



Por Francisco Seva Rivadulla. Periodista Agroalimentario Internacional.

El mango es, sin duda alguna, una de las frutas que ha tenido un destacado crecimiento en la última década entre los consumidores de Estados Unidos.

Atendiendo a los datos suministrados por la National Mango Board, el consumo de mango está aumentando anualmente entre un 3 y 4% anualmente; y el objetivo es crecer a 3.2 kilos de consumo per cápita para el año 2027.

A pesar de los duros efectos del COVID 19, la industria del mango ha “dado la talla” en EE.UU., manteniéndose el consumo y con incremento importantes en mango congelado. Lo anterior debido a los esfuerzos realizados por la National Mango Board para “conquistar” a los consumidores en estos difíciles momentos a través de tres herramientas fundamentales como son: El Marketing Digital; las Redes Sociales y los Webinars o Seminarios Digitales.

Es importante destacar que en el mercado estadounidense está presente la producción de mangos de México con 82 millones de cajas (4kg/caja) anualmente, es decir 328,000 toneladas; lo que representa USD 400.2 millones.

Seguidamente se encuentra Perú con 13 millones de cajas, es decir 52,000 toneladas, lo que supone USD 87 millones. Después sigue Ecuador, con 11 millones de cajas, lo que representa 44,000 toneladas, y un volumen de negocio de USD 63.9 millones.

Además, está Brasil con 10 millones de cajas, es decir 40,000 toneladas, con una facturación económica de USD 65.1 millones; y por última lugar Guatemala, con 3 millones de cajas, es decir 12,000 toneladas, y un volumen de negocio que se sitúa en USD 18.8 millones.

El volumen total de los países mencionados anteriormente se sitúa en 119 millones de cajas, lo que es 476,000 toneladas, y una cifra de negocio de nada menos USD 635 millones.

Por tanto, podemos decir sin temor a equivocarnos que se trata de una industria sólida, fuerte y caracterizada por tener un gran peso dentro del consumo en Estados Unidos.

Consumo

La industria del mango de los países señalados anteriormente, y representados en la National Mango Board, trabaja con intensidad para que el consumo de esta fruta tropical continúe aumentando a pesar de las adversidades como la del COVID 19.

Sin embargo, hay que reconocer que el mango en el mercado norteamericano tiene una serie de fortalezas importantes como son: demanda en aumento; impulso positivo; gran sabor; beneficios de nutrición y salud; industria unificada y organizada; e inversiones en investigación y promoción.

Gracias a las mismas, el consumo de mango sigue creciendo día tras día, adaptándose sin duda, a los cambios y transformaciones que se han producido en los hábitos de consumo de los norteamericanos; y siendo una fruta que cada vez es más adquirida en el denominado comercio electrónico o compras por internet.

Es evidente que los mangos se han convertido en unas de las frutas preferidas por los consumidores en Estados Unidos, y está siendo una de los cinco super alimentos, mejor valorados por la sociedad norteamericana, debido a sus excelentes propiedades nutritivas y vitamínicas; y especialmente, por sus óptimos beneficios para la salud.