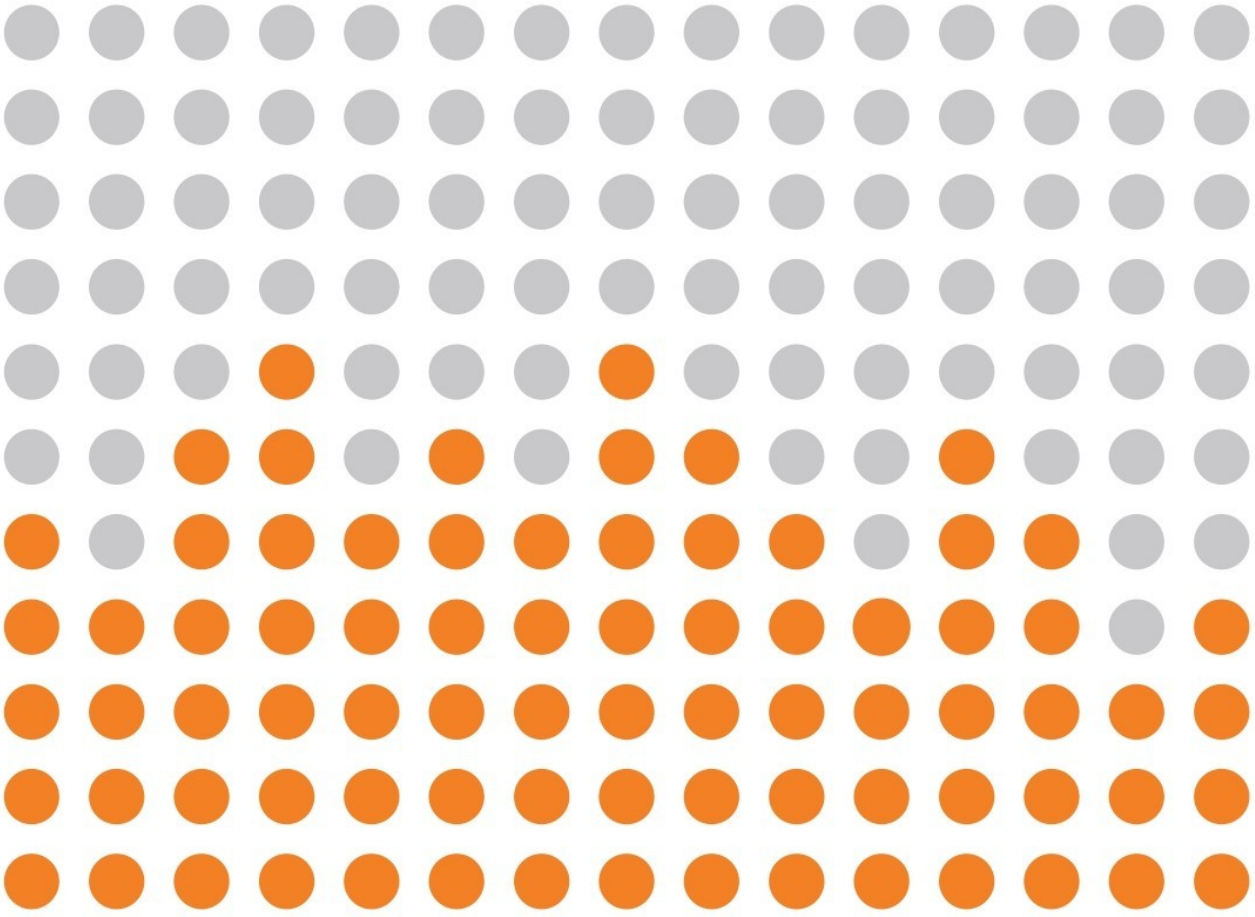
ESTADÍSTICAS ECONÓMICAS

ENCUESTA DE HÁBITOS Y CONFIANZA SOCIOECONÓMICA

MÓDULO: PRODUCTOS CANARIOS Y PRODUCTOS ECOLÓGICOS

2021

istac | INSTITUTO CANARIO DE ESTADÍSTICA



Presentación

La Encuesta de Hábitos y Confianza Socioeconómica (ECOSOC) tiene como objetivo obtener indicadores de los conductas sociales y la confianza de la población en la situación socioeconómica y el empleo.

Es una encuesta multipropósito dirigida a la población residente en Canarias, que integra en su trabajo de campo la recogida de datos necesaria para elaborar los Indicadores de Confianza del Consumidor (ICC). Esta operación está recogida en el Plan Estadístico de Canarias.

La población estudiada es la población de 18 y más años que residen en viviendas familiares principales en Canarias, y ha sido diseñada para poder dar resultados a nivel de islas y grandes comarcas en las islas de Tenerife y Gran Canaria.

La encuesta es de tipo panel rotante trimestral, de forma que cada periodo de la encuesta es un trimestre. El panel tiene cuatro turnos de rotación y en cada uno de ellos se renueva la muestra de viviendas un 25%. Por tanto, cada vivienda permanece en la muestra cuatro trimestres consecutivos, después de los cuales sale de la muestra para ser reemplazada por otra vivienda de la misma sección censal.

Cada trimestre se recoge la información que permite construir el Índice de Confianza del Consumidor. Cada dos trimestres se complementa la encuesta con un módulo para estudiar temas concretos.

En el segundo trimestre de 2021, el módulo corresponde a productos canarios y productos ecológicos. Se recaba información en primer lugar sobre el consumo en los hogares de productos canarios, frecuencia de compra, motivos por los que compran productos de alimentación canarios y valoración de características como calidad, variedad, precio, etc.

Además, se estudia el consumo de productos ecológicos indagando sobre los lugares y frecuencia de compra, motivos principales por los que compran productos ecológicos, así como motivos de no comprar este tipo de productos en caso de no hacerlo, etc.

Gonzalo Rodríguez López

Director del ISTAC

Sumario

Responsable de compras en el hogar....4
Forma de reconocer los productos de alimentación canarios....4
Frecuencia de compra de productos de alimentación canarios....5
Motivos por los que compra productos de alimentación canarios....6
Valoración de los productos de alimentación canarios....7
Frecuencia de compra de productos ecológicos....8
Establecimientos donde los hogares compran productos ecológicos....8
Motivos por los que los hogares compran productos ecológicos....9
Motivos por los que los hogares no compran productos ecológicos....10
Otros productos ecológicos (no de alimentación)....11

Responsable de compras en el hogar

En este estudio se indaga sobre las compras y consumo de productos de alimentación canarios y de productos ecológicos. Para ello se entrevista en cada hogar a una persona que tenga responsabilidad en las compras de productos de alimentación y hogar, pudiendo ser esta responsabilidad única o compartida con otras personas. El periodo de referencia de los datos es el segundo trimestre de 2021.

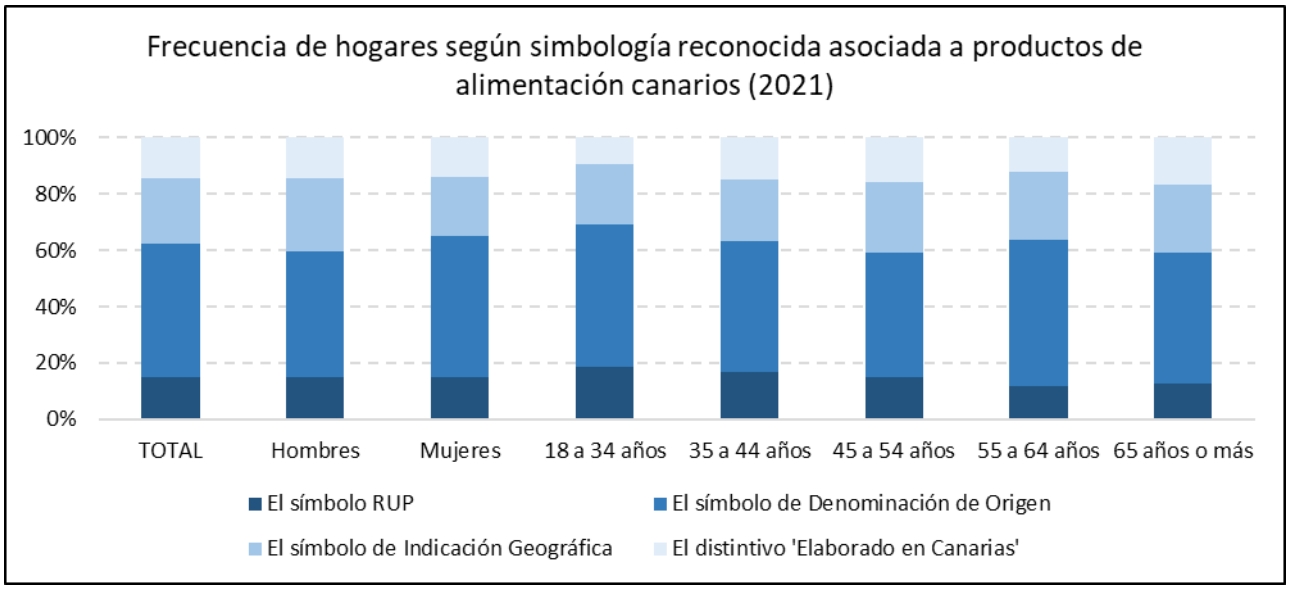
En Canarias un 48,8% de las personas responsables de compras en el hogar afirman ser únicas responsables, siendo este porcentaje del 57,3% en el caso de las mujeres y 38,9% en el caso de los hombres.

Si consideramos los hogares en los que hay al menos dos personas adultas, del total de hombres, el 78,8% dice hacer las tareas de compra compartida con otras personas, mientras que en el caso de las mujeres este porcentaje es del 58,6%.

Forma de reconocer los productos de alimentación canarios

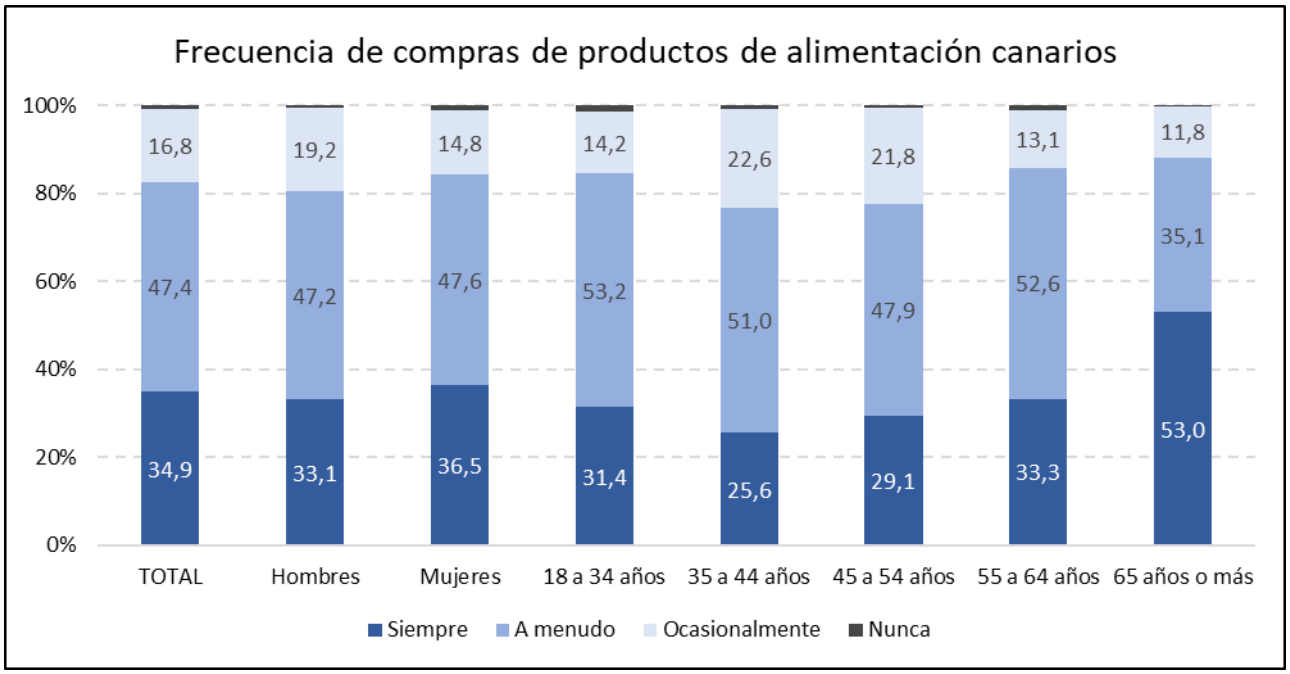
Se ha preguntado en los hogares de qué formas sabrían si un producto de alimentación es canario, pudiendo cada hogar dar más de una respuesta. Un 93,8% de los responsables de compras en los hogares afirma saber reconocer los productos de alimentación canarios, ya sea por el distintivo o logotipo (47,9%), pero el etiquetado (48%) o por la marca (47,9%). Un 5,1% reconoce que no los sabría distinguir y un 1,2% no sabe o no responde a esta pregunta. No hay apenas diferencias por sexos ni por edad.

Por otra parte, se indaga sobre la simbología o logotipos que conocen los hogares, siendo también esta una pregunta multirrespuesta. Un 17,9% afirma reconocer el símbolo RUP, un 57,4% el símbolo de denominación de origen y un 28,1% el símbolo de indicación geográfica. Hay que destacar que un 17,1% afirma que reconoce como símbolo de producto canario el distintivo de “Elaborado en Canarias”, el cual no garantiza que la materia prima sea de Canarias. Por otra parte, un 16,7% reconoce no saber identificar ningún símbolo o logotipo que garantice que el producto es canario.

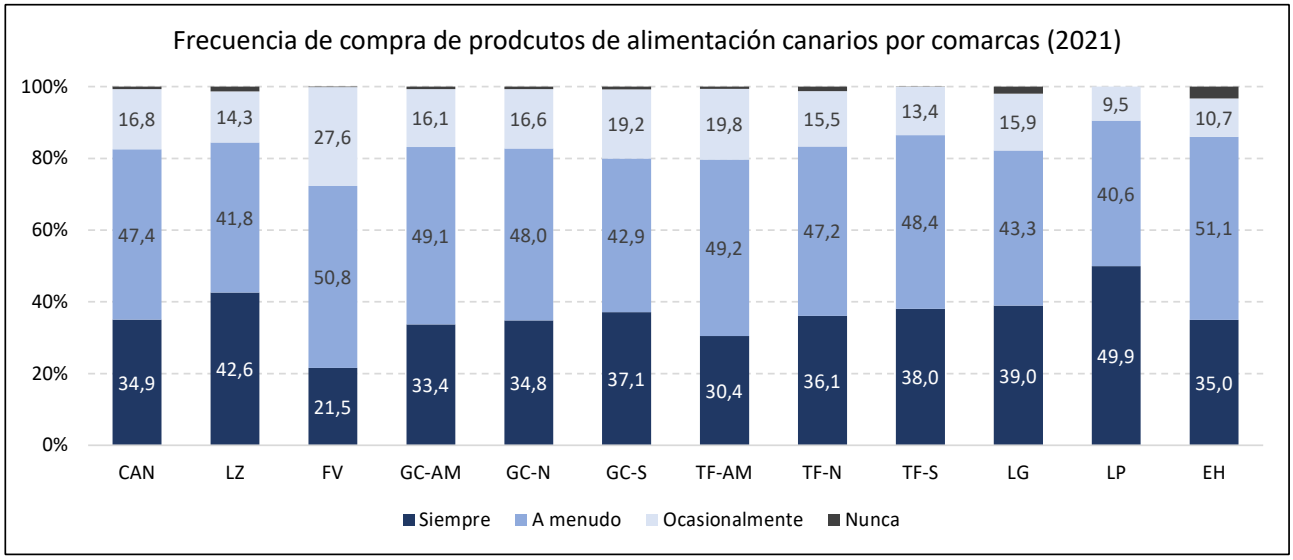


Frecuencia de compra de productos de alimentación canarios

Un 34,9% de los hogares afirman comprar siempre productos de alimentación canarios, un 47,4 los compra a menudo y ocasionalmente un 16,8%. Menos de un 1% asegura que no compra nunca estos productos. No se producen apenas diferencias entre hombre y mujeres. Por edad, cuando el responsable de compras en el hogar tiene 65 o más años, el porcentaje de los que compran siempre sube al 53%.



La Palma y Lanzarote son las comarcas donde el porcentaje de hogares que afirman comprar siempre productos canarios es mayor, con un 49,9% y un 42,6% respectivamente. En contraste, es Fuerteventura donde se da el menor porcentaje con un 21,5%.

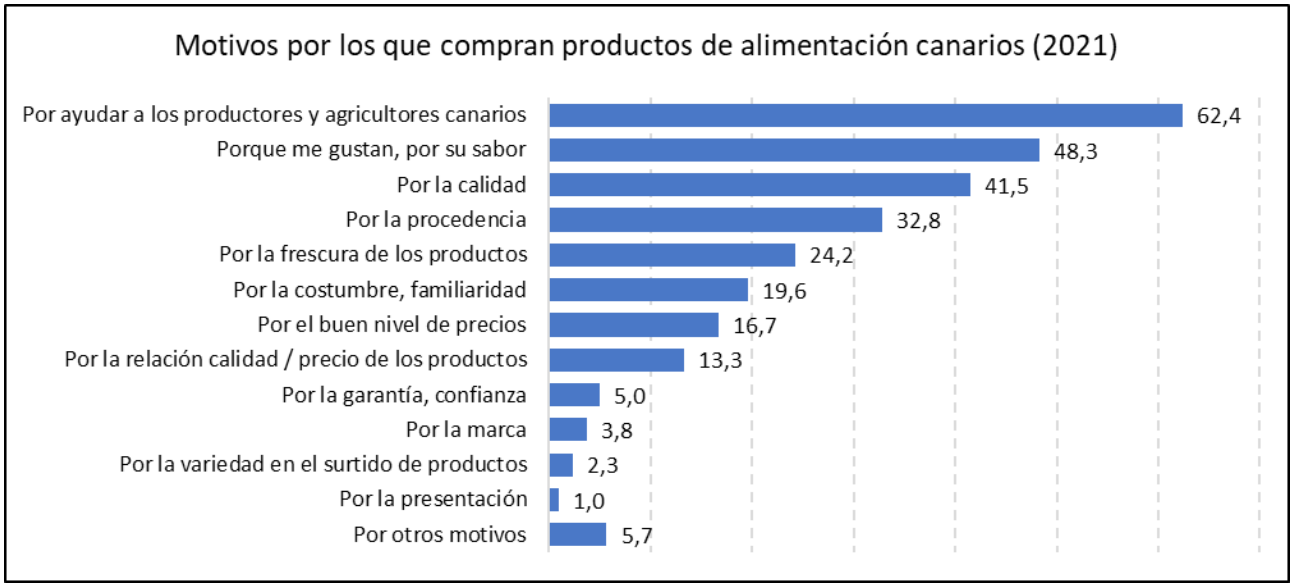


Motivos por los que compra productos de alimentación canarios

Entre los motivos por los que los hogares compran productos canarios destaca en primer lugar “Por ayudar a los productores y agricultores canarios” con un 62,4%, seguido de “Porque me gustan, por su sabor” (48,3%) y “Por la calidad” (41,5%).

Otras motivos destacables son la “Procedencia” con un 32,8%, la “Frescura de los productos” (24,2%) o “La familiaridad o costumbre” (19,6%).

Los tres principales motivos y en el mismo orden de preferencia se dan tanto en hombres como en mujeres, con solo diferencias en los porcentajes. Así, en mujeres destaca más la ayuda a los productores y agricultores canarios con un 65,1% frente al 59,1% de los hombres.



Por grupos de edad, también son estas tres características las más destacadas y de igual forma por los responsables de compras de los hogares, con la excepción del orden en el grupo de 45 a 54 años que invierte el orden entre calidad (39,8%) y la opción “Porque me gustan, por su sabor” (37,9%).

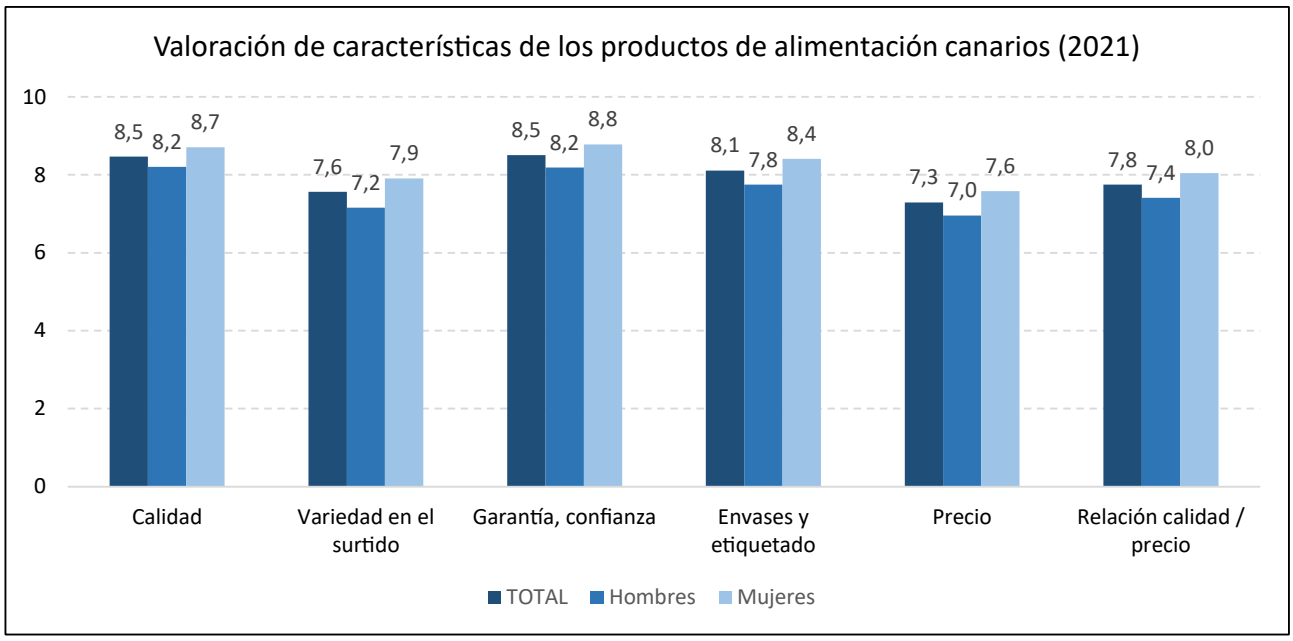
Por comarcas, no se registran apenas diferencias en el orden de preferencia de los tres principales motivos por los que los hogares compran productos canarios. Por tanto, la opción “Por ayudar a los productores y agricultores canarios” es destacada en primer lugar por todas las comarcas con la excepción de Lanzarote y el norte de Gran Canaria, donde en primer lugar está “Porque me gustan, por su sabor”.

Motivos por los que los hogares compran productos de alimentación canarios por comarcas (2021)

	CAN	LZ	FV	GC-AM	GC-N	GC-S	TF-AM	TF-N	TF-S	LG	LP	EH
Por ayudar a los productores y agricultores canarios	62,4	55,6	53,2	66,0	54,4	57,5	62,3	65,3	66,0	58,8	64,0	70,6
Porque me gustan, por su sabor	48,3	62,2	38,5	47,4	59,5	56,5	43,1	43,3	48,3	54,2	42,7	60,3
Por la calidad	41,5	35,1	50,8	37,8	51,8	49,5	38,0	45,9	39,1	48,7	45,7	32,3
Por la procedencia	32,8	29,9	38,5	34,9	35,9	23,6	35,3	30,3	29,7	31,0	38,9	34,4
Por la frescura de los productos	24,2	16,7	28,7	22,7	21,7	23,2	28,3	18,1	26,8	17,5	35,3	25,1
Por la costumbre, familiaridad	19,6	29,7	12,6	21,0	23,2	20,2	16,3	18,0	18,5	28,8	18,9	15,3
Por el buen nivel de precios	16,7	16,2	20,9	16,5	13,9	14,8	17,7	13,7	21,6	15,1	9,4	6,5
Por la relación calidad / precio de los productos	13,3	10,3	11,9	16,1	11,2	9,5	16,6	9,0	13,7	7,9	8,5	7,7
Por la garantía, confianza	5,0	2,4	3,5	6,5	3,1	3,6	5,2	4,8	3,9	6,7	9,7	2,8
Por la marca	3,8	9,9	2,4	4,4	2,9	4,1	2,5	4,7	1,7	2,3	2,6	1,6
Por la variedad en el surtido de productos	2,3	2,6	7,8	1,1	0,7	7,4	1,1	2,7	1,5	0,8	0,3	2,8
Por la presentación	1,0	3,0	0,1	1,1	1,2	0,1	1,4	0,7	0,5	0,9	0,9	0,5
Por otros motivos	5,7	5,6	5,7	5,4	6,4	4,7	4,8	3,9	9,6	5,6	4,0	5,4

Valoración de los productos de alimentación canarios

A los hogares que compran productos de alimentación canarios se les ha pedido que valoren en escala de 0 a 10 algunos aspectos de los mismos como la calidad, el precio, etc. Las puntuaciones más altas las reciben "la calidad" y la "garantía, confianza", ambas con 8,5 puntos, seguido de "envases y etiquetado" con 8,1 puntos, la "relación calidad precio" con 7,8 puntos, la "variedad en el surtido" con 7,6 puntos y finalmente el "precio" con 7,3 puntos.



Por sexo de la persona responsable de las compras, tenemos que las mujeres dan valoraciones ligeramente superiores en las seis características analizadas, mientras que son las personas del grupo de edad de 18 a 34 años quienes puntúan más alto tales características.

Por comarcas, apenas hay diferencias entre las puntuaciones otorgadas a cada uno de los aspectos analizados, siendo en general, la calidad y la garantía y confianza las características con mayor puntuación.

Puntuaciones otorgadas a algunos aspectos de los productos de alimentación canarios por comarcas (2021)

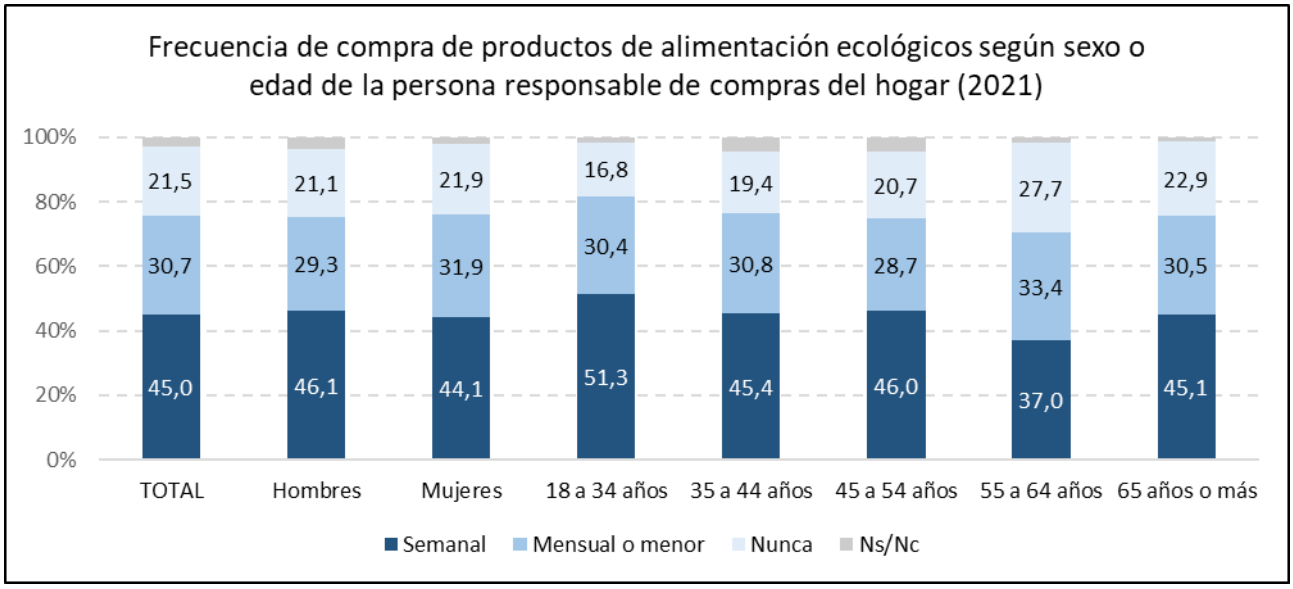
	CAN	LZ	FV	GC-AM	GC-N	GC-S	TF-AM	TF-N	TF-S	LG	LP	EH
Calidad	8,5	8,4	8,4	8,4	8,6	8,4	8,6	8,6	8,5	8,4	8,4	8,6
Variedad en el surtido	7,6	7,5	7,2	7,6	7,7	7,7	7,6	7,5	7,5	7,1	7,6	7,6
Garantía, confianza	8,5	8,4	8,2	8,6	8,7	8,4	8,5	8,6	8,4	8,3	8,8	8,4
Envases y etiquetado	8,1	8,0	7,4	8,3	8,0	8,4	8,1	8,2	7,9	7,9	8,1	8,0
Precio	7,3	7,2	6,6	7,4	7,3	7,1	7,4	7,2	7,6	7,2	7,5	6,5
Relación calidad / precio	7,8	7,8	7,2	7,8	7,8	7,5	7,9	7,4	8,0	7,8	7,8	7,1

Si consideramos una puntuación promedio de las 6 características, esta puntuación tiene un rango muy pequeño, variando de 7,5 a 8 puntos, siendo la puntuación promedio en Canarias de 7,9 puntos, alcanzándose los 8 puntos en el área metropolitana y norte de Gran Canaria, área metropolitana y sur de Tenerife y La Palma.

Frecuencia de compra de productos ecológicos

Un 75,7% de los hogares canarios afirman comprar productos de alimentación ecológicos, un 21,5% no los compra nunca y un 2,8% no se pronuncia al respecto. En cuanto a la frecuencia, el 45% del total de hogares compran al menos semanalmente y un 30,7% con menor frecuencia. Por sexo de la persona responsable de compras, apenas hay diferencias entre hombres y mujeres.

Por edad, sí se ven diferencias entre el grupo de 18 a 34 años frente al resto, ya que el 81,7% de los hogares donde el responsable de compras tiene entre 18 y 34 años compran productos de alimentación ecológicos, frente al 76,3% del grupo de edad de 35 a 44 años o el 70,5% para el grupo de 55 a 64 años.

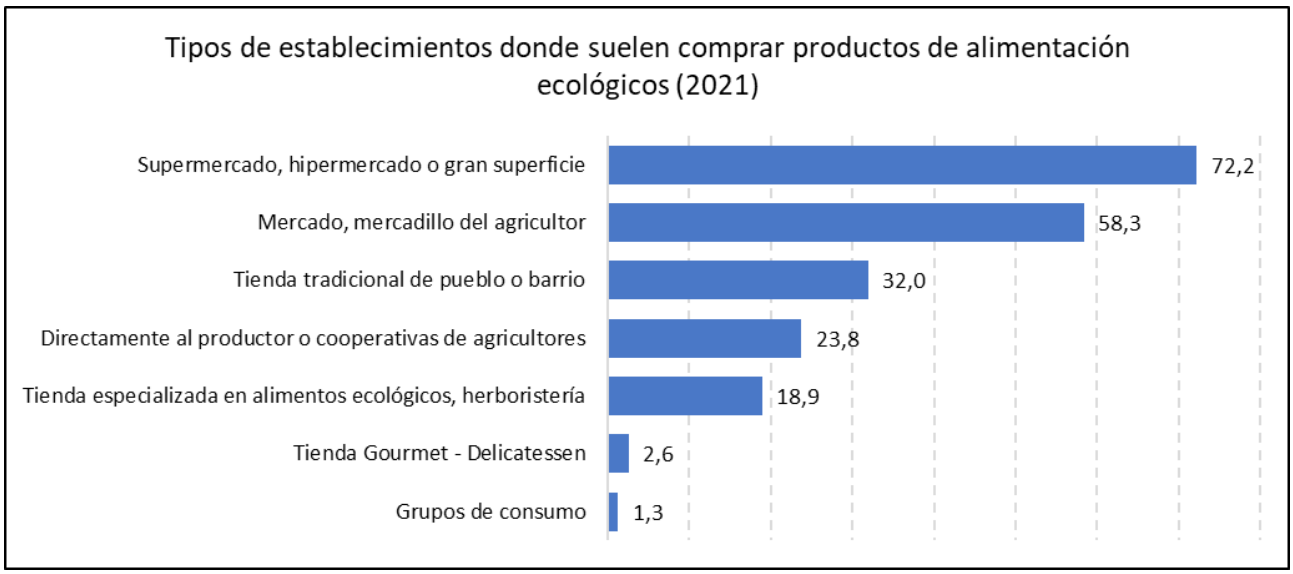


Por comarcas, hay bastante variación entre la cantidad de hogares que compran productos de alimentación ecológicos, dándose los mayores porcentajes en La Palma (86,8%), Fuerteventura (86,5%) y Lanzarote (84,6%) y los menores en el sur de Gran Canaria (66,2%) y en el área metropolitana de Tenerife (71,2%).

Establecimientos donde los hogares compran productos ecológicos

Se ha indagado sobre los tipos de establecimientos o lugares preferidos por los hogares canarios para comprar los productos de alimentación ecológicos, pudiendo elegir cada uno de ellos hasta tres opciones de respuesta.

El tipo de establecimiento más habitual, utilizado por el 72,2% de los hogares es el "supermercado, hipermercado o gran superficie", seguido por el "mercado o mercadillo del agricultor" con un 58,3%. Con menor frecuencia encontramos la tienda tradicional con un 32%, las compras directas a los agricultores o cooperativas agrícolas, con un 23,8%, y las tiendas especializadas en alimentos ecológicos, con un 18,9%. De forma anecdótica, los hogares eligen para comprar las tiendas gourmet (2,6%) o grupos de consumo (1,3%).



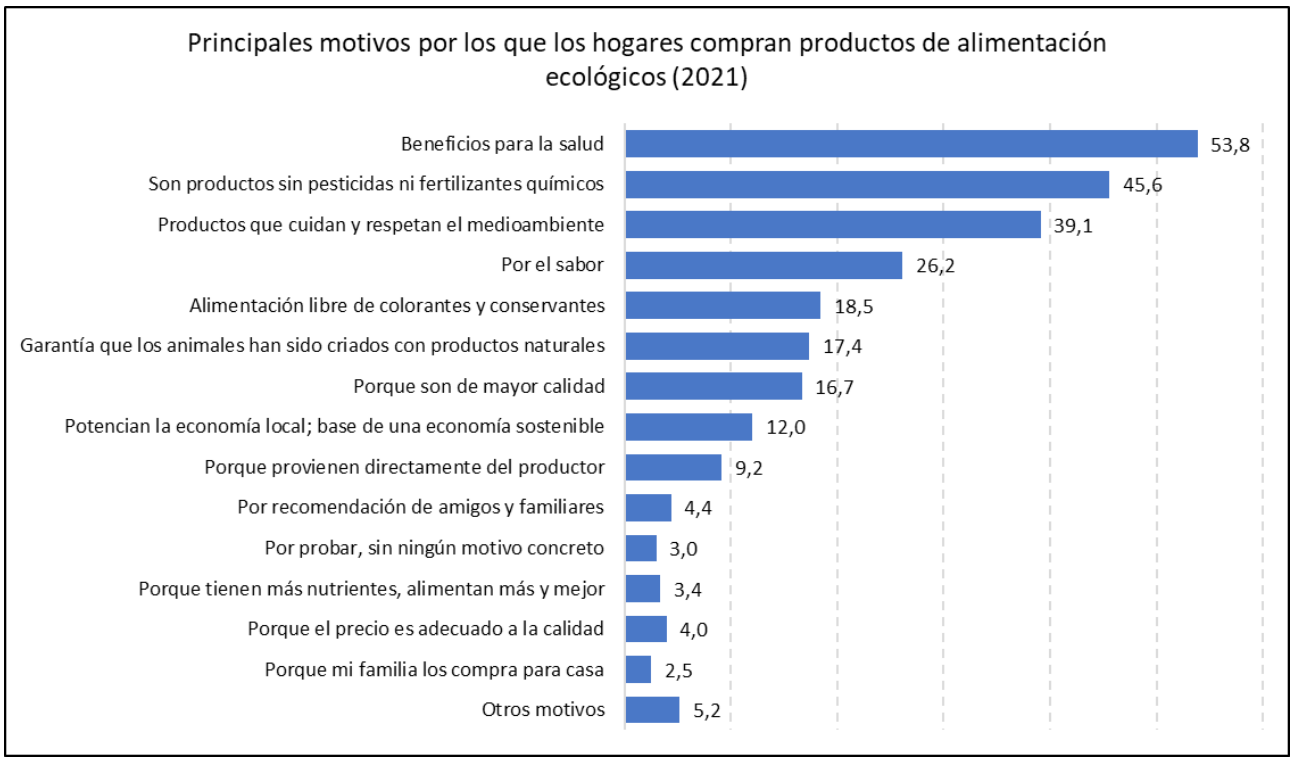
Por comarcas, aunque hay un predominio general del supermercado frente a otras alternativas, hay zonas en las cuales el establecimiento favorito es el mercado o mercadillo del agricultor como en La Palma (74,5%) y el norte de Tenerife (71,7%), mientras que en La Gomera optan por la compra directa al productor o cooperativas de agricultores (56,7%).

Tipos de establecimiento donde los hogares compran productos de alimentación ecológicos (2021)												
	CAN	LZ	FV	GC-AM	GC-N	GC-S	TF-AM	TF-N	TF-S	LG	LP	EH
Supermercado, hipermercado o gran superficie	72,2	65,1	77,1	74,1	65,5	90,5	72,8	65,6	72,4	48,6	61,0	54,1
Mercado, mercadillo del agricultor	58,3	46,2	45,1	50,0	51,1	70,6	57,0	71,7	68,4	48,4	74,5	52,8
Tienda tradicional de pueblo o barrio	32,0	32,2	34,1	26,4	41,2	25,2	35,1	32,8	36,8	42,7	30,8	23,0
Directamente al productor o cooperativas de agricultores	23,8	19,2	37,0	16,9	36,4	20,2	14,5	33,5	30,7	56,7	24,6	47,1
Tienda especializada en alimentos ecológicos, herboristería	18,9	20,1	9,1	28,0	17,5	10,6	15,1	12,5	19,9	27,1	21,2	19,2
Tienda Gourmet - Delicatessen	2,6	2,1	2,8	4,9	0,6	1,7	1,0	2,2	3,1	1,2	0,6	2,5
Grupos de consumo	1,3	0,5	0,1	0,1	1,3	0,6	1,2	2,6	4,0	2,1	0,8	0,0

Motivos por los que los hogares compran productos ecológicos

Los hogares que consumen productos ecológicos exponen como principales motivos los beneficios para la salud y el cuidado del medio ambiente. En concreto, el 53,8% de los hogares afirma comprar estos productos por los beneficios en general que reportan a la salud, el 45,6% destaca el hecho de que los productos ecológicos han crecido libres de pesticidas y de fertilizantes químicos y el 39,1% alega que son productos que cuidan y respetan el medioambiente.

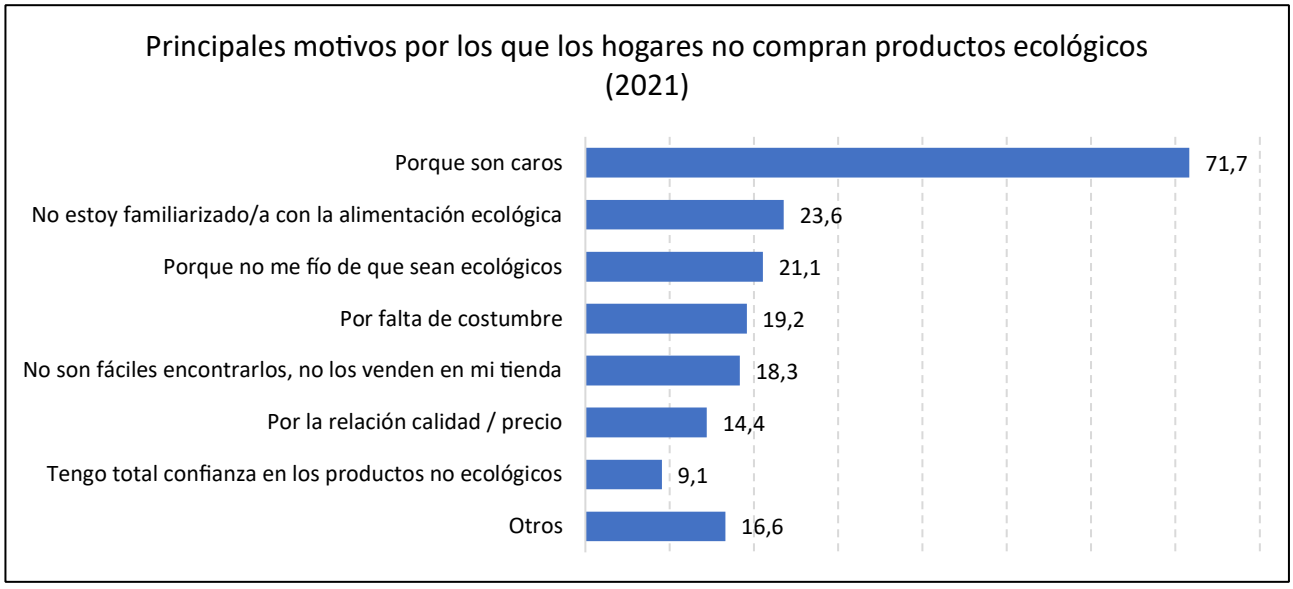
Los tres primeros motivos expuestos son también los primeros en prácticamente todas las comarcas, y también los más destacados por sexos y por grupos de edad.



Motivos por los que los hogares no compran productos ecológicos

A los hogares que nunca compran productos de alimentación ecológicos se les ha preguntado los motivos pudiendo elegir hasta tres opciones. El motivo fundamental que esgrime casi un 72% de los hogares es el precio, ya que consideran estos productos de alimentación muy caros.

Otros motivos son la falta de familiaridad con la alimentación ecológica (23,6%), la falta de confianza en que el productos sea realmente ecológico (21,1%), la falta de costumbre (19,2%) o que no se encuentran en la tienda o supermercado habitual (18,3%).



Por sexos, existen algunas diferencias cuando el responsable de compras del hogar es hombre o mujer. Por ejemplo, el 74,9% de los hogares en los que es una mujer la que compra considera que los productos son caros, respecto del 67,8% en el caso de hombres. El resto de argumentos mencionados anteriormente los consideran más los hombres que las mujeres, como la falta de familiaridad con la alimentación ecológica (25,3% hombres frente a 22,1% mujeres), la desconfianza en que el producto sea ecológico (25,6% hombres frente a 17,3% mujeres) o la falta de costumbre (23,2% frente a 15,8%).

Por comarcas, es nuevamente el precio el principal motivo por el que los hogares no compran productos de alimentación ecológicos, variando entre un 92,2% en Lanzarote hasta un 45,3% en La Palma.

El segundo motivo más importante alegado cambia según el lugar de residencia. Así, en Lanzarote, sur de Gran Canaria y norte de Tenerife este segundo motivo es la falta de confianza en que los productos sean ecológicos, mientras que en las áreas metropolitanas de las islas mayores, norte de Gran Canaria y La Gomera el segundo motivo es que no los venden en su tienda habitual.

Motivos por los que los hogares no compran productos de alimentación ecológicos (2021)

	CAN	LZ	FV	GC-AM	GC-N	GC-S	TF-AM	TF-N	TF-S	LG	LP	EH
Porque son caros	71,7	92,2	47,7	75,8	66,6	81,3	67,8	61,3	74,7	68,6	45,3	78,3
No estoy familiarizado/a con la alimentación ecológica	23,6	25,7	44,5	16,7	15,3	22,6	23,8	17,8	39,4	29,2	35,7	16,3
Porque no me fío de que sean ecológicos	21,1	26,3	9,9	20,0	16,6	39,1	15,1	22,8	14,1	32,1	25,0	36,7
Por falta de costumbre	19,2	19,3	26,8	15,2	19,7	27,1	12,3	13,7	32,6	27,3	33,2	38,3
No son fáciles encontrarlos, no los venden en mi tienda	18,3	11,3	14,2	21,3	30,3	6,3	24,1	13,6	17,7	34,4	6,2	13,3
Por la relación calidad / precio	14,4	20,6	47,2	10,1	10,2	8,8	17,0	14,0	18,0	0,0	7,9	12,2
Tengo total confianza en los productos no ecológicos	9,1	2,0	1,0	7,3	3,8	10,0	18,1	6,5	4,0	3,0	10,2	2,2
Otros	16,6	1,4	9,9	16,5	11,4	30,7	14,5	22,3	11,9	12,3	11,3	2,9

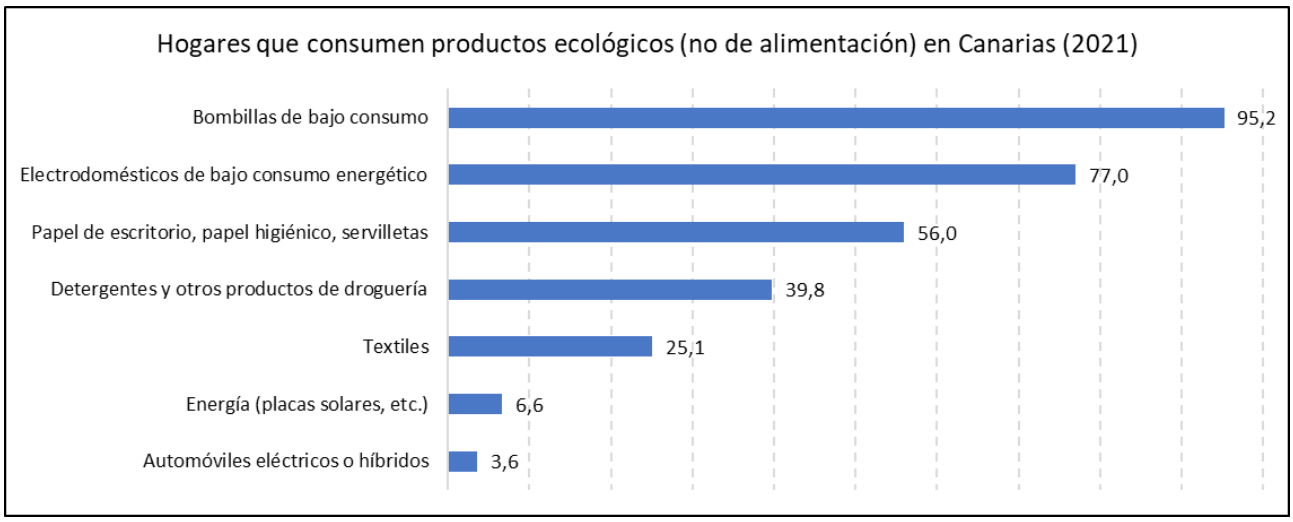
Otros productos ecológicos (no de alimentación)

Para finalizar, en este estudio se ha considerado una lista de productos considerados ecológicos por el bajo consumo y consecuente protección del medio ambiente, y se ha indagado la frecuencia de hogares que los consumen o poseen.

El 95,2% de los hogares en Canarias afirma tener bombillas de bajo consumo en la vivienda y el 77% tener electrodoméstico de clase A de bajo consumo energético. Otros productos, como los procedentes del papel, que engloba papel higiénico, servilletas, papel de escritorio, etc. son consumidos por el 56% de los hogares.

Productos ecológicos de limpieza y droguería son consumidos por el 40% de los hogares, mientras que el 25% de ellos afirma comprar textiles ecológicos.

De manera más minoritaria se encuentra la producción de energía eléctrica mediante placas solares (6,6% de los hogares) o disponer de un vehículo híbrido o eléctrico (3,6%).


Hogares que consumen productos ecológicos (no de alimentación) en Canarias (2021)
Bombillas de bajo consumo
95,2
Electrodomésticos de bajo consumo energético
77,0
Papel de escritorio, papel higiénico, servilletas
56,0
Detergentes y otros productos de droguería
39,8
Textiles
25,1
Energía (placas solares, etc.)
6,6
Automóviles eléctricos o híbridos
3,6