

*Por Francisco Seva Rivadulla, Periodista Agroalimentario Internacional*

El Congreso Internacional México Alimentario, que se está celebrando de manera digital abordando la realidad agroalimentaria del país azteca, ha invitado a la National Mango Board a participar con una ponencia, impartida por el Dr. Manuel Michel, Director Ejecutivo de esta entidad, denominada: “Promoción de Mango en los Estados Unidos. Resumen del 2020”.

El Dr. Manuel Michel resumió en 40 minutos la labor que ha realizado la National Mango Board durante el 2020, afrontando el gran reto del COVID 19 y cómo ha afectado a la comercialización y consumo de mangos en Estados Unidos.

Según explicó el Dr. Manuel Michel, “el 2020 ha sido, sin lugar a dudas, un año difícil en el que la economía sufrió una desaceleración económica. En Estados Unidos, se produjeron las denominadas compras de pánico y cambios logísticos, así como la industria restaurantera sufrió un colapso, y se incrementaron las entregas de alimentos a domicilio”.

Dentro del mismo contexto, el Dr. Michel añadió que “ante esta situación los minoristas hicieron cambios, y se pusieron en pausa las demostraciones y muestreo de comida. En este sentido, tanto minoristas como consumidores dieron preferencia a productos con embalaje, y los consumidores cambiaron la forma de hacer compras. De hecho, se produjo un crecimiento espectacular en las ventas de víveres de entrega a domicilio, y se registró un 223% de crecimiento en las ventas entre agosto de 2019 y marzo de 2020. Asimismo, hubo un 80% de crecimiento en las ventas entre marzo y junio de 2020, y nada menos, que un 500% de crecimiento en las ventas de entrega a domicilio o para llevar en menos de un año”.

Además, el Dr. Michel comenta que “tuvimos una reorientación en el servicio de alimentos de la National Mango Board. En este sentido, apostamos por la publicidad y redes sociales, unido a nuestra participación en las publicaciones de la industria de servicio de alimentos, editoriales publicitarias y asociaciones. También apostamos por el desarrollo de recetas y contenido, así como desarrollamos una serie de videos de chefs, así como creamos oportunidades para bien social”.

## **Cambios en compra de viveros**

El Dr. Michel también ha comentado que basado en los resultados de una encuesta realizada por FMI y The Hartman Group en Junio 2020, “el 89% de los consumidores hicieron un cambio en cómo compraban como resultado de la pandemia del COVID 19,

unido a que un 78% de los mismos hicieron cambios respecto de dónde realizan sus compras por la pandemia, y un 38% de consumidores tienen las expectativas de que comerán fuera con menor frecuencia”.

“Esta pandemia ha traído consigo que un 88% de los adultos tengan la expectativa de que habrá un cambio persistente en los hábitos de cocina, gastronomía y compras. Un 48% de adultos presienten de que tendrán que preparar comidas con mayor frecuencia y un 36% de los consumidores, han indicado haber adoptado hábitos de consumo de alimentos más saludables comparado con la situación antes del COVID 19”, señala el Dr. Michel.

## **Incremento en el consumo de mango**

El Dr. Manuel Michel comenta que “en el consumo per cápita de mango fresco en Estados Unidos estamos muy contentos, ya que desde 2005 ha crecido +84% el consumo per cápita en EE.UU. De hecho, proyectamos que el consumo se ha situado durante el pasado 2020 en el 3.47 Libras de consumo per cápita”.

“A nivel de importación en Estados Unidos, el mango entero desde 2005 ha crecido +113% en volumen y +152% en el valor FOB. En lo que corresponde a México, se estima que las importaciones de mangos mexicanos han crecido en EE.UU desde 2015 +115% en volumen y +146% en el valor FOB”, añade el Dr. Michel.

## **Resumen 2020**

En el resumen del 2020, el Dr. Michel comentó en su ponencia que “el pasado año ha sido inconsistente, sin embargo la demanda y oferta por el mango incrementaron. El mercado del mango bajó más de lo normal durante el cuatro trimestre del año”.

“El mango tuvo que superar desafíos relacionados con la pandemia COVID 19 y la distribución a principios de abril, pero repunto durante los meses de mayo y junio, y superó expectativas en julio y agosto. La distribución volvió a tener dificultades en septiembre/octubre y la demanda volvió a bajar en noviembre y principios de diciembre”, señaló el Dr. Michel.

Además, el Director Ejecutivo de la National Mango Board también destacó que “el mango congelado registró una mayor oferta y demanda que en años anteriores, con incrementos de +40% comparado al año anterior. Mientras que respecto al mango deshidratado, se mantuvo relativamente estable con un crecimiento de 2% comparado con el año anterior”.