

TORONJA

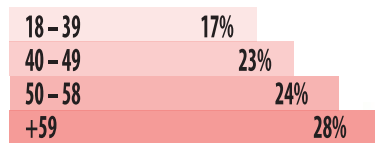


Por quinto año consecutivo, la probabilidad de compra de toronja se relaciona con el ingreso. La edad fue un factor que también influyó, ya que mientras el comprador es mayor a 50 años, el interés por su consumo aumenta. A diferencia de la encuesta del año pasado, la probabilidad de compra por este cítrico se redujo dos puntos porcentuales.

Los consumidores caucásicos y asiáticos fueron los grupos con más posibilidades de adquirirla, debido a su sabor agrídulce. Casi dos tercios de los consumidores de toronja (65 por ciento) se inclinaron por aquellas cultivadas de manera tradicional, no obstante se observó un aumento en el interés por la fruta orgánica.

De acuerdo a la encuesta Fresh Trends 2018, 31 por ciento de los encuestados dijeron haber consumido fruta orgánica algunas veces del año, lo que indica ocho puntos porcentuales por encima de la encuesta anterior. Por otro lado, el 20 por ciento afirmó que había comprado sólo toronja orgánica.

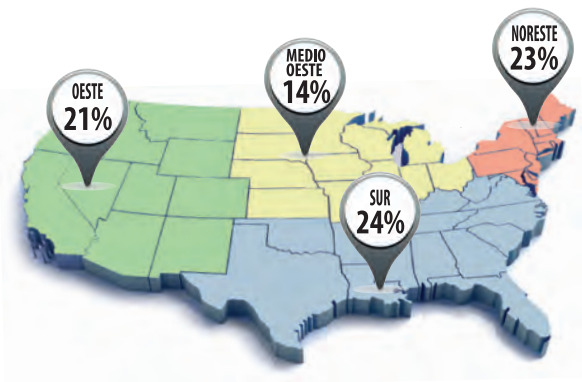
PROBABILIDAD DE COMPRA BASADA EN LA EDAD *



* Teniendo en cuenta a los compradores primarios del hogar

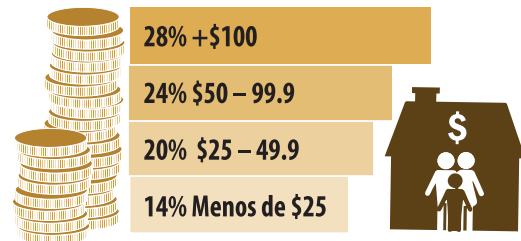


PROBABILIDAD DE COMPRA POR REGIÓN



PROBABILIDAD DE COMPRA BASADA EN EL INGRESO ANUAL DE LOS HOGARES

(MILES DE DÓLARES)



IMPORTANCIA DE MÉXICO EN EL MERCADO ESTADOUNIDENSE DE TORONJA *

DE CADA 10 KILOGRAMOS IMPORTADOS POR EE.UU.



2.2 PROVIENEN DE MÉXICO

* Promedio de las importaciones de 2015 y 2016

Fuente: Centro de Comercio Internacional (ITC, por sus siglas en inglés)