

LECHUGA

La probabilidad de compra de una lechuga entera cayó seis puntos porcentuales con respecto a la encuesta de año pasado.

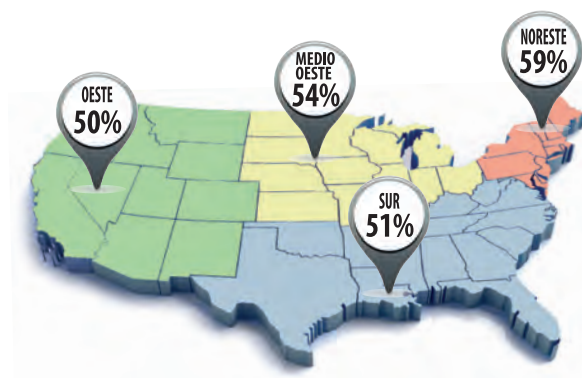
Poco más de un tercio de los compradores (36 por ciento) dijo haberla usado como ingrediente en: hamburguesas, tacos o alguna otra receta; sin embargo, la mayoría (86 por ciento) respondió utilizarla de la manera tradicional, es decir como ensalada.

Las preferencias de los consumidores por la variedad de lechuga se mantuvieron constantes, siendo la lechuga romana la opción más popular, seguida por la iceberg y en menor medida por las lechugas de hoja.

Los consumidores en la categoría de ingresos más altos, fueron los de mayor probabilidad de compra, ya que dos tercios de estos compradores dijeron haber adquirido lechuga en el último año.



PROBABILIDAD DE COMPRA POR REGIÓN



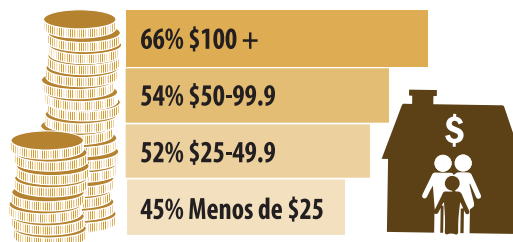
VARIEDADES QUE LOS CONSUMIDORES PREFIEREN COMPRAR

Romana	40%
Iceberg	34%
Hoja	14%
Boston /bib	3%
Sin preferencia	9%



PROBABILIDAD DE COMPRA BASADA EN EL INGRESO ANUAL DE LOS HOGARES

(MILES DE DÓLARES)

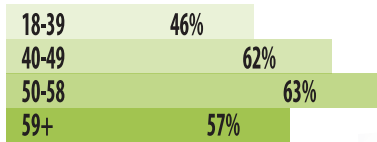


CÓMO SE CONSUMEN LOS LECHUGA

Como una ensalada	85%
Como ingrediente en una receta..	36%
Como guarnición	30%
Como plato principal	17%
Como aperitivo	14%
Como un bocadillo	11%

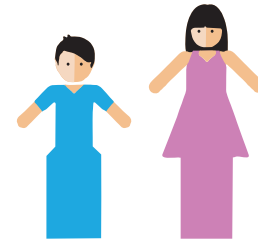


PROBABILIDAD DE COMPRA BASADA EN LA EDAD *



* Teniendo en cuenta a los compradores primarios del hogar

PROBABILIDAD DE COMPRA BASADA EN EL GÉNERO



46%

60%

PROBABILIDAD DE COMPRA POR PRESENCIA DE NIÑOS

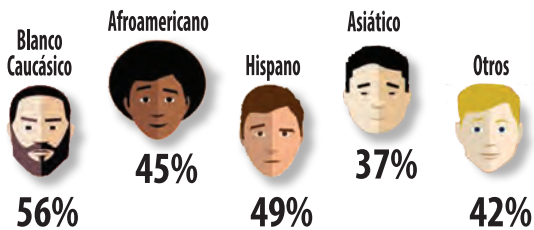


Con niños	53%
Con 1 niño	47%
Con 2 niños	54%
Con 3 niños	64%
Sin niños	53%

POR TIPO DE PRODUCTOS COMPRADOS



PROBABILIDAD DE COMPRA BASADA EN ETNICIDAD



IMPORTANCIA DE MÉXICO EN EL MERCADO ESTADOUNIDENSE DE LECHUGA *

DE CADA 10 KILOGRAMOS IMPORTADOS POR EE.UU.



8 PROVIENEN DE MÉXICO

* Promedio de las importaciones de 2015 y 2016
Fuente: Centro de Comercio Internacional (ITC, por sus siglas en inglés)