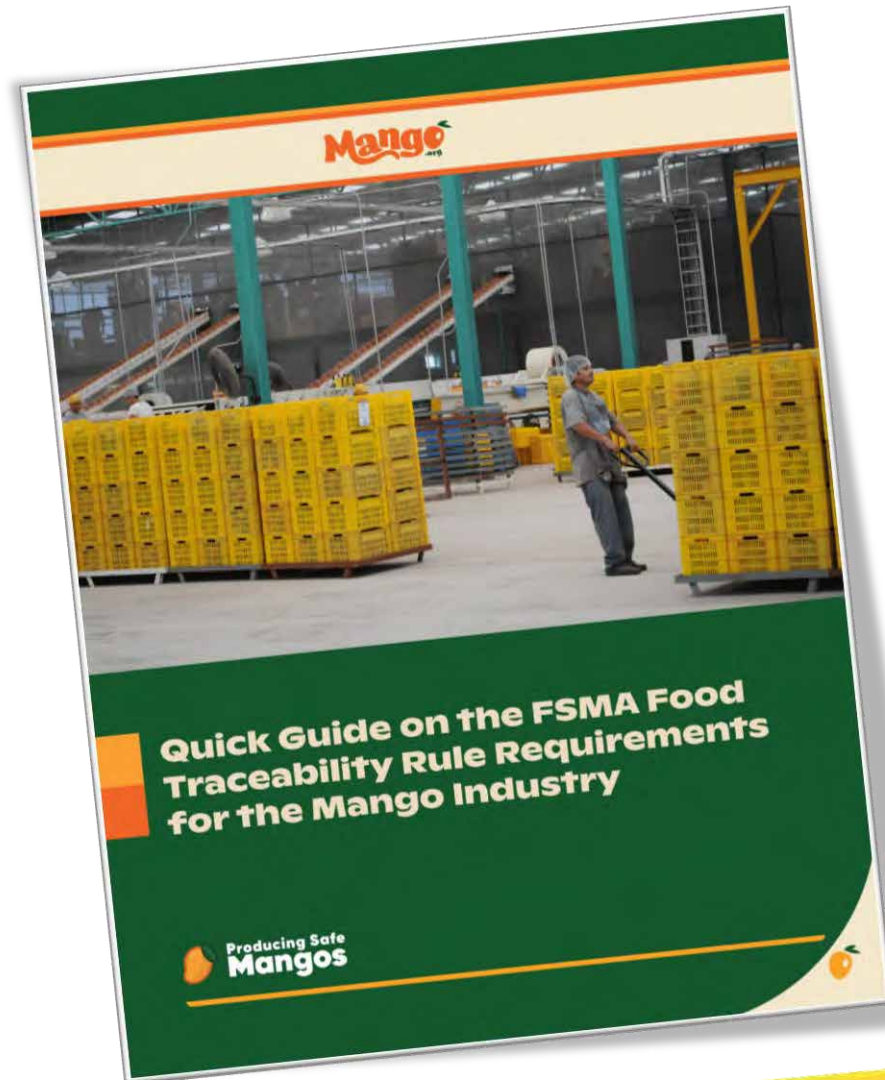
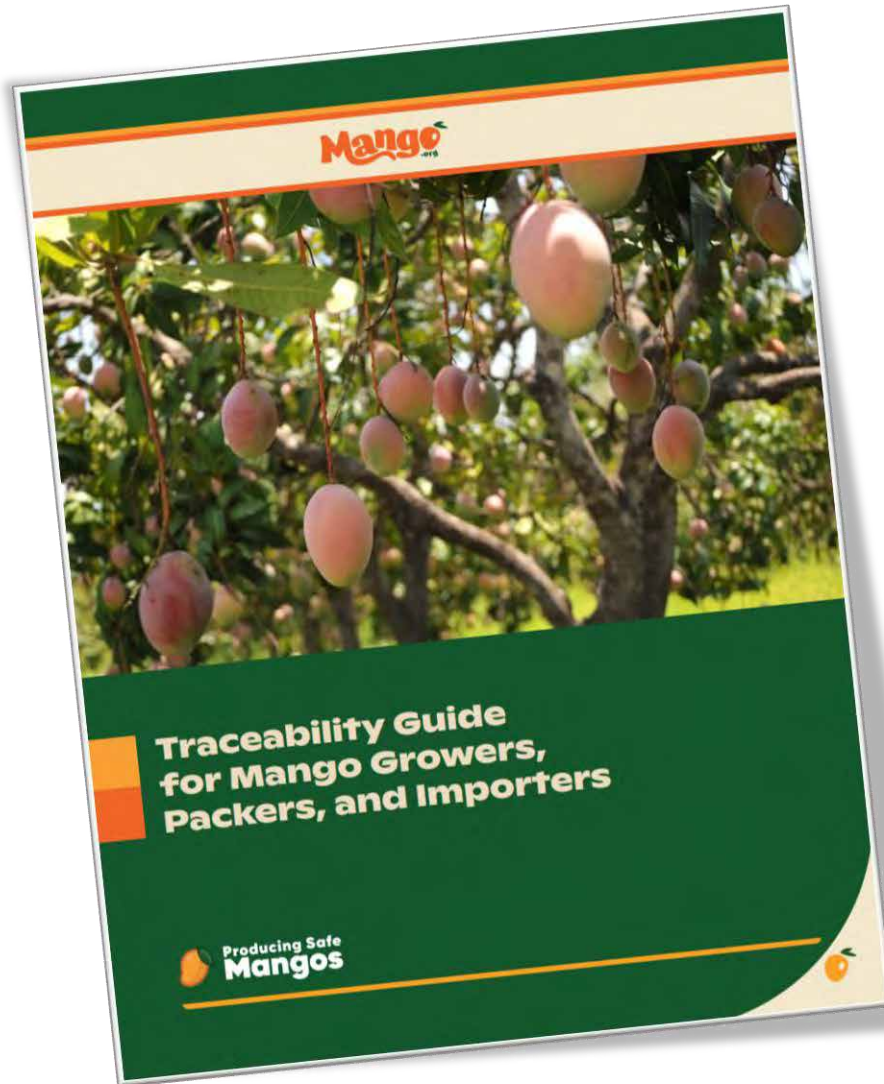
INICIO | HUERTA | EMPACADORA | BODEGA IMPORTADORA | SMETA | E-LEARNING | ESPAÑOL

Huerta | Empacadora | Bodega Importadora

PRODUCING SAFE MANGOS

Fue creado con el fin de establecer un programa de capacitación en inocuidad de los alimentos uniforme para la industria del mango en toda la cadena de producción y suministro

HERRAMIENTAS



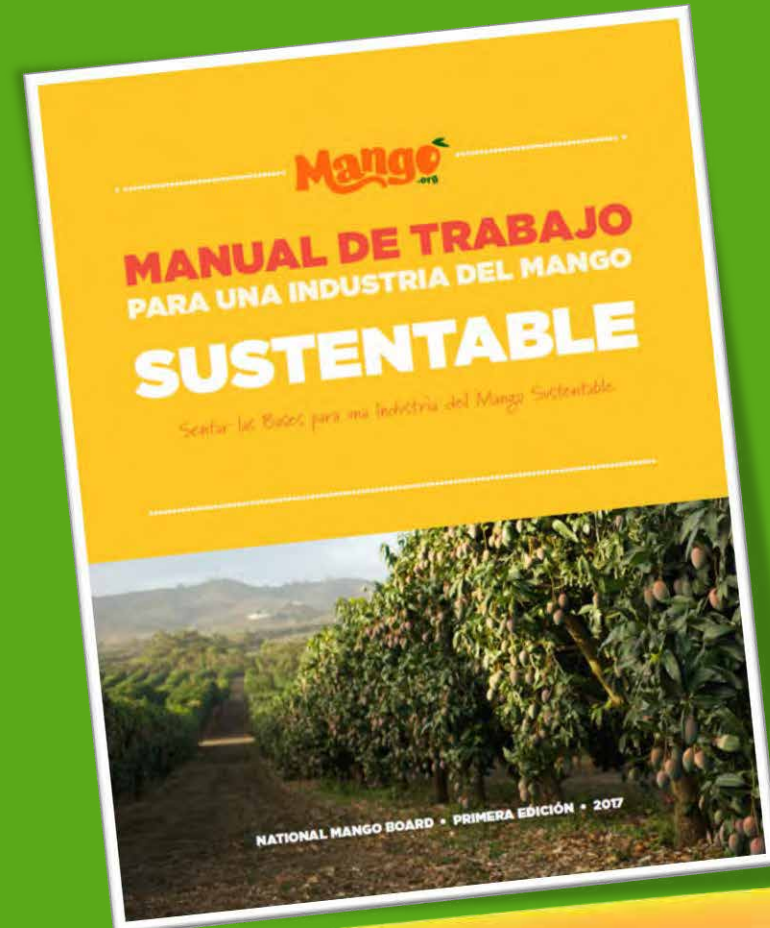
HERRAMIENTAS

www.mangosustainability.org

Programa de Sustentabilidad

Es una iniciativa que involucra a productores y empacadores a reducir su huella ambiental y social con prácticas sustentables de fácil implementación.

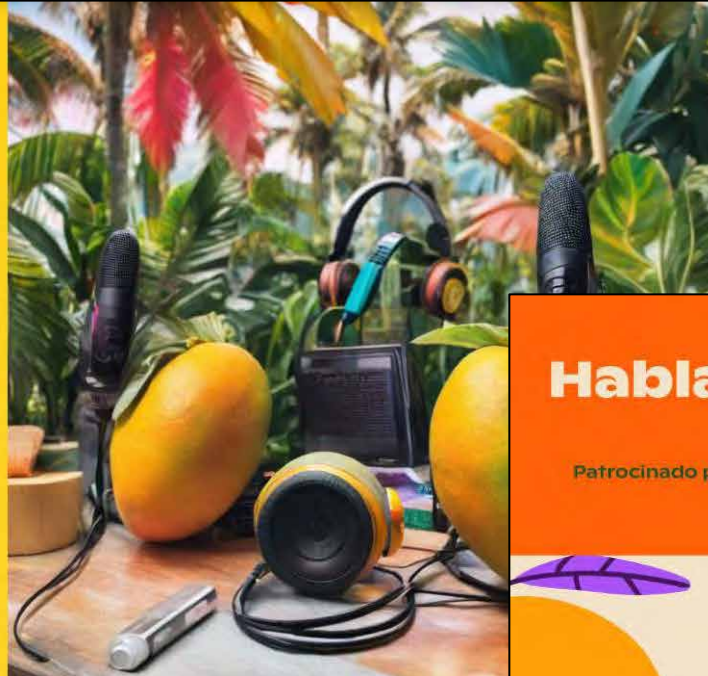
- Manual de Sustentabilidad (Productores & Empacadores)
- Herramienta de Auto Evaluación
- Plan de Acción



HERRAMIENTAS

PODCAST LIBRARY

We love talking about mangos – so we made a podcast about it. Explore all the episodes of "Talking with the Mango Industry" here and listen as we chat with some of the most prominent minds in the world of mango.



Hablando con la Industria del Mango

Patrocinado por **Mango**
org

Episodio **26**

Periodista Internacional
Francisco Seva Rivadulla

Licenciado Bernardo Malo
Presidente Fundación Mango del Ecuador



Dr. Jorge Alberto Osuna
Investigador en Postcosecha e
Inocuidad en INIFAP (México)





WEBINAR LIBRARY

FSMA FINAL RULE ON THE PRE-HARVEST USE OF AGRICULTURAL WATER AND ITS IMPLICATIONS TO THE MANGO INDUSTRY

During this webinar we will discuss the recently approved Pre-Harvest Agricultural Water Rule and how it impacts the mango industry. Additionally, we will provide tips and best practices for the implementation of the new rule in mango farms in Latin American and the Caribbean.

Date: September 25th, 2024

Presenter: Dr. Sergio Nieto-Montenegro

[View Webinar \(English\)](#)

THE ABC OF THE FOOD TRACEABILITY FINAL RULE

During this webinar, we will discuss the FDA's Food Traceability Final Rule and how it impacts the mango industry. The webinar will also describe tools developed by the National Mango Board to raise awareness about the implementation of the new rule in the mango industry. These tools include: three animated videos describing the rule, a quick guide on the FSMA traceability requirements, and a traceability guide for mango growers, packers and importers that will help companies understand and implement the rule.

Date: August 28, 2024

Panelist: Dr. Sergio Nieto-Montenegro

[View Webinar \(English\)](#)

IMPROVING MANGO FRUIT QUALITY

During this webinar we will discuss the effects of irrigation management and calcium-based fertilization on the fruit quality of 'Kent', 'Ataulfo' and 'Tommy Atkins' mango cultivars, especially relating to fruit dry mass.

HERRAMIENTAS

INDUSTRIA

SERVICIO DE COMIDA

MINORISTA

INVESTIGACIÓN

Mango.org

EDUCACIÓN

RECETAS

NUTRICIÓN

COMPRAR MANCOS

ENCUENTRA PROVEEDORES DE MANGO

La cadena de suministro de mango está compuesta por miles de personas trabajadoras de cientos de empresas, tanto en los Estados Unidos como en el extranjero. Todas las empresas enumeradas en esta base de datos consultable han dado al NMB permiso por escrito para incluir su información aquí.

Si desempeñas un papel en la cadena de suministro de mango y te gustaría aparecer en la lista, por favor completa el formulario de permiso, que está disponible aquí en inglés o español.

SEARCH DATABASE BY KEYWORD		
Guatemala		SEARCH Q
FILTER DATABASE BY OPTIONS		
SEARCH RESULTS		DOWNLOAD
COMPANY	LOCATION	
12 - Agrexco	USA, New York, Jamaica	
22 - Agricola Industrial Cubre Rios S.A	Guatemala	
37 - AGRICOLAS VIDAS SALUDABLES S.A.C	-	
57 - Agropecuaria San Cayetano, S.A.	Guatemala	
61 - AGROTROPIC	Guatemala	
69 - Alpine Fresh Inc.	USA	
71 - Altobaso Group	Guatemala	
73 - Amazon Produce Network, LLC	USA, NJ, Vineland	
97 - Asociacion de Productores de Mango de Nororiente (APROMANOR)	Guatemala	
106 - Banana Co.	USA	

TALLERES DE EXTENSIÓN



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

AGENDA

- National Mango Board
- Mango en los Estados Unidos
- Exportación de mango a EE.UU.
- Programas de la NMB



The background is a vibrant yellow-orange gradient with a bright sunburst effect in the center. Several mangoes are visible: a whole one in the top left, a leafy branch in the top center, a whole one in the bottom right, and a pile of cubed mango in the bottom right corner. The logo 'Mango.org' is prominently displayed in the center. 'Mango' is in a large, orange, rounded font, and '.org' is in a smaller, green, sans-serif font.

Mango.org

MUCHAS GRACIAS

Ramon Ojeda
Rojeda@mango.org