

NARANJA

Este cítrico se mantuvo en quinto lugar dentro de las frutas más populares entre los estadounidenses. Más de la mitad de los encuestados señalaron haber comprado naranjas durante el año pasado.

Uno de los factores que decidió su compra es la presencia de niños. De acuerdo a Fresh Trends 2018, el 58 por ciento de las familias con hijos dijo haberlas adquirido, mientras que en aquellas sin hijos la respuesta fue de 55 por ciento.

Por octavo año consecutivo, la probabilidad de consumo se incrementó debido al factor ingreso. En contraste, la población del Medio Oeste, junto con el grupo étnico de origen asiático y el ubicado en la categoría "otros", fueron los sectores que registraron menos interés por este cítrico.

Por otra parte, 27 por ciento de los encuestados dijeron haber comprado producto orgánico durante algunas veces del año, esta cifra fue superior a la registrada en la encuesta anterior, que fue de 25 por ciento. De igual forma, 11 por ciento respondió haber comprado sólo naranja orgánica.



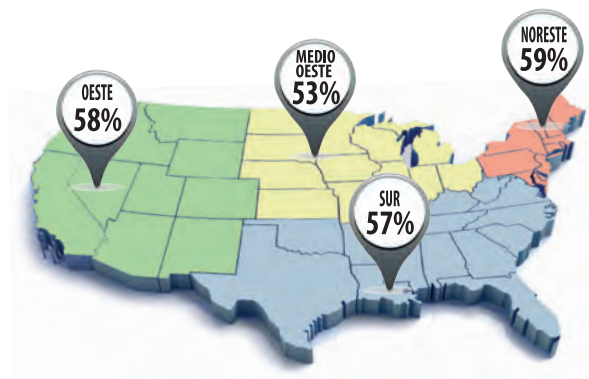
PROBABILIDAD DE COMPRA POR PRESENCIA DE NIÑOS



Con hijos	58%
Con un hijo	53%
Con dos hijos	59%
Con tres o más hijos	70%
Sin hijos	55%



PROBABILIDAD DE COMPRA POR REGIÓN



PROBABILIDAD DE COMPRA BASADA EN EL INGRESO ANUAL DE LOS HOGARES

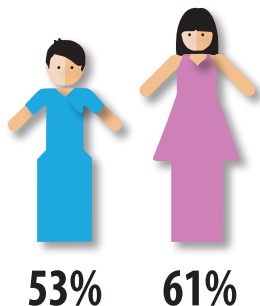
(MILES DE DÓLARES)



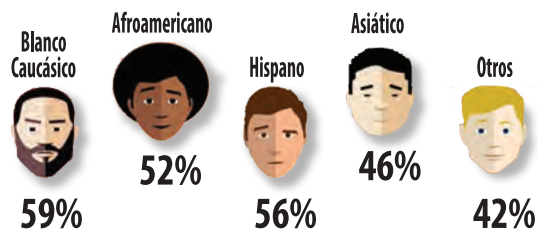
67%	+\$100
57%	\$50 – 99.9
55%	\$25 – 49.9
50%	Menos de \$25



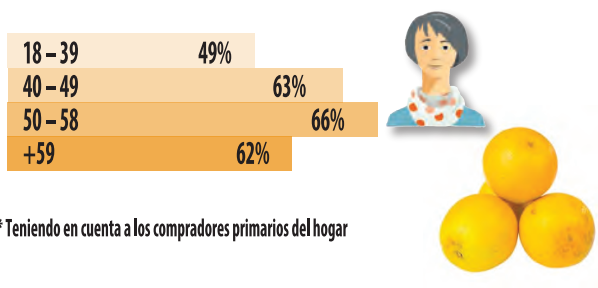
PROBABILIDAD DE COMPRA
BASADA EN EL GÉNERO



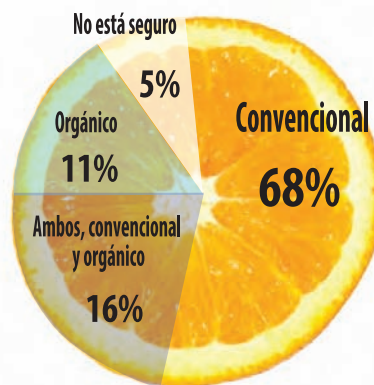
PROBABILIDAD DE COMPRA BASADA EN ETNICIDAD



PROBABILIDAD DE COMPRA
BASADA EN LA EDAD *



POR TIPO DE PRODUCTOS COMPRADOS



IMPORTANCIA DE MÉXICO EN EL MERCADO
ESTADOUNIDENSE DE NARANJA *

DE CADA 10 KILOGRAMOS IMPORTADOS POR EE.UU.



2.8 PROVIENEN DE MÉXICO

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