



Servicio Técnico de Agricultura y Desarrollo Rural

# ESTUDIO DE MERCADO SOBRE AGRICULTURA ECOLÓGICA.

## Documento resumen



  
Gabinetes de Desarrollo Rural



<b>I. RESUMEN.....</b>	<b>2</b>
<b>II. METODOLOGÍA DEL ESTUDIO.....</b>	<b>3</b>
1. INTRODUCCIÓN.....	3
2. MUESTRA POBLACIONAL.....	4
<b>III. EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LA AGRICULTURA ECOLÓGICA.....</b>	<b>6</b>
1. EVOLUCIÓN DE OPERADORES DE LA AGRICULTURA ECOLÓGICA.....	6
A) <i>Isla de Tenerife</i> .....	6
B) <i>Valle de Güímar</i> .....	7
C) <i>Zona Norte</i> .....	7
2. EVOLUCIÓN SUPERFICIE AGRÍCOLA ECOLÓGICA.....	9
A) <i>Isla de Tenerife</i> .....	9
B) <i>Valle de Güímar</i> .....	10
C) <i>Zona Norte</i> .....	10
3. EVOLUCIÓN CULTIVOS AGRÍCOLAS ECOLÓGICOS.....	12
A) <i>Isla de Tenerife</i> .....	12
B) <i>Valle de Güímar</i> .....	13
C) <i>Zona Norte</i> .....	15
<b>IV. CONCLUSIONES GENERALES.....</b>	<b>18</b>
<b>V. VALLE DE GÜÍMAR.....</b>	<b>19</b>
1. CONCLUSIONES CONSUMIDOR FINAL.....	19
2. CONCLUSIONES CONSUMIDOR INTERMEDIO.....	21
3. CONCLUSIONES COMERCIANTES MINORISTAS.....	23
4. AGRICULTORES CONVENCIONALES Y ECOLÓGICOS.....	25
A) <i>Agricultores convencionales</i> .....	25
B) <i>Agricultores ecológicos</i> .....	26
<b>VI. ZONA NORTE.....</b>	<b>30</b>
1. CONCLUSIONES CONSUMIDOR FINAL.....	30
2. CONCLUSIONES CONSUMIDOR INTERMEDIO.....	32
3. CONCLUSIONES COMERCIANTES MINORISTAS.....	34
4. AGRICULTORES CONVENCIONALES Y ECOLÓGICOS.....	36
A) <i>Agricultores convencionales</i> .....	36
B) <i>Agricultores ecológicos</i> .....	38





## **I. Resumen.**

El estudio realizado por el Gabinete de Desarrollo Rural del Valle de Güímar consiste en un análisis de la situación actual de la Agricultura Ecológica en los municipios que integran el Valle de Güímar y en tres municipios de la comarca Tacoronte-Acentejo, en concreto, Tacoronte, El Sauzal y La Matanza de Acentejo. Dicho análisis se ha llevado a cabo desde el punto de vista de la oferta, de la demanda y, a su vez, se ha intentado establecer la problemática existente en cuanto a la comercialización de los productos ecológicos.

Para la recogida de información se han realizado tres tipos de cuestionarios dirigidos a consumidores finales, consumidores intermedios (hoteles, restaurantes, guarderías,...), comerciantes minoristas (autoservicios, supermercados, superservicios, herbolarios,...), agricultores convencionales y agricultores ecológicos.

En los resultados obtenidos se observa como en general, cada uno de los segmentos analizados, presenta un alto grado de desconocimiento de lo que es la Agricultura Ecológica, de cómo se diferencian los productos que se obtienen mediante este tipo de cultivo, de quién y cómo se controla esta práctica agrícola. Por otra parte, se constata una buena predisposición de compra, que se ve frenada por los problemas de comercialización existentes derivados, generalmente, de la escasa información sobre los puntos de venta de este tipo de productos, así como el reducido número de los mismos. Este hecho se puede comprobar al analizar los principales motivos por los cuales no se consumen productos ecológicos que son el *“no hallarlos en los establecimientos habituales de compra”*, *“no contar con la suficiente información sobre este tipo de productos”* y *“la dificultad para encontrarlos”*. Resaltar, sin embargo, la evidente disposición a pagar más por estos productos, principalmente en el segmento de consumidores finales.

En cuanto al segmento de agricultores convencionales y ecológicos se observa una importante demanda de información y formación sobre esta práctica agrícola, así como un mayor apoyo en cuanto a destinar más ayudas y subvenciones para esta actividad. Por otra parte, para el agricultor es de suma importancia la necesidad de realizar una mayor publicidad y promoción de estos productos entre los consumidores, así como intentar concienciarlos de las ventajas y beneficios que sobre la salud y sobre el medio ambiente tiene este tipo de cultivo.

## **II. Metodología del Estudio.**

### **1. Introducción.**

El estudio de mercado sobre Agricultura Ecológica llevado a cabo por el Gabinete de Desarrollo Rural del Valle de Güímar, se ha realizado sobre la base de los siguientes objetivos:

- Analizar la situación actual de la Agricultura Ecológica tanto desde el punto de vista de la Oferta, de la Demanda y, a su vez de la Comercialización.
- Establecer la problemática real a la que se enfrenta la Agricultura Ecológica.
- Definir diferentes líneas de actuación para fomentar la producción así como la elaboración, la comercialización y, principalmente, el consumo de los productos ecológicos.
- Tratar de implementar las líneas de actuación definidas.
- Llevar a cabo una labor informativa con respecto al consumidor:
  - ¿Qué es la Agricultura Ecológica?
  - ¿Por qué consumir alimentos ecológicos?
  - ¿Quién regula y controla la Agricultura Ecológica?
  - ¿Cómo podemos reconocer un alimento ecológico?
  - ¿Dónde conseguir estos productos?

La zona de estudio abarcó en un primer momento el Valle de Güímar (Güímar, Arafo y Candelaria), ampliándose posteriormente a los municipios de Tacoronte, El Sauzal y La Matanza de Acentejo.

Si bien los estudios previos realizados sólo han contemplado la situación de la Agricultura Ecológica en cuanto a lo que oferta se refiere, este estudio va más allá pues abarca también la situación de la demanda así como los mecanismos de distribución y comercialización.

Como pequeña incursión en el análisis de la posible problemática a la que se enfrentan los diferentes segmentos que componen este estudio, se establecieron los siguientes puntos de referencia:

- Desde el punto de vista de la producción:
  - Dificultades prácticas en cuanto a desconocimiento de técnicas para combatir determinadas plagas.
  - Coste de acondicionamiento del terreno y resto de instalaciones.
  - Dificultad a la hora de encontrar materias primas ecológicas, tales como piensos, semillas,...
- Desde el punto de vista de la distribución y comercialización:
  - Poca normalización del producto en cuanto a tamaño, apariencia, etc.
  - Clara diferencia entre el número de distribuidores y de productores.

- Falta de asociacionismo entre los productores que permita buscar nuevas vías de comercialización y, a su vez, una mayor información entre los mismos.
- Reparto diferencial entre la zona Norte y la zona Sur de la isla, tanto por la parte de producción como por la parte de la distribución.
- Competencia entre los dos tipos de venta: Convencional versus Ecológica.
- Desde el punto de vista del consumidor:
  - Productos aparentemente poco atractivos.
  - Dificil capacidad de diferenciación respecto de los productos convencionales; calidad real y calidad apreciada por el consumidor.
  - Excesiva diferencia de precios entre el producto convencional y el producto ecológico.
  - Escasez de información en cuanto a la Agricultura Ecológica y sus objetivos.

## 2. Muestra poblacional.

En cada uno de los segmentos de estudio se establecieron los siguientes componentes:

- **OFERTA.** Compuesta por agricultores convencionales y ecológicos.
- **DEMANDA.** Compuesta por:
  - **Consumidores intermedios:** residencias de la 3ª edad, guarderías infantiles, hoteles, casas rurales y restaurantes.
  - **Consumidores finales:** compradores habituales de supermercados, superservicios, autoservicios (fruterías, ventas y tiendas tradicionales), herboristerías, mercados y mercadillos.
- **COMERCIALIZACIÓN.** Este segmento se compone, en su mayor parte, por los mismos establecimientos comerciales que se definieron para la obtención de los datos referentes a consumidores finales pero, en este caso, los encuestados son los dueños de los establecimientos o aquellas personas encargadas del aprovisionamiento del mismo. En concreto son: supermercados, superservicios, autoservicios (fruterías, ventas y tiendas tradicionales), herboristerías, mercados, mercadillos y gangocheros.

En cuanto al procedimiento de muestreo se recurrió a:

- Listado de agricultores ecológicos cedido por el Consejo Regulador de la Agricultura Ecológica de Canarias (CRAE).
- Muestreo aleatorio simple basado en el listado de agricultores convencionales cedido por la Agencia de Extensión Agraria de Güímar.
- Listado del Censo del Impuesto de Actividades Económicas (I.A.E.) cedido por la Cámara de Comercio de Santa Cruz de Tenerife, para comerciante minoristas y consumidores intermedios.
- Muestreo aleatorio simple para consumidores finales.



El total de encuestas previstas y realizadas en cada una de las zonas de estudio y, atendiendo a cada uno de los segmentos a analizar, se contemplan en las siguientes tablas:

• **VALLE DE GÜÍMAR.**

	<b>ENCUESTAS PREVISTAS</b>	<b>ENCUESTAS REALIZADAS</b>
<b>CONSUMIDORES FINALES</b>	550	543
<b>CONSUMIDORES INTERMEDIOS</b>	131	68
<b>COMERCIANTES MINORISTAS</b>	97	60
<b>AGRICULTORES ECOLÓGICOS</b>	9	7
<b>AGRICULTORES CONVENCIONALES</b>	9	9
<b>TOTAL</b>	796	687

• **ZONA NORTE.**

	<b>ENCUESTAS PREVISTAS</b>	<b>ENCUESTAS REALIZADAS</b>
<b>CONSUMIDORES FINALES</b>	550	550
<b>CONSUMIDORES INTERMEDIOS</b>	168	125
<b>COMERCIANTES MINORISTAS</b>	102	72
<b>AGRICULTORES ECOLÓGICOS</b>	12	12
<b>AGRICULTORES CONVENCIONALES</b>	12	12
<b>TOTAL</b>	844	771

### III. Evolución histórica de la Agricultura Ecológica.

#### 1. Evolución de operadores de la Agricultura Ecológica.

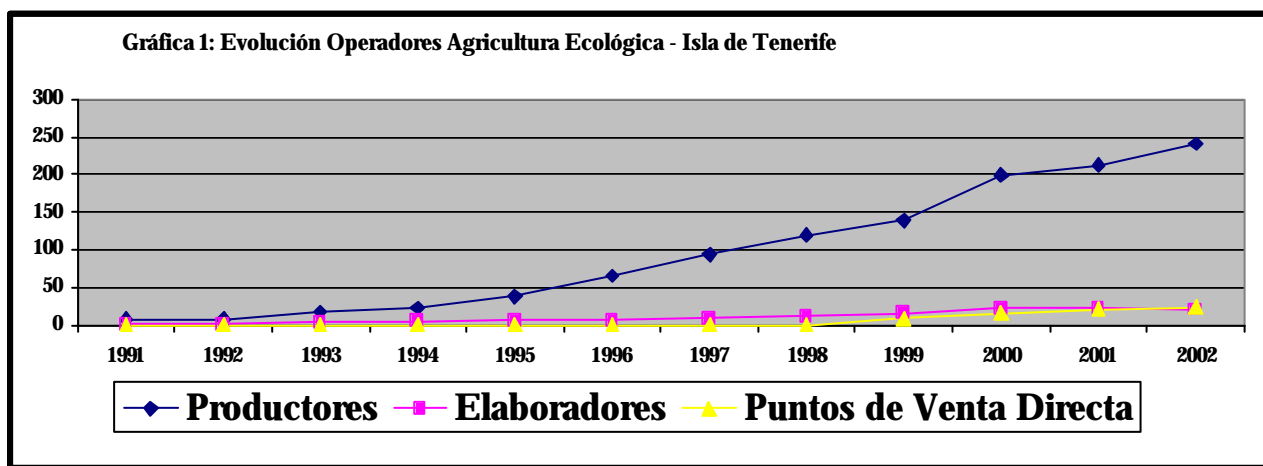
En Agricultura Ecológica hay tres tipos de operadores: productores, elaboradores y puntos oficiales de venta directa.

##### A) Isla de Tenerife.

En la isla de Tenerife las primeras inscripciones de productores y elaboradores ecológicos se producen en el año 1991, sin embargo, los puntos oficiales de venta directa no hacen su aparición hasta el año 1999, lo que se podría traducir en un futuro problema de distribución y comercialización, como más adelante se expondrá en los resultados del estudio llevado a cabo.

En la gráfica 1, correspondiente a la evolución de operadores de la isla de Tenerife, se puede observar un crecimiento ralentizado desde 1991 hasta 1995, año en el que ni siquiera se llega a los 50 operadores en el total de la isla. No obstante, es a partir de dicho año cuando se produce un mayor despegue contando a finales del año 2002 con un total de 285 operadores distribuidos de la siguiente manera:

- Productores: 241
- Elaboradores: 20
- Puntos oficiales de venta directa: 24



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del CRAE.

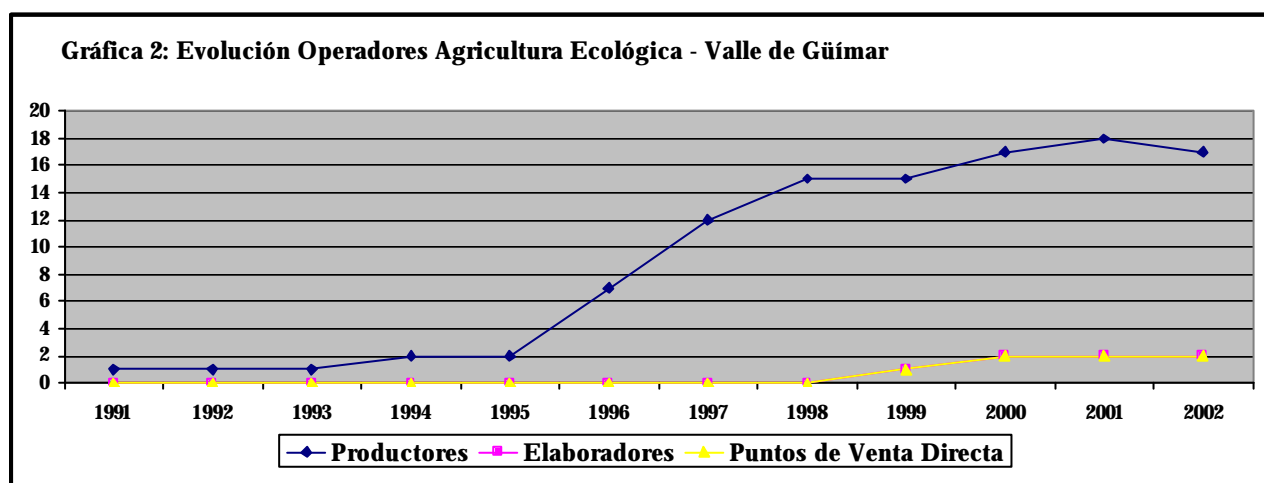


## B) Valle de Güímar.

Si se observa la gráfica 2, correspondiente a la evolución de operadores en el Valle de Güímar, que comprende los municipios de Arafo, Candelaria y Güímar, se puede constatar un comportamiento similar al global de la isla, es decir, un lento crecimiento durante el período 1991-1995 (sólo dos productores en el Valle) para, posteriormente, producirse un rápido despegue llegando en sólo dos años a contar con un total de 12 productores. A partir de 1997, el crecimiento se ralentiza un poco siendo, a finales del año 2002, la cifra total de operadores de 21:

- Productores: 17 localizados mayoritariamente en el municipio de Güímar (9).
- Elaboradores: 2 correspondientes al municipio de Arafo.
- Puntos oficiales de venta directa: 2 uno situado en el municipio de Güímar y el otro en el municipio de Candelaria.

Es destacable que, como se puede observar en la gráfica, el primer punto oficial de venta directa registrado en el Valle de Güímar data de 1999, lo que, como anteriormente se había citado, puede vislumbrar un problema de distribución y comercialización de los productos ecológicos del Valle.



**Fuente: Elaboración propia a partir de datos del CRAE.**

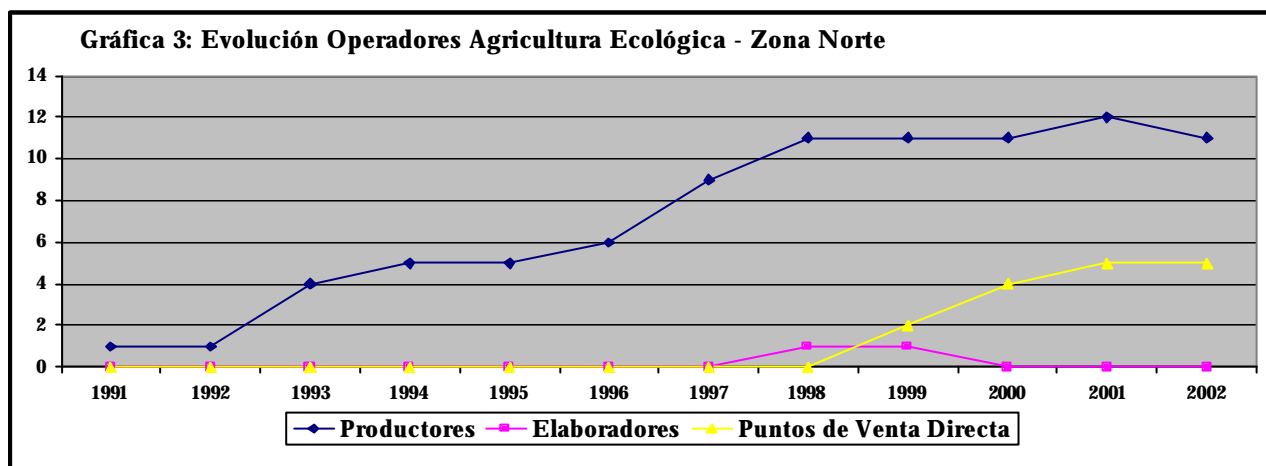
## C) Zona Norte.

Esta zona de estudio corresponde a los municipios de Tacoronte, El Sauzal y La Matanza de Acentejo.

En la gráfica 3, correspondiente a la evolución de operadores de estos tres municipios, se observa un crecimiento más moderado en el transcurso del período estudiado (1991-2002), si bien es destacable, al igual que en las anteriores gráficas, la tardía aparición de los puntos oficiales de venta directa, que en esta zona se produce igualmente en el año 1999.

A finales del año 2002, en esta zona sólo se cuenta con un total de 16 operadores:

- Productores: 11, localizados mayoritariamente en el municipio de Tacoronte (10).
- Puntos oficiales de venta directa: 5, cuatro situados en el municipio de Tacoronte y el otro en el municipio de La Matanza de Acentejo.



**Fuente: Elaboración propia a partir de datos del CRAE.**

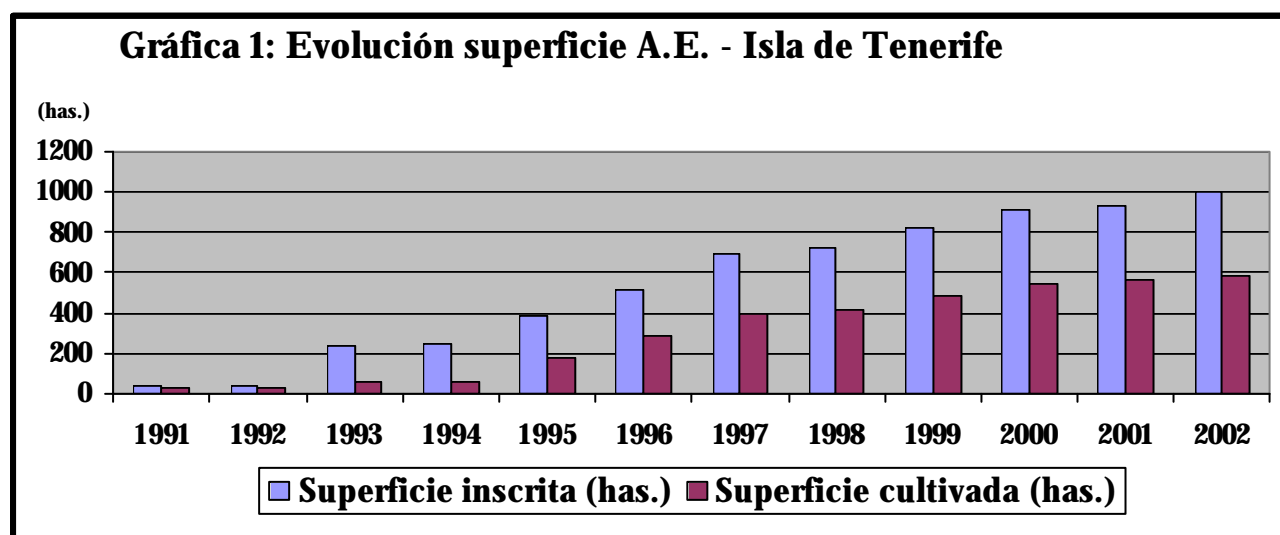
A modo de resumen, se podría constatar que el número de operadores tanto del Valle de Güímar como de la Zona Norte estudiada, representa sólo un 7,37% y un 5,61% respectivamente, del total de operadores de la Isla de Tenerife, a finales del año 2002.

## 2. Evolución superficie agrícola ecológica.

Centrándonos en la evolución de la superficie agrícola ecológica de la isla de Tenerife, un dato curioso a resaltar es la diferencia existente entre la superficie inscrita en agricultura ecológica y la superficie realmente destinada al cultivo. Esto es debido en parte a la existencia de fincas con una superficie considerable pero siendo sólo cultivable una parte de la misma, que generalmente suele ser muy inferior al total inscrito, ya sea porque el espacio cultivable está inserto en zona de barranco o bien, por tener cultivos como frutales o viñas aislados. Se considera inscrita toda la superficie de la misma, aunque sólo se registra como cultivable aquella parte de la misma destinada a tal fin. Ésto podría entenderse como un medio más fácil para acceder a las subvenciones y ayudas que se otorgan a los agricultores ecológicos, sin embargo, según el Consejo Regulador de la Agricultura Ecológica de Canarias, este tipo de ayudas sólo se conceden por terreno cultivado en detrimento del terreno inscrito para llevar a cabo esta actividad.

### A) Isla de Tenerife.

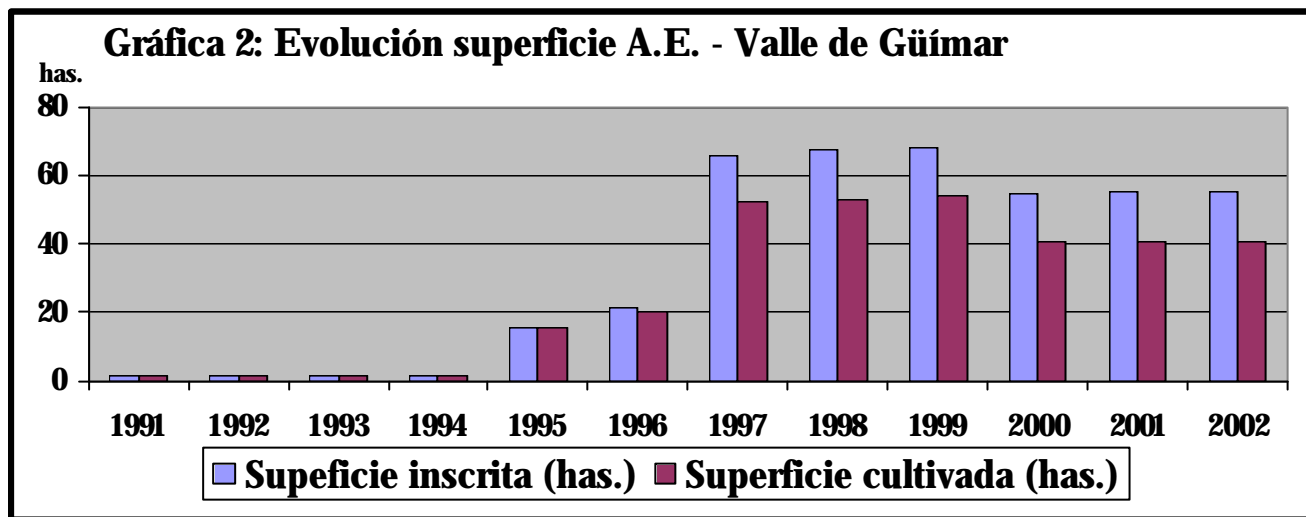
Como se puede observar en la siguiente gráfica, durante los dos primeros años de estudio (1991-1992) la superficie destinada a la agricultura ecológica superaba mínimamente las 40 hectáreas en el total de la isla, siendo a partir de ese período cuando se produce un rápido crecimiento de la superficie inscrita llegando en 1993 a superar las 200 hectáreas. A finales del año 2002 se contaba con un total de 996 hectáreas de superficie ecológica. Sin embargo, en ninguno de los años de estudio la superficie ecológica inscrita coincide con la superficie ecológica realmente cultivada, no llegando esta a superar el 60% de la superficie ecológica total inscrita en los últimos años de estudio.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del CRAE.

## B) Valle de Güímar.

En la gráfica 2, correspondiente a la evolución de la superficie agrícola ecológica en el Valle de Güímar, se puede apreciar como en los primeros años de estudio, hasta 1995 la superficie ecológica inscrita y cultivada coinciden, a partir de este año, se producen diferencias entre ambas superficies, pero sin embargo, al contrario que en el resto de la Isla, la superficie ecológica cultivada representa entre un 75% y un 80% de la inscrita.

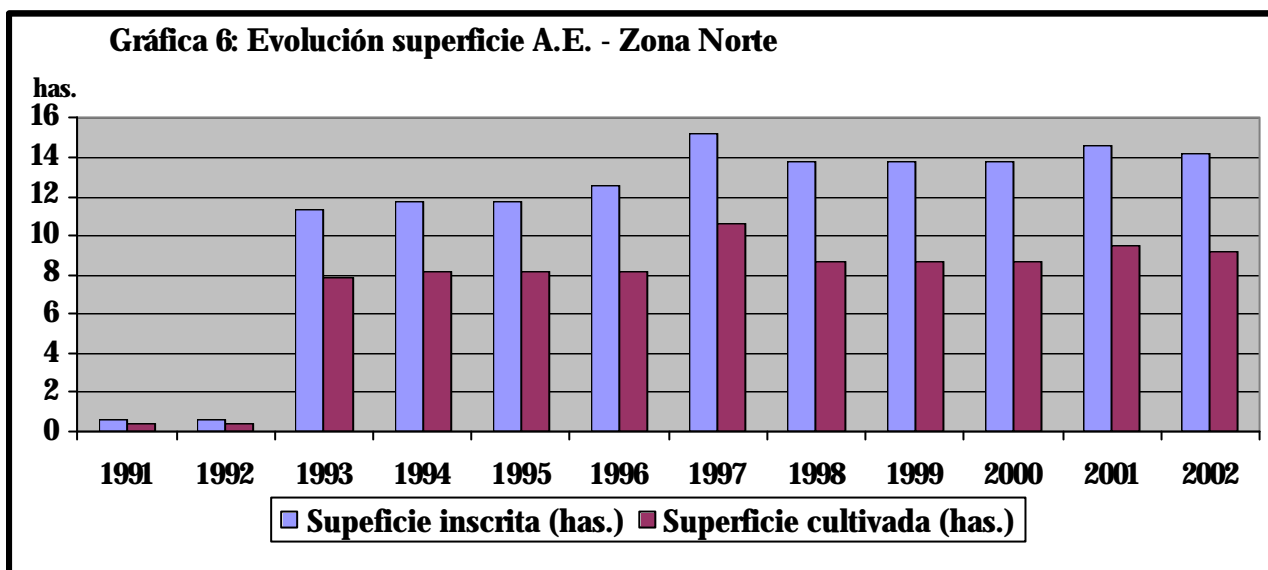


Fuente: Elaboración propia a partir de datos del CRAE.

A finales del año 2002, el Valle de Güímar cuenta con casi 55 hectáreas de superficie ecológica inscrita, siendo la superficie realmente cultivada de alrededor de 41 hectáreas. Estas cifras representan sólo el 5,52% y el 6,96% del total de la superficie ecológica inscrita y cultivada de la Isla de Tenerife respectivamente.

## C) Zona Norte.

A diferencia del Valle de Güímar, la Zona Norte (Tacoronte, El Sauzal y La Matanza de Acentejo) se caracteriza por un nivel de superficie ecológica inscrita y cultivada significativamente inferior. Como se puede apreciar en la gráfica 6, entre los años 1991 y 1992, la superficie ecológica inscrita no llega ni siquiera a ser de una hectárea en la suma de los tres municipios objeto de estudio. Es a partir de 1993 cuando se produce un rápido incremento, llegando a tomar el mayor valor en el año 1997 con algo más de 15 hectáreas. También se producen diferencias entre las superficies ecológicas inscritas y cultivadas, representando esta última entre un 62% y un 70% de la inscrita.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del CRAE.

A finales del año 2002, la Zona Norte cuenta con algo más de 14 hectáreas de superficie ecológica inscrita, siendo la superficie realmente cultivada de 9,23 hectáreas. Estas cifras representan sólo el 1,43% y el 9,23% del total de la superficie ecológica inscrita y cultivada de la Isla de Tenerife respectivamente.

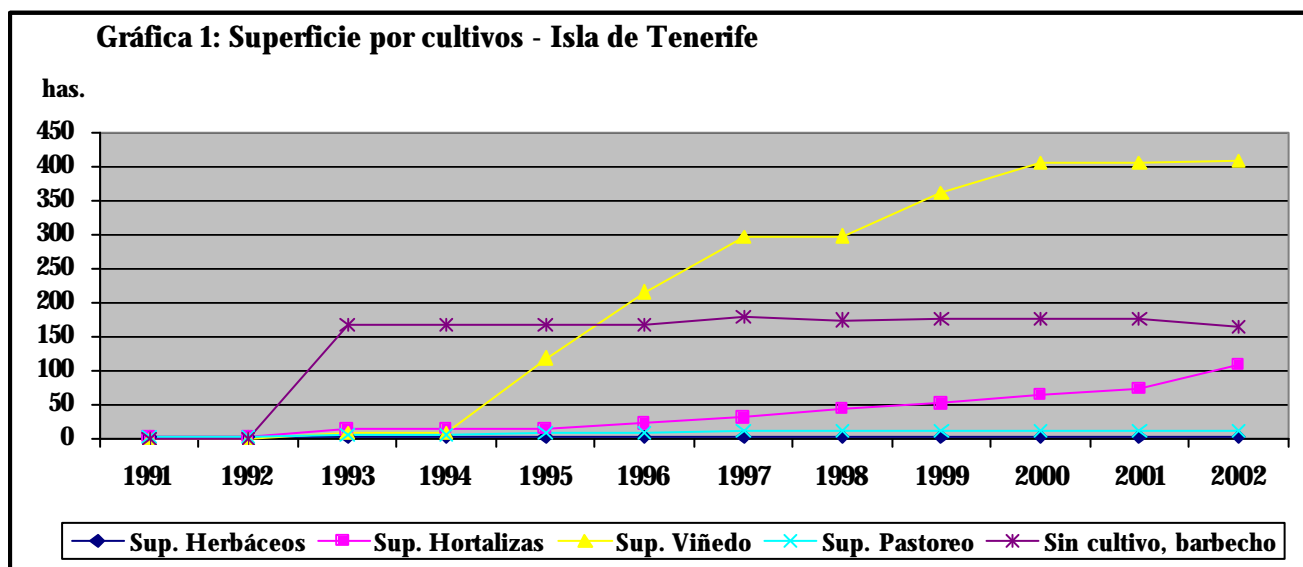
### 3. Evolución cultivos agrícolas ecológicos.

Para el estudio de los distintos cultivos ecológicos que se vienen produciendo en la Isla de Tenerife desde 1991, se ha seguido la misma clasificación utilizada por el Consejo Regulador de la Agricultura Ecológica (CRAE):

- Superficie de herbáceos.
- Superficie de hortalizas.
- Superficie de viñedos.
- Superficie de pastoreo.
- Superficie sin cultivo o en barbecho.
- N° de frutales de regadío.
- N° de frutales de secano.

#### A) Isla de Tenerife.

La gráfica 1, muestra la evolución de los diferentes cultivos ecológicos que se producen durante los años (1991-2002) en la Isla de Tenerife. Como se puede observar el cultivo predominante es la viña, el cual presenta un mayor crecimiento a partir del año 1994, donde se pasa de casi 9 hectáreas en toda la Isla de Tenerife, a cerca de 119 en un solo año. Si bien hay que destacar que los datos de la superficie de viñedo son aproximados ya que se da la circunstancia de encontrar cepas aisladas en montes, barrancos o dispersas en otras parcelas de cultivo, por lo que es muy difícil cuantificar la superficie que ocupan las mismas. A finales del año 2002 la cota que alcanza la superficie de viñedo es de cerca de 409 hectáreas.

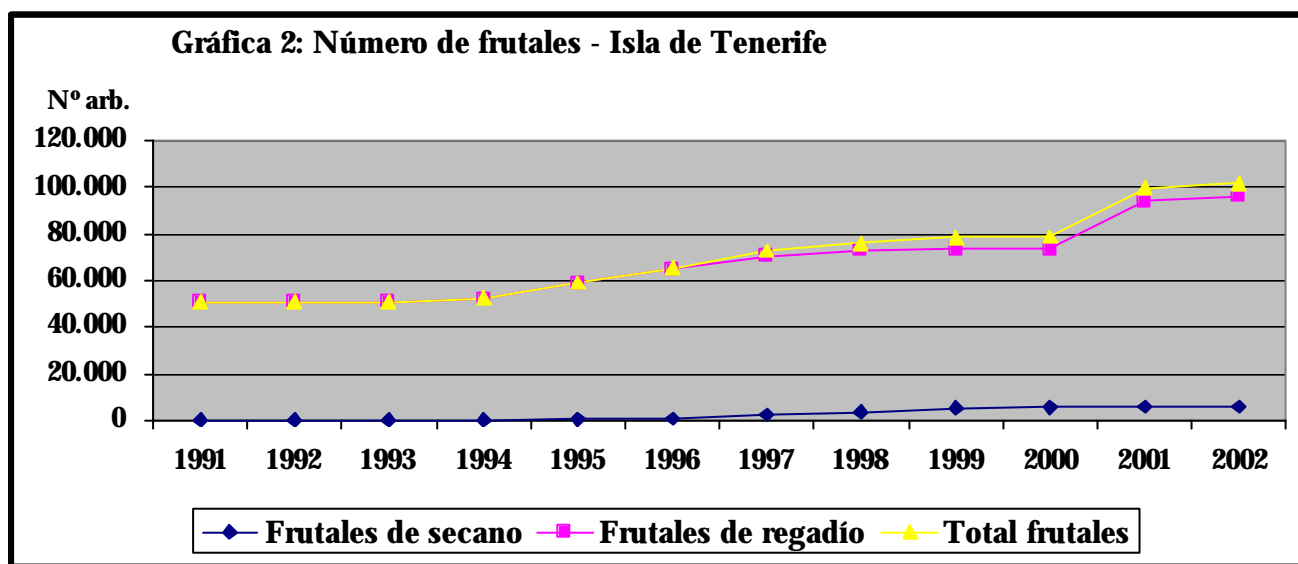


Fuente: Elaboración propia a partir de datos del CRAE.

Una importancia relevante también tiene la superficie sin cultivar o destinada a barbecho y baldíos. A partir de 1993 estos terrenos experimentan un mayor despegue, alcanzando a finales del año 2002 algo más de 164 hectáreas.

También es destacable el crecimiento algo más pausado en el cultivo de hortalizas que en el año 2002 llega a contar con cerca de 109 hectáreas.

En cuanto a los frutales no se ha podido especificar la superficie concreta que ocupan ya que muchos de ellos, al igual que en el caso de la viña, se encuentran dispersos en montes, barrancos o bien aislados en parcelas de otros cultivos. Es por ello por lo que la siguiente gráfica muestra la evolución, en cuanto al número de frutales, de aquellos que constan en los registros del Consejo Regulador de Agricultura Ecológica (CRAE).



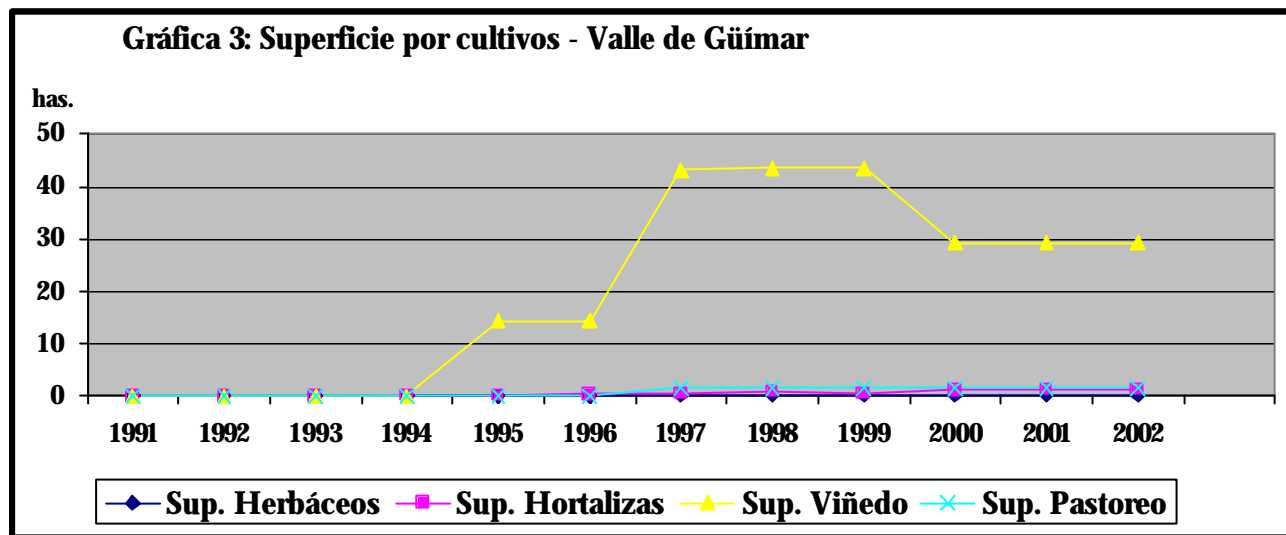
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del CRAE.

Como se puede apreciar en la gráfica 2, el número de frutales a final del año 2002 es de cerca de 102.000 unidades, correspondientes al conjunto de frutales de secano y de regadío. Si bien un dato destacable es la escasa proporción de frutales de secano, cuya representación en el último año estudiado no llega a alcanzar el 6% del total.

## B) Valle de Güímar.

En cuanto al Valle de Güímar, el tipo de cultivo a destacar es sin duda la viña, que empieza a desarrollarse a partir de 1995 con unas 14 hectáreas y llegando a alcanzar algo más de 29 hectáreas a finales del año 2002. Si bien en el período comprendido entre los años (1995-1996), el cultivo de la viña se concentra sólo en el municipio de Arafo, a partir de este período aparece también en el municipio de Güímar. Es destacable, sin duda alguna, la disminución sufrida en el municipio de Arafo en cuanto al cultivo de viñedo en el año 2000, el cual pasa de ser algo más de 15 hectáreas a contar con menos de una

hectárea. Esto conlleva la mayor relevancia de este cultivo en el municipio de Güímar que llega a representar, en los tres últimos años de estudio, algo más del 97% del cultivo total.



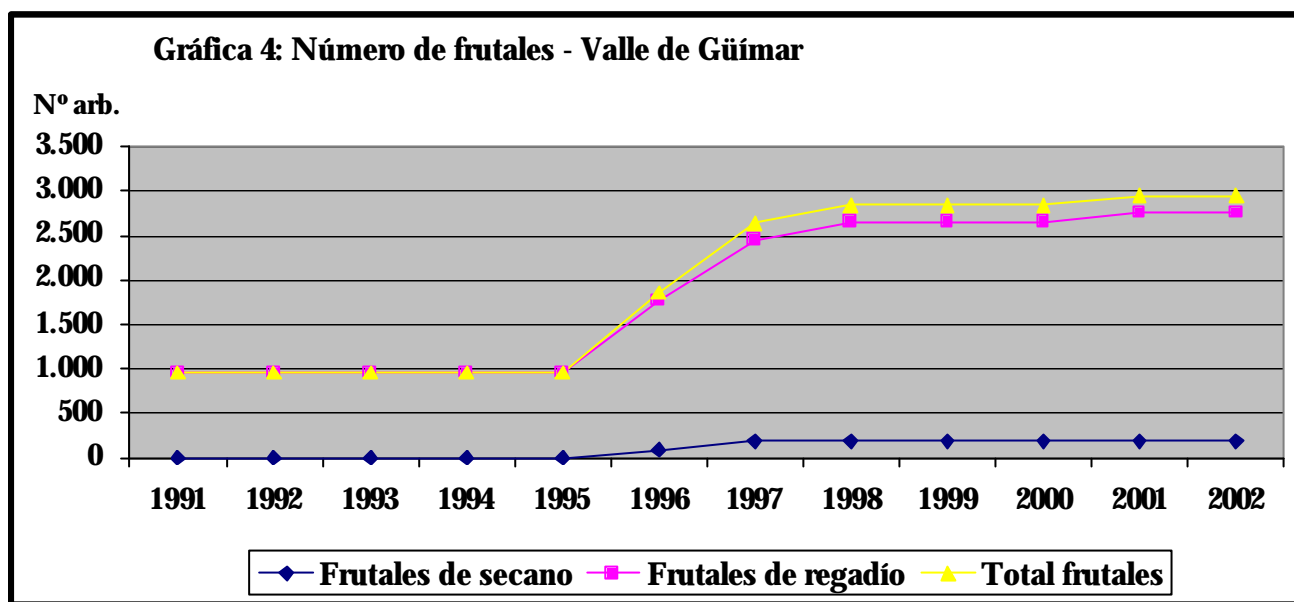
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del CRAE.

Los demás cultivos tienen un crecimiento poco representativo respecto de la viña, no llegando en algunos casos a alcanzar la hectárea de terreno.

Como nota significativa destacar que en el municipio de Candelaria sólo se cuenta con cultivo de hortalizas desde el año 1998, siendo la superficie del mismo inferior a una hectárea.

En cuanto al número de frutales, como se puede apreciar en la gráfica 4, a final del año 2002 es de 2.946 unidades, de las que 186 corresponden a frutales de secano y 2.760 a frutales de regadío. El número de frutales del Valle representa sólo un 2,89% del total de frutales registrados en la Isla de Tenerife. Se puede apreciar un comportamiento similar al del resto de la isla, en cuanto a la escasa proporción de frutales de secano respecto al total de frutales, siendo su representación, en el último año estudiado, de algo más del 6% del total.





Fuente: Elaboración propia a partir de datos del CRAE.

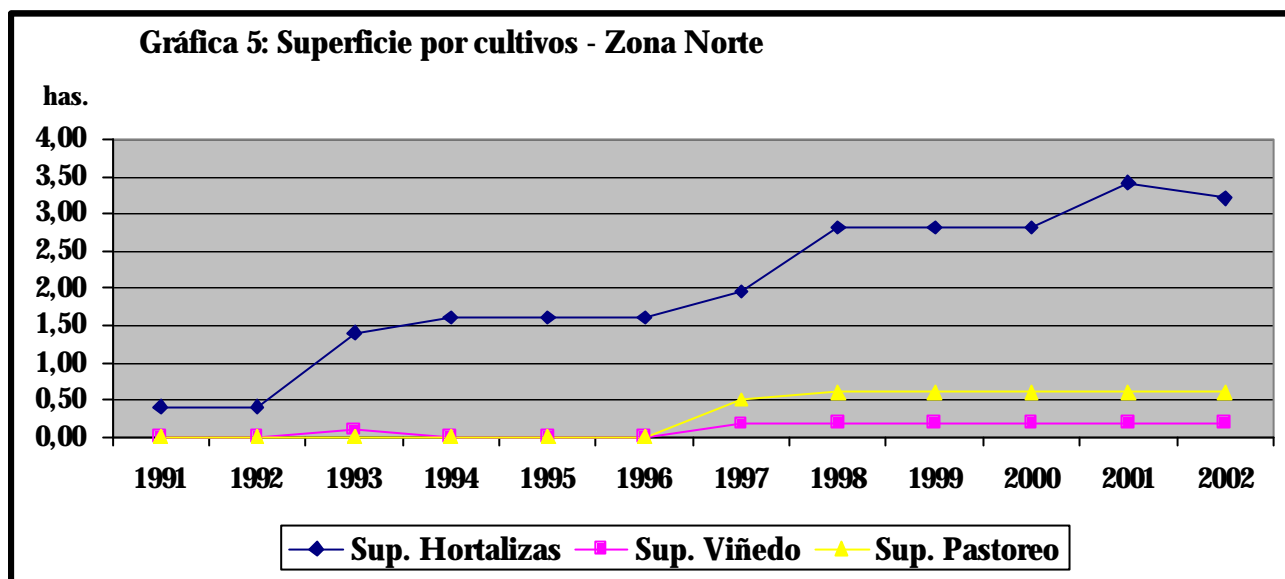
Hasta el año 1995, sólo el municipio de Arafo cuenta con frutales, siendo todos de regadío, alcanzando una cifra total de 956. A partir de ese año, el mayor número de frutales de regadío se concentra en el municipio de Güímar, contando con 1.449 frutales a final del año 2002, lo que representa algo más del 50% del total de frutales de regadío del Valle de Güímar.

En cuanto a los frutales de secano, éstos sólo se concentran en los municipios de Arafo y Candelaria, contando con 86 y 100 frutales respectivamente desde el año 1997 hasta el final del período estudiado.

### C) Zona Norte.

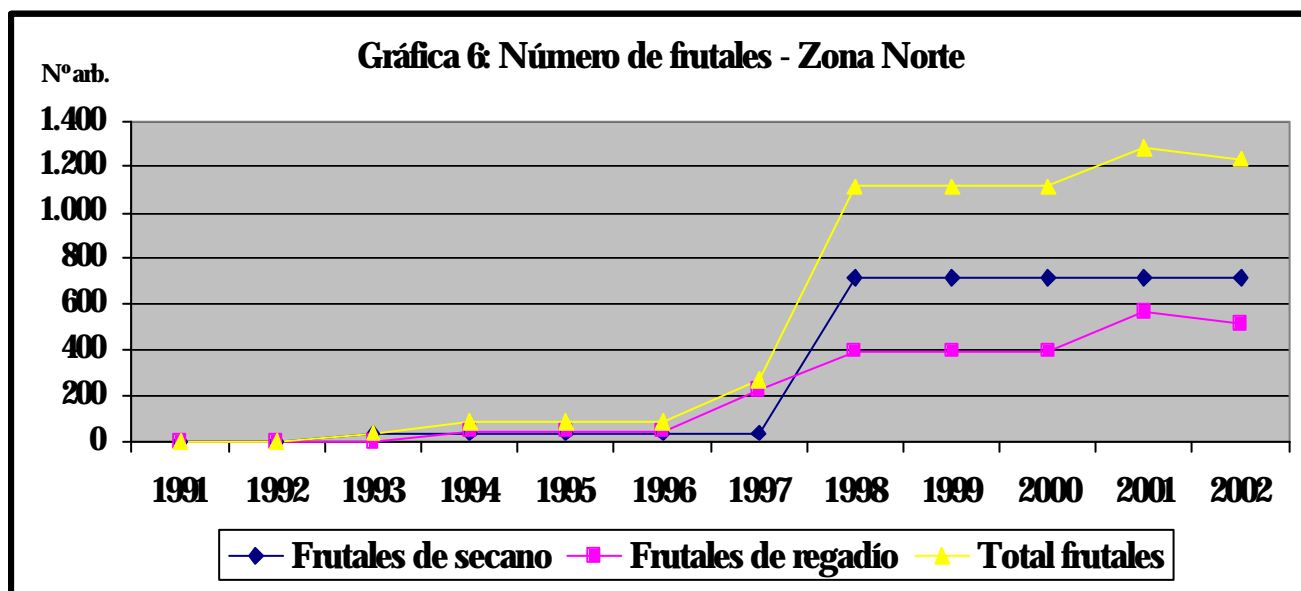
En la Zona Norte se observa una diferencia significativa con respecto al Valle de Güímar, en cuanto a la superficie que ocupan los distintos cultivos ecológicos que predominan en la zona. Como se puede apreciar en la siguiente gráfica, tanto la superficie de viñedo como la de pastoreo no llega a alcanzar en ningún momento del período estudiado la hectárea, y sólo es el cultivo de hortalizas el que llega a final del año 2002 a contar con algo más de 3 hectáreas.

Todos estos cultivos están concentrados en el municipio de Tacoronte, si bien el municipio de El Sauzal cuenta con 600 m<sup>2</sup> de cultivo de hortalizas a partir del año 1998.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del CRAE.

En cuanto al número de frutales, como se puede apreciar en la gráfica 6, a final del año 2002 es de 1.234 unidades, de las que 717 corresponden a frutales de secano y 517 a frutales de regadío. El número total de frutales de la Zona Norte representa sólo un 1,21% del total de frutales registrados en la Isla de Tenerife. Aquí se puede apreciar una diferencia significativa con respecto al Valle de Güímar y al resto de la Isla de Tenerife, ya que la proporción de frutales de secano es mayor que la proporción de frutales de regadío.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del CRAE.



En el año 1998, el municipio de El Sauzal cuenta con sus primeros frutales ecológicos, todos ellos de secano, alcanzando una cifra total de 664, que se mantendrá hasta el final del período estudiado. En el municipio de Tacoronte se registran frutales de secano desde el año 1993, aunque en una menor proporción, contando durante el período (1993-1997) con una cifra de 40 y, durante el período (1998-2002) con una cifra de 53. A partir del año 1994, los frutales de regadío existentes en la Zona Norte se concentran sólo en el municipio de Tacoronte, sufriendo el mayor incremento de los mismos en el año 1997, en el cual se pasará de los 50 a los 229 frutales de regadío, cifra que seguirá en aumento en los posteriores años, llegando a alcanzar una cifra total de 517 frutales de regadío a finales del año 2002.



## **IV. Conclusiones generales.**

1. Gran desconocimiento sobre Agricultura Ecológica (concepto, normas de producción, garantías de control,...), así como de la identificación de los productos obtenidos de esta práctica agrícola, tanto desde el punto de vista de la oferta como de la demanda.
2. Escasa o nula publicidad de la producción agrícola ecológica llevada a cabo en cada una de las zonas de estudio.
3. Problemas de comercialización derivados de la dificultad de localización de los productos ecológicos en el mercado, así como de una limitada presencia en los establecimientos habituales de compra y, de un desconocimiento generalizado sobre la ubicación de los Puntos Oficiales de Venta de los productos ecológicos.
4. Predisposición muy positiva hacia el consumo de productos ecológicos, considerando una mayor presencia de los mismos en los establecimientos habituales de compra de los consumidores finales.
5. Limitados mecanismos de formación e información destinados al agricultor, en cuanto a Agricultura Ecológica se refiere.
6. Dificultades administrativas para los agricultores en cuanto a la falta de apoyo tanto en materias de ayudas y subvenciones a la práctica agrícola ecológica, como en la comercialización de los productos obtenidos mediante la misma.
7. Sentimiento de desamparo por parte del agricultor, debido a la falta de actuación del Consejo Regulador de la Agricultura Ecológica (CRAE), en cuanto a control, formación, concesión de ayudas y subvenciones,...
8. Dificultad de localización de materias primas ecológica tales como semillas, piensos, ... y elevado coste de las mismas.
9. Falta de mayor asociacionismo entre los agricultores debido principalmente a la divergencia de los objetivos individuales y, al no existir un objetivo común claramente definido.
10. Política de etiquetaje no demasiado clara, principalmente en los productos comercializados a granel.

## V. Valle de Güímar

### 1. Conclusiones consumidor final.

Una vez analizados los resultados obtenidos de las encuestas realizadas al segmento de consumidores finales, se puede establecer las siguientes conclusiones:

1. Se puede constatar un elevado desconocimiento de lo que es y representa la Agricultura Ecológica, así como de los productos ecológicos y su diferenciación respecto a los productos convencionales. Aunque un porcentaje muy elevado de encuestados admite saber lo que es la Agricultura Ecológica, la mayoría sólo identifica esta práctica con la no-utilización de venenos en los cultivos, sin ahondar más en normas de producción, garantías de control, etiquetado, ...
2. El 57% de los encuestados no sabe cómo distinguir los productos ecológicos. Del restante 43%, sólo un 32% los distingue correctamente a través del sello del Consejo Regulador de la Agricultura Ecológica (CRAE), mientras que el 68% utiliza la apariencia del producto, el sabor, el olor, ... como métodos de diferenciación que, como ya se puntualizó en el estudio, pueden ser erróneos o engañosos. Son los encuestados con edades comprendidas entre 26 y 35 años, los que presentan el mayor porcentaje en cuanto a la diferenciación de productos ecológicos a través del sello del CRAE.
3. Los encuestados consideran como beneficios más importantes de los productos ecológicos la salubridad de los mismos y el no contener productos químicos. Por el contrario los beneficios considerados menos importantes son el tener más elementos nutritivos y mejor sabor.
4. Sólo un 27% de los encuestados admite conocer los productos ecológicos que se producen en el Valle de Güímar, siendo las hortalizas, las frutas y las papas los cultivos reconocidos con un mayor porcentaje.
5. En cuanto a la compra de productos ecológicos, alrededor de un 35% de los encuestados admitieron comprar o haber comprado alguna vez productos ecológicos, siendo los motivos principales por orden de frecuencia los siguientes:
  - Porque son más sanos.
  - Porque son más naturales.
  - Porque son más sabrosos.
6. Las razones principales del 65% de encuestados que afirmaron no comprar productos ecológicos son, por orden de frecuencia, las siguientes:
  - Porque no se venden donde suelo comprar.
  - No los conozco lo suficiente.
  - Son difíciles de encontrar.



7. En cuanto a la asiduidad en el consumo de productos ecológicos, el mayor porcentaje de encuestados que compran o han comprado alguna vez este tipo de productos, afirma que consumen frutas y verduras, en su mayor parte, cuando las encuentran. En menor porcentaje se encontraría la opción semanal.
8. El 60% de los encuestados que compran productos ecológicos prefiere realizar la compra en los municipios que integran el Valle de Güímar, siendo algo más del 36% los que prefieren comprar fuera del Valle.
9. Los encuestados prefieren realizar la compra ecológica en los mercadillos, representando esta opción un 35%, seguidamente se encuentran aquellos que se dirigen directamente a las fincas a comprar estos productos, siendo algo más de un 18%.
10. Sólo un 11% de encuestados afirma saber que es el Consejo Regulador de la Agricultura Ecológica (CRAE) y cuales son sus funciones, destacando principalmente la de garantizar un adecuado etiquetaje y envasado y, certificar la autenticidad de los productos ecológicos.
11. Sólo un 39% de los encuestados que compran productos ecológicos, afirma exigir el sello de garantía del CRAE a la hora de realizar su compra.
12. La predisposición hacia el consumo es muy positiva. De los encuestados que afirmaron no haber comprado productos ecológicos, algo más del 79% estaría dispuesto a comprarlos si se vendieran en su establecimiento habitual de compra, de igual manera ocurre con los que afirmaron haber comprado este tipo de productos representando un 98% de los mismos. En cuanto al precio, algo más de un 95% estaría dispuesto a pagar lo mismo o más por un producto ecológico que por un producto convencional, frente a sólo un 5% que afirma que pagaría menos. Si el producto se vendiera en los establecimientos habituales de compra, cerca del 95% de los encuestados estaría dispuesto a comprarlo aunque éste fuese más caro que el convencional.
13. El consumidor final presenta un alto grado de desconocimiento de los Puntos Oficiales de Venta de productos ecológicos situados en el Valle de Güímar, en concreto un 95% de los encuestados no conocen la existencia de los mismos.
14. El 98% de encuestados considera que no hay información sobre Agricultura Ecológica o, que la misma es escasa. Al 91% le gustaría recibir mayor información sobre este tema y, el 97% considera que sería importante organizar ferias o degustaciones para dar a conocer los productos ecológicos producidos en el Valle de Güímar.

## 2. Conclusiones consumidor intermedio.

Una vez analizados los resultados obtenidos de las encuestas realizadas al segmento de consumidores intermedios, se puede establecer las siguientes conclusiones:

1. Se puede constatar un elevado desconocimiento de lo que es y representa la Agricultura Ecológica, así como de los productos ecológicos y su diferenciación respecto a los productos convencionales. Aunque un porcentaje muy elevado de encuestados admite saber lo que es la Agricultura Ecológica, la mayoría sólo identifica esta práctica con la no-utilización de venenos en los cultivos, sin ahondar más en normas de producción, garantías de control, etiquetado, ...
2. Más del 51% de los encuestados no sabe cómo distinguir los productos ecológicos. Sólo un 33% los distingue correctamente a través del sello del Consejo Regulador de la Agricultura Ecológica, (CRAE), mientras que el 67% utiliza la apariencia del producto, el sabor, el olor,... como métodos de diferenciación que, como ya se puntualizó en el estudio, pueden ser erróneos o engañosos.
3. Sólo un 28% de los encuestados admite conocer los productos ecológicos que se producen en el Valle de Güímar, siendo las hortalizas y las frutas los productos reconocidos con un mayor porcentaje.
4. Un 21% de los encuestados reconocen ofrecer o haber ofrecido en sus establecimientos productos ecológicos, siendo los motivos principales por orden de frecuencia los siguientes:
  - Porque son más sanos.
  - Porque son más naturales.
  - Porque son más sabrosos.
5. Las razones principales del 79% de encuestados que afirmaron no ofrecer productos ecológicos son, por orden de frecuencia, las siguientes:
  - Porque no los conozco lo suficiente.
  - Porque no se venden donde suelo comprar.
  - Porque son muy caros.
6. Los productos ofrecidos que representan un mayor porcentaje son las hortalizas, las frutas y las papas.
7. El 21% de los encuestados que ofrecen productos ecológicos afirma adquirirlos tanto dentro como fuera del Valle de Güímar, sin que haya ninguna preferencia clara al respecto.
8. La compra de productos ecológicos a mayoristas es la opción más recurrida representando un 60% del total, seguida de aquellos encuestados que se dirigen directamente a las fincas a comprar estos productos.



9. Con un 43% el período de abasto más frecuente es el semanal, seguido de la opción reposición de existencias con un 36%.
10. En cuanto a la presentación del producto, el 100% de los encuestados afirma que prefieren el granel para productos perecederos, mientras que para productos no perecederos se prefiere con casi un 67% el envasado.
11. El contado es la fórmula de pago más utilizada por los encuestados representando un 93%.
12. Sólo un 9% de encuestados afirma saber que es el Consejo Regulador de la Agricultura Ecológica (CRAE) y cuales son sus funciones, destacando principalmente la de certificar la autenticidad de los productos ecológicos y, garantizar un adecuado etiquetaje y envasado
13. El 53% de encuestados consideran que sus clientes apreciarían la presencia de productos ecológicos en sus establecimientos.
14. Un 63% consideran que la presencia de productos ecológicos les afectaría de forma favorable por los siguientes motivos:
  - Les proporcionaría una mejor imagen.
  - Les reportaría un mayor prestigio.
15. La mayoría de los encuestados estaría dispuesto a probar como responderían sus clientes ante platos elaborados con productos ecológicos, en total un 85% de los mismos.



### 3. Conclusiones comerciantes minoristas.

Una vez analizados los resultados obtenidos de las encuestas realizadas al segmento de comerciantes minoristas, se puede establecer las siguientes conclusiones:

1. Un 95% de encuestados reconoce saber lo que es la Agricultura Ecológica, aunque sólo contemplan la idea del cultivo sin la utilización de productos químicos, sin profundizar en las normas de producción, el control de estos productos o la diferenciación frente a los productos obtenidos llevando a cabo prácticas convencionales de cultivo.
2. El 60% de los encuestados no sabe cómo distinguir los productos ecológicos. Del restante 40%, sólo un 22% distingue estos productos correctamente a través del sello del Consejo Regulador de la Agricultura Ecológica (CRAE), mientras que el 78% utiliza la apariencia del producto, el sabor, el olor,... como métodos de diferenciación que, como ya se puntualizó en el estudio, pueden ser erróneos o engañosos.
3. Sólo un 42% de los encuestados admite conocer los productos ecológicos que se producen en el Valle de Güímar, siendo las hortalizas, frutas y las papas los productos reconocidos con un mayor porcentaje.
4. Sólo un 27% de los comerciantes minoristas encuestados reconoce vender o haber vendido en sus establecimientos productos ecológicos, siendo los motivos principales por orden de frecuencia los siguientes:
  - Porque son más sanos.
  - Porque son más naturales.
  - Porque son más sabrosos.
5. Las razones principales del 73% de encuestados que afirmaron no vender productos ecológicos son, por orden de frecuencia, las siguientes:
  - Porque son muy caros.
  - Porque son difíciles de encontrar.
  - Porque no se venden donde suelo comprar.
  - Porque no me los demandan.
  - Porque no los conozco lo suficiente.
6. Los productos vendidos que representan un mayor porcentaje son las hortalizas, las frutas y, con una representación menor las papas y los huevos.
7. El 40% de los encuestados que venden productos ecológicos afirma adquirirlos en los municipios que integran el Valle de Güímar y, otro 40% afirma obtener dichos productos fuera del Valle. Un 20% compra por igual dentro y fuera de estos municipios.
8. La compra de productos ecológicos a mayoristas es la opción más recurrida representando un 63% del total, seguida de aquellos encuestados que se dirigen directamente a las fincas a comprar estos productos.



9. Con un 67% el período de abasto más frecuente es la reposición de existencias, seguido de la opción otros, que contempla con un 20% a aquellos encuestados que prefieren la reposición diaria.
10. En cuanto a la presentación del producto, el 87% de los encuestados afirma que prefieren el granel para productos perecederos, mientras que para productos no perecederos se prefiere con un 69% el envasado.
11. El contado es la fórmula de pago más utilizada por los encuestados representando un 78%.
12. Sólo un 10% de encuestados afirma saber que es el Consejo Regulador de la Agricultura Ecológica (CRAE) y cuales son sus funciones, destacando principalmente la de certificar la autenticidad de los productos ecológicos y, garantizar un adecuado etiquetaje y envasado
13. El 43% de encuestados consideran que sus clientes apreciarían la venta de productos ecológicos en sus establecimientos.
14. Un 48% consideran que la venta de productos ecológicos les afectaría de forma favorable por los siguientes motivos:
  - Les proporcionaría una mejor imagen.
  - Les reportaría un mayor prestigio.
15. Un 7% de encuestados considera que la venta de productos ecológicos les afectaría de forma desfavorable por los siguientes motivos:
  - Les ocasionaría un mayor coste.
  - No hay la suficiente demanda de productos ecológicos.
16. La mayoría de los encuestados estaría dispuesto a probar como responderían sus clientes ante la venta de productos ecológicos, en total un 70% de los mismos.

## 4. Agricultores convencionales y ecológicos

Para el análisis de este segmento se tomó una muestra similar de agricultores ecológicos y convencionales para poder analizar las diferentes dificultades que se le presentan, por una parte, a los agricultores ecológicos en el acometido de este tipo de agricultura y, por otro parte, a los agricultores convencionales a la hora de plantearse su reconversión a la agricultura ecológica.

### A) Agricultores convencionales.

Una vez analizados los resultados obtenidos de las encuestas realizadas al segmento de agricultores convencionales, se puede establecer las siguientes conclusiones:

1. El total de agricultores encuestados reconoce saber lo que es la Agricultura Ecológica aunque, sólo un 78% de los mismos afirma saber distinguir los productos obtenidos con esta práctica.
2. De esos agricultores que afirman saber distinguir entre un producto ecológico y uno convencional, el 57% reconoce estos productos por la apariencia frente a un 43% que los reconoce por medio del sello del CRAE.
3. El 100% de los agricultores encuestados afirma no saber lo qué es el CRAE. Se ha constatado que este problema de desconocimiento sobre quién y cómo se controla la producción agrícola ecológica, es común al resto de segmentos analizados en el estudio. Por lo tanto y, al igual que en esos segmentos, se crea entre los agricultores convencionales un sentimiento de fraude respecto a este tipo de producción.
4. Sólo un 22% de los agricultores encuestados reconocen haber producido alguna vez productos ecológicos, motivados por la obtención de productos más naturales sin necesidad de utilización de sustancias y abonos químicos. El restante 78% nunca ha producido este tipo de productos. Los motivos argumentados son, con un 37,50% que esta práctica agrícola no es rentable y, con el mismo porcentaje, que el coste de producción es mayor que el de la agricultura convencional. En menor medida también se contempla la escasez de información sobre prácticas para combatir, de forma natural, las plagas que afectan a los cultivos.
5. A un 78% de los agricultores encuestados les gustaría recibir mayor información técnica y, sólo un 67% estaría dispuesto a recibir asesoramiento sobre las distintas ayudas vinculadas a este tipo de producción.
6. El 100% de los agricultores convencionales encuestados opina que los consumidores no están bien informados sobre Agricultura Ecológica.
7. En cuanto a la publicidad, un 89% afirma que, en general, no se les da la suficiente a estos productos y, con respecto a los producidos en el Valle de Güimar, el 100% considera que no se les hace publicidad.

8. De todas las respuestas recogidas del total de agricultores convencionales encuestados sobre cómo se podría fomentar la producción de productos ecológicos en el Valle de Güímar, destacar en primer lugar y con un porcentaje del 37,50%, informar y asesorar a los agricultores para poder llevar a cabo este tipo de agricultura. En segundo lugar, con un 18,75%, los encuestados opinan que la administración o, en su caso, el organismo competente, debería destinar más ayudas y subvenciones a la Agricultura Ecológica. Con un 12,50% se sitúa la opción de realizar cursos de formación. Representando porcentajes significativamente inferiores nos encontramos con las siguientes opciones:
  - Hacer publicidad de los productos ecológicos.
  - La agricultura ecológica debería conllevar un menor coste.
  - Concienciar a los agricultores sobre este tipo de agricultura y sus beneficios.
  - Contar con más puntos de venta.
  
9. Las opciones dadas por los encuestados para fomentar el consumo de los productos ecológicos en el Valle de Güímar, en un 73% van encaminadas a la mayor información (36,36%) y publicidad (36,36%) que, sobre estos productos, debería darse. Una representación menos significativa tendrían las siguientes opciones:
  - Mayor número de puntos de venta.
  - Realizar ferias para dar a conocer estos productos.
  - Conceder ayudas a los agricultores para que los productos ecológicos tengan un precio menor.
  
10. El 78% de los encuestados considera que el consumo de productos ecológicos está en aumento debido a que, en su mayor parte y representado un 37,50% del total de opciones recogidas, los consumidores están más concienciados respecto a este tipo de alimentación y sus beneficios. Otras opciones con una representación significativamente inferior serían las siguientes:
  - Mayor presencia de estos productos en las tiendas.
  - Mayor variedad de productos ecológicos.
  - Se están dando a conocer en el mercado.

## **B) Agricultores ecológicos.**

El listado de agricultores ecológicos del Consejo Regulador de la Agricultura Ecológica en Canarias, fue el referente a la hora de extraer la muestra de este tipo de agricultores para su análisis. El Valle de Güímar cuenta con un total de nueve agricultores ecológicos, cinco pertenecientes al municipio de Güímar, dos pertenecientes al municipio de Arafo y dos al de Candelaria. De este listado sólo se pudieron localizar a siete agricultores en total.

Una vez analizados los resultados obtenidos de las encuestas realizadas al segmento de agricultores ecológicos, se puede establecer las siguientes conclusiones:

1. El 57% de los agricultores ecológicos encuestados afirma transformar alguno de los productos que cosecha, frente a un 43% que no realiza ningún tipo de transformación de estos productos.



2. La mermelada es, con un 50%, el producto transformado más obtenido por los encuestados. Con unos porcentajes no tan relevantes nos encontramos con las conservas, las compotas y con el vino.
3. Entre todas las respuestas obtenidas se destaca como primer destino de los productos transformados en un 40% la venta de estos productos, con otro 40% el consumo personal y, el 20% restante, el reparto entre familiares y amigos.
4. El 43% de los encuestados realiza la venta en mercadillos, seguido de un 29% que lo hace directamente en la finca. Con una proporción menor, sólo un agricultor de los encuestados, nos encontramos con la venta a elaboradores para la transformación de estos productos, concretamente en el caso de la viña, y con la venta directamente en restaurantes y casas.
5. El procedimiento de fijación de precios es muy variado, distinguiéndose las siguientes formas, sin que ninguna de ellas tenga una proporción muy significativa respecto de las demás:
  - Se lo indica el establecimiento.
  - Se fija en la asociación de agricultores ecológicos a la que pertenece.
  - Lo fija la cooperativa.
  - Se establece teniendo en cuenta los precios de los competidores.
  - Se tienen en cuenta los costes de producción a la hora de fijar precios.
6. Un 71% de los encuestados afirma tener excedentes de hortalizas y frutas en general, aunque de 2 ó 3 productos por cosecha o temporada.
7. El destino de los excedentes es variado, siendo la transformación la opción más recurrida con un porcentaje del 30%, con un 20% nos encontramos con:
  - Se vende.
  - Se destina a alimento para animales.
  - Se autoconsume.Con un 10% nos encontramos con la opción de venta como producto convencional.
7. El 27% de los agricultores encuestados afirma, en primer lugar, dedicarse a este tipo de actividad agrícola por filosofía de vida y, en segundo lugar y con el mismo porcentaje, porque es un medio más saludable de alimentación ya que los productos que se obtienen no contienen productos químicos. Con un 18% nos encontramos con aquellos encuestados que practican esta agricultura porque es más cuidadosa con el medio ambiente.
8. De los siete agricultores encuestados, el 71% opina que la mayor dificultad práctica que tienen a la hora de realizar este tipo de cultivo, es la de encontrar materias primas ecológicas tales como semillas, piensos, estiércol,... Por otra parte y, en segundo lugar, un 43% de los mismos, cree que la dificultad también radica en el desconocimiento de prácticas para combatir plagas. Sólo el 29% de estos siete agricultores considera que el coste de acondicionamiento del terreno y del resto de instalaciones es una dificultad práctica importante.



9. En cuanto al coste de la agricultura ecológica, no se encontró ninguna opción relevante respecto a las demás, por lo tanto, no es significativo el análisis de dicha pregunta, ya que dos de los siete encuestados considera que es mayor, otros dos que es igual, dos más que es menor y, sólo uno de ellos no supo que contestar. Por lo tanto, a efectos de análisis no se podría obtener ninguna conclusión relevante.
10. El 57% del total de encuestados estaría dispuesto a clasificar su producción, frente a un 43% que no lo haría.
11. Ninguno de los encuestados utiliza etiquetas ni envasado para sus productos.
12. El 86% de los encuestados estaría dispuesto a integrarse en un grupo de productores atendiendo a los siguientes motivos, sin que ninguna de ellos tenga una proporción muy significativa respecto de los demás:
  - Vender todo lo que se produce.
  - Si tuviera una mayor variedad de productos.
  - Si existiera un mercado local con mayor variedad de productos ofertados.
  - Para que haya mayor fluidez en la comercialización.
  - Dependería de la línea de trabajo que se siguiera.
13. El 71% de los agricultores encuestados afirma que les gustaría recibir mayor información técnica y, sólo un 57% estaría dispuesto a recibir asesoramiento sobre las distintas ayudas vinculadas a este tipo de producción.
14. El 100% de los agricultores ecológicos encuestados opina que los consumidores no están bien informados sobre Agricultura Ecológica.
15. La misma tónica se sigue en cuanto a la publicidad, el 100% afirma que, en general, no se les da la suficiente publicidad a estos productos y, de igual manera, a los producidos en el Valle de Güímar.
16. Las respuestas obtenidas del conjunto de agricultores ecológicos encuestados sobre las formas de fomento de la producción son muy variadas aunque, ninguna de ellas, presenta una proporción relevante respecto de las demás.
  - Ofrecer una oferta segura de venta.
  - Mantener unos precios fijos.
  - Ofrecer una mayor información al agricultor ya sea sobre técnicas para el desarrollo de esta agricultura, como asesoramiento de las distintas ayudas y subvenciones.
  - Ofrecer un mayor apoyo a los agricultores en cuanto a ayudas y subvenciones, así como en la comercialización de sus productos.
  - Concienciar a los agricultores de las ventajas que presenta la Agricultura Ecológica.
17. Las opciones dadas por los encuestados sobre las medidas a adoptar para el fomento del consumo de productos ecológicos, en un 80% se dirigen a la mayor información y concienciación del consumidor (50%) y a la promoción y publicidad (30%) que, sobre



18. estos productos, debería darse. Por otro lado, con un 20% nos encontramos con la creación de puntos de ventas cercanos al consumidor.
19. El 71% de los encuestados considera que el consumo de los productos ecológicos está en aumento debido, en su mayor parte a que, por un lado, los consumidores están más preocupados por su salud (40%) y, por otra parte, porque ha incrementado la demanda (40%). Un 10% considera que hay una mayor información y concienciación entre los consumidores.

## VI. ZONA NORTE

### 1. Conclusiones consumidor final.

Una vez analizados los resultados obtenidos de las encuestas realizadas al segmento de consumidores finales, se puede establecer las siguientes conclusiones:

1. Se puede constatar un elevado desconocimiento de lo que es y representa la Agricultura Ecológica, así como de los productos ecológicos y su diferenciación respecto a los productos convencionales. Aunque un porcentaje muy elevado de encuestados admite saber lo que es la Agricultura Ecológica, la mayoría sólo identifica esta práctica con la no-utilización de venenos en los cultivos, sin ahondar más en normas de producción, garantías de control, etiquetado, ...
2. El 49% de los encuestados no sabe cómo distinguir los productos ecológicos. Del restante 51%, sólo un 21% los distingue correctamente a través del sello del Consejo Regulador de la Agricultura Ecológica (CRAE), mientras que el 79% utiliza la apariencia del producto, el sabor, el olor..., como métodos de diferenciación que, como ya se puntualizó en el estudio, pueden ser erróneos o engañosos. Son los encuestados con edades comprendidas entre 26 y 35 años, los que presentan el mayor porcentaje en cuanto a la diferenciación de productos ecológicos a través del sello del CRAE.
3. Los encuestados consideran como beneficios más importantes de los productos ecológicos la salubridad de los mismos y el no contener productos químicos. Por el contrario los beneficios considerados menos importantes son el tener más elementos nutritivos, tener mejor sabor y respetar el medio ambiente.
4. Sólo un 39% de los encuestados admite conocer los productos ecológicos que se producen en los municipios de Tacoronte, El Sauzal y La Matanza de Acentejo, siendo las hortalizas, las frutas y los huevos los productos reconocidos con un mayor porcentaje. En una menor proporción se encuentran las papas.
5. En cuanto a la compra de productos ecológicos, un 38% de los encuestados admitieron comprar o haber comprado alguna vez productos ecológicos, siendo los motivos principales por orden de frecuencia los siguientes:
  - Porque son más sanos.
  - Porque son más naturales.
  - Porque son más sabrosos.
6. Las razones principales del 62% de encuestados que afirmaron no comprar productos ecológicos son, por orden de frecuencia, las siguientes:
  - Porque no se venden donde suelo comprar.
  - Otros motivos. En esta opción destacan aquellos encuestados que cuentan con cultivos propios con un 68% y, con un 13% los que creen que la Agricultura Ecológica es un fraude.
  - No sé como distinguirlos.





7. En cuanto a la asiduidad en el consumo de productos ecológicos, un alto porcentaje de encuestados que compran o han comprado alguna vez este tipo de productos, afirma que consumen frutas, en su mayor parte, cuando las encuentran. Por el contrario, la opción semanal representa un alto porcentaje las hortalizas y los huevos.
8. El 77% de los encuestados que compran productos ecológicos afirma adquirirlos dentro de los tres municipios de que consta la Zona Norte. Siendo sólo el 19% los que prefieren comprar fuera de estos municipios.
9. Con algo más del 46% los encuestados prefieren realizar la compra ecológica en los mercadillos, seguido de la opción otros establecimientos que, en su mayor parte representa a los herbolarios. Como tercera opción se encuentran aquellos encuestados que se dirigen directamente a las fincas a comprar estos productos.
10. Sólo un 7% de encuestados afirma saber que es el Consejo Regulador de la Agricultura Ecológica (CRAE) y cuales son sus funciones, destacando principalmente la de garantizar un adecuado etiquetaje y envasado y, certificar la autenticidad de los productos ecológicos.
11. Algo más de un 45% de los encuestados que compran productos ecológicos, afirma exigir el sello de garantía del CRAE a la hora de realizar su compra.
12. La predisposición hacia el consumo es muy positiva. De los encuestados que afirmaron no haber comprado productos ecológicos, casi un 76% estaría dispuesto a comprarlos si se vendieran en su establecimiento habitual de compra, de igual manera ocurre con los que afirmaron haber comprado este tipo de productos representando un 99% de los mismos. En cuanto al precio, algo más de un 96% estaría dispuesto a pagar más o lo mismo por un producto ecológico que por un producto convencional, frente a sólo un 4% que afirma que pagaría menos. Si el producto se vendiera en los establecimientos habituales de compra, cerca del 94% de los encuestados estaría dispuesto a comprarlo aunque éste fuese más caros que el convencional.
13. El consumidor final presenta un alto grado de desconocimiento de los Puntos Oficiales de Venta de productos ecológicos situados en los municipios de Tacoronte, El Sauzal y La Matanza de Acentejo, en concreto un 87% de los mismos reconocen no saber de su existencia.
14. Cerca de un 97% de encuestados considera que no hay información sobre Agricultura Ecológica o que la misma es escasa. Al 85% le gustaría recibir mayor información sobre este tema y, el 98% considera que sería importante organizar ferias o degustaciones para dar a conocer los productos ecológicos producidos en los municipios integrantes de la denominada, a efectos de estudio, Zona Norte.



## 2. Conclusiones consumidor intermedio.

Una vez analizados los resultados obtenidos de las encuestas realizadas al segmento de consumidores intermedios, se puede establecer las siguientes conclusiones:

1. Algo más de un 98% de encuestados afirma saber lo que es la Agricultura Ecológica.
2. El 68% de los encuestados afirma saber distinguir entre un producto ecológico y un producto convencional, siendo sólo un 20% los que distinguen correctamente estos productos a través del sello del Consejo Regulador de la Agricultura Ecológica (CRAE), mientras que el 80% utiliza la apariencia del producto, el sabor, el olor,... como métodos de diferenciación que, como ya se puntualizó en el estudio, pueden ser erróneos o engañosos.
3. Un 47% de los encuestados admite conocer los productos ecológicos que se producen en los municipios de Tacoronte, El Sauzal y La Matanza de Acentejo, siendo el producto más reconocido las hortalizas, con algo más de un 42%. Seguidamente se encuentran las frutas, las papas y los huevos.
4. Un 31% de los encuestados reconocen ofrecer o haber ofrecido en sus establecimientos productos ecológicos, siendo los motivos principales por orden de frecuencia los siguientes:
  - Porque son más sanos.
  - Otros motivos. Dentro de esta opción destacar que el mayor porcentaje lo representan aquellas personas que cuentan con cosecha propia.
  - Porque son más naturales.
  - Porque son más sabrosos.
  - Porque coincide con mi filosofía de vida.
5. Las razones principales del 69% de encuestados que afirmaron no ofrecer productos ecológicos son, por orden de frecuencia, las siguientes:
  - Porque no me lo demandan.
  - Porque no se venden donde suelo comprar.
  - Otros motivos. Esta opción está compuesta en su mayor parte por aquellas personas que afirman que nunca les han ofrecido este tipo de productos y, en un menor porcentaje por aquellos encuestados que consideran a la Agricultura Ecológica un fraude.
6. Los productos ofrecidos que representan un mayor porcentaje son las hortalizas, las frutas, los huevos y las papas.
7. El 65% de los encuestados que ofrecen productos ecológicos afirma adquirirlos en cualquiera de los tres municipios que componen la Zona Norte, por el contrario, un 22,50% prefiere realizar la compra fuera de estos tres municipios y, un 12,50% compra por igual tanto dentro como fuera de estos municipios.



8. La opción de compra de productos ecológicos que mayor porcentaje presenta es la de otros establecimientos, en concreto un 48% del total y, está compuesta en su mayor parte por los mercadillos y por aquellos encuestados que tienen cosecha propia. Como segunda opción, representando un 32%, los encuestados se dirigen directamente a las fincas para adquirir este tipo de productos. En tercer lugar, se acude a los mayoristas.
9. Con un 49% el período de abasto más frecuente es el semanal, seguido de la opción reposición de existencias con un 27%.
10. El 88% de los encuestados que afirmaron ofrecer productos ecológicos en sus establecimientos, prefieren utilizar productos perecederos, frente a un 12% que utiliza productos no perecederos. En cuanto a la presentación del producto, algo más del 97% de los encuestados afirma que prefieren el granel para productos perecederos.
11. El contado es la fórmula de pago más utilizada por los encuestados representando un 79%. Si bien destacar en la opción otras formas de pago el autoabastecimiento, que corresponde a aquellos que poseen cosecha propia.
12. Sólo un 6% de encuestados afirma saber que es el Consejo Regulador de la Agricultura Ecológica (CRAE) y cuales son sus funciones, destacando principalmente la de certificar la autenticidad de los productos ecológicos.
13. El 60% de encuestados considera que sus clientes apreciarían la presencia de productos ecológicos en sus establecimientos.
14. Algo más de un 60% considera que la presencia de productos ecológicos les afectaría de forma favorable por los siguientes motivos:
  - Porque ofrecerían alimentos de mayor calidad.
  - Porque ofrecerían alimentos más saludables.
  - Les proporcionaría una mejor imagen.
  - Les reportaría un mayor prestigio.
15. Cerca de un 26% de encuestados afirma que la presencia de estos productos les afectaría de forma desfavorable por los siguientes motivos:
  - Les ocasionaría un mayor coste.
  - No existe demanda suficiente de productos ecológicos.
16. La mayoría de los encuestados estarían dispuestos a probar como responderían sus clientes ante platos elaborados con productos ecológicos, en total un 76% de los mismos.



### 3. Conclusiones comerciantes minoristas.

Una vez analizados los resultados obtenidos de las encuestas realizadas al segmento de comerciantes minoristas, se puede establecer las siguientes conclusiones:

1. Un 97% de encuestados reconoce saber lo que es la Agricultura Ecológica, aunque sólo contemplan la idea del cultivo sin la utilización de productos químicos, sin profundizar en las normas de producción, el control de estos productos o la diferenciación frente a los productos obtenidos llevando a cabo prácticas convencionales de cultivo.
2. Cerca de un 42% de los encuestados no sabe cómo distinguir los productos ecológicos. Del restante 58%, sólo un 19% distingue estos productos correctamente a través del sello del Consejo Regulador de la Agricultura Ecológica (CRAE), mientras que el 81% utiliza la apariencia del producto, el sabor, el olor,... como métodos de diferenciación que, como ya se puntualizó en el estudio, pueden ser erróneos o engañosos.
3. Sólo un 44% de los encuestados admite conocer los productos ecológicos que se producen en los municipios de Tacoronte, El Sauzal y La Matanza de Acentejo, siendo las hortalizas, los huevos y las frutas los productos reconocidos con un mayor porcentaje, siendo menos significativo el porcentaje correspondiente a las papas y las hierbas aromáticas.
4. Alrededor de un 28% de los comerciantes minoristas encuestados reconocen vender o haber vendido en sus establecimientos productos ecológicos, siendo los motivos principales por orden de frecuencia los siguientes:
  - Porque se los demandan.
  - Porque son más sanos.
  - Porque son más naturales.
  - Otros motivos. En esta opción el mayor porcentaje corresponde a aquellas personas que cuentan con cosecha propia.
5. Las razones principales del 72% de encuestados que afirmaron no vender productos ecológicos son, por orden de frecuencia, las siguientes:
  - Porque sus clientes no demandan este tipo de productos.
  - Otros motivos. Esta opción está compuesta por aquellos encuestados que reconocen que nunca les han ofrecido este tipo de productos, por los que afirman que sus clientes prefieren los productos convencionales y, por aquellos encuestados que consideran que la Agricultura Ecológica es un fraude.
  - Porque no se venden donde suelo comprar.
6. Los productos vendidos que representan un mayor porcentaje son las hortalizas, las frutas y, con una representación menor los huevos y las papas.
7. El 70% de los encuestados que venden productos ecológicos afirma adquirirlos en los municipios que integran la Zona Norte. Un 25% prefiere comprarlos fuera de estos municipios y, sólo un 5% realiza la compra tanto dentro como fuera de los mismos.



8. La compra de productos ecológicos directamente en fincas es la opción más recurrida representando un 39% del total, seguida de la opción de otros establecimientos que con un 67% recoge a aquellos encuestados que poseen cosecha propia.
9. Con un 33% el período de abasto más frecuente es la reposición de existencias y, con igual porcentaje, la opción otros, que contempla con un 57% a aquellos encuestados que poseen cultivo propio.
10. El 90% de los encuestados que venden productos ecológicos afirman vender principalmente productos perecederos y, sólo un 10% afirma sólo vender productos no perecederos. La presentación preferida para los productos no perecederos con un 72% es el granel, de igual manera para productos no perecederos representando un 60%.
11. El contado es la fórmula de pago más utilizada por los encuestados representando algo más de un 77%.
12. Sólo un 7% de encuestados afirma saber que es el Consejo Regulador de la Agricultura Ecológica (CRAE) y cuales son sus funciones, destacando principalmente la de certificar la autenticidad de los productos ecológicos.
13. Cerca de un 49% de encuestados consideran que sus clientes apreciarían la venta de productos ecológicos en sus establecimientos.
14. Un 36% considera que la venta de productos ecológicos les afectaría de forma favorable por los siguientes motivos:
  - Ofrecerían alimentos más saludables.
  - Les proporcionaría una mejor imagen.
  - Les reportaría un mayor prestigio.
15. Un 54% de encuestados considera que la venta de productos ecológicos les afectaría de forma desfavorable por los siguientes motivos:
  - No hay la suficiente demanda de productos ecológicos.
  - Les ocasionaría un mayor coste.
  - Sus clientes prefieren los productos convencionales.
  - Sus clientes no comprarían este tipo de productos porque no tienen buena presencia.
  - Al no contar con la suficiente información y no saber diferenciar estos productos, los clientes no los comprarían.
16. Algo más de un 51% de encuestados afirma no estar dispuesto a probar como responderían sus clientes ante la venta de productos ecológicos.

## 4. Agricultores convencionales y ecológicos

Para el análisis de este segmento se tomó una muestra similar de agricultores ecológicos y convencionales para poder analizar las diferentes dificultades que se le presentan, por una parte, a los agricultores ecológicos en el acometido de este tipo de agricultura y, por otro parte, a los agricultores convencionales a la hora de plantearse su reconversión a la agricultura ecológica.

### A) Agricultores convencionales.

Se ha tomado una muestra total de diez agricultores elegidos por medio de muestreo aleatorio simple, basado en el listado de agricultores convencionales cedido por la Agencia de Extensión Agraria de Tacoronte, siendo concretamente cuatro agricultores del municipio de Tacoronte, tres del municipio de El Sauzal y, tres más del municipio de La Matanza de Acentejo.

Una vez analizados los resultados obtenidos de las encuestas realizadas al segmento de agricultores convencionales, se puede establecer las siguientes conclusiones:

1. Un 90% de agricultores encuestados reconoce saber lo que es la Agricultura Ecológica y, de la misma manera, este 90% asegura saber distinguir los productos obtenidos con esta práctica.
2. De entre todas las formas de distinguir un producto ecológico que se han obtenido, un 62% corresponde a reconocer estos productos por la apariencia y, sólo un 15% se corresponde con el reconocimiento de los mismos por medio del sello del Consejo Regulador de la Agricultura Ecológica (CRAE). Como ya se ha comentado en el análisis de otros segmentos de este estudio, la manera más fiable de reconocer un producto ecológico es a través del etiquetado oficial, representado por el sello del Consejo Regulador.
3. El 70% de los agricultores encuestados afirma no saber lo que es el Consejo Regulador de la Agricultura Ecológica (CRAE), frente a un 30% que sí sabe lo que es este organismo. Se ha constatado que este problema de desconocimiento sobre quién y cómo se controla la producción agrícola ecológica, es común al resto de segmentos analizados del estudio. Por lo tanto y, al igual que en esos segmentos, se crea entre los agricultores convencionales un sentimiento de fraude respecto a este tipo de producción.
4. El total de los encuestados que afirmaron saber lo que es el Consejo Regulador, reconoce la función de certificar la autenticidad de los productos ecológicos como propia de este organismo. Por otro lado y, con una proporción menor, se entiende que es también función de dicho organismo la de informar y vigilar las normas de producción.



5. Un 60% de los agricultores encuestados reconoce haber producido alguna vez productos ecológicos, motivados con un 26% por la obtención de productos más naturales, seguido de un 21% por la obtención de alimentos más sabrosos. Un 16% de las respuestas obtenidas, hacen referencia a la mejora de la calidad de los suelos llevando a cabo esta práctica, lo que por otro lado evita la desertificación. Otros motivos con porcentajes más o menos relevantes (11% cada uno de ellos) son los siguientes:

- Coincide con la filosofía de vida del agricultor.
- Son productos que le demandan o solicitan.
- Por salud.

El restante 40% nunca ha producido este tipo de productos. El motivo más argumentado representando un 80% del total de respuestas obtenidas, es el desconocimiento de las técnicas para llevar a cabo este tipo de cultivo.

6. A un 90% de los agricultores encuestados les gustaría recibir mayor información técnica y, con un porcentaje idéntico, los encuestados estarían dispuestos a recibir asesoramiento sobre las distintas ayudas vinculadas a este tipo de producción.

7. El 100% de los agricultores convencionales encuestados opina que los consumidores no están bien informados sobre Agricultura Ecológica.

8. En cuanto a la publicidad, la totalidad de agricultores encuestados afirma que, en general, no se les da la suficiente publicidad a estos productos y, la misma opinión tienen con respecto a los producidos en los municipios de Tacoronte, El Sauzal y La Matanza de Acentejo.

9. De todas las respuestas recogidas del total de agricultores convencionales encuestados destacar en primer lugar y con un porcentaje del 35%, la forma de fomentar la producción sería destinar más ayudas y subvenciones a la Agricultura Ecológica. En segundo lugar, con un 29%, los encuestados opinan que se debería dar una mayor información y asesoramiento a los agricultores para poder llevar a cabo este tipo de agricultura. Representando porcentajes significativamente inferiores nos encontramos con las siguientes opciones:

- Hacer publicidad de los productos ecológicos.
- La agricultura ecológica debería conllevar un menor coste.
- Concienciar a los agricultores sobre este tipo de agricultura y sus beneficios.
- Dar más apoyo al mercadillo.
- Controles más eficaces por parte del organismo competente.

10. Las opciones dadas por los encuestados para fomentar el consumo de productos ecológicos en un 73% van encaminadas a la mayor publicidad (43%) e información (29%) que, sobre estos productos, debería darse. Una representación menos significativa tendrían las siguientes opciones:

- Concienciando a la población.
- Precios competitivos con los productos convencionales.

Sólo dos de los diez encuestados consideran que no se puede fomentar el consumo de productos ecológicos ya que no existen productos que no contengan venenos.

11. El 50% de los encuestados considera que este consumo está en aumento debido a los siguientes motivos:

- Mayor demanda en los puntos de venta de productos ecológicos.
- Mayor conocimiento de estos productos entre los consumidores.
- Mayor concienciación de los consumidores.
- Estos productos son más saludables.

El 50% restante opina que el consumo de productos ecológicos no está en aumento principalmente por el poco control que el organismo competente está llevando a cabo (37,5%) y, porque realmente se utilizan venenos para combatir las enfermedades de los cultivos (37,5%).

## **B) Agricultores ecológicos.**

El listado de agricultores ecológicos del Consejo Regulador de la Agricultura Ecológica en Canarias, fue el referente a la hora de extraer la muestra de este tipo de agricultores para su análisis. En la Zona Norte integrada por los municipios de Tacoronte, El Sauzal y La Matanza de Acentejo, se cuenta con un total de trece agricultores ecológicos, todos ellos pertenecientes al municipio de Tacoronte. De este listado sólo se pudieron localizar a diez agricultores en total.

1. El 20% de los agricultores ecológicos encuestados afirma transformar alguno de los productos que cosecha, frente a un 80% que no realiza ningún tipo de transformación de estos productos.
2. La mermelada es, con un 33%, el producto transformado más obtenido por los encuestados. Con porcentajes del 15% nos encontramos con la salsa de tomate, envasado de verdura en aceite, licor de pomelo y el plátano seco. Todos estos productos transformados se destinan al consumo personal.
3. De entre todos los encuestados un 60% de los mismos vende los productos ecológicos que cultiva, un 20% destina su producción al autoconsumo y, otro 20% destina parte de la producción a la venta y parte al autoconsumo.
4. Los encuestados que venden sus productos realizan esta venta de diversas maneras optando por la combinación de más de una de las propuestas. En el 28% de los casos se realiza la venta en mercadillos, seguidos por la venta a través de intermediarios en un 17% de las respuestas obtenidas. Con una proporción menor, sólo un 11% de los casos realiza la venta en la finca directamente y, con el mismo porcentaje en supermercados o similares. Sólo un agricultor de los encuestados vende a elaboradores para la transformación de sus productos, concretamente en el caso de la viña.
5. El procedimiento de fijación de precios es muy variado, siendo la más representativa, con un 31%, el precio de venta que contempla los costes de producción que el agricultor ha tenido. En segundo lugar, con un 23%, el precio de venta lo indica el establecimiento y, en tercer lugar, representando sólo un 15%, los agricultores se informan a través de los competidores y, basándose en ellos establecen su precio de venta.





6. Un 50% de los encuestados afirma tener excedentes de hortalizas y frutas en general, aunque de dos o tres productos por cosecha o temporada. El destino de estos productos es variado, siendo el autoconsumo la opción más recurrida con un porcentaje del 43%. Las siguientes opciones no cuentan con porcentajes tan significativos:
- Se destina a la transformación.
  - Se destina a alimento para animales.
  - Se reparte entre los familiares y amigos.
  - Se dona a geriátricos.
7. Los encuestados afirmaron dedicarse a la Agricultura Ecológica por diversos motivos. Del total de respuestas obtenidas, el 33% representa a los agricultores que se han decidido por esta práctica por respeto a la naturaleza y medio ambiente y, con el mismo porcentaje, aquellos que se decidieron por el hecho de consumir productos agrícolas sin sustancias químicas nocivas para el organismo. En segundo lugar, un 22% de las respuestas correspondieron a los encuestados que afirmaron realizar esta práctica por filosofía de vida y, sólo un 6% del total de respuestas obtenidas, contemplan la decisión de dedicarse a la agricultura ecológica por considerar esta práctica como la única forma de agricultura sostenible y, asimismo, otro 6% corresponde a aquellos que opinan que este tipo de cultivo puede resultar muy rentable.
8. De los diez agricultores encuestados, el 60% opina que la mayor dificultad práctica que tienen a la hora de realizar este tipo de cultivo, es la de encontrar materias primas ecológicas tales como semillas, piensos, estiércol,... Por otra parte y, en segundo lugar, el 40% de estos diez agricultores considera que el coste de acondicionamiento del terreno y resto de instalaciones es una dificultad práctica importante. Un 30% de los mismos, cree que la dificultad también radica en el desconocimiento de prácticas para combatir plagas. Con porcentajes menos relevantes se obtuvieron las siguientes respuestas:
- Limitados mecanismos de información y promoción.
  - Déficit en las infraestructuras básicas del mercado.
  - Escasez de agua y elevado precio de la misma.
  - Elevado precio de las materias primas.
  - Falta de apoyo por las autoridades competentes.
  - No existen muchas ayudas ni subvenciones.
  - Elevado control sobre el cultivo para evitar que determinadas plagas lo infecten.
9. En cuanto al coste de la agricultura ecológica, el 60% de los agricultores considera que el coste es más elevado debido a que se requiere mayor cantidad de mano de obra, no existe una política de precios y, por otra parte el aprovisionamiento de semillas ecológicas es más costoso. Un 20% de los encuestados afirma que el coste es igual para determinados cultivos si se realiza autoabastecimiento en cuanto a semillas y materia prima como realización propia de abonos,... El 20% restante considera que este coste menor si se tienen en cuenta los beneficios ecológicos que se obtienen.
10. El 50% del total de encuestados estaría dispuesto a clasificar su producción, si se dieran las siguientes condiciones:
- Elaboración de un plan directo de equipamiento colectivo.
  - Creación de cooperativas de distribución.



- Fomento de asociaciones de agricultores.
  - Incentivar la oferta del mercado interior.
  - Condiciones comerciales de consumo distintas a las de la agricultura convencional.
  - Valoración del producto no basada en la apariencia, sino teniendo en cuenta los valores nutricionales.
11. Sólo uno de los agricultores encuestados utiliza etiquetas, pero únicamente en uno de los productos que comercializa. El resto de los encuestados no utiliza etiquetas ni envasado para sus productos.
12. El 50% de los encuestados estaría dispuesto a integrarse en un grupo de productores atendiendo a los siguientes motivos, sin que ninguna de ellos tenga una proporción muy significativa respecto de los demás:
- Es la forma de valorar el producto para hacer frente a la agricultura convencional.
  - Es favorable a la hora de tener excedentes en la producción.
  - Así se aumentaría el volumen de producción.
  - Sería más rentable.
  - Sería una forma de fomentar el desarrollo de la agricultura ecológica.
- Señalar que dos de los agricultores encuestados pertenecen ya a una asociación, la asociación AMAC.
13. El 50% restante considera no estar dispuesto a integrarse en un grupo de productores por los siguientes motivos:
- No tener la suficiente producción.
  - No contar con excedentes.
  - Estar empezando en la Agricultura Ecológica.
  - No se cubrirían las necesidades reales de los agricultores, no se tendrían en cuenta sus intereses.
14. El 90% de los agricultores encuestados afirma que les gustaría recibir mayor información técnica y recibir más asesoramiento sobre las distintas ayudas vinculadas a este tipo de producción.
15. El 100% de los agricultores ecológicos encuestados opina que los consumidores no están bien informados sobre Agricultura Ecológica.
16. La misma tónica se sigue en cuanto a la publicidad, el 100% afirma que, en general, no se les da la suficiente publicidad a estos productos y, de igual manera, a los producidos en los municipios de Tacoronte, El Sauzal y La Matanza de Acentejo.
17. Las opciones dadas por los encuestados para el fomento de la producción agrícola ecológica en un 63% se dirigen a la mayor información y formación del agricultor (29%), a la concesión de ayudas de todo tipo, no exclusivamente económicas, pero que las mismas sean exclusivas para la agricultura ecológica (19%) y, aumentando la demanda realizando una mayor publicidad e informando sobre estos productos (15%). Otras medidas no tan representativas serían las siguientes:
- Concienciación a los agricultores.
  - Concesión de más subvenciones, en particular a los jóvenes agricultores.



- Precios más asequibles en cuanto a las materias primas que se necesitan (semillas, abonos,...)
  - Trabajar en los puntos de venta informando.
  - Incentivar la práctica de este tipo de cultivos en terrenos abandonados.
18. Las opciones dadas por los encuestados para el fomento del consumo de este tipo de productos en un 84% se dirigen a la mayor información, concienciación y educación del consumidor a todos los niveles, siendo muy importante la realización de esta labor en las escuelas (58%), y a la promoción y publicidad (26%) que, sobre estos productos, debería darse tanto en los puntos de venta como a través de medios de comunicación. Por otro lado, nos encontramos con medidas como una política de etiquetaje más clara y el abaratamiento de los productos ecológicos, representando cada una de ellas un 5% del total de opciones obtenidas.
19. El total de los encuestados considera que el consumo de los productos ecológicos está en aumento debido, en su mayor parte, a que los consumidores están más concienciados de los productos que consumen (26%) y sienten un mayor respeto y cuidado por su (21%). Con un 16% se nos presentan las siguientes opciones:
- El informador cuenta con más información aunque ésta es poca y escasa.
  - Aumento de la superficie agrícola ecológica.
  - Debido a los últimos escándalos en alimentación.