

UVA

Es probable que la uva sea el bocadillo más saludable. Nueve de cada diez encuestados afirmaron que la consumían como bocadillo. Más de un cuarto de los encuestados comen uvas como postre, debido a su dulce sabor y diferentes colores. También dijeron usarla como ingrediente de ensaladas, guarnición o aperitivo.

La preferencia por variedad, fue mayor para las uvas verdes sin semillas, sobre las rojas sin semillas (a diferencia de lo señalado en la encuesta pasada). Una décima parte de los compradores prefieren la uva azul/negra sin semilla, en cambio una parte pequeña de la población prefiere uvas con semillas.

Por quinto año consecutivo, la uva se ha mantenido en tercer lugar dentro del top de las frutas más populares del mercado estadounidense. La probabilidad de compra de uva se incrementó por motivos de ingreso y edad, de tal forma que la población por arriba de 40 años es el grupo más propenso a adquirirla.

A pesar de su popularidad entre todos los grupos étnicos, por tercer año consecutivo, la población caucásica predominó como la de mayor consumo. En contraste, la categoría "otros" junto con el segmento que ganan menos de 25 mil dólares estadounidenses anuales, se ubicaron como los sectores con menor interés a esta fruta.

Más de un cuarto de los encuestados (27 por ciento) escogieron uvas orgánicas algunas veces del año, lo que significó cuatro puntos porcentuales por encima de lo registrado en la encuesta anterior. Por su parte, nueve por ciento dijo haber consumido sólo producto orgánico.



VARIETADES QUE LOS CONSUMIDORES PREFIEREN COMPRAR.

Verdes sin semillas	42%
Rojas sin semillas	40%
Azul/negra sin semillas	10%
Verdes con semillas	3%
Rojas con semillas	1%
Azul/negra con semillas	1%
Sin preferencia	8%

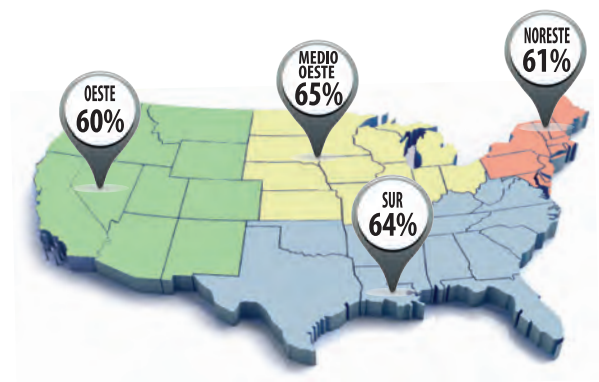


CÓMO SE CONSUMEN LAS UVAS

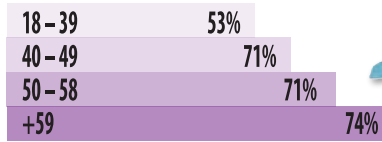
Como snack /bocadillo	90%
Como postre	26%
Como ensalada	21%
Como ingrediente de una receta	19%
Como guarnición	17%
Como aperitivo	17%



PROBABILIDAD DE COMPRA POR REGIÓN

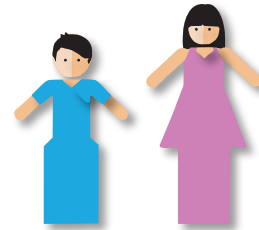


PROBABILIDAD DE COMPRA BASADA EN LA EDAD *



* Teniendo en cuenta a los compradores primarios del hogar

PROBABILIDAD DE COMPRA BASADA EN EL GÉNERO

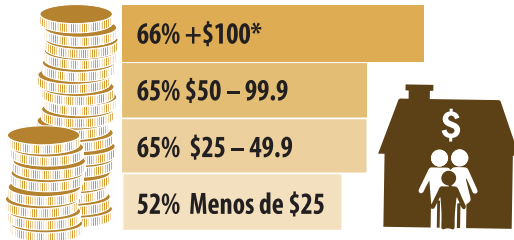


53%

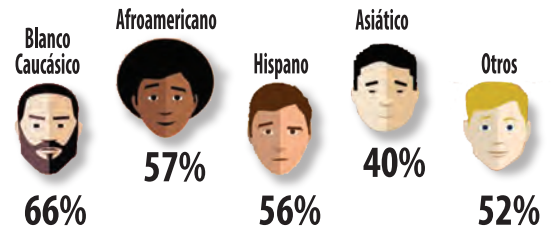
73%

PROBABILIDAD DE COMPRA BASADA EN EL INGRESO ANUAL DE LOS HOGARES

(MILES DE DÓLARES)



PROBABILIDAD DE COMPRA BASADA EN ETNICIDAD



IMPORTANCIA DE MÉXICO EN EL MERCADO ESTADOUNIDENSE DE UVA *

DE CADA 10 KILOGRAMOS IMPORTADOS POR EE.UU.



2.5 PROVIENEN DE MÉXICO



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