

PEPINO



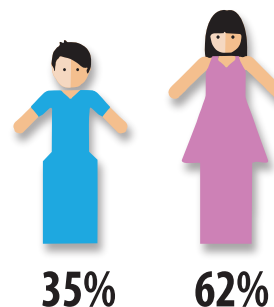
Esta hortaliza es popular en muchos grupos demográficos y más de tres cuartos de los compradores dijeron que usaban este vegetal crujiente en una ensalada.

La probabilidad de compra del pepino aumentó según los ingresos y la edad. Aunque la presencia de niños en el hogar no afectó mucho los patrones de consumo, la probabilidad de adquirirlo aumentó a medida que el número de niños en el hogar se incrementa.

Los consumidores caucásicos son mucho más propensos a comprar pepinos que los de otros orígenes étnicos, en tanto que la verdura fue favorecida por los compradores del noreste de la nación estadounidense. Las rebanadas de pepino son un bocadillo saludable, como lo menciona el 55 por ciento de los compradores que dijeron usarlo de esta manera.

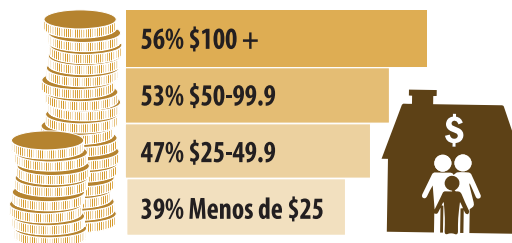
Más consumidores buscaron pepinos orgánicos. El año pasado, el 7% de los compradores dijeron haber demandado solamente pepinos orgánicos; mientras que este año aumentó a 10%.

PROBABILIDAD DE COMPRA BASADA EN EL GÉNERO



PROBABILIDAD DE COMPRA BASADA EN EL INGRESO ANUAL DE LOS HOGARES

(MILES DE DÓLARES)



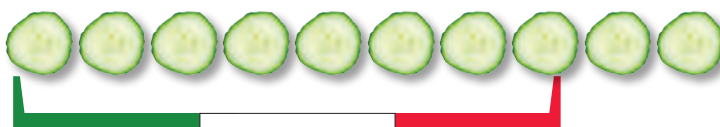
CÓMO SE CONSUMEN LOS PEPINO

Como ensalada	76%
Como bocadillo	55%
Como ingrediente en una receta	40%
Como guarnición	34%
Como aperitivo	20%



IMPORTANCIA DE MÉXICO EN EL MERCADO ESTADOUNIDENSE DE PEPINO*

DE CADA 10 KILOGRAMOS IMPORTADOS POR EE.UU.



7.9 PROVIENEN DE MÉXICO

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