HÁBITOS DE CONSUMO DE LA POBLACIÓN DE LANZAROTE

PROYECTO MERCALANZAROTE

Encuesta a Consumidores Finales 2011

www.mercalanzarote.com

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN 3

OBJETIVOS DEL ESTUDIO 3

TAMAÑO MUESTRAL 3

METODOLOGÍA DE TRABAJO DE CAMPO 4

SÍNTESIS 5

ANÁLISIS DE RESULTADOS 8

CONSUMO 8

HÁBITOS DE CONSUMO 14

ECONOMÍA 18

MERCALANZAROTE 19

VALORACIÓN DEL CABILDO 22

CONCLUSIONES 25

INTRODUCCIÓN

Desde el proyecto MERCALANZAROTE se persigue impulsar el sector agropecuario local mediante la creación de mecanismos de ayuda a los integrantes del mismo. Además, se pretende no sólo favorecer a los principales integrantes del sector, agricultores y ganaderos, sino que también será importante la mejora de todos los agentes de la cadena comercial. Por tanto, el último eslabón de la cadena de comercialización, o lo que es lo mismo, el consumidor final, será estudiado con el fin de conocer tanto sus preferencias y hábitos de consumo de productos agropecuarios, así como su predisposición a adquirir este tipo de productos a través de Internet.

OBJETIVOS DEL ESTUDIO

Dentro del objetivo general del proyecto, *Impulsar el desarrollo del sector primario de Lanzarote, recuperando sus valores económicos, culturales, turísticos y paisajísticos, mediante la utilización de TIC's*, se busca cubrir una serie de objetivos específicos los cuáles serán cubiertos mediante la realización de la encuesta denominada *Encuesta a consumidores finales*.

El objetivo principal que buscábamos cubrir era el siguiente: **mejorar la competitividad del sector primario de Lanzarote y valorización de la actividad agrícola y ganadera de la isla y sus productos locales**. Asimismo, se trató de establecer que grado de aceptación tendría la incorporación de un mercado virtual en el sector agropecuario local, así como sus ventajas y desventajas para los consumidores.

TAMAÑO MUESTRAL

La **muestra** se ha establecido en base a la población de derecho del total de la isla, siendo de 113.752 habitantes mayores de 18 años, según datos del Padrón del año 2009. Así, se ha consideró una muestra de 800 individuos, que se distribuyó según el peso de los municipios insulares en la población total.

Una vez establecida la muestra objetivo, se distribuyó por intervalos de edad y por sexo, asignando unas cuotas a cada perfil dentro de cada núcleo poblacional a encuestar.

METODOLOGÍA DE TRABAJO DE CAMPO

El número de encuestas realizadas por cada encuestador fue un total de 100, cumpliendo con lo establecido en la distribución facilitada a cada encuestador. El trabajo de campo se realizó en 21 días laborales, con una jornada de trabajo de 7 horas.

Para el trabajo de campo, se facilitó a los encuestadores una guía con las normas de cumplimentación de los cuestionarios, así como la manera en la que seleccionarán los consumidores a encuestar. Asimismo, para los núcleos que presentan más complejidad, se les ha facilitado unos mapas para su correcta localización, además de todo el material necesario para su correcta ejecución.

SÍNTESIS

CONSUMO

- El origen de los productos es un factor a tener en cuenta por los consumidores finales. Un 67'7 % de la población residente en Lanzarote se fija en la procedencia de los productos de origen agrícola y ganadero.
- Un 17'7 % de los consumidores finales no considera importante saber el origen de los productos que consume. Los alimentos de origen agrícola más consumidos son: la cebolla, las hortalizas en general y la papa.
- La fruta, la leche y la carne que se consume en la isla son casi siempre de importación.
- Un 48 % de la población de Lanzarote no consume nunca o casi nunca vino insular. Por su parte, un 74,1 % de los encuestados dicen consumir queso de la isla varias veces a la semana.
- Los productos locales tienen mayor calidad que los productos importados según la opinión de la población insular. El precio del producto conejero es más elevado que el que viene de fuera.
- Los motivos que más influyen en el precio de un producto son: beneficios de los intermediarios (32'9 %) y el coste del transporte (23'9 %).

HÁBITOS DE COMPRA

- El 84'3 % de los encuestados, dice ser el encargado de realizar la compra o de colaborar en ella de manera habitual.
- El precio, la calidad y la cercanía son los principales factores que influyen a la hora de elegir un establecimiento de alimentación por la población de

Lanzarote. A la hora de escoger un producto, la calidad y el precio tiene la misma importancia para los consumidores.

- Productos como la leche, el queso, el vino, los huevos y las legumbres se adquieren mayoritariamente en grandes superficies de alimentación. Por otro lado, las frutas y hortalizas (43'2 %), así como la carne (53'3 %), suelen adquirirse en su mayoría en tiendas especializadas.
- Los encuestados manifiestan que a la hora de realizar la compra de productos frescos, prefieren el producto local antes que el de fuera.
- El mercadillo de Teguise es el más conocido por la población conejera, aunque el que se visita con más frecuencia es el de Arrecife.

ECONOMÍA

- Los hogares de la isla gastan una media semanal de entre 30 y 70 € en la adquisición de productos agrícolas y ganaderos.

MERCALANZAROTE

- Cerca del 60 % de la población insular utiliza Internet. Los servicios de viaje son los más utilizados, mientras que la compra de productos de alimentación a través de la red no es muy utilizada.
- Un 84'1 % de los consumidores finales, ven positivamente el proyecto MERCALANZAROTE.
- El comercio virtual tiene como principales ventajas la comodidad de acceso (22'8 %), así como la rapidez de compra (14'8 %) y un mercado más competitivo (14'4 %). Las desventajas son no poder ver ni tocar el producto (35'4 %), además de la desconfianza que genera el comercio electrónico (21'9 %).

VALORACIÓN DEL CABILDO

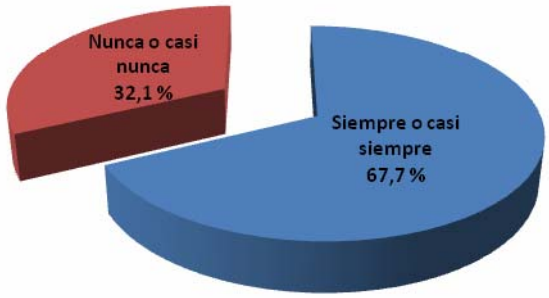
- La valoración que la población de Lanzarote otorga al Cabildo Insular en materia de agricultura y ganadería es de suspenso. La nota obtenida supera los 4 puntos en algunas décimas. Destaca asimismo, el porcentaje de no respuesta para ambas áreas (23%).
- Como mejoras urgentes en agricultura, la población insular propone la concesión de más ayudas y subvenciones a los agricultores (39'9 %), además de crear cooperativas y un mercado municipal.
- Para la ganadería, la concesión de subvenciones al sector (40'5 %), es la solución más repetida. También se insiste en la creación de un mercado y de cooperativas en el sector.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

CONSUMO

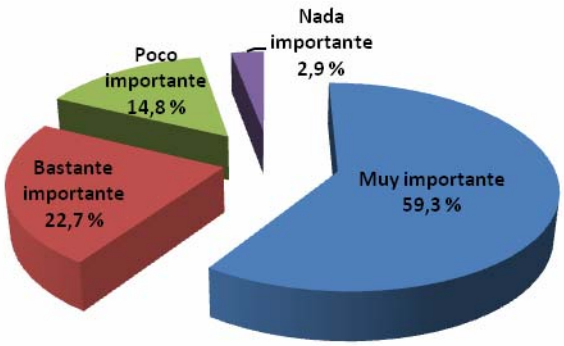
P1. Para comenzar, ¿suele usted fijarse en el origen, es decir, de dónde vienen los productos agrícolas y ganaderos que consume habitualmente?

El 67'7 % de los encuestados, sí se fijan en el origen de procedencia de los productos agrícolas y ganaderos frente a un 32'1 % que casi nunca o nunca lo hace.



P2. ¿Para usted es importante conocer el origen de los productos agrícolas y ganaderos que consume?

El 82 % de los consumidores encuestados señalan que es muy importante o bastante importante conocer el origen de los productos que consumen, mientras que un 17'7 % considera que es poco o nada importante.



P3. Frecuencia de consumo de productos agrícolas y ganaderos.

Los resultados obtenidos en nuestro estudio, nos dicen que los alimentos consumidos con mayor frecuencia en los hogares de Lanzarote son la cebolla, las hortalizas en general y la papa, por este orden.

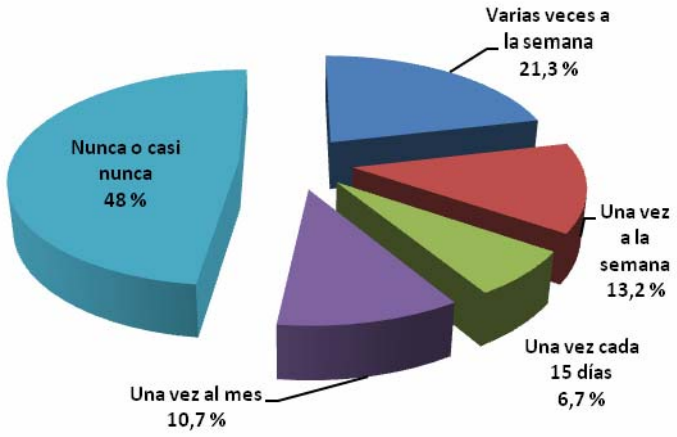
En cuanto al origen de los mismos, hemos de decir que ciertos productos presentan resultados que nos hacen dudar de su veracidad. Los resultados muestran que las papas, batata, la cebolla, las hortalizas y los huevos, suelen ser de Lanzarote. Concretamente, para productos como la papa y las hortalizas, el resultado obtenido nos hace dudar de si se respondió correctamente o los consumidores tienen una idea equivocada de lo que consumen. Para probar este hecho, hemos comparado los resultados, en la medida de lo posible, con el estudio realizado por ADERLAN en 2001, *La comercialización de los productos agrícolas en Lanzarote*. En dicho documento, podemos comprobar datos de importación y producción local de los productos que se analizan en nuestro estudio, datos que nos hacen dudar de la veracidad o comprensión que pudieran tener las respuestas obtenidas respecto al origen de los productos consumidos por los habitantes de Lanzarote. De hecho, la producción local supone menos de un tercio de lo que se consume en la isla, siendo la mayor parte del mismo importado. Podemos por ello concluir, que los datos no son fiables y que los consumidores creen consumir el producto local cuando realmente no lo hacen. Aún así, nos informa sobre la predisposición a querer consumir el producto local.

Asimismo, hay que señalar que la fruta, la leche y la carne consumida en la isla, es en su mayoría importada.

	Varias veces a la semana	Una vez a la semana	Una vez cada 15 días	Una vez al mes	Nunca o casi nunca	NS/NC	Total	
Cebolla	95'2	2'3	0'5	0'2	1'0	0'7	100	**9'80**
Hortalizas	88'4	8'8	2'2	0'0	0'4	0'2	100	**9'63**
Papa	89'4	7'9	1'1	0'6	1'0	0'0	100	**9'60**
Huevos	84'8	11'5	2'2	0'5	0'7	0'4	100	**9'49**
Leche	92'0	2'9	0'2	0'2	4'1	0'5	100	**9'48**
Frutas	86'0	10'1	1'2	1'2	1'2	0'2	100	**9'47**
Carne	70'6	21'7	3'8	1'7	1'8	0'4	100	**8'95**
Granos	54'1	36'2	5'6	1'5	2'2	0'4	100	**8'48**
Batata	12'3	16'7	20'6	19'3	30'1	1'0	100	**4'04**

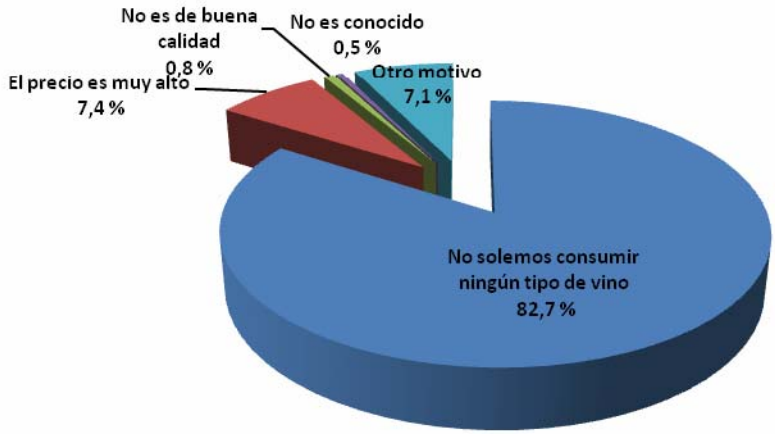
P4. Con respecto al vino de Lanzarote, ¿nos podría indicar si suele consumirse en su hogar?

Un 21,3% de los encuestados consumen varias veces a la semana vino de Lanzarote, frente a un 48% que nunca o casi nunca consumen vino Insular.



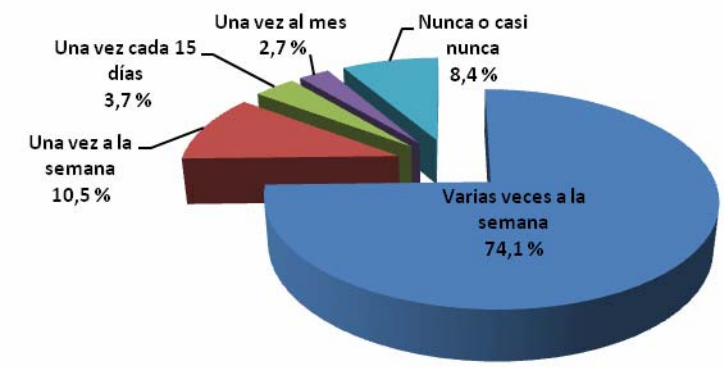
P5. ¿Cuál es el principal motivo por el que nunca o casi nunca se consume vino de Lanzarote en su hogar?

El principal motivo por el cual no suele consumirse vino de Lanzarote en los hogares es que no suele consumirse ningún tipo de vino (82'7 %), mientras que un 7'4 % considera que el precio es alto.



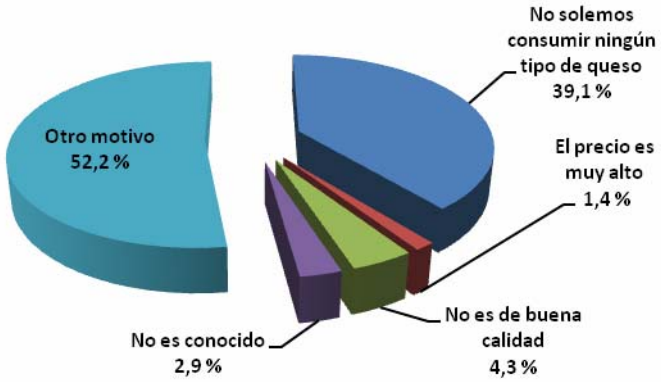
P6. ¿Y nos podría indicar si suele consumirse queso de Lanzarote en su hogar?

Un 74,1 % de los encuestados dicen consumir queso varias veces a la semana, frente a un 8,4% que nunca o casi nunca lo consumen. El resultado obtenido es demasiado elevado, lo que nos hace dudar de la veracidad del mismo. Sin embargo, apreciamos una cierta predisposición a querer consumir el producto de la isla.



P7. ¿Cuál es el principal motivo por el que nunca o casi nunca se consume queso de Lanzarote en su hogar?

Un 39,1% de los encuestados, señalan como principal motivo para no consumir quesos de Lanzarote, es que no suelen consumir ningún tipo de queso, mientras que un 4'3 % consideran que el motivo es porque no son de buena calidad.



P8 y P9. Producto importado vs producto local.

Ahora veremos la percepción que se tiene de los productos agrícolas y ganaderos locales frente a los importados.

La calidad es mucho mejor valorada en los productos locales frente a la de los importados.

En los otros dos conceptos estudiados, podemos ver que aunque la diferencia no es muy alta, los consumidores finales piensan que existe una mayor variedad de productos importados que locales, y estos últimos, tienen un precio ligeramente más asequible que los primeros.

P10. Factores que influyen en el precio final.

Un 32'9 % de los consumidores encuestados consideran que los beneficios de los intermediarios es el principal factor determinante a la hora de que un producto tome su precio final.

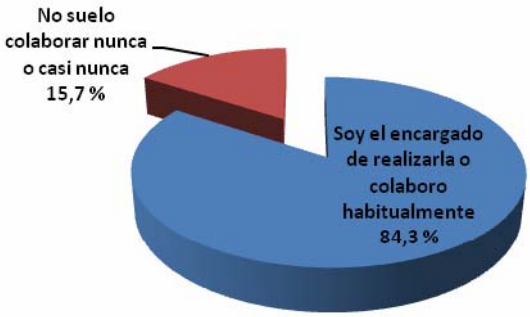
El segundo motivo es el transporte. Un 23'9 % considera éste como el motivo por el cual se encarecen los productos agrícolas y ganaderos que se comercializan en la isla. También es preciso señalar que la falta de competencia y de alternativas comerciales presenta un porcentaje de respuesta del 15'9 %.

Motivo	%
Beneficios de los intermediarios	32'90
Transporte	23'90
Falta de competencia y de alternativas comerciales	15'90
Falta de subvenciones	10'50
Costes de producción	8'90
Otros	0'40

HÁBITOS DE CONSUMO

P11. A la hora de realizar la compra para el hogar, ¿qué papel desempeña usted?

Un 84,3% de los consumidores finales encuestados son los encargados de realizar la compra o colaborar habitualmente en ella, mientras que un 15'7 % de los encuestados, no suelen colaborar nunca o casi nunca en ella.



P12. Motivos para elegir establecimiento.

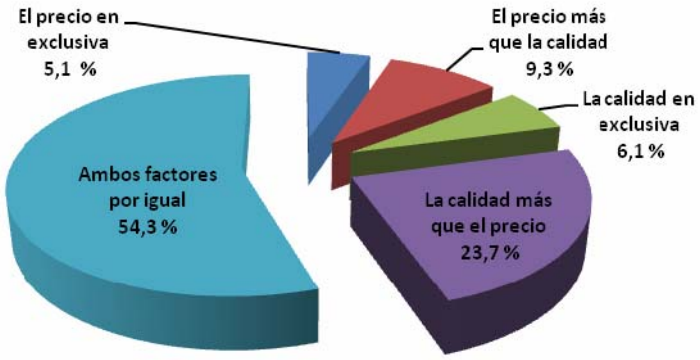
El precio, la calidad y la cercanía son los principales aspectos que se valoran a la hora de elegir un establecimiento. En menor medida se tiene en cuenta la variedad de oferta y la comodidad.

Motivo	%
Precio	30'80
Calidad de los productos	20'40
Cercanía a su casa	16'60
Variedad de la oferta	13'00

Comodidad	9’40
Atención recibida	2’50
Oferta de productos locales	2’30
Otros	1’80

P13. En el momento de adquirir productos de alimentación en su hogar, ¿qué suele influir más?

Un 54,3% consideran igual de importante tanto el precio como la calidad, a la hora de adquirir cualquier producto de alimentación en establecimientos de alimentación. Mientras que sólo un 23,7% tiene en cuenta la calidad antes que el precio.



P14. ¿Dónde se suelen adquirir en su hogar estos productos?

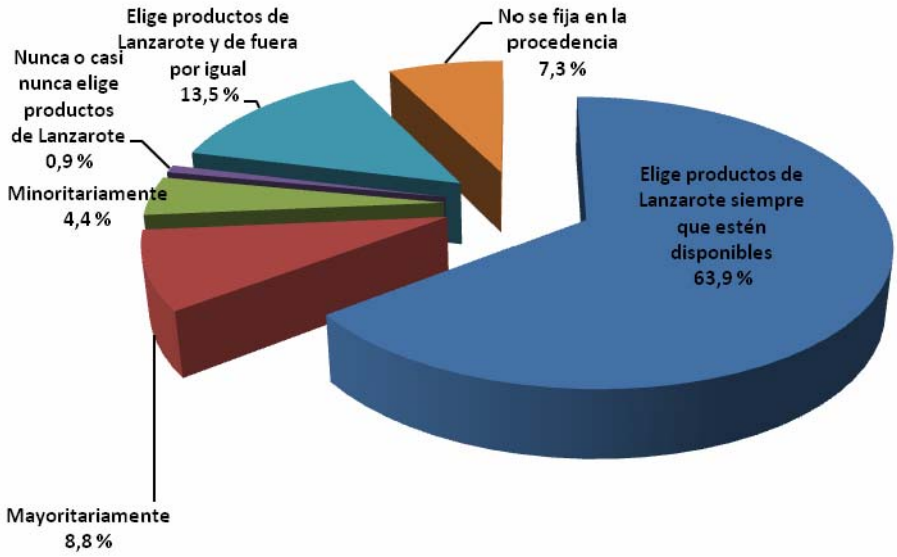
El consumidor final de Lanzarote, suele adquirir mayoritariamente en grandes superficies los siguientes tipos de producto: granos y legumbres, queso, vino, huevos y leche. Podemos añadir, que concretamente la adquisición de huevos, también presenta un porcentaje alto de consumidores que lo adquieren directamente al agricultor (37’3 %).

Por otro lado, las frutas y hortalizas, suelen adquirirse en su mayoría en tiendas especializadas (43’2 %). El mismo caso ocurre con la carne, que se adquiere mayormente en carnicerías (53’3 %), es decir, en tiendas especializadas.

Tipo de establecimiento	Tienda especializada (frutería, carnicería…)	Supermercado pequeño	Gran superficie	Internet	Directamente al agricultor / ganadero	Mercados agrícolas / municipales	Otros	No consume	NS	NC
1. Frutas y verduras	**43'2**	11'3	33'9	0	7'4	2'6	0'4	0'4	0'4	0'5
2. Granos y legumbres	11'8	12'3	**59'8**	0'2	12'4	1'6	0'5	0'4	0'4	0'6
3. Carne	**53'3**	6'8	35'5	0'2	1'5	0'4	0'1	1'2	0'5	0'5
4. Queso	14'4	14'5	**43'2**	0'2	21'3	3'2	0'2	2'1	0'4	0'5
5. Vino	1'1	5'7	**33'4**	0'1	24'0	1'1	0'5	**32'4**	0'6	1'0
6. Huevos	9'0	11'5	**39'5**	0'2	**37'3**	0'9	0'6	0'2	0'4	0'4
7. Leche	1'1	14'0	**79'5**	0'2	2'2	0'1	0	1'8	0'4	0'6

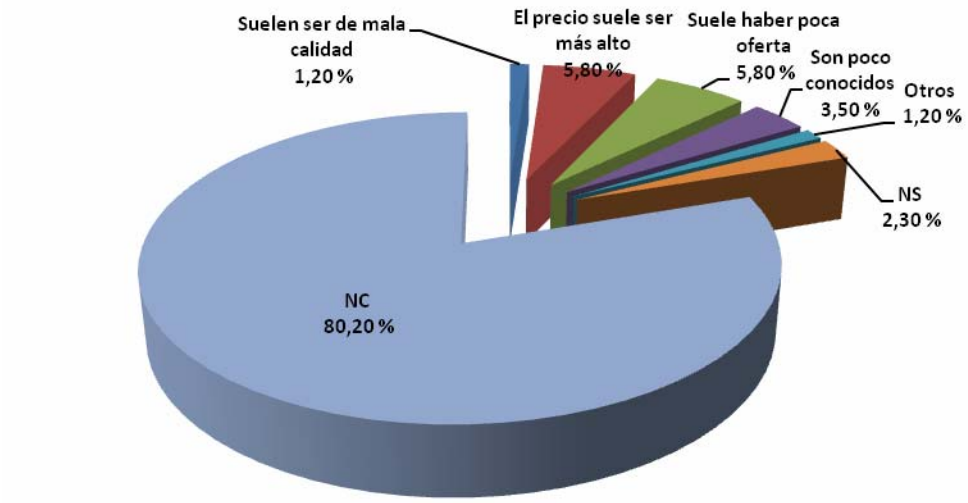
P15. A la hora de realizar la compra en su hogar de productos frescos (tanto agrícolas como ganaderos), ¿suele escoger productos de Lanzarote?

Un 63,9% de los encuestados aseguran que a la hora de realizar la compra de los productos frescos, suelen elegir los de Lanzarote siempre que estén disponibles, frente a un 0,9% que nunca o casi nunca elige productos de Lanzarote.



P16. ¿Cuáles son los motivos principales por los que no suele elegirse productos de Lanzarote en su hogar?

De los consumidores encuestados que no consumían nunca o casi nunca productos de Lanzarote, podemos concluir que el principal motivo por el que no consumen productos de la isla, es por la escasez de oferta y su elevado precio. Sin embargo, hay que señalar, que un 80'2 % de estos consumidores, no quisieron contestar el motivo de su no consumo.



P17. Conocimiento de mercadillos y frecuencia de asistencia.

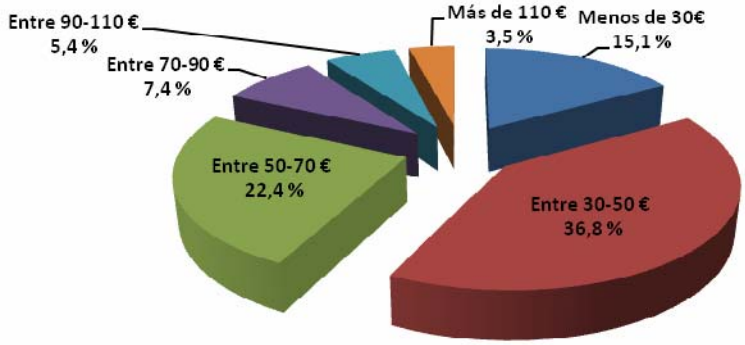
El mercadillo de Teguise es el más conocido por la población conejera, aunque el que se visita con más frecuencia es el de Arrecife.

MERCADILLO	CONOCE			FRECUENCIA					
	Sí	No	NS/NC	Sí, todas las semanas	Sí, una vez cada 15 días	Sí, una vez al mes	Nunca o casi nunca	NS/NC	
Mercado agrícola de Arrecife	73'2	23'3	3'5	10'8	9'3	20'8	58'0	1'0	**2'28**
Mercado agrícola de Mancha Blanca	66'0	28'5	5'5	5'4	7'6	23'3	63'8	0	**1'69**
Mercadillo de Teguise	93'3	5'4	1'3	3'5	6'1	30'6	59'0	0'8	**1'65**
Mercado tradicional de Uga	24'3	65'6	10'1	1'0	9'0	18'6	70'4	1'0	**1'21**
Mercado agrícola de Haría	46'3	45'5	8'0	3'9	3'7	15'8	75'5	1'1	**1'09**

ECONOMÍA

P18. ¿Podría indicarnos qué cantidad de dinero se destina semanalmente a adquirir productos agrícolas y ganaderos en su hogar? Por ejemplo fruta, verdura, leche, huevo...

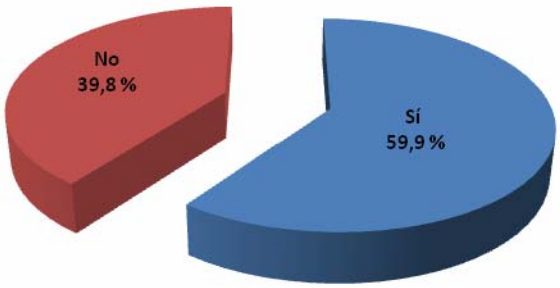
Según nos muestra esta gráfica, el 36,8% de los encuestados gastan semanalmente en la compra de productos agrícolas y ganaderos entre 30 y 50 euros, mientras que un 22,4% gastan entre 50 y 70 euros. Sólo un 3,5% gastan semanalmente más de 110 euros.



MERCALANZAROTE

P19. ¿Utiliza Internet?

La gráfica nos muestra como un 59,9% de las personas encuestadas utiliza Internet, frente a un 39,8% que no lo hace.



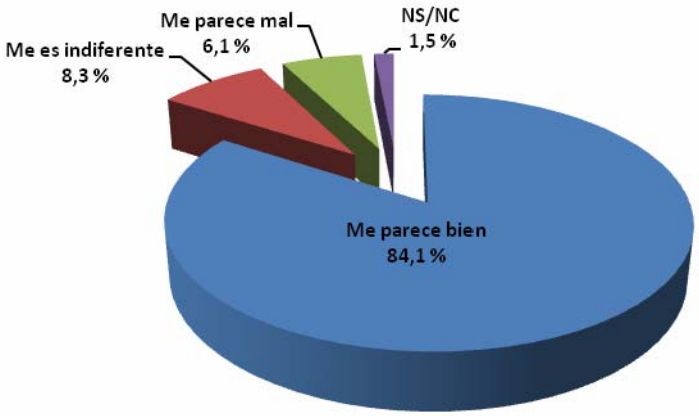
P20. ¿Ha usado usted Internet para…?

Podemos ver que los servicios de viaje son los más utilizados por la población que usa Internet, mientras que la compra de productos de alimentación a través de la red no es utilizada con demasiada frecuencia.

	En el último mes	En los últimos 3 meses	Hace más de 3 meses	Hace más de un año	Nunca o casi nunca	NS/NC	Total	
Servicios de viaje	28'2	8'0	5'5	3'2	14'6	0'4	100	**3'79**
Banca electrónica	25'7	2'7	0'5	0'2	30'2	0'5	100	**2'82**
Compra de bienes o servicios	5'5	2'7	1'8	1'5	48'0	0'4	100	**0'88**
Compra de productos de alimentación	0'7	0'2	0'5	0'7	56'8	0'9	100	**0'13**

P21. El Cabildo de Lanzarote, pretende ayudar a los productores agrícolas y ganaderos, a comercializar sus productos a través de Internet, ¿qué le parece a usted esta idea?

Según nos muestra esta gráfica el 84,1% de las personas encuestadas les parece bien que el Cabildo de Lanzarote pretenda ayudar a los productores de la isla a comercializar sus productos a través de internet. Sólo un 6,1% les parece mal esta iniciativa tomada por el Cabildo.



P22. Ventajas de comprar productos agrícolas y ganaderos de Lanzarote por Internet.

Un 22,8% de los encuestados opinaron que una de las ventajas principales de comprar productos agrícolas y ganaderos de la isla a través de Internet, es la comodidad de acceso que estos tendrían, mientras que un 14,8% consideran más importante otra ventaja

como es el hecho de la rapidez de compra. Además, un 14'4 % consideran que una de las ventajas de comprar a través de Internet, es la de encontrar un mercado más competitivo.

Ventajas	%
Comodidad de acceso	22'80
NS/NC	22'60
Rapidez de la compra	14'80
Mercado más competitivo	14'40
Disponibilidad	12'40
Información detallada	4'80
Atención personalizada	4'30
Otra ventaja	3'90

P23. Desventajas de comprar productos agrícolas y ganaderos de Lanzarote por Internet.

Una de las desventajas principales, es la de no poder ver ni tocar los productos, cuyo porcentaje de respuesta es del 35'4 %, frente a un 21'9 % que le genera una cierta desconfianza comprar por Internet. Otra de las desventajas que ven los entrevistados, es la del riesgo de estafa, que está relacionado con la desconfianza que genera el comercio on-line.

Desventajas	%
No poder ver ni tocar los productos	35'40
Desconfianza	21'90

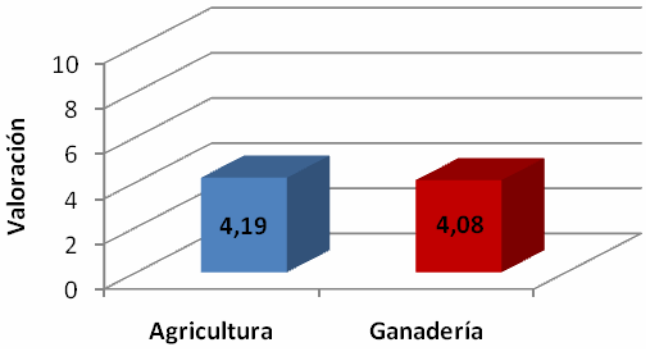
NS/NC	16’80
Riesgo de estafa	15’80
No tenerlo al momento	7’80
Otros	2’30

VALORACIÓN DEL CABILDO

P24. Valoración de la agricultura y ganadería

La nota obtenida por el Cabildo de Lanzarote en relación a la gestión realizada en agricultura y ganadería es de 4’19 para la agricultura y de 4’08 para la ganadería.

Hay que apuntar asimismo que se obtuvo un 22-23 % de no respuesta para cada una de las áreas, dato a tener en cuenta por el alto grado de desconocimiento de la población en estas actividades.



P25-26. En terminos generales, y pensando en Lanzarote en su conjunto, ¿cuáles deben ser las tres actuaciones más inmediatas que se han de realizar en la isla destinada a mejorar su agricultura y ganadería?

Con respecto a las mejoras que hay que realizar de manera más urgente para mejorar la agricultura en la isla, hay que señalar que un 39'9 % de los consumidores finales encuestados, consideran clave que se concedan más ayudas y subvenciones al sector.

El resto de actuaciones, hacen relación a la creación de cooperativas, creación de un mercado central o municipal de productos agrarios, impulso del sector en general o el abaratamiento de los costes de producción.

De la misma manera, un 13'7 % de los consumidores finales, no sabían o no querían contestar a esta pregunta.

MEJORAS EN AGRICULTURA	%
Subvenciones	39'9
NS/NC	13'7
Mercado	6'1
Impulso del sector	5'5
Abaratar precios y/o costes de producción	5'4
Mejora en el servicio de agua	4'1
Promoción de productos locales	4'0
Cooperativas	3'1
Mejorar gestión política	2'8
Comercialización	2'7
Información y asesoramiento	2'7
Eliminar intermediarios	2'6
Complejo agroindustrial	2'1
Mejorar infraestructuras	1'8
Otros	1'6
Favorecer producto local frente al importado	1'1
Creación de puestos de trabajo	1'0

En relación a la ganadería, los encuestados consideran primordial (40'5 %) la concesión de subvenciones al sector, mientras que el resto de respuestas son similares a la agricultura: creación de mercado y abaratamiento de los costes de producción. Asimismo, cabe destacar que existe un alto porcentaje de no respuestas, que representan un 17'5 % de los encuestados.

MEJORAS EN GANADERÍA	%
Subvenciones	40'5
NS/NC	17'5
Mercado	5'7
Abaratar precios y/o costes de producción	4'6
Complejo agroindustrial/quesería	4'2
Promoción de productos locales	4'2
Mejorar gestión política	3'4
Impulso del sector	3'1
Otros	2'4
Información y asesoramiento	2'3
Cooperativas	2'1
Eliminar intermediarios	2'1
Comercialización	2'1
Mejora en servicio de agua	1'9
Favorecer el producto local frente al importado	1'6
Mejorar infraestructuras	1'2
Creación de puestos de trabajo	1'1

CONCLUSIONES

Los resultados de la encuesta a consumidores finales 2011, nos permite concluir dos cosas fundamentalmente. Por un lado, vemos que el consumidor de la isla prefiere consumir el producto local respecto al importado siempre que sea posible y que, además, está mejor valorado que el producto que viene de fuera. Por otra parte, el consumidor de Lanzarote, está de acuerdo con la implantación de un mercado virtual de productos agrícolas y ganaderos, aunque un gran porcentaje apuesta por un mercado agropecuario local para que exista mayor oferta de productos y mejoren los precios.

Es una ventaja que la población insular prefiera el consumo de productos locales antes que los importados, ya que es bueno para el sector agrario conejero. Además, la aceptación generalizada del proyecto MERCALANZAROTE, nos induce a pensar que puede hacerse un hueco en los hábitos cotidianos de los consumidores a la hora de comprar producto de origen agrícola o ganadero. El problema radica en conseguir un compromiso por ambas partes, productor y comprador, para que se realice de una manera eficaz.

Aún con todo esto, se hace necesario la creación de mecanismos de promoción del producto local, diferenciándolo del resto, bien sea mediante una marca de calidad u origen, o bien mediante una campaña de marketing atractiva.

Productos como el vino o el queso, disponen de marcas registradas o incluso de una denominación de origen como es el caso concreto del vino. Sin embargo, el consumo de estos productos, no parecen tener demasiado peso entre los consumidores insulares, por lo que se hace preciso optimizar la estrategias de marketing para convertir el producto en atractivo para el consumidor local y no sólo orientarlo para el turista que visita la isla.

Queda en evidencia además, que la gestión que realiza el Cabildo Insular, en el área agrícola-ganadera, no tiene una valoración positiva por parte de los encuestados. Habrá que mejorar, por tanto, la manera de actuar en estas áreas, para dinamizar un sector que ha sido históricamente uno de los pilares básicos en la economía de la isla.