

*Por Francisco Seva Rivadulla, Periodista Agroalimentario Internacional.*

Con la finalidad de conocer mejor la situación actual que está viviendo el mango mexicano, hemos entrevistado al Presidente de EMEX (Asociación de Exportadores de Mangos de México), Ingeniero Eduardo Castillejos, quien resalta la importancia de ampliar la temporada de los mangos mexicanos y de crecer más en el mercado de Estados Unidos.

Con respecto a la campaña de mango mexicano de esta temporada, el Ingeniero Eduardo Castillejos apunta que “esta temporada ha estado marcada principalmente por el cambio climático que hemos sufrido, la última temporada de lluvias fue escasa y tuvo lluvias tardías, también tuvimos bajas temperaturas en diciembre. Actualmente, hemos sufrido muchos calores fuertes y sentimos la sequía con la escasa lluvia de la temporada pasada, y unido al fuerte calor, eso hace que los suelos estén con poca humedad.

Fuera de eso, eso ha repercutido en que la producción se ha comportado de diferente forma, no como en los tiempos normales, que se caracteriza cada variedad, ha habido fruta más temprana pero después ha habido picos pronunciados, antes de lo normal, pero de ahí ha bajado en los momentos en que normalmente se esperaba fruta o se ha esperado, ha sido de altos y bajos en la producción. Sin embargo, actualmente te puedo comentar es que llevamos comparado con el año pasado un diez por ciento más de exportaciones a los Estados Unidos, en número de cajas, en volumen, que el año pasado. Entonces, sí creo que ha habido cambios, pero sin embargo los participantes de la industria del mango de exportación han reaccionado de manera favorable, porque aún con esos cambios, el mercado ha sido sensible a ellos”.



## **Retos y desafíos**

En lo concerniente a retos y desafíos para la industria del mango mexicano, nuestro entrevistado apunta que “Yo creo que el cambio climático tiene varios años que los hemos sufrido, tal vez de manera gradual, han sido imperceptibles los mismos, pero en los últimos años han sido más bruscos, más drásticos, y definitivamente, este es uno de los desafíos más importantes, y cómo adaptarnos a los cambios climáticos severos, lo que cual nos trae a producir con poca agua, y también tenemos que hacer prácticas en los cultivos, buscar variedades resistentes a la sequía, y técnicas para que podamos trabajar con escasez de agua.

Otro de los desafíos interesantes es que los costes de producción han aumentado en todos los aspectos, desde el cartón, el flete que ha subido mucho, los insumos de producción, fertilizantes, los insumo que se ocupan en la producción del mango, y también, algo que hemos sentido últimamente en todas las zonas productoras, es la escasez de mano de obra. Hay mucha mano de obra que está migrando a las ciudades, que siguen migrando, y ahora se ha sentido más, y también a la zona norte de nuestro país. Y por supuesto, lo último, creo que todo el mundo sentimos que hay una recesión económica en los mercados, y esto también es un desafío. En pocas palabras te puedo decir, tenemos que trabajar en condiciones adversas de diferentes tipos, de clima, sociales, económicas, y ese es el desafío grande. Pero creo que hasta la fecha lo hemos logrado”.

## **Dimensión internacional del mango mexicano**

En lo que se refiere a la dimensión internacional del mango de México, nuestro entrevistado señala que “el mango mexicano es bien conocido, tiene buena reputación en todo el mundo, pues México es el primer exportador de mango en el mundo, y lo que está faltando es la oferta a diferentes mercados, tal vez no es el caso en Norteamérica y Canadá, pero sí a Europa y a Asia.

Debemos trabajar en hacer nuestras temporalidades más largas, nuestra época de producción más larga, nuestra oferta exportable con mayor tiempo. Actualmente, lo estamos haciendo de mediados de enero a finales de septiembre o principios de octubre, tal vez tengamos que buscar hacerlo todo el año, buscar algo que es limitante que es la variedad, puesto que las variedades tienen que ver con los mercados, cada mercado tiene preferencia por una variedad, hay una afinidad entre los grupos étnicos y las variedades de mangos preferidas por los consumidores.

## **Labor de National Mango Board**

En lo relativo a la labor que está desarrollando National Mango Board, el Ingeniero Eduardo Castillejos señala que “en mi punto de vista personal, siento que la National Mango Board está haciendo un buen trabajo, se ha incrementado el consumo per cápita en Estados Unidos en los últimos diez años, o un incluso un poquito más de diez años, se ha duplicado el consumo per cápita del mango en Estados Unidos, creo que está muy bien el trabajo que están haciendo, sin embargo tenemos que redoblar esfuerzos, tenemos que incrementar más ese consumo, buscar nuevas técnicas y seguir por el camino por el que vamos para continuar incrementando ese consumo, y hacer que nuestra fruta, el mango, sea preferida comparada con otras frutas. Si es cierto que estamos dentro de las 20 frutas más preferidas del consumidor, pero tenemos que avanzar en ello, creo que esa es la importancia y el valor que tiene el Mango Board, que es incrementar el consumo y promoverlo”.

En relación al capítulo de ampliar la temporada del mango mexicano, nuestro entrevistado indica que “estamos enfocados mucho en dos meses, que es cuando más mango hay, que es junio y julio, donde prácticamente el mercado se llena, y yo creo que tenemos que ampliar nuestra temporada de mango, que es donde me refería al principio, adelantar en algunas áreas y atrasarlas en otras, para que no caigamos en una sobreoferta, en una temporalidad específica. Creo que sí lo hacemos de esa forma, podemos incrementar el volumen de exportación a Estados Unidos, pues es un mercado que está ya hecho, hay buena demanda pero siento que falta un poquito que nos ordenemos en ese sentido, para distribuir mejor la oferta de mango”.

## **El impacto del mango procesado**

Por otra parte, el Ingeniero Eduardo Castillejos comenta que “siento que la cuarta gama y el mango procesado, definitivamente va a tener un impacto en todos los países exportadores de mangos, los consumidores finales quieren algo fresco, quieren productos frescos, de buena calidad, pero que sean de fácil consumo, como son los productos pre cortados, cortados o deshidratados puede ser. A mi punto de vista, creo que se van a incrementar, también el gusto por los mangos que no tienen fibra, tenemos que trabajar con esas variedades desde el campo, hay cosas que no se pueden hacer solamente en el campo, y creo que eso es una de ellas, buscar variedades que tengan buena vida postcosecha, con buena cantidad de azúcar, que no tengan fibra y que sean atractivos para el consumidor final.