

**DIAGNÓSTICO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL  
EN EL DISTRITO CENTRO DE LAS PALMAS DE  
GRAN CANARIA**

---

**Documento 1. LA DEMANDA**

**W**xpresión *pública*  

---

**INVESTIGACIÓN SOCIAL**

© – 2020

**AYUNTAMIENTO DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA**  
**Concejalía de Distrito Centro**

**Empresa responsable:**  
Expresión Pública, S.L.

Dirección del proyecto:           Juan del Río Alonso  
c/ Albareda, 81 – 3508 Las Palmas de Gran Canaria  
Tel 629 763 508  
[carolamagro@gmail.com](mailto:carolamagro@gmail.com)

INTRODUCCIÓN.....	5
1. MARCO DEMOGRÁFICO (la demanda).....	6
1.1. LA POBLACIÓN DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA .....	6
1.1.1. Evolución durante el periodo 2000-2019 .....	6
1.1.2. Estructura de sexo y edad: pirámides de población .....	9
1.2. LOS DISTRITOS DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA: DISTRIBUCIÓN DE SU POBLACIÓN.....	14
1.3. EL DISTRITO CENTRO Y SUS BARRIOS.....	18
1.4. NIVELES DE RENTA.....	20
1.4.1. Nivel de renta en Canarias.....	20
1.4.2. Nivel de renta en el Distrito Centro (dist. 2) .....	23
2. HÁBITOS DE CONSUMO DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS Y DEL HOGAR.....	26
2.1. PERFIL DE LOS CONSUMIDORES .....	26
2.1.1. LA PERSONAS RESPONSABLE DE LAS COMPRAS DEL HOGAR (quién compra) .....	26
2.1.2. GRADO DE SATISFACCIÓN CON LA OFERTA COMERCIAL ACTUAL.....	29
2.1.3. GASTO MENSUAL EN ALIMENTACIÓN Y HOGAR .....	31
2.1.3.1. EUROS AL MES POR HOGAR .....	31
2.1.3.2. EUROS AL MES PER CÁPITA .....	33
2.2. TIPO DE ESTABLECIMIENTO (dónde se compra) .....	35
2.2.1. COMPRA DE PRODUCTOS FRESCOS .....	35
2.2.2. COMPRA “GRANDE”.....	38
2.2.3. COMPRA DE ARTÍCULOS DE REPOSICIÓN .....	40
2.3. FRECUENCIA (cuántas veces).....	42
2.3.1. COMPRA DE PRODUCTOS FRESCOS .....	42
2.3.2. COMPRA “GRANDE” .....	44
2.3.3. COMPRA DE ARTÍCULOS DE REPOSICIÓN .....	46
2.4. FORMA DE DESPLAZAMIENTO PARA HACER LA COMPRA (Cómo se desplazan) .....	48

2.4.1.	COMPRA DE PRODUCTOS FRESCOS .....	48
2.4.2.	COMPRA “GRANDE” .....	51
2.4.3.	COMPRA DE ARTÍCULOS DE REPOSICIÓN .....	52
2.5.	DÍAS DE LA SEMANA (Cuándo).....	56
2.5.1.	COMPRA DE PRODUCTOS FRESCOS .....	56
2.5.2.	COMPRA “GRANDE” .....	57
2.5.3.	COMPRA DE ARTÍCULOS DE REPOSICIÓN .....	58
2.6.	COMPRAS POR INTERNET.....	59
2.6.1.	COMPRA DE PRODUCTOS FRESCOS .....	59
2.6.2.	COMPRA “GRANDE” .....	61
2.6.3.	COMPRA DE ARTÍCULOS DE REPOSICIÓN .....	63
2.7.	SERVICIO A DOMICILIO.....	65
2.7.1.	COMPRA DE PRODUCTOS FRESCOS .....	65
2.7.2.	COMPRA “GRANDE” .....	67
2.7.3.	COMPRA DE ARTÍCULOS DE REPOSICIÓN .....	69

## **INTRODUCCIÓN**

Este estudio responde a la invitación del Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria a Expresión Pública para la realización de una serie de actividades empíricas para extraer y analizar información necesaria para una elaboración de un Plan de Dinamización de Comercio en el Distrito Centro del municipio de Las Palmas de Gran Canaria.

Se entiende por zona comercial del distrito Centros aquella comprendida entre las calles Juan XXII y Bravo Murillo (de norte a sur) y de la calle Tomás Morales y Luís Doreste Silva (de oeste a este), atravesada a su vez por la calle León y Castillo.

Para la redacción de cualquier Plan de actuación o intervención es necesario partir de un diagnóstico preciso de la realidad sobre la que se quiere intervenir.

En este contexto, en una primera fase la información necesaria para la elaboración en el futuro de un Plan de Dinamización Comercial se concretaría en los siguientes bloques de información:

### **1º. Diagnóstico de la demanda**

- Perfil demográfico de la población residente en el Distrito 2 o Centro.
- Estudio de hábitos de consumo de la población residente.

### **2º. Censo de la oferta comercial**

- Cuantificación de la actividad comercial existente. (censo de locales activos y vacíos).

Para ello se requiere de la combinación de varias técnicas de investigación fundamentales:

- Investigación cuantitativa *in situ* para la elaboración de censos comerciales.
- Investigación de “gabinete” (esto es, búsqueda y análisis de fuentes de datos secundarias).
- Investigación cuantitativa, por medio de encuesta.

En este contexto, los diferentes bloques de información se han concretado en la siguientes acciones de investigación:

## **1º. Diagnóstico de la demanda (documento 1)**

Acción 1: Estudio sobre Perfil demográfico del distrito. A partir del análisis de las fuentes oficiales del Padrón Municipal de Habitantes, y datos sobre ingresos económicos de los hogares del Instituto Nacional de Estadística (INE).

Acción 2:- Estudio de hábitos de consumo de la población residente. A partir de la extrapolación de datos de la Encuesta sobre Hábitos de Consumo de Canarias, (ISTAC, 2017).

## **2º. Diagnóstico de la oferta comercial**

Acción 3: Elaboración de un Censo comercial de la Zona. Para ello se ha llevado a cabo un trabajo de campo exhaustivo de identificación en planimetría del tejido comercial existente. Se incluye la identificación y cuantificación de los locales vacíos (documento 2).

Acción 4: Encuestas al empresariado comercial de la Zona (por medio de entrevista on line) (documento 3).

# 1. MARCO DEMOGRÁFICO (la demanda)

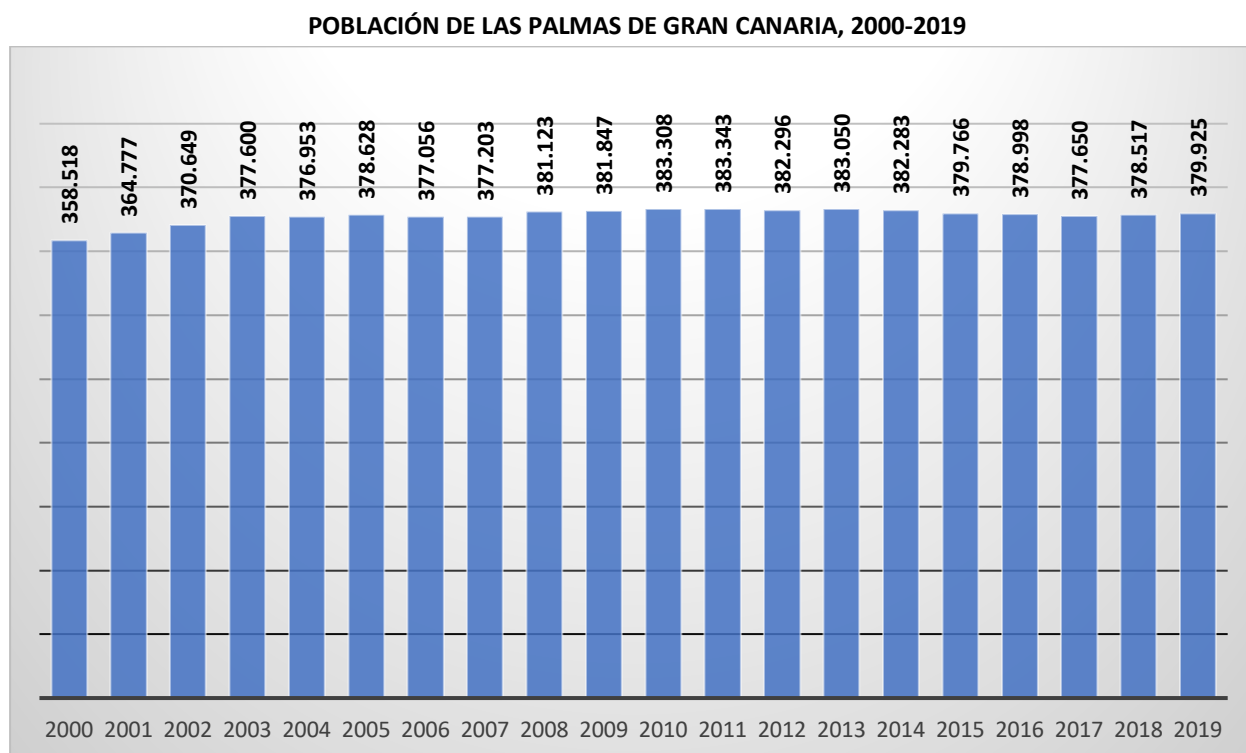
## 1.1. LA POBLACIÓN DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

### 1.1.1. Evolución durante el periodo 2000-2019

La población del municipio de Las Palmas de Gran Canaria asciende a 379.925 habitantes, con fecha de 1 de enero de 2019<sup>1</sup>.

El volumen de población se ha mantenido más o menos estable durante los últimos 20 años (periodo 2000-2019). Se parte de un total de 358.518 de habitantes en el año 2000, finalizando el periodo, 19 años más tarde, con 379.925.

Por tanto, la población ha crecido en 21.407 personas, lo que arroja una tasa de crecimiento de solo el 5,9%, muy por debajo de las tasas de crecimiento demográfico experimentado en el total de la Comunidad Autónoma de Canarias, con un crecimiento del 25,47% durante el periodo de referencia.



<sup>1</sup> Fuente de información de apartados 1.1, 1.2 y 1.3. Padrón de Habitantes, ISTAC, INE

La tendencia en Las Palmas de Gran Canaria registra cierto dinamismo entre los años 2000-2003, con unos crecimientos interanuales continuos, crecimiento del 1,7 interanual.

A partir de 2004 la población se ha mantenido más o menos constante, dibujando una línea de tendencia ligeramente sinuosa, unos años se crece ligeramente y al siguiente se retrocede, de hecho el promedio de variaciones interanuales durante 2004-2019 es del 0%.



### 1.1.2. Estructura de sexo y edad: pirámides de población

En la siguientes tablas se adjuntas los datos de la población de Las Palmas de Gran Canaria por sexo y edad, en los años 2000 (principio del periodo de análisis) y el año 2019, tanto en números absolutos como en porcentajes.

**POBLACIÓN DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA SEGÚN SEXO Y EDAD, 2000-2019 (absolutos)**

Palmas de Gran Canaria (Las)	2000			2019		
	AMBOS SEXOS	Hombres	Mujeres	AMBOS SEXOS	Hombres	Mujeres
0 a 4	16.522	7.422	9.100	12.057	6.197	5.860
5 a 9	18.228	9.428	8.800	15.376	7.876	7.500
10 a 14	21.805	11.197	10.608	18.488	9.359	9.129
15 a 19	26.159	13.244	12.915	19.611	10.063	9.548
20 a 24	31.204	15.926	15.278	20.488	10.105	10.383
25 a 29	34.794	17.830	16.964	22.778	11.440	11.338
30 a 34	32.184	16.338	15.846	24.729	12.143	12.586
35 a 39	30.615	15.384	15.231	28.275	13.902	14.373
40 a 44	25.351	12.704	12.647	31.181	15.566	15.615
45 a 49	22.586	11.004	11.582	33.351	16.595	16.756
50 a 54	21.165	10.280	10.885	32.099	15.686	16.413
55 a 59	17.859	8.807	9.052	28.782	13.985	14.797
60 a 64	15.635	7.450	8.185	23.264	11.130	12.134
65 a 69	15.782	7.202	8.580	20.207	9.254	10.953
70 a 74	11.583	4.944	6.639	17.498	7.804	9.694
75 a 79	8.167	3.118	5.049	12.537	5.421	7.116
80 a 84	4.900	1.779	3.121	9.847	3.883	5.964
85 a 89	2.772	893	1.879	6.320	2.179	4.141
90 a 94	996	273	723	2.364	680	1.684
95 a 99	191	37	154	554	127	427
100 ó más	20	2	18	119	22	97
	358.518	175.262	183.256	379.925	183.417	196.508

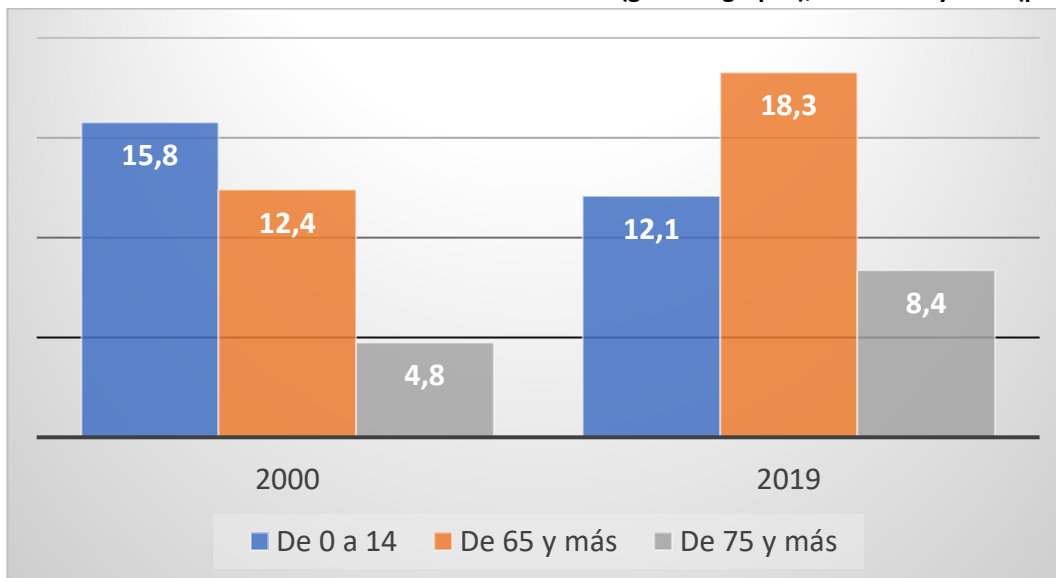
**POBLACIÓN DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA SEGÚN SEXO Y EDAD, 2000-2019 (porcentaje)**

Palmas de Gran Canaria (Las)	2000			2019		
	AMBOS SEXOS	Hombres	Mujeres	AMBOS SEXOS	Hombres	Mujeres
0 a 4	4,6	4,2	5,0	3,2	3,4	3,0
5 a 9	5,1	5,4	4,8	4,0	4,3	3,8
10 a 14	6,1	6,4	5,8	4,9	5,1	4,6
15 a 19	7,3	7,6	7,0	5,2	5,5	4,9
20 a 24	8,7	9,1	8,3	5,4	5,5	5,3
25 a 29	9,7	10,2	9,3	6,0	6,2	5,8
30 a 34	9,0	9,3	8,6	6,5	6,6	6,4
35 a 39	8,5	8,8	8,3	7,4	7,6	7,3
40 a 44	7,1	7,2	6,9	8,2	8,5	7,9
45 a 49	6,3	6,3	6,3	8,8	9,0	8,5
50 a 54	5,9	5,9	5,9	8,4	8,6	8,4
55 a 59	5,0	5,0	4,9	7,6	7,6	7,5
60 a 64	4,4	4,3	4,5	6,1	6,1	6,2
65 a 69	4,4	4,1	4,7	5,3	5,0	5,6
70 a 74	3,2	2,8	3,6	4,6	4,3	4,9
75 a 79	2,3	1,8	2,8	3,3	3,0	3,6
80 a 84	1,4	1,0	1,7	2,6	2,1	3,0
85 a 89	0,8	0,5	1,0	1,7	1,2	2,1
90 a 94	0,3	0,2	0,4	0,6	0,4	0,9
95 a 99	0,1	0,0	0,1	0,1	0,1	0,2
100 ó más	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

El primer dato a destacar es que se asiste a un paulatino envejecimiento de la población. Por un lado, se observa claramente como ha ido perdiendo peso los segmentos poblacionales más jóvenes, de 0 a 14 años (“generaciones de reemplazo”) mientras que en el lado puesto, ha aumentado claramente el peso de las personas de 64 años y más (en situación de jubilación y/o dependientes).

Como se observa en el gráfico siguiente, en el año 2000 la población de Las Palmas de Gran Canaria de 0 a 14 años representaban el 15,8%, 19 años más tarde se reduce al 12,1%. Este segmento no pierde solo porcentaje si no efectivos reales (fruto del descenso paulatino de las tasa de natalidad). De 55.555 personas de 0 a 14 años en el año 2000 se ha pasado a un total de 45.921, es decir se ha perdido 10.634 efectivos de este segmento de edad, lo que significa una pérdida del -18,0% durante el periodo 2000-2019.

#### POBLACIÓN DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA SEGÚN EDAD (grandes grupos), años 2000 y 2019 (porcentaje)

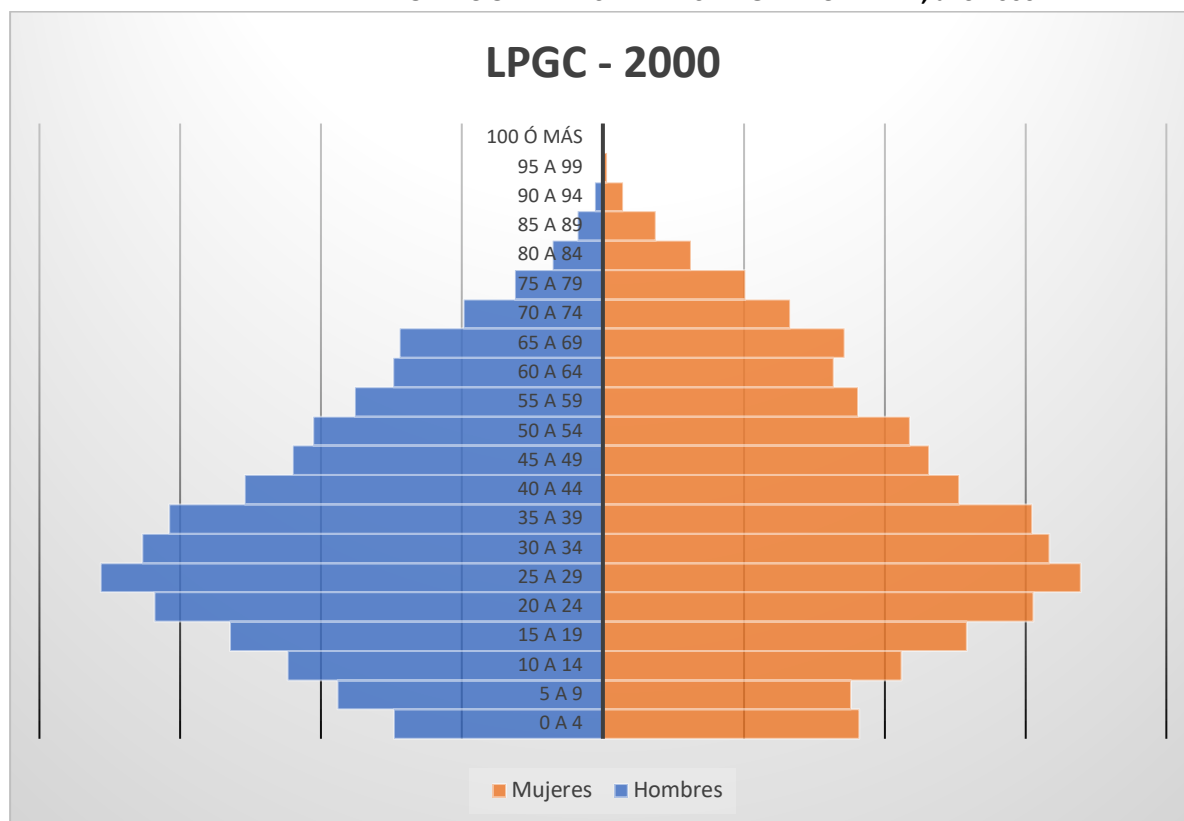


Paralelamente se observa que el segmento de 65 y más años no solo gana en porcentaje o representatividad a lo largo de los años, sino que aumenta de forma muy acusada en números absolutos (reflejo del aumento paulatino de la esperanza de vida). En el 2000 el porcentaje de población de 65 y más años era del 12,4% (4,8% en el subsegmento de 75 y más), transcurrido 19 años se incrementa al 18,3% (8,4% en el caso de los mayores).

Si nos detenemos en los datos absolutos los datos son más elocuentes. En el año 2000 se registraron 44.411 personas de 65 y más años, mientras que en el 2019 esta cifra aumenta hasta los 69.446, es decir, se ha incrementado en 25.035 personas, un 56,4% en términos porcentuales.

La pirámides demográficas resultantes para los años 2000 y 2019 también ilustran claramente esta tendencia de envejecimiento poblacional.

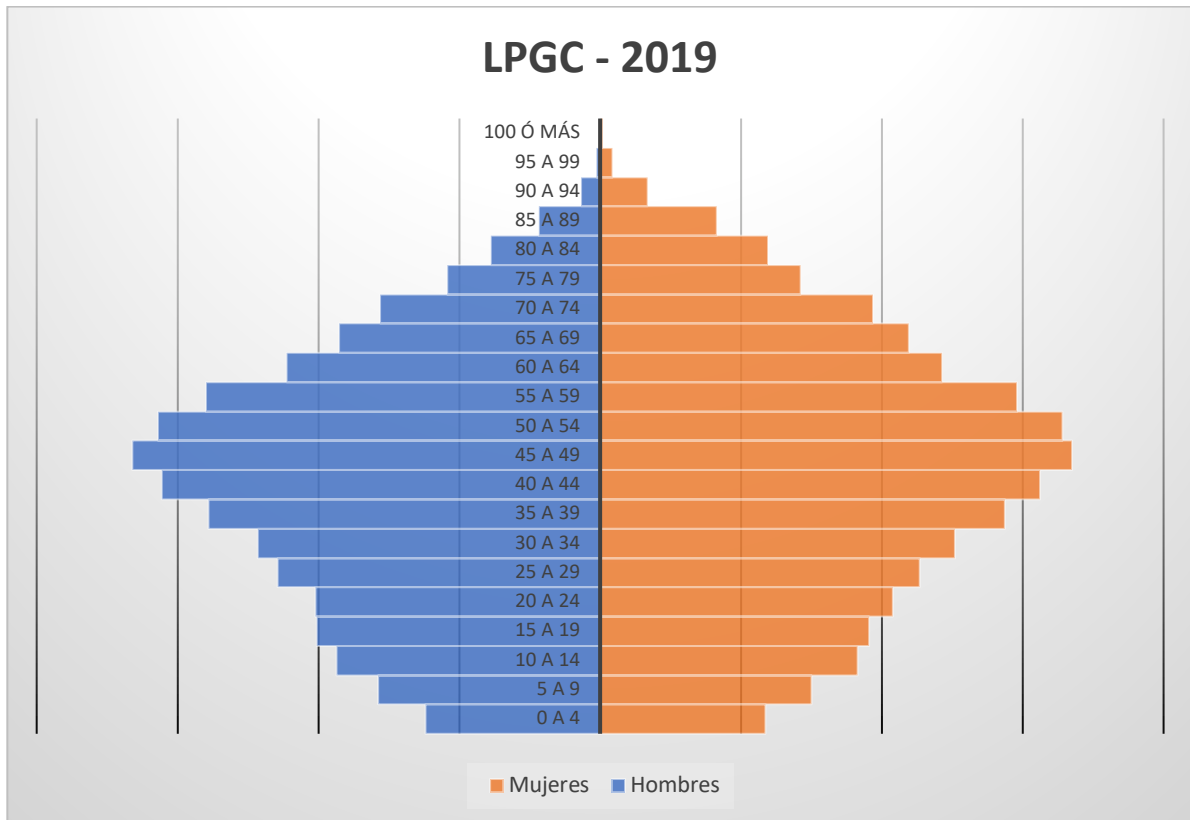
## PIRÁMIDE DE POBLACIÓN DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA, año 2000



En el año 2000 la figura resultante (ver gráfico anterior) tenía una forma claramente piramidal, localizándose el mayor volumen de efectivos entre las edades 20 a 39 años.

Transcurridas dos décadas la figura adopta una forma romboidal (ver gráfico siguiente), mientras que ahora se localiza el mayor número de efectivos entre los 40-59 años. También se observa una ampliación de la cúspide de la figura, las personas de mayor edad, sobre todo entre las mujeres (tiene una mayor esperanza de vida).

PIRÁMIDE DE POBLACIÓN DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA), año 2019



## 1.2. LOS DISTRITOS DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA: DISTRIBUCIÓN DE SU POBLACIÓN

Las 379.925 personas que residen en la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria en el año 2019 se distribuyen entre los cinco distritos que componen el territorio municipal tal como aparece en la siguiente tabla:

**POBLACIÓN DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA SEGÚN DISTRITO, año 2019<sup>2</sup>**

	Nº	%
DISTRITO 1	68.179	17,9
DISTRITO 2	82.048	21,6
DISTRITO 3	70.878	18,7
DISTRITO 4	104.780	27,6
DISTRITO 5	54.040	14,2
LPGC	379.925	100,0

El territorio municipal se estructura en 5 distritos:

Distrito 1: Vegueta - Cono Sur – Tafira: Ubicado al sur, donde residen 68.179 personas, el 17,9% del total.

Distrito 2: Centro: Ubicado al norte del distrito 1, donde residen 82.048 personas, el 21,6% (zona donde se ubica la zona comercial objeto de estudio, el segundo distrito más poblado).

Distrito 3: Isleta – Puerto Canteras - Guanarteme: Al norte del distrito 2, donde residen 70.878 personas, el 18,7%.

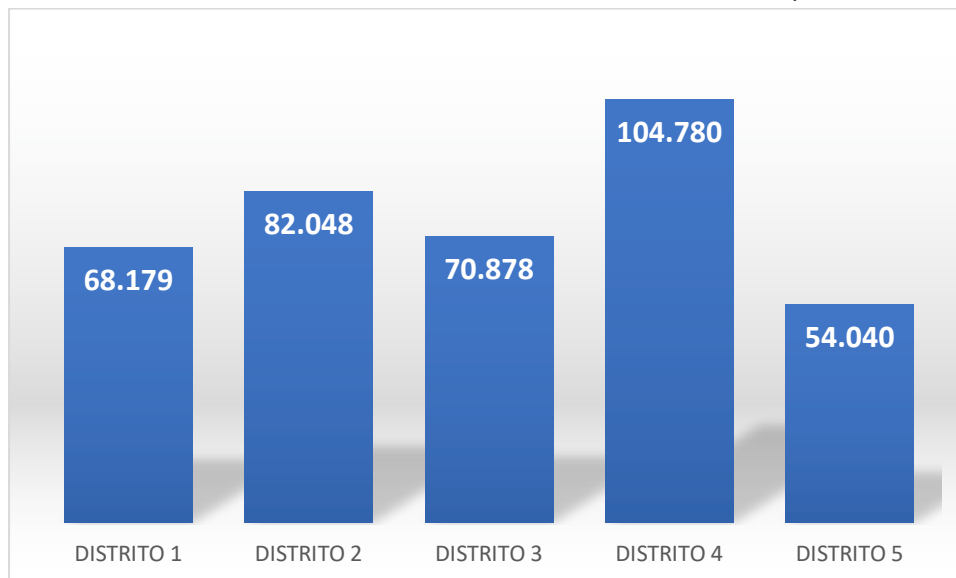
Distrito 4: Ciudad Alta: Localizado al oeste, el más poblado del municipio, con 104.780 personas, el 27,6%.

Distrito 5: Tamaraceite – San Lorenzo – Tenoya: Zona ubicada al noroeste de la ciudad, el menos poblado, con 54.040 habitantes, el 14,2%.

---

<sup>2</sup> Fuente: Padrón de Habitantes, ISTAC, INE

**POBLACIÓN DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA SEGÚN DISTRITO, año 2019**

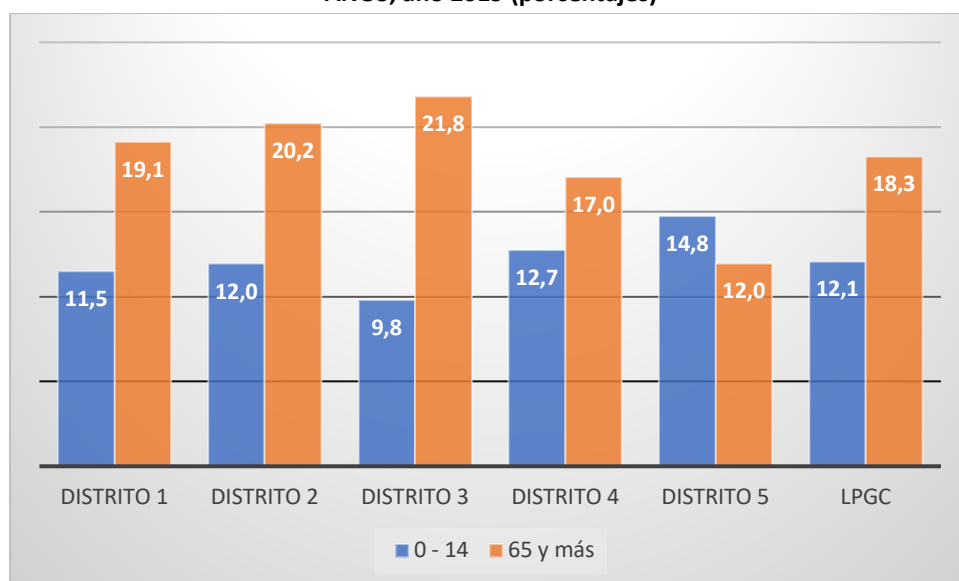


Interesante observar las proporciones de los segmentos de edad más jóvenes, de 0 a 14 años (generación de reemplazo) y el de mayor edad, de 65 y más años.

Como se observa en el gráfico siguiente los distritos con mayor peso de personas mayores son el distrito 3 (Isleta - Puerto- Guanarteme) y el distrito 2 o Centro. Por contra los distritos con menor presencia en términos relativos de personas de 65 y más años son el distrito 4, Ciudad Alta y el distrito 5 (Tamaraceite), zonas situadas al noroeste de la ciudad, más alejadas de la costa.

Si nos centramos en el peso o porcentaje relativo del segmento de 0 a 14 años (que denota hogares o familias de progenitores más jóvenes) serían el distrito 4 y el 5 los que presentan los mayores porcentajes.

**POBLACIÓN DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA SEGÚN DISTRITO Y GRUPOS DE EDAD DE 0 A 4 Y DE 65 Y MÁS AÑOS, año 2019 (porcentajes)**



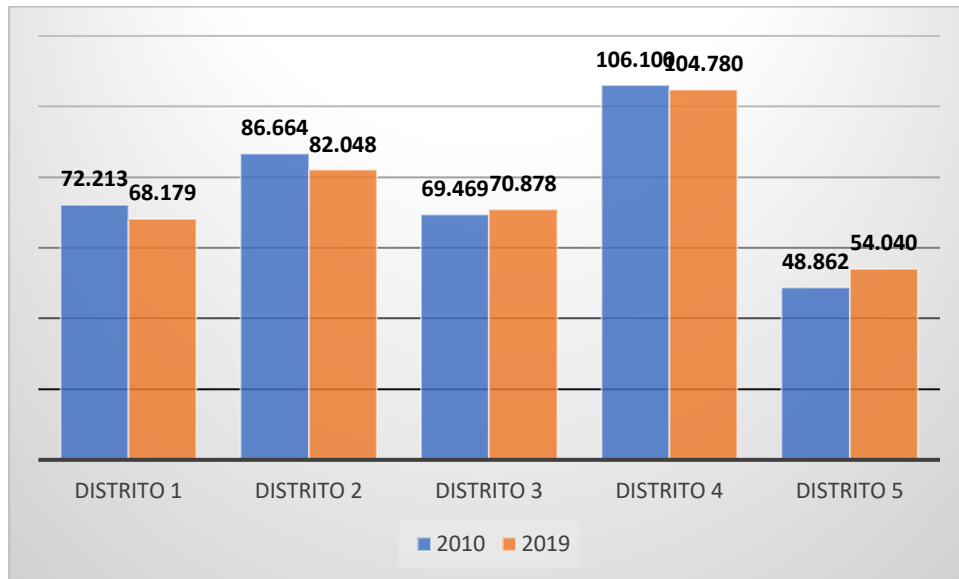
En cuanto a la evolución experimentada , y centrándonos en el periodo 2010 -2010 (ver tabla posterior), se observa pérdida de efectivos poblacionales en los distritos 1, 2 y 4, y al contrario, experimentan un cierto crecimiento, los distritos 3, y ,fundamentalmente, el distrito 5 (Tamaraceite).

**POBLACIÓN DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA SEGÚN DISTRITO, años 2010 y 2019**

	2010	2019
DISTRITO 1	72.213	68.179
DISTRITO 2	86.664	82.048
DISTRITO 3	69.469	70.878
DISTRITO 4	106.100	104.780
DISTRITO 5	48.862	54.040
LPGC	383.308	379.925



**POBLACIÓN DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA SEGÚN DISTRITO, años 2010 y 2019**



### 1.3. EL DISTRITO CENTRO Y SUS BARRIOS

El distrito 2 o distrito Centro, zona objeto de estudio en este informe sobre actividad comercial, se distribuye entre los siguientes sectores y/o barrios.

**POBLACIÓN DEL DISTRITO CENTRO SEGÚN SECTOR/BARRIO, años 2019<sup>3</sup>**

Sector/barrio	Nº	%
TRIANA	9.131	11,1
ARENALES	31.903	38,9
ALCARAVANERAS	14.341	17,5
LAS REHOYAS, LA PATERNA Y RISCOS	26.673	32,5
TOTAL DISTRITO 2	82.048	100,0

En primer lugar tendríamos el barrio genérico de **Triana**, con 9.131 habitantes, el 11,1%, zona situada entre el barranco del Guiniguada y la calle Bravo Murillo.

A continuación estaría el sector amplio de **Arenales**, zona donde se concentra casi el 40% de la población del distrito 2, con un total de 31.903 habitantes, entre las calle Bravo Murillo y la glorieta de Torres Las Palmas (túnel de Julio Luengo).

**POBLACIÓN DEL DISTRITO CENTRO SEGÚN SECTOR/BARRIO, años 2019**

	Nº	Nº	%
TRIANA	9.131		11,1
ARENALES	31.903		38,9
Canalejas		8.186	10,0
Fincas Unidas		4.297	5,2
Lugo		5.790	7,1
Canalejas / Fincas Unidas / Lugo		2.954	3,6
Ciudad del Mar		5.688	6,9
Ciudad Jardín		4.988	6,1
ALCARAVANERAS	14.341		17,5
LOS RISCOS - LAS REHOYAS - LA PATERNA	26.673		32,5
<b>TOTAL DISTRITO 2: CENTRO</b>	<b>82.048</b>		<b>100,0</b>

El área o sector de “Arenales” (ver tabla anterior), zona donde se ubica la zona comercial objeto de estudio, se compone de 5 barrios. De sur a norte, estaría el barrio de Canalejas, el más poblado del sector, al noroeste el barrio de Fincas Unidas, seguido del barrio de Lugo y, ya cercanos a la costa, los barrios Ciudad del Mar y Ciudad Jardín.

<sup>3</sup> Fuente: Padrón de Habitantes, ISTAC, INE

El siguiente sector es el de **Alcaravaneras**, barrio de costa y frontera del distrito 3 (Puerto-Canteras). En este barrio residen 14.314 habitantes, el 17,5% del distrito Centro o 2.

Por último estaría un gran sector, en **los "Riscos"**, con los barrios ubicados hacia el interior, en las laderas o "parte alta" de la ciudad, en concreto los barrios de San Francisco - San Nicolás Casablanca III, La Paterna, Lomo Apolinario, Miller, Los Tarahales, espacio donde reside el 32,5% del total del distrito 2.

## 1.4. INGRESOS ECONÓMICOS DE LA POBLACIÓN

### 1.4.1. Nivel de renta en Canarias

Según los datos aportados por el INE<sup>4</sup>, la renta media anual (en neto) por persona era de 9.996,21 € en el año 2017. En términos “medianos” (valor central que deja por debajo y por encima el 50% de la población, medida menos afectada por los valores extremos), la renta anual por persona sería de 13.488. En términos mensuales arrojaría unas cifras promedios de 833,02 € de media al mes por persona, y de 1.124,02 € al mes por persona de mediana.

Por territorios, se observa unos valores de renta más elevados en el municipio de Las Palmas de Gran Canaria en comparación a la Comunidad Autónoma en su totalidad, de 9.996,21 € de media por persona en Canarias a 11.365,00 €).

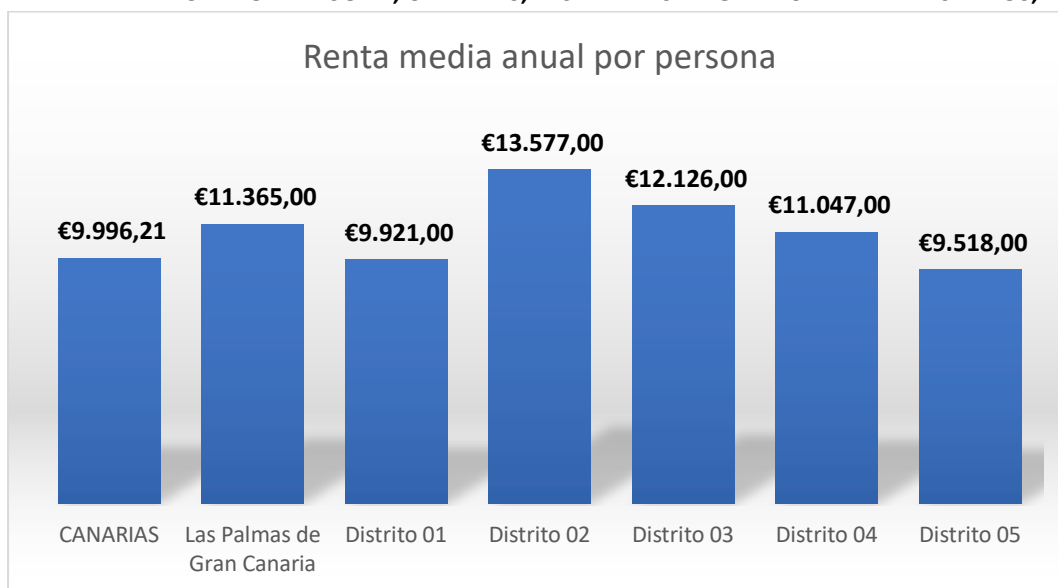
**RENTA ANUAL POR PERSONA, CANARIAS, LAS PALMAS DE GRAN CANARIA Y DISTRITOS, 2017**

2017	Renta media por persona	Renta mediana por persona	Renta bruta media por persona
CANARIAS	9.996,21 €	13.488,28 €	11.730,60 €
Las Palmas de Gran Canaria	11.365,00 €	13.650,00 €	13.701,00 €
Distrito 01	9.921,00 €	12.250,00 €	11.680,00 €
Distrito 02	13.577,00 €	16.450,00 €	16.852,00 €
Distrito 03	12.126,00 €	15.050,00 €	14.705,00 €
Distrito 04	11.047,00 €	13.650,00 €	13.274,00 €
Distrito 05	9.518,00 €	12.950,00 €	11.081,00 €

Asimismo, y dentro del municipio de las Palmas de Gran Canaria, los niveles más altos de renta se localizan en los distrito 2 (Centro) y 3 (Isleta-Puerto Canteras-Guanarteme), con una media de 13.000 € anuales por persona, y donde menos, los distritos 1 (Vegueta-Cono Sur-Tafira) y 5 (San Lorenzo-Tamaraceite-Tenoya (medias de menos de 10.000 € anuales, más del 20% de diferencia entre los distritos de mayor y menor nivel de renta).

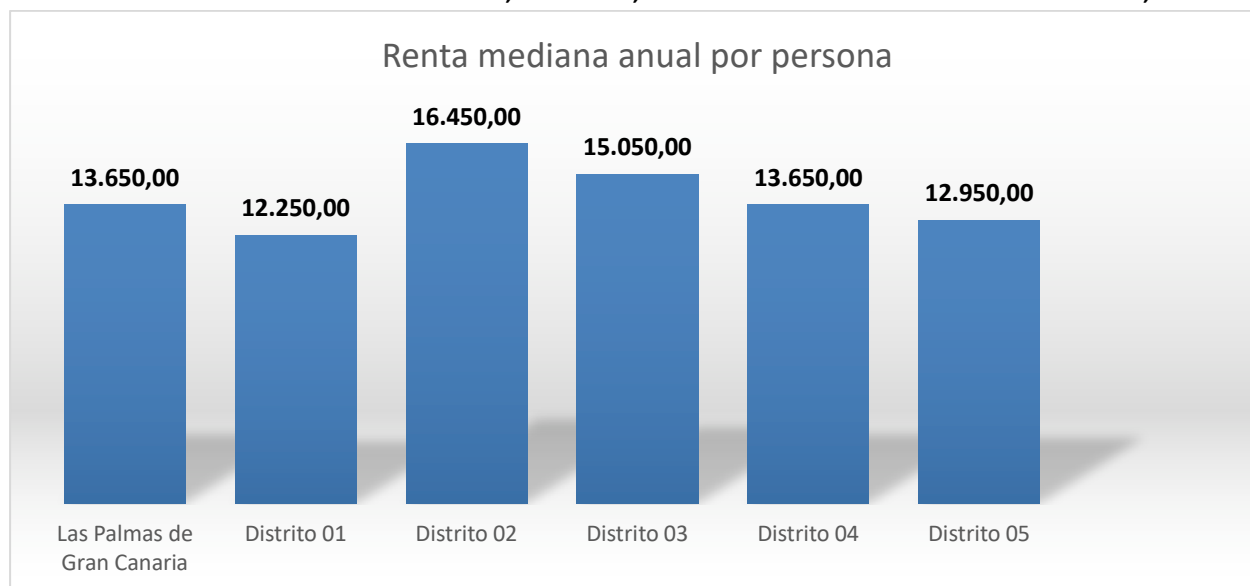
<sup>4</sup> Fuente de la información del apartado 1.4, Ingresos económicos : INE, Niveles de Renta, Estadística experimental, 2017

#### RENDA MEDIA ANUAL POR PERSONA, CANARIAS, LAS PALMAS DE GRAN CANARIA Y DISTRITOS, 2017



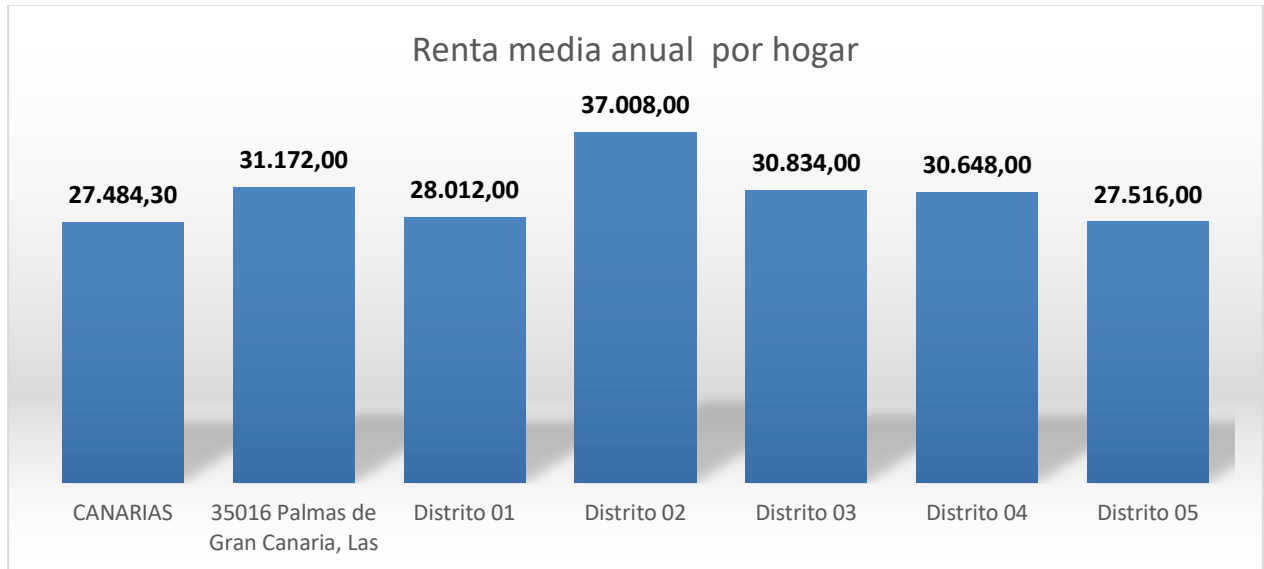
En términos medianos, las diferencias se reducen ligeramente, no obstante, vuelven a ser los distritos 2 y 3 donde se registran las mayores niveles de renta, en torno a 15.500 € y donde menos, otras vez, los distritos 1 y 5 (mediana de 12.500 €, un 20% menos).

#### RENDA MEDIANA ANUAL POR PERSONA, CANARIAS, LAS PALMAS DE GRAN CANARIA Y DISTRITOS, 2017



Si la variable es la renta por hogar, evidentemente las diferencias territoriales vuelven a reproducirse: mayor nivel de renta en Las Palmas de Gran Canaria en comparación a Canarias, y dentro del municipio mayores niveles en los distritos 2 y 3 (distritos Centro y Puerto- Canteras).

**RENTA MEDIA ANUAL POR HOGAR, CANARIAS, LAS PALMAS DE GRAN CANARIA Y DISTRITOS, 2017<sup>5</sup>**



<sup>5</sup> Fuente: INE, Niveles de Renta, Estadística experimental, 2017

### 1.4.2. Nivel de renta en el Distrito Centro (distrito 2)

El distrito 2 (zona objeto de este estudio sobre actividad comercial) presenta a priori los niveles más altos de renta de todo el municipio de Las Palmas de Gran Canaria, una media de 13.577,00 € por persona año (en neto) o 16.450,00 € de mediana.

No obstante **los niveles de renta son muy heterogéneos según el barrio del distrito**. En principio los niveles de renta superiores se detecta en los barrios de la parte baja del Distrito, los situados cerca de casco histórico y cercanos a la costa. Así tenemos el barrio de Triana (18,497,14 € euros de media anual por persona), y el sector de Arenales (15.814,00 €). Después estaría el sector o barrio de Alcaravaneras, con niveles de renta ligeramente inferior (13.606,67 €)

#### RENTA ANUAL POR PERSONA DEL DISTRITO 2-CENTRO DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA, SEGÚN SECCIONES Y BARRIOS, 2017<sup>6</sup>

DISTRITO CENTRO (2) - SECTOR / BARRIO	Renta media por persona (en neto)	Renta mediana por persona (en neto)	Renta bruta media por persona
TRIANA	18.497,14 €	24.250,00 €	23.792,00 €
ARENALES	15.814,00 €	15.814,00 €	15.814,00 €
Canalejas	15.668,00 €	21.525,00 €	19.659,00 €
Fincas Unidas	12.420,00 €	16.800,00 €	14.890,00 €
Lugo	12.693,00 €	16.713,00 €	15.410,00 €
Ciudad del Mar	20.639,00 €	26.425,00 €	27.066,00 €
Ciudad Jardín	21.703,00 €	25.729,00 €	29.679,00 €
ALCARAVANERAS	13.606,67 €	16.372,22 €	16.660,00 €
LOS RISCOS - LAS REHOYAS - LA PATERNA	8.525,62 €	11.583,33 €	9.626,95 €
<b>TOTAL DISTRITO 2</b>	<b>13.577,00 €</b>	<b>16.450,00 €</b>	<b>16.852,00 €</b>
<b>Las Palmas de Gran Canaria</b>	<b>11.365,00 €</b>	<b>13.650,00 €</b>	<b>13.701,00 €</b>
<b>CANARIAS</b>	<b>9.996,21 €</b>	<b>13.488,28 €</b>	<b>11.730,60 €</b>

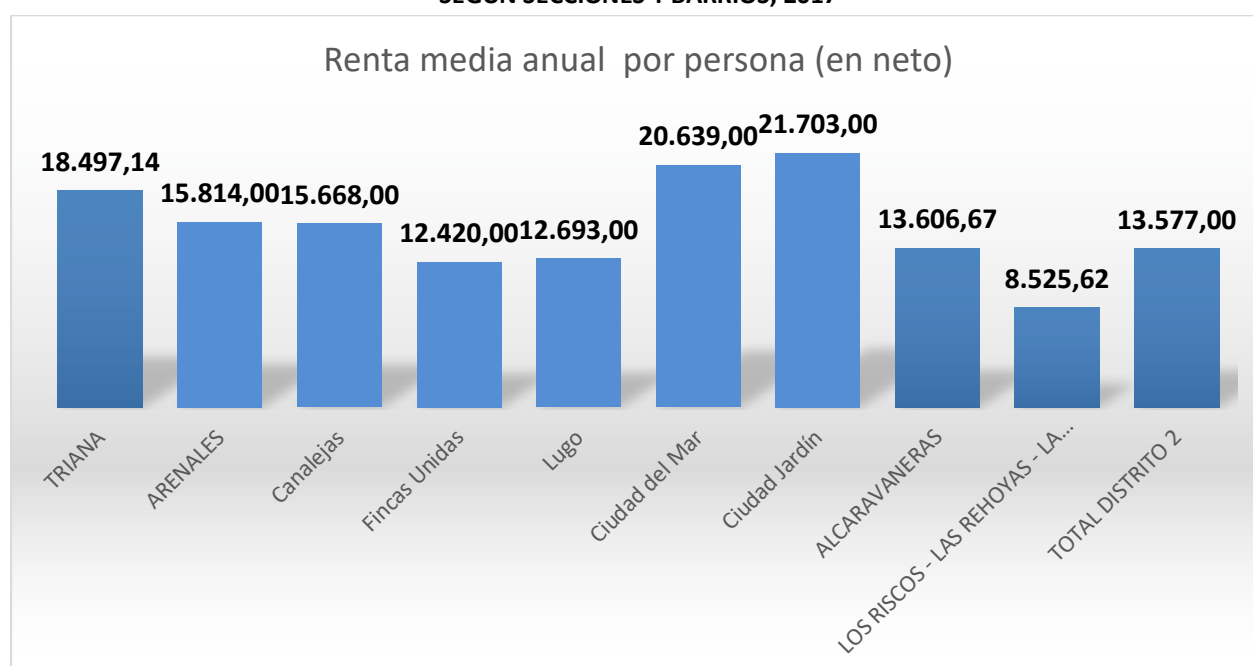
En el lado opuesto, los niveles de renta más bajos se registran en los barrios situados en la zona alta del Distrito, sobre las laderas del municipio y hacia el interior u oeste geográfico. En este sector, donde se ubican los barrios de Los Riscos, Las Rehojas y La Paterna, Miller, etc, el nivel de renta media anual por persona se reduce a 8.525,62 €, unos 5.000 euros menos de la media del

<sup>6</sup> Fuente: INE, Niveles de Renta, Estadística experimental, 2017

conjunto del municipio de Las Palmas de Gran Canaria. En términos de renta neta al mes por persona, estamos hablando de una media de 1.130 € para todo el Municipio y de un poco más de 710 € en este sector de la zona alta (diferencia de 420 euros al mes).

El sector concreto de Arenales, con una media de renta por persona de 15.814,00 (1.317 € al mes, superior a la media del Distrito 2), también presenta una situación muy segmentada. En primer lugar, una zona con rentas muy elevadas en comparación a los parámetros de Canarias, en concreto los barrios de Ciudad del Mar y Ciudad Jardín, con una media de ingresos por persona al año entre 21 y 22 mil euros, más del 55% de diferencia respecto a la media del Distrito en su conjunto.

**RENTA MEDIA ANUAL POR PERSONA (EN NETO) DEL DISTRITO 2-CENTRO DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA, SEGÚN SECCIONES Y BARRIOS, 2017**



Además, dentro del sector Arenales, nos encontramos el barrio de Canalejas, con niveles de ingresos de 15.668,00 € anuales, y con menores rentas (alrededor de 12.500 € al año), los barrios de Fincas Unidas y Lugo (alrededor de 1.140 euros al mes por persona, muy inferior a los 1.750 de los barrios de Ciudad de la Mar y Ciudad Jardín).

A continuación se adjuntan los datos de renta por hogares, tanto en términos netos como en bruto.



**RENTA ANUAL POR HOGAR DEL DISTRITO 2-CENTRO DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA, SEGÚN SECCIONES Y BARRIOS, 2017**

<b>DISTRITO CENTRO (2) - SECTOR / BARRIO</b>	<b>Renta media por hogar</b>	<b>Renta mediana por hogar</b>	<b>Renta bruta media por hogar</b>
TRIANA	48.903,71 €	61.286,71 €	62.908,00 €
ARENALES	47.426,00 €	59.974,00 €	61.165,00 €
Canalejas	42.430,00 €	56.973,00 €	53.229,00 €
Fincas Unidas	34.085,00 €	44.563,00 €	40.857,00 €
Lugo	33.896,00 €	45.171,00 €	41.135,00 €
Canalejas / Fincas Unidas / Lugo	37.889,00 €	54.141,00 €	47.154,00 €
Ciudad del Mar	59.347,00 €	77.313,00 €	77.693,00 €
Ciudad Jardín	64.358,00 €	70.005,00 €	88.089,00 €
ALCARAVANERAS	36.422,33 €	44.434,00 €	44.598,44 €
LOS RISCOS - LAS REHOYAS - LA PATERNA	23.165,81 €	32.502,00 €	26.150,67 €
<b>TOTAL DISTRITO 2: CENTRO</b>	<b>37.008,00 €</b>	<b>43.532,00 €</b>	<b>45.936,00 €</b>

## 2. HÁBITOS DE CONSUMO DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS Y DEL HOGAR

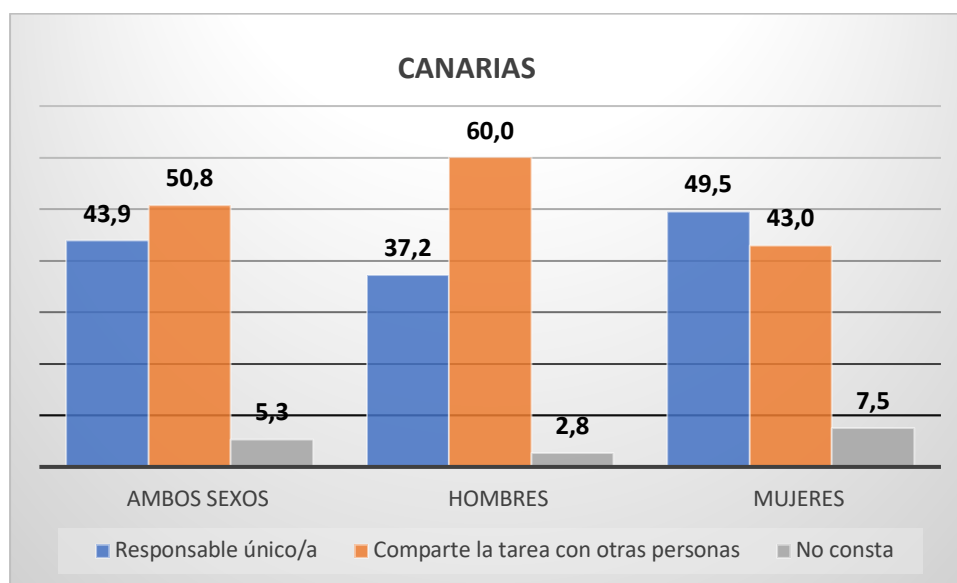
### 2.1. PERFIL DE LOS CONSUMIDORES Y CONSUMIDORAS

#### 2.1.1. La persona responsable de las compras del hogar (quién compra)

Según los datos proporcionados por el ISTAC<sup>7</sup>, en el 43,9% de los hogares de Canarias (hogares de cualquier tipo, unipersonal o mutipersonal), las compras de alimentos y artículos del hogar es una responsabilidad de solo una persona. Por otro lado, en el 50,8% de los hogares las compras es una responsabilidad compartida.

Al observar los datos según sexo de la persona responsable de las compras vemos que este porcentaje de responsabilidad única se incrementa al 49,5% en el caso de las mujeres, y se reduce al 37,2% entre los hombres. Es decir, de cada 10 mujeres responsables de hacer la compra en el hogar, 5 son responsables únicas, mientras que de cada 10 hombres, 4 sería responsables únicos.

**Hogares según responsabilidad única o compartida en las compras de alimentación y hogar y sexos de la persona responsable de las compras, Canarias. 2019 (en %).**



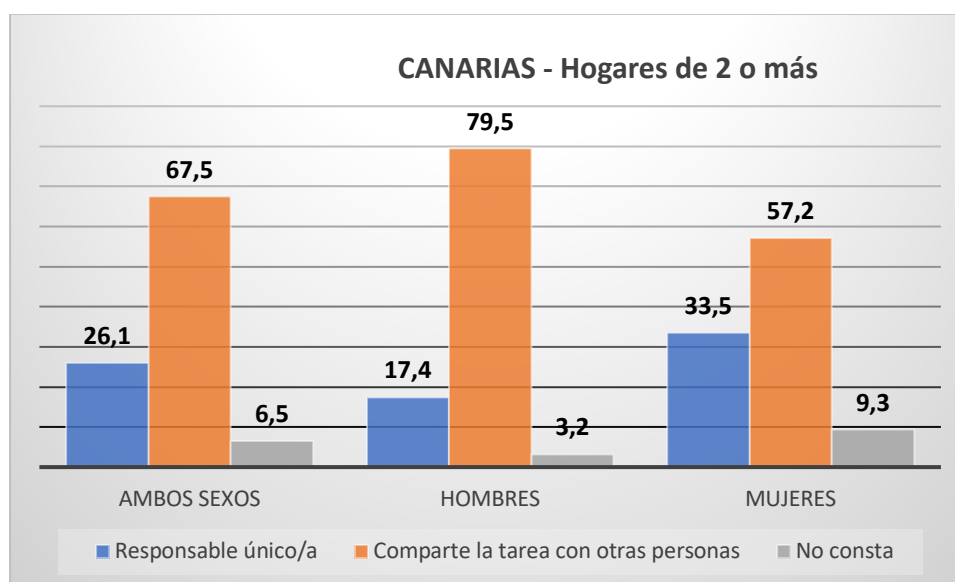
Cuando los datos se refieren solo a los hogares de 2 o más miembros, los resultados describen una situación de mayor desigualdad entre sexos.

<sup>7</sup> Fuente de información apartado 2: ISTAC: Encuesta de Hábitos y Confianza Socioeconómica (ECOSOC), módulo Hábitos de Consumo de los Hogares Canarios (2017).

Ahora cuando se excluyen los hogares unipersonales vemos que en el 67,5% de los hogares de Canarias las compras se hacen de forma “compartida”, es una responsabilidad de varias personas; mientras que en un 26,1% es una responsabilidad de solo una persona, mujeres en su inmensa mayoría.

Cuando es la mujer la que hace regularmente las compras del hogar, se convierte en responsabilidad única en el 33,5% de los casos. Es decir, de cada 10 mujeres responsables de la compra del hogar (hogares de 2 y más miembros), un poco más de 3 casos es una responsabilidad única de éstas. En el caso de los hombres, el porcentaje de responsabilidad única se reduce al 17,4%, es decir, de cada 10 hombres con responsabilidades respecto a las compras del hogar, en sólo 1,7 casos es una responsabilidad única de ellos.

**Hogares de 2 o más miembros según responsabilidad única o compartida en las compras de alimentación y hogar y sexos de la persona responsable de las compras, Canarias. 2019 (en %).**



Al analizar el reparto de responsabilidades entre sexos a la hora de hacer la compra de alimentos y hogar se detectan significativas diferencias según la edad.

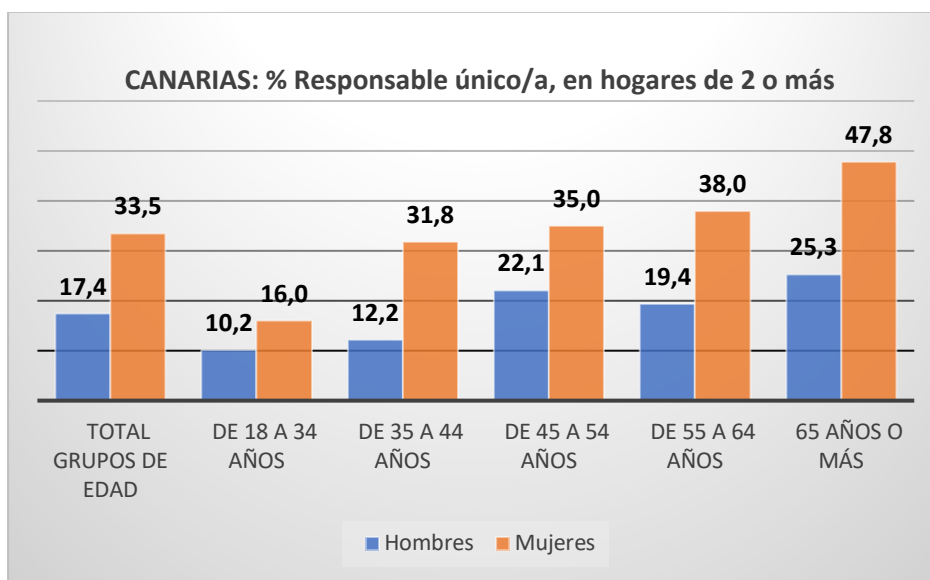
Tal y como se observa en el gráfico siguiente, a medida que aumenta la edad, la proporción de mujeres como responsables únicas de las compras del hogar aumenta proporcionalmente. Así, si entre los hogares con personas principales de 18 a 34 años (mayoritariamente parejas de jóvenes) el porcentaje de mujeres responsables únicas de las compras es del 16,0%, entre las mujeres de 65 y más se incrementa hasta el 47,8%.

Es decir, entre los hogares formados por parejas jóvenes las responsabilidades de hacer la compra es compartida de forma mayoritaria, en más del 80% de estos hogares de 2 o más miembros;

mientras que entre los hogares con personas principales de 65 y más años esta proporción se reduce al 50%.

En el caso de los hombres, el porcentaje de hombres responsables únicos de las compras del hogar se mantiene más o menos constante, el 15-25% en todos los tramos de edad.

**Hogares de 2 o más miembros según responsabilidad única en las compras de alimentación y hogar y sexo y edad de la persona responsable de las compras, Canarias. 2019 (en %).**



## 2.1.2. Grado de satisfacción con la oferta comercial actual

Según el estudio del ISTAC<sup>8</sup>, el grado de satisfacción de la población residente en Canarias con la oferta comercial en alimentación y hogar es elevado, con una puntuación media de 7,5 a nivel general (escala de 0 a 10) es decir, un grado de satisfacción de "notable".

**Grado de satisfacción con la oferta comercial en alimentación y hogar disponible en su zona de residencia según sexos de la persona responsable de las compras por isla y comarcas de Canarias. 2019 (medias, escala de 0 a 10).**

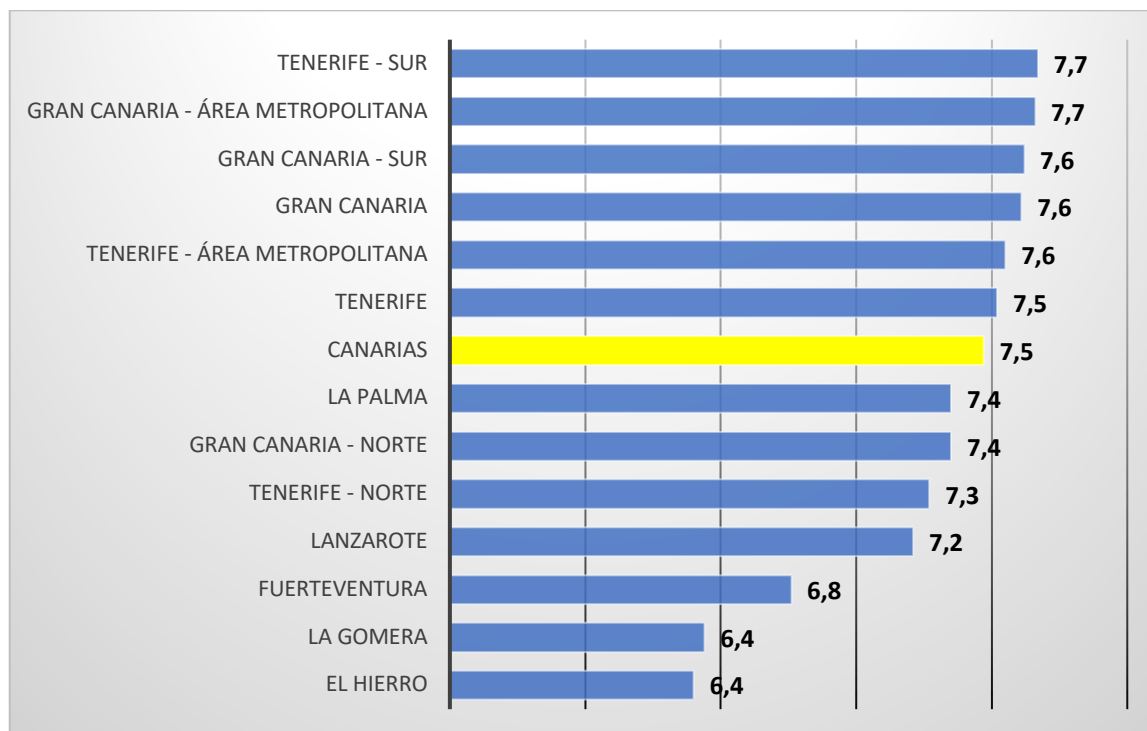
	AMBOS SEXOS	Hombres	Mujeres
CANARIAS	7,5	7,4	7,5
Lanzarote	7,2	7,2	7,2
Fuerteventura	6,8	6,6	7,0
Gran Canaria	7,6	7,6	7,6
Gran Canaria - Área Metropolitana	7,7	7,6	7,7
Gran Canaria - Norte	7,4	7,6	7,1
Gran Canaria - Sur	7,6	7,7	7,6
Tenerife	7,5	7,4	7,6
Tenerife - Área Metropolitana	7,6	7,5	7,6
Tenerife - Norte	7,3	7,0	7,5
Tenerife - Sur	7,7	7,6	7,8
La Gomera	6,4	6,3	6,6
La Palma	7,4	7,3	7,4
El Hierro	6,4	6,6	6,3

Según el territorio (ver gráfico siguiente), se detectan los menores grados de satisfacción, con puntuaciones menores a 7, en las islas de Fuerteventura y sobre todo en La Gomera y El Hierro. Por el contrario las zona metropolitanas y los "sures" de ambas islas capitalinas son donde se obtienen las mejores puntuaciones, esto es, se percibe una mejor oferta comercial

---

<sup>8</sup> Fuente de información apartado 2: ISTAC: Encuesta de Hábitos y Confianza Socioeconómica (ECOSOC), módulo Hábitos de Consumo de los Hogares Canarios (2019).

**Grado de satisfacción con la oferta comercial en alimentación y hogar disponible en su zona de residencia según isla y comarcas de Canarias. 2019 (medias, escala de 0 a 10).**



## 2.1.3. Gasto mensual en alimentación y hogar

### 2.1.3.1. Euros al mes por hogar

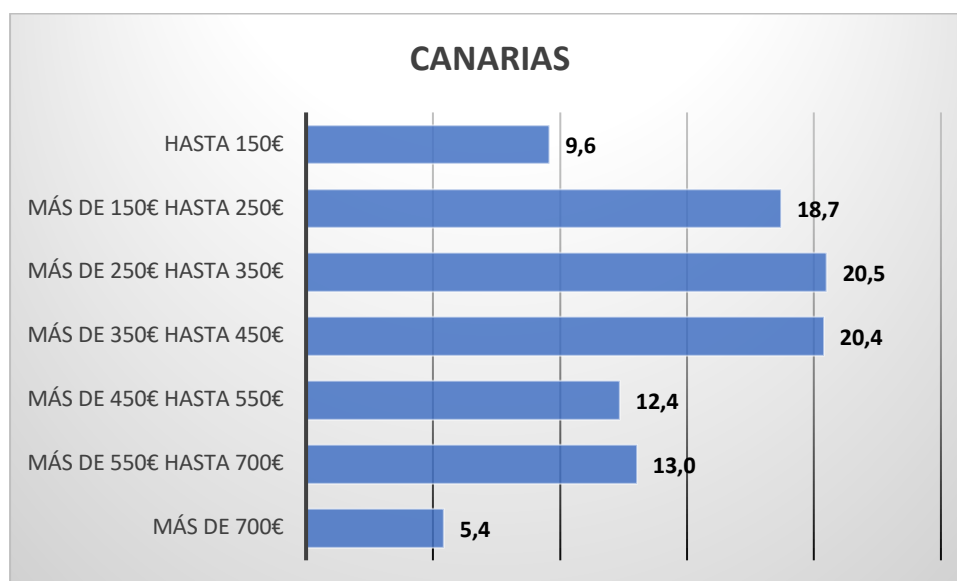
Según el estudio de Hábitos de Consumo, del ISTAC, del año 2019, un 20,5% de los hogares de Canarias gastan en compras de alimentación y hogar entre 251 y 350 euros al mes. Otro 20,4% se gastaría entre 351 y 450 euros. Agrupando estos dos intervalos de gasto mensual resulta un 40,9% de hogares que se gastarían al mes entre 251 y 450 euros. Por tanto, se podría decir **que 4 de cada 10 hogares de Canarias se gasta de promedio 350 euros al mes en alimentación y artículos del hogar.**

Hogares según gasto mensual en compras de alimentación y hogar por islas y comarcas de Canarias. 2019  
(porcentaje a la fila)

	Hasta 150€	Más de 150€ hasta 250€	Más de 250€ hasta 350€	Más de 350€ hasta 450€	Más de 450€ hasta 550€	Más de 550€ hasta 700€	Más de 700€	Total
CANARIAS	9,6	18,7	20,5	20,4	12,4	13,0	5,4	100,0
Lanzarote	11,0	19,9	16,4	20,2	11,4	13,7	7,4	100,0
Fuerteventura	7,7	17,2	18,5	23,1	17,9	10,7	4,9	100,0
Gran Canaria	8,7	16,0	22,6	19,1	12,9	14,9	5,8	100,0
Gran Canaria - Área Metropolitana	8,9	15,3	23,6	17,0	12,8	17,0	5,4	100,0
Gran Canaria - Norte	10,4	17,1	15,3	22,8	12,7	14,7	7,0	100,0
Gran Canaria - Sur	7,6	17,3	23,4	22,8	13,1	9,6	6,2	100,0
Tenerife	10,0	21,4	18,8	21,3	11,8	11,7	4,9	100,0
Tenerife - Área Metropolitana	9,6	19,5	19,2	24,3	10,0	11,5	5,8	100,0
Tenerife - Norte	7,2	23,7	22,3	17,6	12,5	12,1	4,4	100,0
Tenerife - Sur	12,6	22,3	15,7	19,9	13,8	11,8	3,9	100,0
La Gomera	10,8	14,7	20,8	17,0	15,4	14,1	7,2	100,0
La Palma	12,1	17,3	26,4	22,7	6,8	9,5	5,0	100,0
El Hierro	17,9	21,3	25,4	10,7	7,9	13,3	3,5	100,0

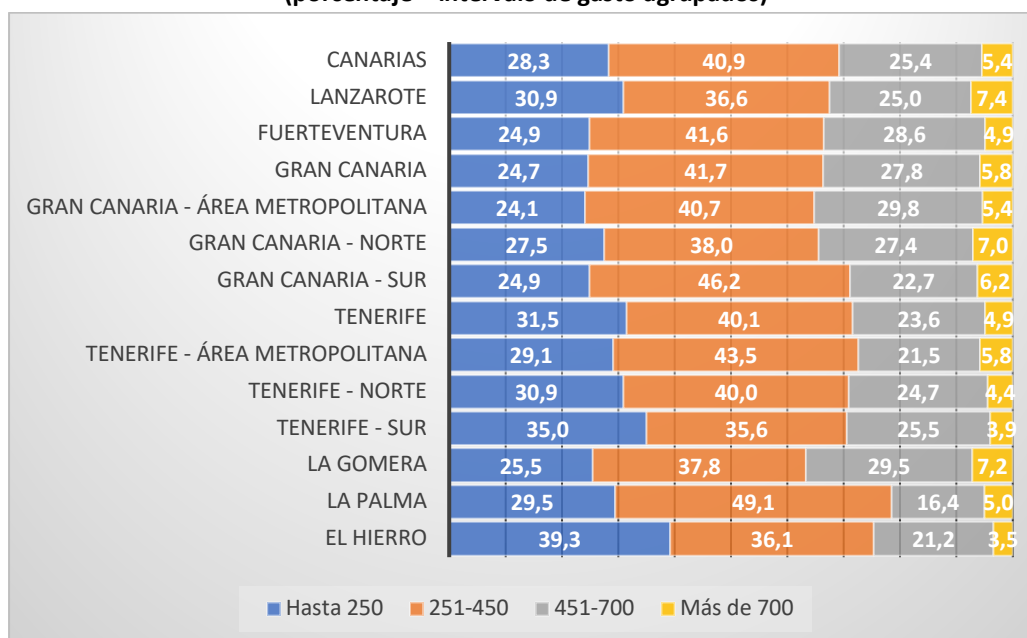
En los extremos, en primer lugar se observa que el 18,7% de los hogares se gastan entre 151 y 250 euros y el 9,6% se gasta como máximo 150 euros mensualmente. Por tanto, el 28,3%, prácticamente **3 de cada 10 hogares de Canarias, se gasta como máximo el mes 250 euros y 1 de cada 10 un máximo de 150 euros.**

### Hogares según gasto mensual en compras de alimentación y hogar de Canarias. 2019 (%)



Por otro lado, un 12,4% de los hogares se gastan entre 451 y 550 euros al mes y otro 13,0% entre 551 y 700 euros. Estos dos intervalos de gasto mensual suman el 25,4% de los hogares, es decir, una cuarta parte de los hogares se gastan de promedio 550 euros al mes en alimentación y hogar.

### Hogares según gasto mensual en compras de alimentación y hogar por islas y comarcas de Canarias. 2019 (porcentaje – intervalo de gasto agrupados)



Por último, un minoritario 5,4% de los hogares de Canarias se gasta al mes más de 700 euros.



### 2.1.3.2. Euros al mes per cápita

La variable gasto per cápita ofrece una descripción más precisa del nivel de gasto en alimentación de los hogares canarios. En primer lugar destacar que en una mayoría de los hogares de Canarias (el 37,7%, **cerca de 4 de cada 10 hogares**) se gasta entre 76 y 150 euros al mes per cápita, esto es, por cada uno de los miembros del hogar. A este segmento mayoritario se les une otro **14,9% de hogares** con menor nivel de gasto per cápita, **menos de 75 euros al mes**. Por tanto, más de la mitad de los hogares de Canarias gasta per cápita un máximo de 150 euros al mes.

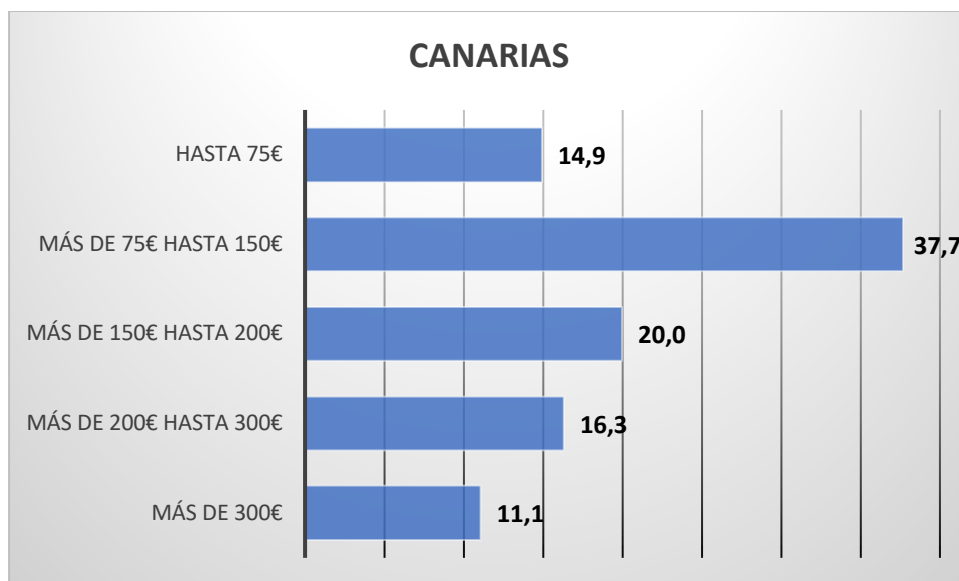
**Hogares según gasto mensual per cápita en compras de alimentación y hogar por islas y comarcas de Canarias. 2019 (porcentaje a la fila)**

	Hasta 75€	Más de 75€ hasta 150€	Más de 150€ hasta 200€	Más de 200€ hasta 300€	Más de 300€	Total
CANARIAS	14,9	37,7	20,0	16,3	11,1	100,0
Lanzarote	12,3	44,0	14,0	20,4	9,3	100,0
Fuerteventura	11,1	39,1	20,1	17,8	11,9	100,0
Gran Canaria	14,9	34,9	19,4	18,2	12,6	100,0
Gran Canaria - Área Metropolitana	16,6	31,1	19,7	18,4	14,2	100,0
Gran Canaria - Norte	14,7	36,1	12,7	25,4	11,0	100,0
Gran Canaria - Sur	10,4	44,5	22,0	14,2	9,0	100,0
Tenerife	15,6	39,1	21,9	13,5	9,9	100,0
Tenerife - Área Metropolitana	15,4	35,4	23,9	16,1	9,2	100,0
Tenerife - Norte	14,6	42,1	20,7	10,3	12,4	100,0
Tenerife - Sur	16,7	41,7	20,1	12,4	9,1	100,0
La Gomera	9,3	34,7	21,1	24,0	11,0	100,0
La Palma	17,5	40,4	15,1	16,3	10,8	100,0
El Hierro	29,5	28,5	19,7	15,6	6,8	100,0

Con niveles de gastos superiores, nos encontramos con otro 20,0% de hogares con un gasto per cápita de 151 a 200 euros mensuales y otro 16,3% entre 201 y 300 euros, agrupando entre los dos hasta el 27,4%, un poco más de la cuarta parte de los hogares de Canarias.

Por último, un minoritario 11,1%, una décima parte de los hogares, superan los 300 euros de gasto per cápita al mes.

Hogares según gasto mensual per cápita en compras de alimentación y hogar en Canarias. 2019 (porcentaje)



## 2.2. TIPO DE ESTABLECIMIENTO (dónde se compra)

### 2.2.1. Compra de productos frescos

Tal y como se observa en la tabla siguiente, la inmensa mayoría de la población de Canarias hace la compra de productos frescos de alimentación en los Supermercados, tanto si están ubicados en centros comerciales como si no. En concreto un 45,1% de los hogares hacen la compra normalmente en un Supermercado, hipermercado o gran almacén fuera de centro comercial, y otro 15,1% en Supermercado, hipermercado o gran almacén dentro de centro comercial. Por tanto, el 60,2% de los hogares de Canarias hacen la compra de productos frescos en Supermercados.

Por otro lado, hasta el 17,4% de los hogares hacen las compras de productos frescos en tiendas especializadas (fruterías, pescaderías y carnicerías) y otro 11,3% en “Mercado Central” (mercado central, mercadillo agricultor, cofradías de pescadores).

Asimismo un minoritario 2,1% de promedio hacen la compra en pequeños supermercados o autoservicios y otro 4,5% en pequeñas tiendas tradicionales.

Por último, un 1,6% de los hogares se abastecen de productos frescos de otra forma (producción propia familiar, pesca personal, etc.), sobre todo cuando hablamos de pescado fresco, y el 6,4% no hace compra de productos frescos (porcentaje que se incrementa al 12,2% cuando nos referimos al pescado).

**Hogares según tipos de establecimiento donde hace habitualmente las compras de productos frescos por isla y comarcas de Canarias. 2019 (porcentaje a la fila)**

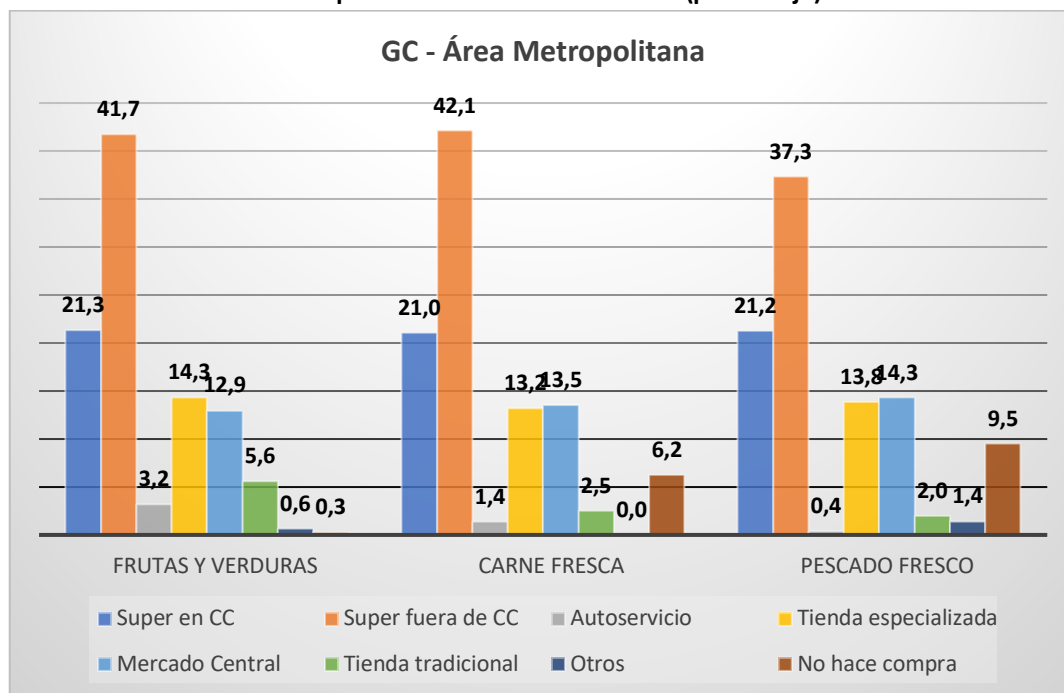
	Super en CC	Super fuera de CC	Autoservicio	Tienda especializada	Mercado Central	Tienda tradicional	Otros	No hace compra	Total
<b>CANARIAS</b>									
Frutas y verduras	14,1	45,0	2,8	17,5	11,3	7,8	0,9	0,7	100,0
Carne fresca	14,9	47,2	1,8	21,1	5,2	3,3	0,2	6,3	100,0
Pescado fresco	16,3	43,1	0,6	13,7	8,3	2,3	3,5	12,2	100,0
<b>CANARIAS (promedio)</b>	<b>15,1</b>	<b>45,1</b>	<b>1,7</b>	<b>17,4</b>	<b>8,2</b>	<b>4,5</b>	<b>1,6</b>	<b>6,4</b>	<b>100,0</b>
<b>GRAN CANARIA</b>									
Frutas y verduras	16,9	46,4	3,5	15,0	11,3	5,8	0,8	0,2	100,0
Carne fresca	16,3	46,5	2,0	17,2	9,2	2,7	0,0	6,1	100,0
Pescado fresco	17,3	40,3	0,6	15,1	11,9	2,1	2,3	10,4	100,0
Gran Canaria (promedio)	16,8	44,4	2,1	15,8	10,8	3,5	1,0	5,5	100,0
<b>GRAN CANARIA - ÁREA METROPOLITANA</b>									
Frutas y verduras	21,3	41,7	3,2	14,3	12,9	5,6	0,6	0,3	100,0
Carne fresca	21,0	42,1	1,4	13,2	13,5	2,5	0,0	6,2	100,0
Pescado fresco	21,2	37,3	0,4	13,8	14,3	2,0	1,4	9,5	100,0
Gran Canaria - Área Metropolitana (promedio)	21,2	40,4	1,6	13,8	13,6	3,3	0,7	5,3	100,0

El uso mayoritario de supermercados es extensible a todo tipo de productos frescos.

En Canarias en su conjunto el uso de tiendas especializadas (17,4% de promedio) se acrecienta en el caso de las carnicerías (aumenta al 21,1%).

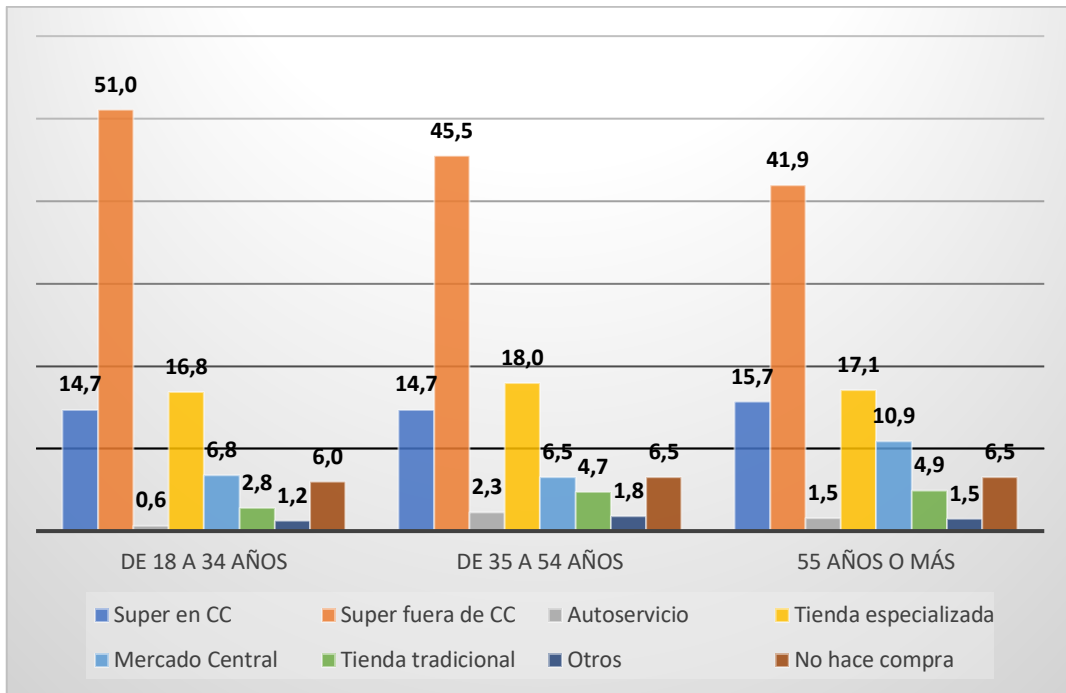
Comparando la zonas geográficas se observa un mayor uso de los mercados centrales en el Área metropolitana de Gran Canaria, del 8,2% a nivel de Canarias se incrementa al 13,6%.

**Hogares según tipos de establecimiento donde hace habitualmente las compras de productos frescos del Área Metropolitana de Gran Canaria. 2019 (porcentaje)**



Centrándonos en el Área Metropolitana de Gran Canaria (ver gráfico anterior), y siendo mayoritario el uso de los supermercados, fundamentalmente los ubicados en el tejido urbano, llama la atención los mayores porcentajes de “no compra” de carne y pescado (6,2% y 9,5% respetivamente). Además, el uso de los mercados centrales y tiendas especializadas es ligeramente mayor comparativamente, alrededor del 13-14%. En este sentido se puede decir que **la “cuota de mercado” de las tiendas especializadas de productos frescos y mercados centrales es del 14%** en el Área Metropolitana de Gran Canaria (municipios de Las Palmas de Gran Canaria y Telde).

**Hogares según tipos de establecimiento donde hace habitualmente las compras de productos frescos por edad de la persona responsable de las compras del hogar. Canarias. 2019 (porcentaje)**



Según la edad del comprador subrayar un mayor uso, si cabe, de los supermercados entre los compradores menores de 36 años, y por contra, un ligero mayor uso de las tiendas especializadas entre los mayores de 35 años.

## 2.2.2. Compra “grande”

Se considera “compra grande” la adquisición de artículos pesados, de carga (agua, aceite, productos de limpieza, pañales, productos para el aseo personal, etc.).

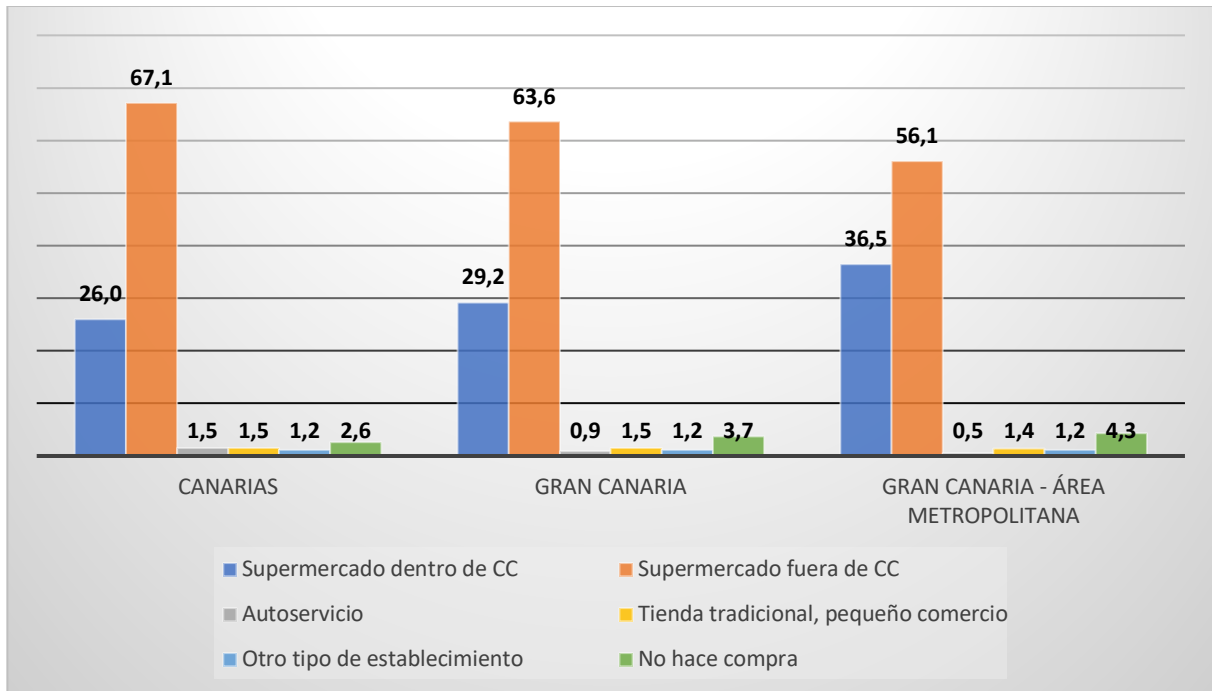
En el caso de la compra grande, la hegemonía de los supermercado es absoluta, absorbiendo más del 93% del mercado.

### Hogares según tipos de establecimiento donde hace habitualmente compra grande por isla y comarcas de Canarias. 2019 (porcentaje a la fila)

	Supermercado, hipermercado o gran almacén dentro de centro comercial	Supermercado, hipermercado o gran almacén fuera de centro comercial	Autoservicio	Tienda tradicional, pequeño comercio	Otro tipo de establecimiento	No hace compra	TOTAL
CANARIAS	26,0	67,1	1,5	1,5	1,2	2,6	100,0
Lanzarote	12,4	85,5	0,5	0,0	0,2	1,4	100,0
Fuerteventura	14,8	78,0	3,5	0,4	1,2	2,1	100,0
Gran Canaria	29,2	63,6	0,9	1,5	1,2	3,7	100,0
Gran Canaria - Área Metropolitana	36,5	56,1	0,5	1,4	1,2	4,3	100,0
Gran Canaria - Norte	12,5	78,1	0,8	2,4	0,8	5,5	100,0
Gran Canaria - Sur	18,2	76,3	1,8	1,2	1,5	1,1	100,0
Tenerife	28,7	65,0	1,3	1,5	1,5	2,1	100,0
Tenerife - Área Metropolitana	29,1	64,7	2,1	0,5	1,1	2,6	100,0
Tenerife - Norte	28,6	64,5	0,3	3,2	2,3	1,2	100,0
Tenerife - Sur	28,1	65,7	0,9	1,8	1,4	2,1	100,0
La Gomera	20,0	66,1	7,4	4,6	2,0	0,0	100,0
La Palma	8,8	81,0	5,2	2,9	0,0	2,1	100,0
El Hierro	1,9	61,2	19,0	16,1	1,6	0,1	100,0

El uso de otro tipo de establecimientos no superan en ninguna isla o comarca el 7% de los hogares, porcentaje que se reduce al 3,1% en el Área Metropolitana de Gran Canaria.

Hogares según tipos de establecimiento donde hace habitualmente compra grande por isla y comarcas de Canarias. 2019 (porcentaje)



### 2.2.3. Compra de artículos de reposición

Se considera compra de artículos de reposición la adquisición de lácteos, huevos, charcutería, pan, legumbres, pastas, etc.

Tal y como se observa en la tabla siguiente y como era presumible, la inmensa mayoría de la población de Canarias también hace la compra de artículos de reposición en los Supermercados, tanto si están ubicados en centros comerciales como si no. En concreto un 66,1% de los hogares hacen la compra normalmente en un Supermercado, hipermercado o gran almacén fuera de centro comercial, y otro 20,1% en Supermercado, hipermercado o gran almacén dentro de centro comercial. Es decir, el 86,2% de los hogares de Canarias hacen la compra de artículos de reposición en Supermercados.

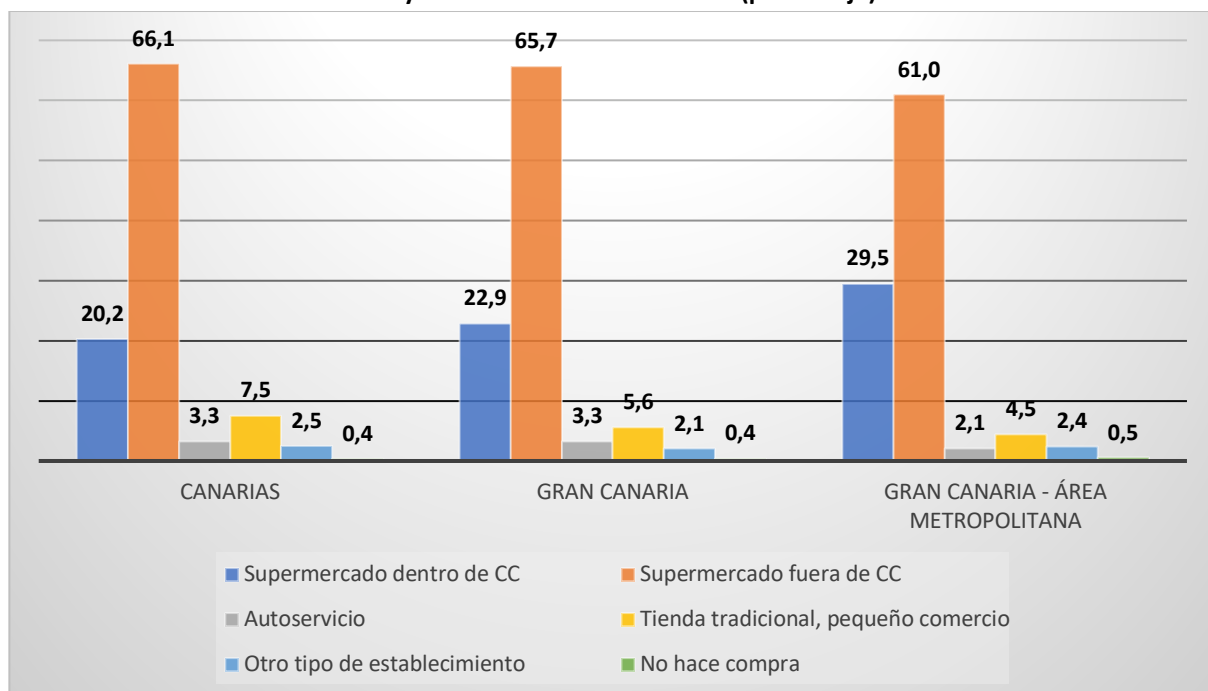
**Hogares según tipos de establecimiento donde hace habitualmente las compras de artículos de reposición por islas y comarcas de Canarias. 2019 (porcentaje a la fila)**

	Supermercado, hipermercado o gran almacén dentro de centro comercial	Supermercado, hipermercado o gran almacén fuera de centro comercial	Autoservicio	Tienda tradicional, pequeño comercio	Otro tipo de establecimiento	No hace compra	TOTAL
CANARIAS	20,2	66,1	3,3	7,5	2,5	0,4	100,0
Lanzarote	11,9	80,7	2,1	3,2	2,0	0,1	100,0
Fuerteventura	13,8	68,8	3,2	11,8	2,2	0,1	100,0
Gran Canaria	22,9	65,7	3,3	5,6	2,1	0,4	100,0
Gran Canaria - Área Metropolitana	29,5	61,0	2,1	4,5	2,4	0,5	100,0
Gran Canaria - Norte	7,3	73,5	4,7	12,4	1,5	0,6	100,0
Gran Canaria - Sur	13,0	74,5	5,8	5,3	1,4	0,0	100,0
Tenerife	21,8	63,7	2,7	8,7	2,7	0,4	100,0
Tenerife - Área Metropolitana	20,5	67,6	2,4	7,0	2,6	0,0	100,0
Tenerife - Norte	18,7	60,0	1,5	16,2	3,3	0,4	100,0
Tenerife - Sur	25,8	61,3	4,2	5,5	2,3	0,9	100,0
La Gomera	11,5	59,2	9,1	11,6	8,5	0,0	100,0
La Palma	5,9	69,6	7,2	12,6	4,0	0,8	100,0
El Hierro	0,0	60,6	22,2	15,5	1,6	0,1	100,0

Solo el 13,3% de los hogares hacen las compras de artículos de reposición en otro tipo de establecimientos, porcentaje ligeramente menor el Área Metropolitana de Gran Canaria (9,0%).



Hogares según tipos de establecimiento donde hace habitualmente las compras de artículos de reposición por islas y comarcas de Canarias. 2019 (porcentaje)



## 2.3. FRECUENCIA (cuántas veces)

### 2.3.1. Compra de productos frescos

Tal y como se observa en la tabla siguiente, prácticamente 4 de cada 10 hogares hacen compras de productos frescos 1 vez por semana (el 39,0%), a los que le añadimos otro 35,2% que compran con mayor frecuencia, 2-3 veces por semana (es decir, otros 4 de cada 10 hogares), más otro 6,7% que lo hacen casi diariamente (4 o más veces por semana).

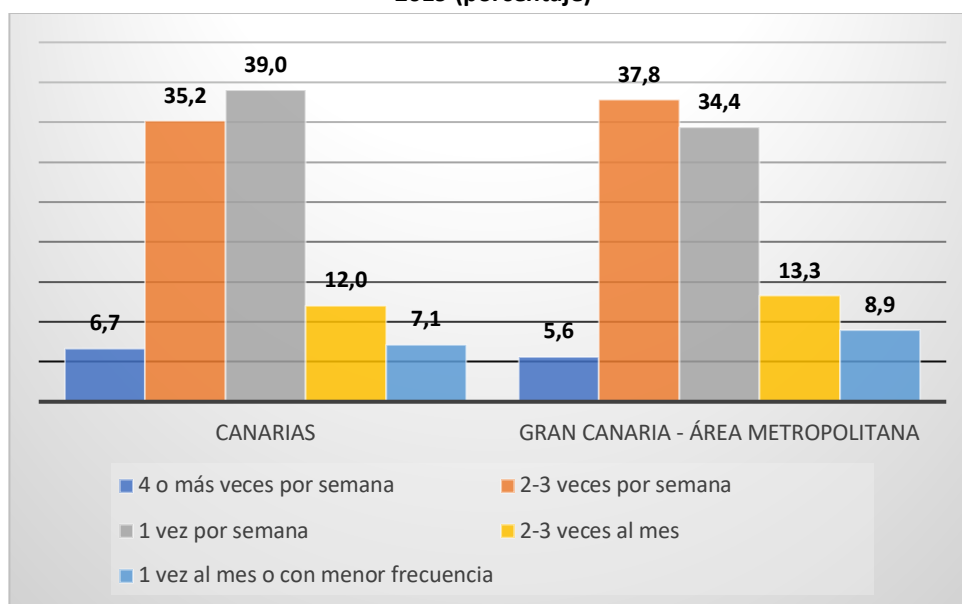
Hogares que hacen compra de productos frescos según frecuencia de compra por islas y comarcas de Canarias.  
2019 (porcentaje a la fila)

	4 o más veces por semana	2-3 veces por semana	1 vez por semana	2-3 veces al mes	1 vez al mes o con menor frecuencia	Total
CANARIAS	6,7	35,2	39,0	12,0	7,1	100,0
Lanzarote	5,1	37,0	42,9	7,0	8,0	100,0
Fuerteventura	8,9	29,9	37,0	16,0	8,2	100,0
Gran Canaria	6,0	37,0	37,0	11,5	8,5	100,0
Gran Canaria - Área Metropolitana	5,6	37,8	34,4	13,3	8,9	100,0
Gran Canaria - Norte	4,3	35,2	44,2	7,5	8,8	100,0
Gran Canaria - Sur	7,8	35,9	40,3	8,8	7,2	100,0
Tenerife	6,5	33,9	40,7	13,0	5,9	100,0
Tenerife - Área Metropolitana	6,3	33,0	41,5	14,2	5,0	100,0
Tenerife - Norte	2,6	36,9	38,2	13,1	9,3	100,0
Tenerife - Sur	9,6	32,7	41,5	11,4	4,7	100,0
La Gomera	16,0	38,8	31,5	8,2	5,4	100,0
La Palma	12,8	34,1	38,0	11,1	4,0	100,0
El Hierro	6,1	32,5	45,5	7,1	8,8	100,0

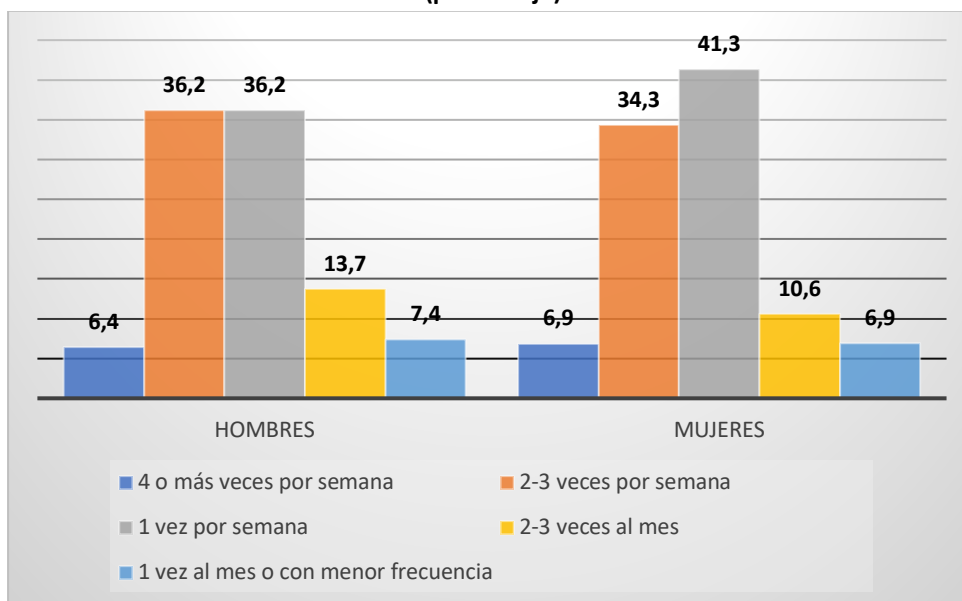
Por tanto la frecuencia de compra mayoritaria es semanal, entre 1 y 3 veces por semana en más del 74% de los hogares canarios más un 6,7% de compra cotidiana. El resto, un 20% aproximado hacen la compra con menor frecuencia, entre 2-3 veces al mes primordialmente.

No se detectan diferencias significativas ni entre territorios ni entre sexos ni entre segmentos de edad.

Hogares que hacen compra de productos frescos según frecuencia de compra por isla y comarca de Canarias. 2019 (porcentaje)



Hogares que hacen compra de productos frescos según frecuencia de compra por sexo. Canarias. 2019 (porcentaje)



### 2.3.2. Compra “grande”

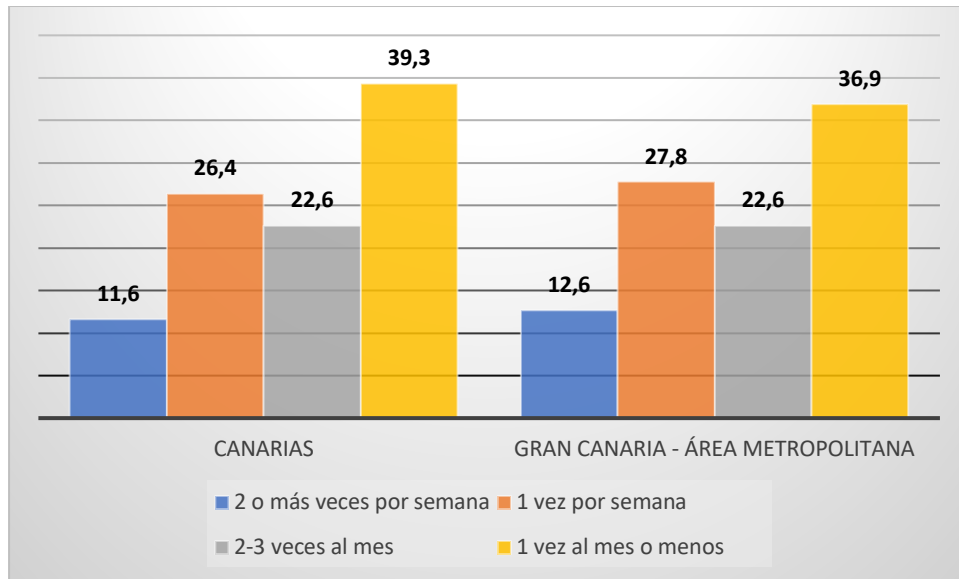
Ahora cuando nos referimos a la “compra grande la frecuencia se convierte en mensual de forma mayoritaria. En primer lugar, nos encontramos con un 36,1% que compran estos productos solo 1 vez al mes. Además otro 22,6% de los hogares de Canarias hacen compra grande entre 2 y 3 veces al mes y un 3,3% con menor frecuencia (suman el 62%) .

Hogares que hacen compra grande según frecuencia de compra por islas y comarcas de Canarias. 2019  
(porcentaje a la fila)

	2 o más veces por semana	1 vez por semana	2-3 veces al mes	1 vez al mes	Con menor frecuencia	TOTAL
CANARIAS	11,6	26,4	22,6	36,1	3,3	100,0
Lanzarote	14,3	29,2	28,1	23,7	4,6	100,0
Fuerteventura	18,6	23,0	20,4	33,6	4,4	100,0
Gran Canaria	11,4	27,4	22,1	36,4	2,8	100,0
Gran Canaria - Área Metropolitana	12,6	27,8	22,6	34,5	2,4	100,0
Gran Canaria - Norte	8,5	25,0	24,5	38,0	4,0	100,0
Gran Canaria - Sur	9,4	27,5	19,5	40,4	3,1	100,0
Tenerife	10,0	25,8	22,7	38,2	3,2	100,0
Tenerife - Área Metropolitana	8,9	24,8	23,7	39,3	3,3	100,0
Tenerife - Norte	10,1	28,0	19,0	38,0	4,9	100,0
Tenerife - Sur	11,6	25,6	24,2	36,9	1,7	100,0
La Gomera	19,7	15,5	32,2	29,2	3,4	100,0
La Palma	14,1	25,6	19,2	36,3	4,7	100,0
El Hierro	20,0	22,5	17,7	32,8	7,0	100,0

No obstante persiste la frecuencia de compra semanal en el 38% de los hogares de Canarias, ligeramente mayor en las áreas metropolitanas.

Hogares que hacen compra grande según frecuencia de compra, por isla y comarca.  
Canarias. 2019 (porcentaje)



### 2.3.3. Compra de artículos de reposición

Como sería presumible, cuando hablamos de compra de artículos de reposición la frecuencia de compra es semanal en la inmensa mayoría de los hogares de Canarias (a medida que se va demandando la reposición).

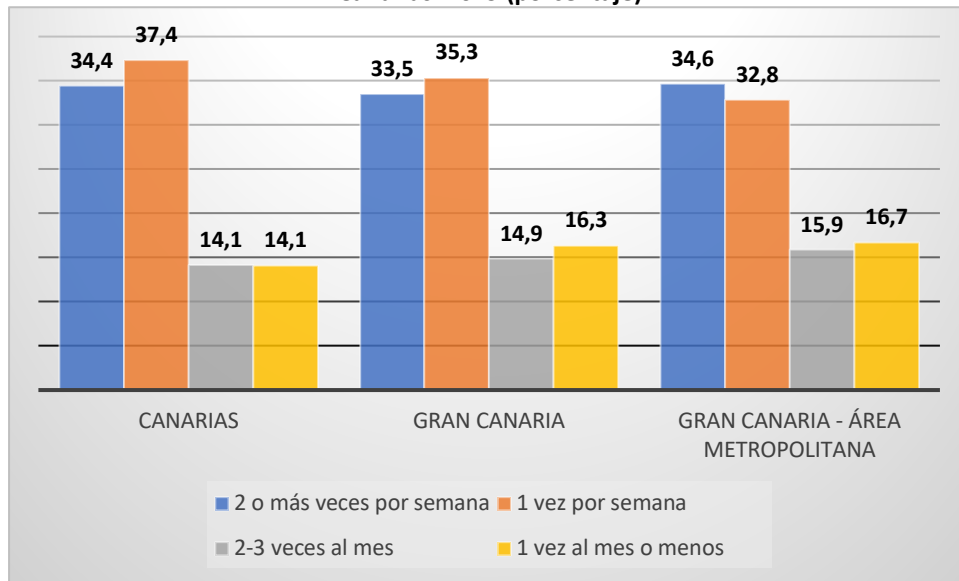
Tal y como se observa en la tabla siguiente, prácticamente 4 de cada 10 hogares hacen compras de artículos de reposición 1 vez por semana (el 26,5%), a los que le añadimos otro 26,5% que compran con mayor frecuencia, 2-3 veces por semana (es decir, otros 3 de cada 10 hogares), más otro 7,9% que lo hacen casi diariamente (según la necesidad).

**Hogares que hacen compra de artículos de reposición según frecuencia de compra por islas y comarcas de Canarias. 2019 (porcentaje a la fila).**

	4 o más veces por semana	2-3 veces por semana	1 vez por semana	2-3 veces al mes	1 vez al mes o con menor frecuencia	TOTAL
CANARIAS	7,9	26,5	37,4	14,1	14,1	100,0
Lanzarote	5,4	28,3	42,6	9,9	13,7	100,0
Fuerteventura	18,9	20,2	36,8	10,9	13,3	100,0
Gran Canaria	6,3	27,2	35,3	14,9	16,3	100,0
Gran Canaria - Área Metropolitana	6,1	28,5	32,8	15,9	16,7	100,0
Gran Canaria - Norte	5,0	19,0	47,2	15,4	13,4	100,0
Gran Canaria - Sur	7,6	27,6	36,0	12,0	16,8	100,0
Tenerife	7,3	26,2	39,1	14,8	12,6	100,0
Tenerife - Área Metropolitana	6,4	27,7	37,2	15,6	13,0	100,0
Tenerife - Norte	3,8	25,8	42,8	14,3	13,4	100,0
Tenerife - Sur	11,2	24,3	38,9	14,0	11,6	100,0
La Gomera	9,5	39,2	25,3	13,4	12,5	100,0
La Palma	18,2	23,9	35,8	11,6	10,5	100,0
El Hierro	8,3	39,1	27,0	11,3	14,4	100,0

El resto de hogares presentan una frecuencia de compra de carácter mensual (entre 1 y 3 veces al mes), representando el 28,2% de los hogares.

Hogares que hacen compra de artículos de reposición según frecuencia de compra por islas y comarcas de Canarias. 2019 (porcentaje)



No se detectan diferencias significativas ni entre territorios ni entre sexos ni entre segmentos de edad.

## 2.4. FORMA DE DESPLAZAMIENTO PARA HACER LA COMPRA (cómo se desplazan)

### 2.4.1. Compra de productos frescos

A nivel del conjunto de Canarias, se observa que en el 57,5% de los hogares se suelen hacer las compras regulares de productos frescos en vehículos particulares, casi el 60% de los hogares. Esta elevada utilización de coche particular encuentra su correlación al uso mayoritario de Supermercados en general y supermercados en centros comerciales en particular.

No obstante, hasta un 37,4% de los hogares de Canarias hacen sus compras de productos frescos a pie, productos que como se recordará se compran con una frecuencia semanal en la mayoría de los casos.

Un minoritario 5% se agrupan en la categoría “otros medios” o que no se desplazan (compras online o servicio a domicilio).

**Hogares que hacen compra de productos frescos según formas de desplazamiento para hacer las compras por islas y comarcas de Canarias. 2019 (porcentaje a la fila)**

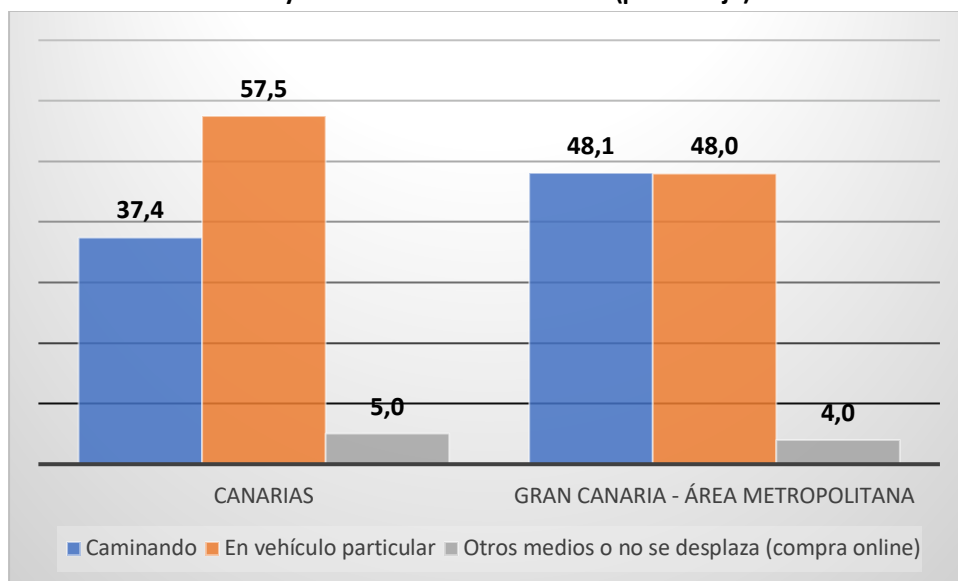
	A pie	En vehículo particular	Otros medios o no se desplaza (compra online)	TOTAL
CANARIAS	37,4	57,5	5,0	100,0
Lanzarote	25,3	70,5	4,2	100,0
Fuerteventura	28,5	67,3	4,2	100,0
Gran Canaria	43,9	52,2	3,9	100,0
Gran Canaria - Área Metropolitana	48,1	48,0	4,0	100,0
Gran Canaria - Norte	21,3	73,6	5,1	100,0
Gran Canaria - Sur	44,3	52,7	2,9	100,0
Tenerife	34,8	59,2	6,0	100,0
Tenerife - Área Metropolitana	40,1	53,8	6,1	100,0
Tenerife - Norte	28,0	66,2	5,8	100,0
Tenerife - Sur	32,7	61,2	6,1	100,0
La Gomera	42,9	48,0	9,0	100,0
La Palma	33,1	60,2	6,8	100,0
El Hierro	24,8	65,9	9,3	100,0

El uso de coche privado disminuye comparativamente en el Área Metropolitana de Gran Canaria (del 57,5% desciende al 48,0%, zonas con mayor tejido comercial, y por tanto, mayor presencia de comercios de proximidad).

En Las Palmas de Gran Canaria prácticamente se distribuye la población entre compradores de productos frescos a pie y los que van en vehículo privado.

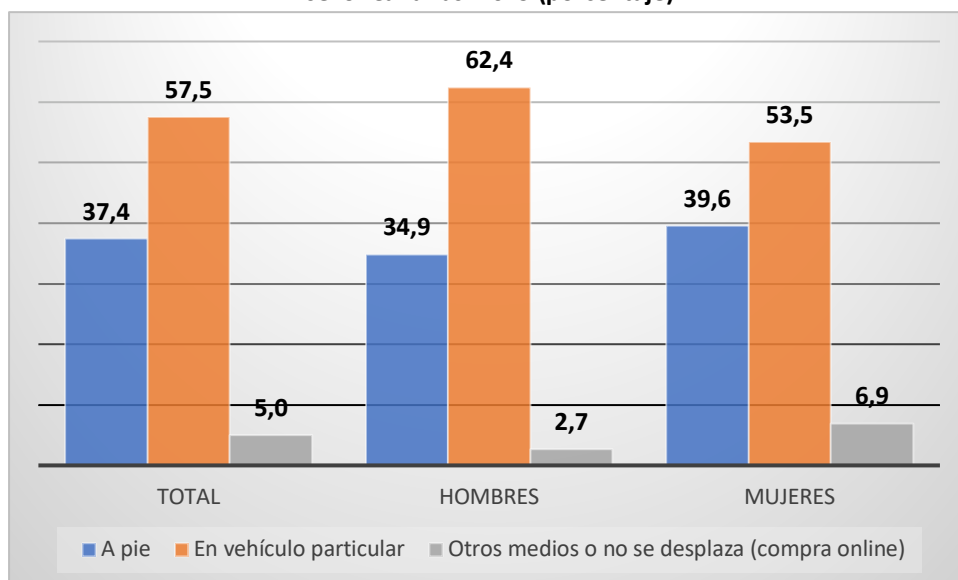


**Hogares que hacen compra de productos frescos según formas de desplazamiento para hacer las compras por islas y comarcas de Canarias. 2019 (porcentaje)**

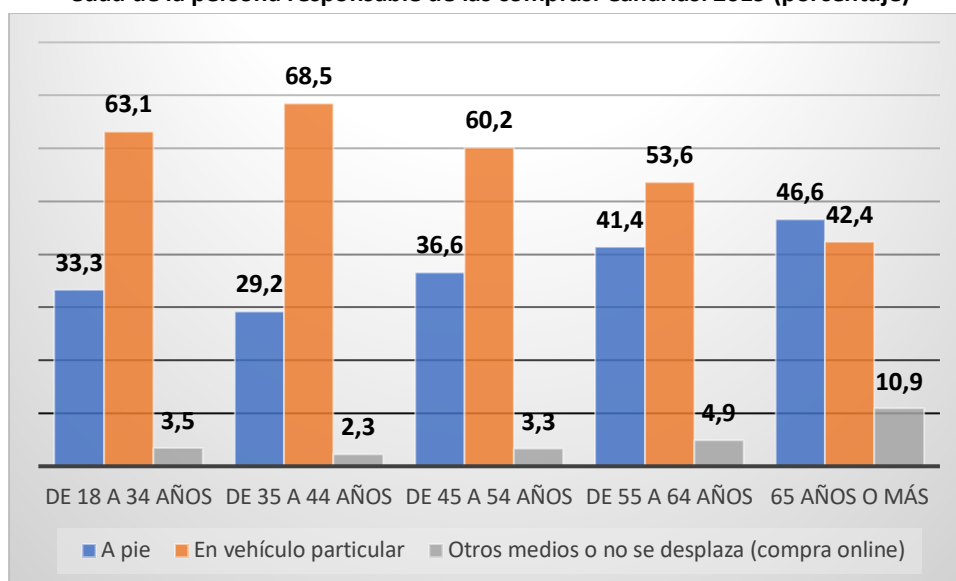


En general, los hombres usan el coche privado en mayor proporción que las mujeres a la hora de hacer la compra de alimentos frescos. También es cierto que entre los hombres el porcentaje de conductores también es más elevado.

**Hogares que hacen compra de productos frescos según formas de desplazamiento para hacer las compras por sexo. Canarias. 2019 (porcentaje)**



**Hogares que hacen compra de productos frescos según formas de desplazamiento para hacer las compras por edad de la persona responsable de las compras. Canarias. 2019 (porcentaje)**



El uso del coche privado, y en oposición al ir caminando a comprar productos frescos, aparte de la existencia o no de comercio de proximidad, está íntimamente correlacionado con la edad de las personas que hacen las compra del hogar.

En general se observa que a mayor edad, menor uso del coche privado, del 63-68% de uso del coche privado entre personas menores de 45 años el 42,4% entre los de 65 y más.

De resaltar el incremento de aquellos que no se desplazan (servicio a domicilio ...) ente los de 65 más años, duplicando su presencia en términos relativos (del 5% del total al 10,9%).

## 2.4.2. Compra “grande”

Siendo la compra “grande” de mayor peso y volumen (y mayoritariamente realizada con una frecuencia mensual), el uso del coche privado se convierte en el medio de transporte de uso mayoritario, en el 74,8% de los hogares de Canarias.

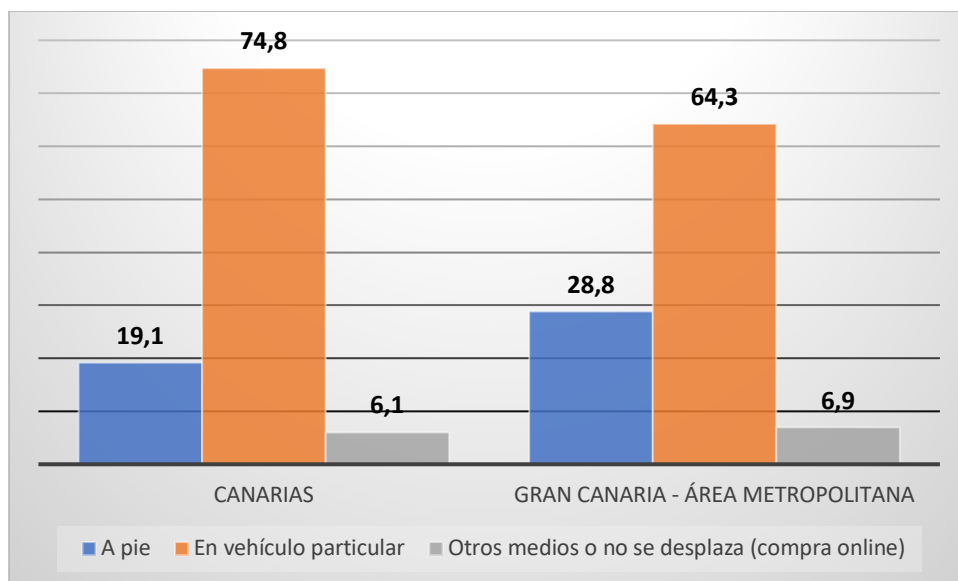
No obstante, hasta el 19,1% de los hogares, los responsables se desplazan para estas compras a pie o en comercios cercanos (supermercados fundamentalmente), porcentaje que se eleva en Las Palmas de Gran canaria a casi el 30% (10 puntos más de promedio respecto al total de Canarias).

### Hogares que hacen compra grande según formas de desplazamiento para hacer las compras por islas y comarcas de Canarias. 2019 (porcentaje a la fila)

	A pie	En vehículo particular	Otros medios o no se desplaza (compra online)	TOTAL
CANARIAS	19,1	74,8	6,1	100,0
Lanzarote	13,3	82,9	3,8	100,0
Fuerteventura	17,3	78,6	4,1	100,0
Gran Canaria	23,4	70,5	6,1	100,0
Gran Canaria - Área Metropolitana	28,8	64,3	6,9	100,0
Gran Canaria - Norte	6,3	88,3	5,4	100,0
Gran Canaria - Sur	17,6	78,1	4,3	100,0
Tenerife	16,5	76,9	6,6	100,0
Tenerife - Área Metropolitana	20,3	73,1	6,6	100,0
Tenerife - Norte	8,0	85,1	6,9	100,0
Tenerife - Sur	17,7	75,8	6,4	100,0
La Gomera	23,8	67,8	8,4	100,0
La Palma	18,5	76,1	5,4	100,0
El Hierro	11,7	81,4	6,9	100,0

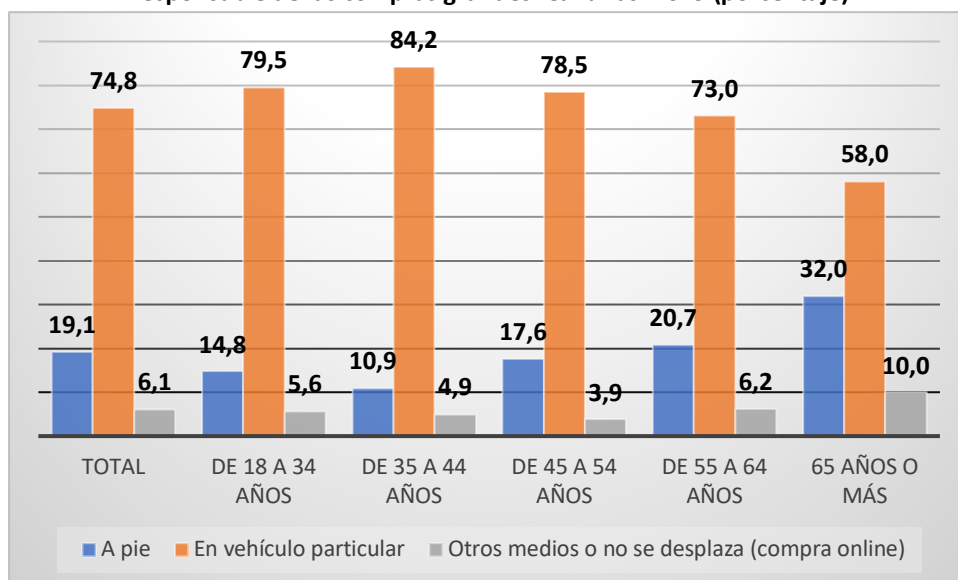
No obstante, hasta el 19,1% de los hogares, los responsables se desplazan para estas compras a pie o en comercios cercanos (supermercados fundamentalmente), porcentaje que se eleva en Las Palmas de Gran canaria a casi el 30% (10 puntos más de promedio respecto al total de Canarias).

**Hogares que hacen compra grande según formas de desplazamiento para hacer las compras por islas y comarcas de Canarias. 2019**



Como se observaba en el apartado anterior, a medida que aumenta la edad del responsable de las compras grandes disminuye el uso del coche privado, aumentando paralelamente el ir a pie o usar los servicios a domicilio sin desplazamiento.

**Hogares que hacen compra grande según formas de desplazamiento para hacer las compras por edad del responsable de las compras grandes. Canarias. 2019 (porcentaje)**



### 2.4.3. Compra de artículos de reposición

En el caso del medio de transporte utilizado para hacer las compras de reposición, los resultados obtenidos por el ISTAC describe una situación similar a la compra de productos frescos.

A nivel del conjunto de Canarias, se observa que en el 58,9% de los hogares se suelen hacer las compras de reposición en vehículos particulares, casi el 60% de los hogares.

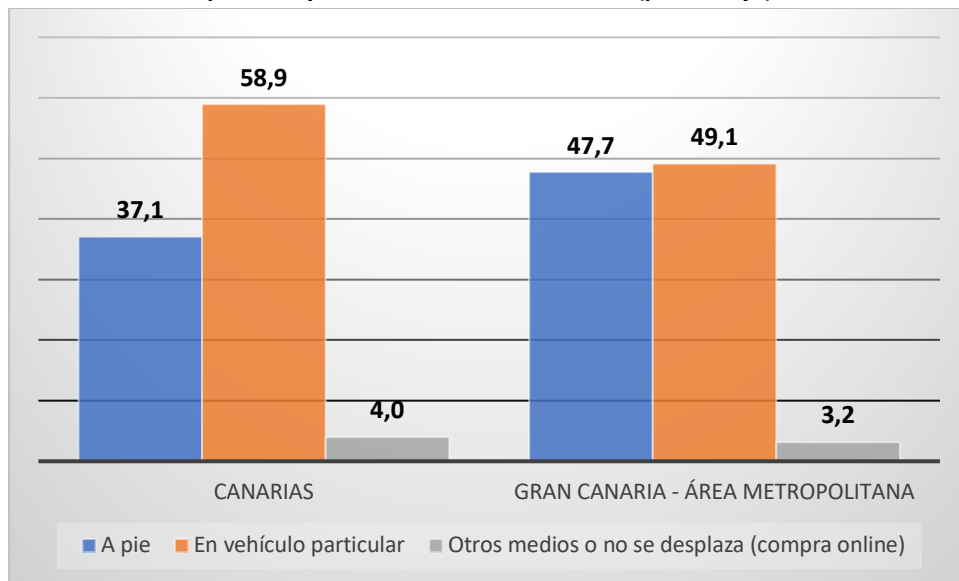
**Hogares que hacen compra de artículos de reposición según formas de desplazamiento para hacer las compras por islas y comarcas de Canarias. 2019 (porcentaje a la fila)**

	A pie	En vehículo particular	Otros medios o no se desplaza (compra online)	Total
CANARIAS	37,1	58,9	4,0	100,0
Lanzarote	23,9	72,2	3,9	100,0
Fuerteventura	37,1	58,6	4,3	100,0
Gran Canaria	42,7	53,9	3,4	100,0
Gran Canaria - Área Metropolitana	47,7	49,1	3,2	100,0
Gran Canaria - Norte	21,1	73,7	5,2	100,0
Gran Canaria - Sur	40,0	56,7	3,2	100,0
Tenerife	34,4	61,5	4,1	100,0
Tenerife - Área Metropolitana	42,1	54,4	3,4	100,0
Tenerife - Norte	23,1	70,7	6,1	100,0
Tenerife - Sur	32,2	64,2	3,6	100,0
La Gomera	38,9	48,6	12,5	100,0
La Palma	34,7	60,6	4,8	100,0
El Hierro	22,9	68,3	8,8	100,0

En el lado opuesto, hasta un 37,1% de los hogares de Canarias hacen sus compras a pie; proporción que se amplía al 47,7% (casi la mitad ) entre los hogares de Las Palmas de Gran Canaria.

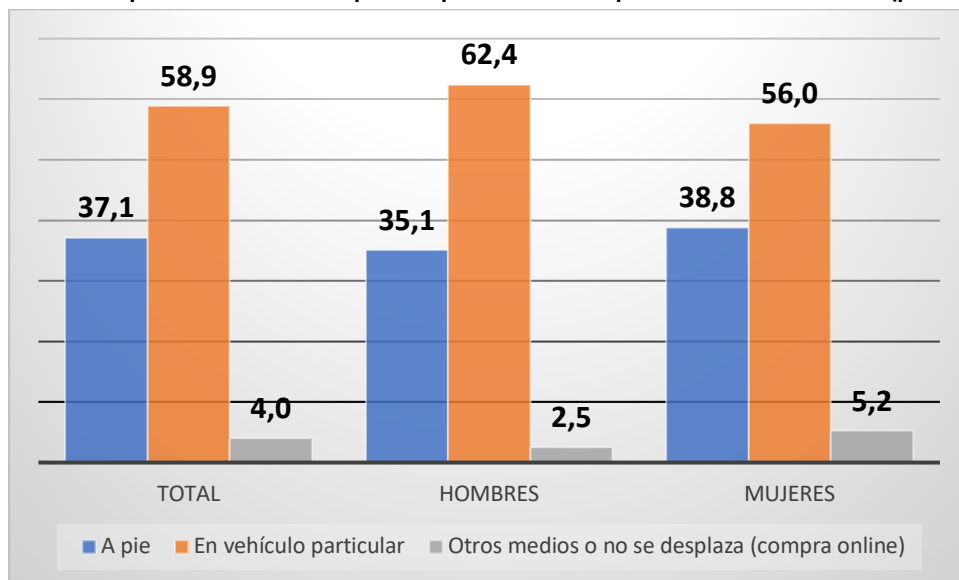
Un minoritario 4% se agrupan en la categoría “otros medios” o que no se desplazan (compras online o servicio a domicilio).

**Hogares que hacen compra de artículos de reposición según formas de desplazamiento para hacer las compras por islas y comarcas de Canarias. 2019 (porcentaje)**

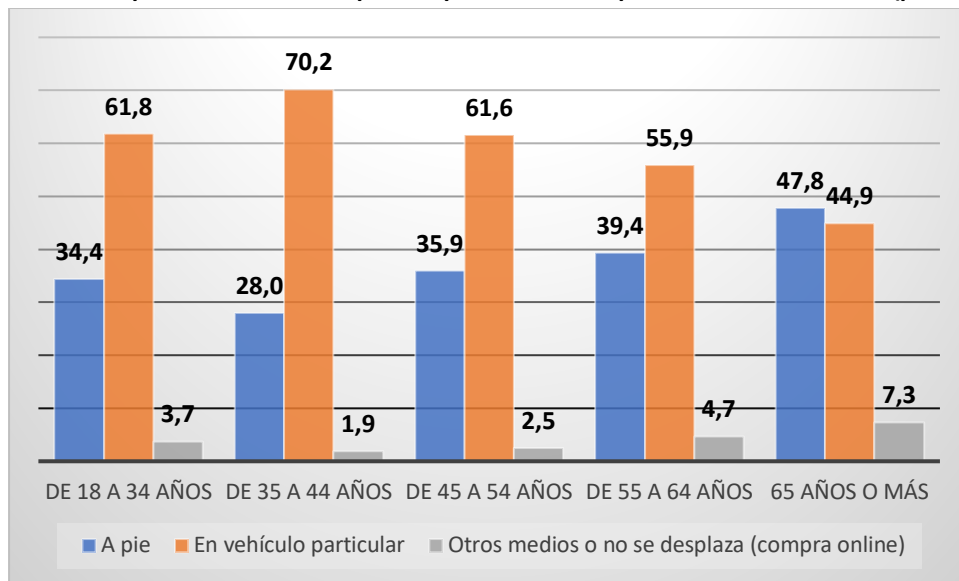


Vuelven a ser los hombres y las personas más jóvenes los que mayor uso del coche privado hacen cuando van a comprar artículos de reposición.

**Hogares que hacen compra de artículos de reposición según formas de desplazamiento para hacer las compras por sexo del responsable de las compras de productos de reposición. Canarias. 2019 (porcentaje)**



Hogares que hacen compra de artículos de reposición según formas de desplazamiento para hacer las compras por edad del responsable de las compras de productos de reposición. Canarias. 2019 (porcentaje)



## 2.5. DÍAS DE LA SEMANA (cuándo)

### 2.5.1. Compra de productos frescos

Según los datos del estudio de hábitos del consumo del ISTAC<sup>9</sup>, en el 49,2% de los hogares de Canarias se suele hacer la compra de productos de alimentación frescos entre semana. Además en otro 36,5% se hace indistintamente, es decir, cuando surge la necesidad.

El dedicar solo los fines de semana para estas labores solo es extensible para el 14,3% de los hogares de Canarias

#### Hogares que hacen compra de productos frescos según días de la semana que suelen emplear para hacer las compras por islas y comarcas de Canarias. 2019.

	Normalmente días entre semana	Fines de semana y/o festivos	Indistintamente	TOTAL
CANARIAS	49,2	14,3	36,5	100,0
Lanzarote	55,9	3,4	40,7	100,0
Fuerteventura	44,8	10,6	44,5	100,0
Gran Canaria	52,3	14,9	32,8	100,0
Gran Canaria - Área Metropolitana	50,2	17,4	32,4	100,0
Gran Canaria - Norte	52,1	16,1	31,8	100,0
Gran Canaria - Sur	58,0	7,6	34,3	100,0
Tenerife	46,6	15,7	37,8	100,0
Tenerife - Área Metropolitana	47,9	16,8	35,3	100,0
Tenerife - Norte	46,7	13,2	40,1	100,0
Tenerife - Sur	44,7	16,0	39,4	100,0
La Gomera	51,4	10,0	38,6	100,0
La Palma	41,4	17,5	41,1	100,0
El Hierro	34,8	21,9	43,3	100,0

<sup>9</sup> Fuente de información apartado 2: ISTAC: Encuesta de Hábitos y Confianza Socioeconómica (ECOSOC), módulo Hábitos de Consumo de los Hogares Canarios (2019).



## 2.5.2. Compra “grande”

La compra grande también se hace mayoritariamente entre semana (42,4%), además de “indistintamente” (otro 37,3%).

Solo el 20,3% de las personas responsables de la “compra grande” en Canarias lo hace exclusivamente los fines de semana.

### Hogares que hacen compra grande según días de la semana que suelen emplear para hacer las compras por islas y comarcas de Canarias. 2019 (porcentaje a la fila)

	Normalmente días entre semana	Fines de semana y/o festivos	Indistintamente	TOTAL
CANARIAS	42,4	20,3	37,3	100,0
Lanzarote	45,2	17,6	37,2	100,0
Fuerteventura	35,9	16,4	47,7	100,0
Gran Canaria	47,1	19,6	33,3	100,0
Gran Canaria - Área Metropolitana	47,5	19,8	32,7	100,0
Gran Canaria - Norte	46,7	25,0	28,3	100,0
Gran Canaria - Sur	46,1	16,6	37,3	100,0
Tenerife	39,2	21,3	39,6	100,0
Tenerife - Área Metropolitana	37,2	23,3	39,5	100,0
Tenerife - Norte	43,3	19,9	36,8	100,0
Tenerife - Sur	38,6	19,6	41,7	100,0
La Gomera	34,7	22,8	42,5	100,0
La Palma	38,2	25,7	36,2	100,0
El Hierro	34,0	25,8	40,2	100,0

### 2.5.3. Compra de artículos de reposición

En el caso de la compra de artículos de reposición la situación es muy similar: normalmente entre semana o indistintamente, y solo un minoritario 11,% que utiliza los fines de semana como día de compra.

**Hogares que hacen compra de artículos de reposición según días de la semana que suelen emplear para hacer las compras por islas y comarcas de Canarias. 2019 (porcentaje a la fila)**

	Normalmente días entre semana	Fines de semana y/o festivos	Indistintamente	TOTAL
CANARIAS	44,8	11,6	43,6	100,0
Lanzarote	42,5	10,1	47,4	100,0
Fuerteventura	37,6	5,0	57,3	100,0
Gran Canaria	50,0	10,4	39,6	100,0
Gran Canaria - Área Metropolitana	49,7	10,5	39,8	100,0
Gran Canaria - Norte	49,0	11,8	39,2	100,0
Gran Canaria - Sur	51,3	9,3	39,4	100,0
Tenerife	42,0	13,4	44,5	100,0
Tenerife - Área Metropolitana	42,3	14,3	43,5	100,0
Tenerife - Norte	43,6	13,3	43,0	100,0
Tenerife - Sur	40,5	12,4	47,1	100,0
La Gomera	45,5	19,2	35,2	100,0
La Palma	36,9	12,4	50,7	100,0
El Hierro	44,6	9,4	46,1	100,0

## 2.6. COMPRAS POR INTERNET

En general el uso de Internet o comercio electrónico es una práctica poco extendida entre los consumidores de Canarias, más cuando hablamos de productos de alimentación u hogar.

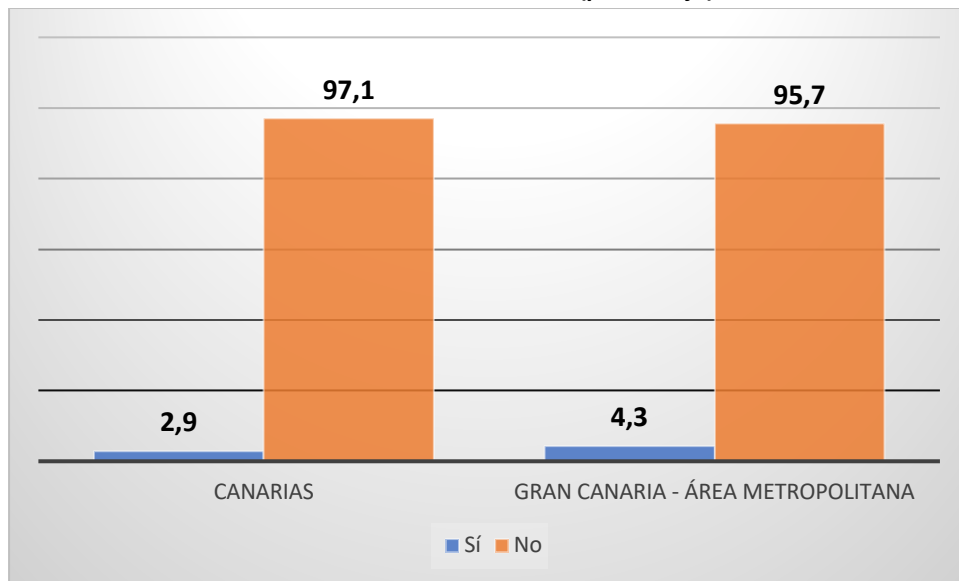
### 2.6.1. Compra de productos frescos

En el caso de la compra de productos frescos el uso de Internet se reduce al 2,9% de los hogares, ligeramente mayor entre los habitantes del Área Metropolitana de Gran Canaria, con un máximo de “consumidores internautas” de 4,3%.

Hogares que hacen compra de productos frescos según uso del servicio de compra por Internet por islas y comarcas de Canarias. 2019 (porcentaje a la fila)

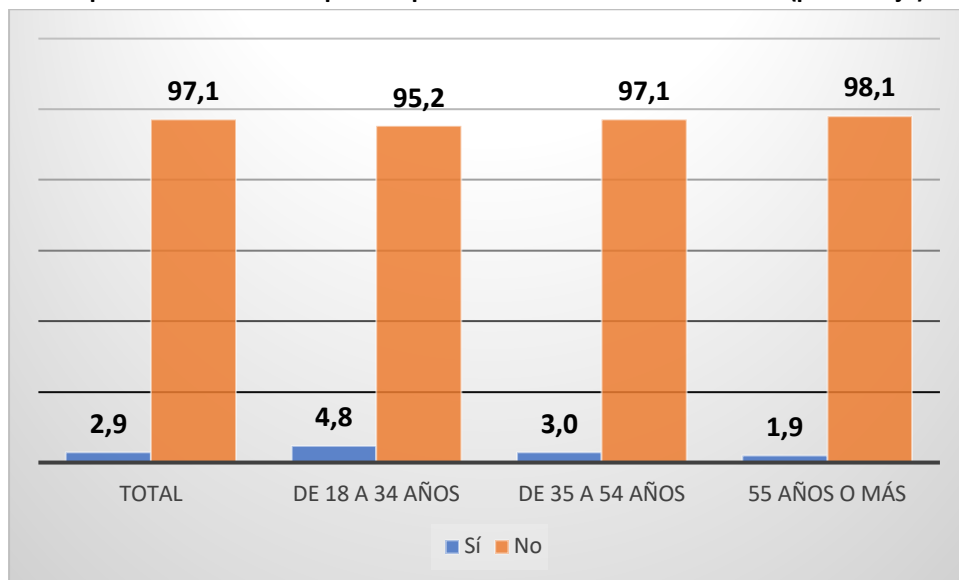
	Sí	No	TOTAL
CANARIAS	2,9	97,1	100,0
Lanzarote	1,6	98,4	100,0
Fuerteventura	0,4	99,6	100,0
Gran Canaria	3,5	96,5	100,0
Gran Canaria - Área Metropolitana	4,3	95,7	100,0
Gran Canaria - Norte	1,9	98,1	100,0
Gran Canaria - Sur	2,0	98,0	100,0
Tenerife	2,8	97,2	100,0
Tenerife - Área Metropolitana	3,1	96,9	100,0
Tenerife - Norte	3,9	96,1	100,0
Tenerife - Sur	1,5	98,5	100,0
La Gomera	6,3	93,7	100,0
La Palma	1,6	98,4	100,0
El Hierro	10,5	89,5	100,0

**Hogares que hacen compra de productos frescos según uso del servicio de compra por Internet por islas y comarcas de Canarias. 2019 (porcentaje)**



Se detecta un ligero mayor uso del comercio electrónico entre los más jóvenes. No obstante no son diferencias excesivas (un máximo de 4,8% entre los compradores de productos frescos de 17 a 34 años).

**Hogares que hacen compra de productos frescos según uso del servicio de compra por Internet por edad del responsables de las compras de productos frescos. Canarias. 2019 (porcentaje)**



## 2.6.2. Compra “grande”

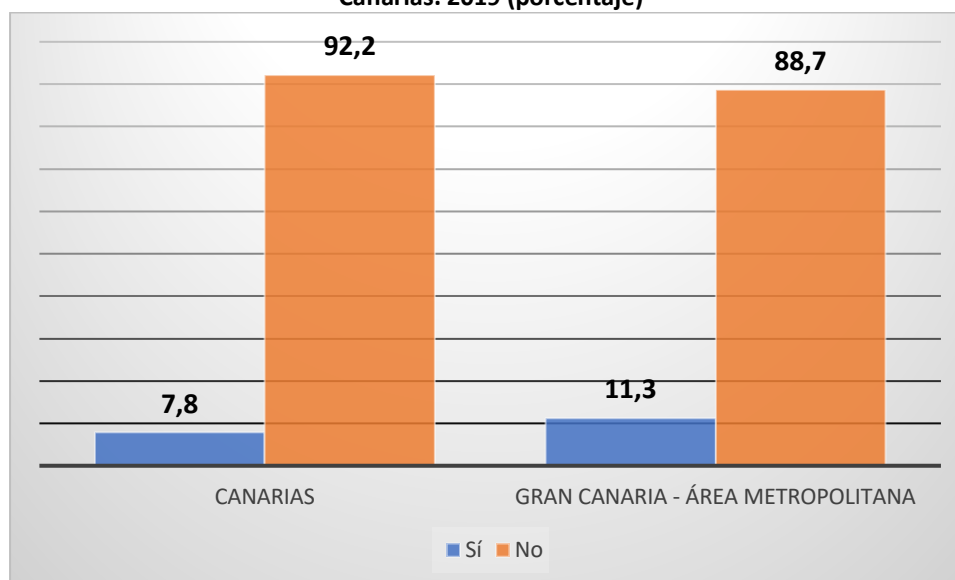
El uso de internet se duplica en el caso de la “compra grande”, aunque sigue siendo minoritario.

**Hogares que hacen compra grande según uso del servicio de compra por Internet por islas y comarcas de Canarias. 2019 (porcentaje a la fila)**

	Sí	No	TOTAL
CANARIAS	7,8	92,2	100,0
Lanzarote	4,4	95,6	100,0
Fuerteventura	7,1	92,9	100,0
Gran Canaria	9,7	90,3	100,0
Gran Canaria - Área Metropolitana	11,3	88,7	100,0
Gran Canaria - Norte	7,1	92,9	100,0
Gran Canaria - Sur	6,8	93,2	100,0
Tenerife	7,2	92,8	100,0
Tenerife - Área Metropolitana	6,7	93,3	100,0
Tenerife - Norte	8,4	91,6	100,0
Tenerife - Sur	6,9	93,1	100,0
La Gomera	8,3	91,7	100,0
La Palma	2,4	97,5	100,0
El Hierro	12,3	87,7	100,0

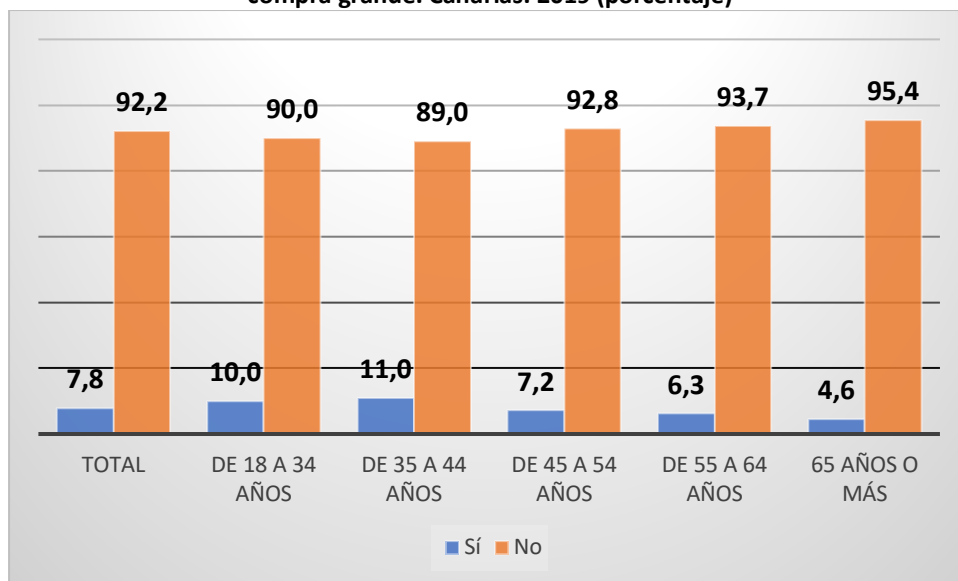
Ahora las compras por Internet se extiende al 7,8% de los hogares de Canarias, incrementándose al 11,3% entre los hogares del Área Metropolitana de Gran Canaria.

**Hogares que hacen compra grande según uso del servicio de compra por Internet por islas y comarcas de Canarias. 2019 (porcentaje)**



Como era previsible, el uso del comercio electrónico se incrementa entre las generaciones más jóvenes, aunque nunca supera el 11% de los compradores.

**Hogares que hacen compra grande según uso del servicio de compra por Internet edad del responsable d ella compra grande. Canarias. 2019 (porcentaje)**



### 2.6.3. Compra de artículos de reposición

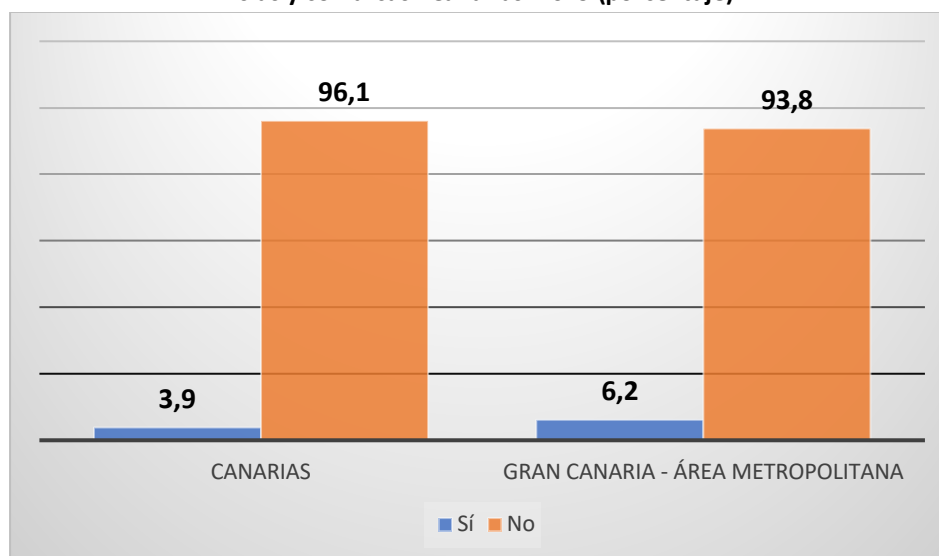
Por último, la presencia de compradores por Internet de productos de reposición se limita al 3,9% de los hogares, proporción ligeramente inferior a la compra grande (7,8%) y superior a la compra de productos frescos (2,9%).

Hogares que hacen compra grande según uso del servicio de compra de artículos de reposición por Internet por islas y comarcas de Canarias. 2019 (porcentaje a la fila)

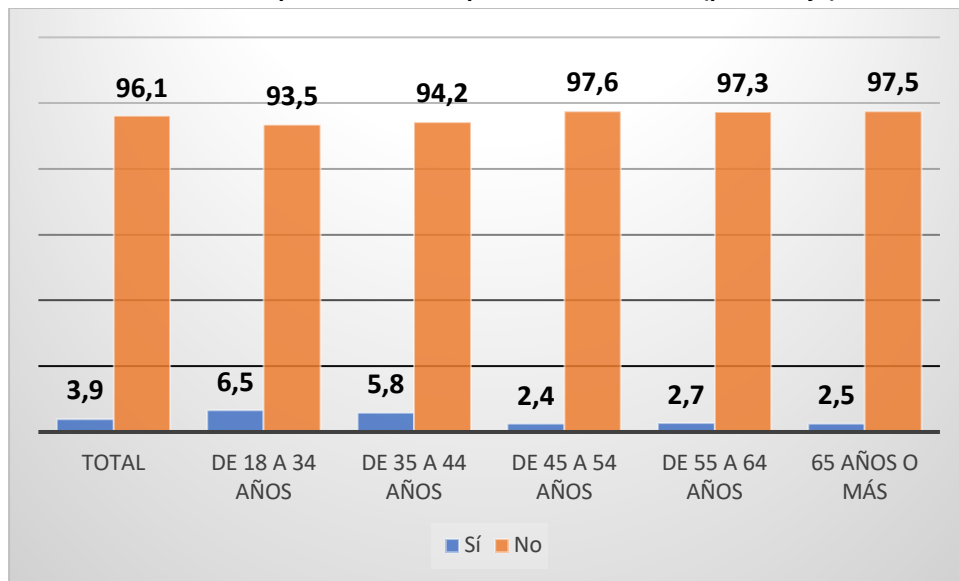
	Sí	No	TOTAL
CANARIAS	3,9	96,1	100,0
Lanzarote	3,8	96,2	100,0
Fuerteventura	1,1	98,9	100,0
Gran Canaria	5,1	94,9	100,0
Gran Canaria - Área Metropolitana	6,2	93,8	100,0
Gran Canaria - Norte	3,8	96,2	100,0
Gran Canaria - Sur	2,9	97,1	100,0
Tenerife	3,2	96,8	100,0
Tenerife - Área Metropolitana	3,4	96,6	100,0
Tenerife - Norte	4,0	96,0	100,0
Tenerife - Sur	2,4	97,6	100,0
La Gomera	7,8	92,2	100,0
La Palma	1,8	98,2	100,0
El Hierro	12,2	87,8	100,0

Vuelve a ser los hogares del Área Metropolitana de Gran Canaria y los compradores más jóvenes los que arrojan proporciones levemente más elevadas de compras por Internet.

Hogares que hacen compra grande según uso del servicio de compra de artículos de reposición por Internet por islas y comarcas. Canarias. 2019 (porcentaje)



Hogares que hacen compra grande según uso del servicio de compra de artículos de reposición por Internet por edad del responsable de compras. Canarias. 2019 (porcentaje)





## 2.7. SERVICIO A DOMICILIO

### 2.7.1. Compra de productos frescos

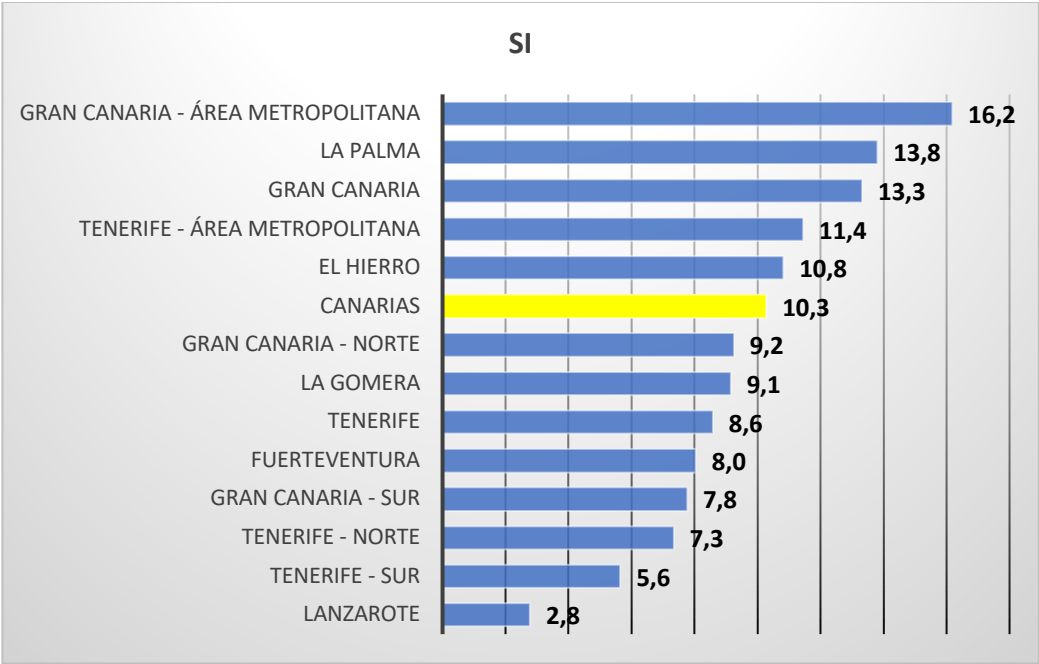
El uso del servicio a domicilio es una práctica extensible a un poco más de 10% de los hogares de Canarias a la hora de comprar productos frescos.

**Hogares que hacen compra de productos frescos según frecuencia de uso del servicio de compra a domicilio de su establecimiento habitual por islas y comarcas de Canarias. 2019 (porcentaje a la fila)**

	Nunca	A veces	Siempre o a menudo	TOTAL
CANARIAS	89,7	6,5	3,8	100,0
Lanzarote	97,2	2,3	0,4	100,0
Fuerteventura	92,0	7,3	0,8	100,0
Gran Canaria	86,7	8,1	5,2	100,0
Gran Canaria - Área Metropolitana	83,8	10,5	5,6	100,0
Gran Canaria - Norte	90,8	5,5	3,8	100,0
Gran Canaria - Sur	92,2	2,9	4,9	100,0
Tenerife	91,4	5,6	2,9	100,0
Tenerife - Área Metropolitana	88,6	7,7	3,8	100,0
Tenerife - Norte	92,7	4,0	3,4	100,0
Tenerife - Sur	94,4	4,2	1,5	100,0
La Gomera	90,9	6,7	2,5	100,0
La Palma	86,2	6,6	7,2	100,0
El Hierro	89,2	5,6	5,2	100,0

El uso de este servicio se incrementa en las áreas metropolitanas, sobre todo en Gran Canaria, incrementándose hasta el 16,2% de “usuarios”.

**Hogares que hacen compra de productos frescos según frecuencia de uso del servicio de compra a domicilio de su establecimiento habitual por islas y comarcas de Canarias. 2019 (porcentaje de uso de servicio a domicilio)**



## 2.7.2. Compra “grande”

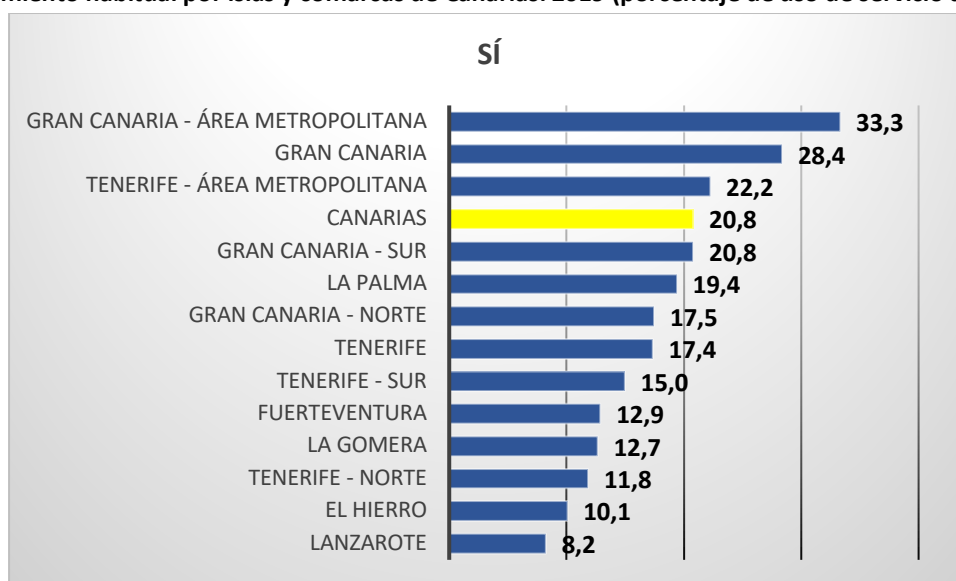
El uso de servicio a domicilio se incrementa en más de 10 puntos en la compra “grande” en comparación a los productos frescos. Ahora hasta un 11,3% de los hogares de Canarias lo utilizan a veces, más otros 9,5% de uso frecuente o siempre (suman el 20,8%).

**Hogares que hacen compra grande según frecuencia de uso del servicio de compra a domicilio de su establecimiento habitual por islas y comarcas de Canarias. 2019 (porcentaje a la fila)**

	Nunca	A veces	Siempre o a menudo	TOTAL
CANARIAS	79,2	11,3	9,5	100,0
Lanzarote	91,8	6,3	1,9	100,0
Fuerteventura	87,1	8,5	4,4	100,0
Gran Canaria	71,6	14,2	14,2	100,0
Gran Canaria - Área Metropolitana	66,7	16,4	16,9	100,0
Gran Canaria - Norte	82,5	10,5	7,0	100,0
Gran Canaria - Sur	79,2	10,2	10,5	100,0
Tenerife	82,6	10,0	7,4	100,0
Tenerife - Área Metropolitana	77,8	12,6	9,7	100,0
Tenerife - Norte	88,2	6,6	5,2	100,0
Tenerife - Sur	85,0	9,0	6,0	100,0
La Gomera	87,3	7,8	4,8	100,0
La Palma	80,6	11,2	8,2	100,0
El Hierro	89,9	8,2	1,9	100,0

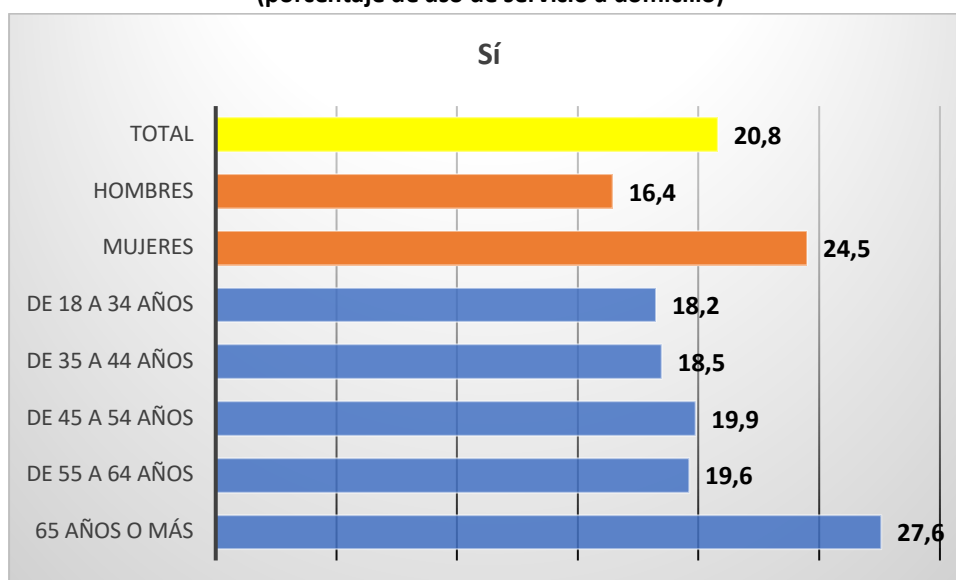
También en el caso de la compra grande, se amplía el uso del servicio a domicilio en la áreas metropolitana de Gran Canaria, en donde más de un tercio de los hogares afirma que lo utilizan con alguna frecuencia. De un 20,8% de uso registrado en la totalidad e Canarias al 33,3% en Las Palmas de Gran Canaria.

**Hogares que hacen compra grande según frecuencia de uso del servicio de compra a domicilio de su establecimiento habitual por islas y comarcas de Canarias. 2019 (porcentaje de uso de servicio a domicilio)**



Según variables demográficas, se observa un mayor uso del servicio a domicilio entre las mujeres (son las responsables de las compras en mayor medida) y entre las personas de 65 y más años (que utilizan menos el coche particular a la hora de hacer compras).

**Hogares que hacen compra grande según frecuencia de uso del servicio de compra a domicilio de su establecimiento habitual por sexo y edad del responsable de las compras. Canarias. 2019 (porcentaje de uso de servicio a domicilio)**



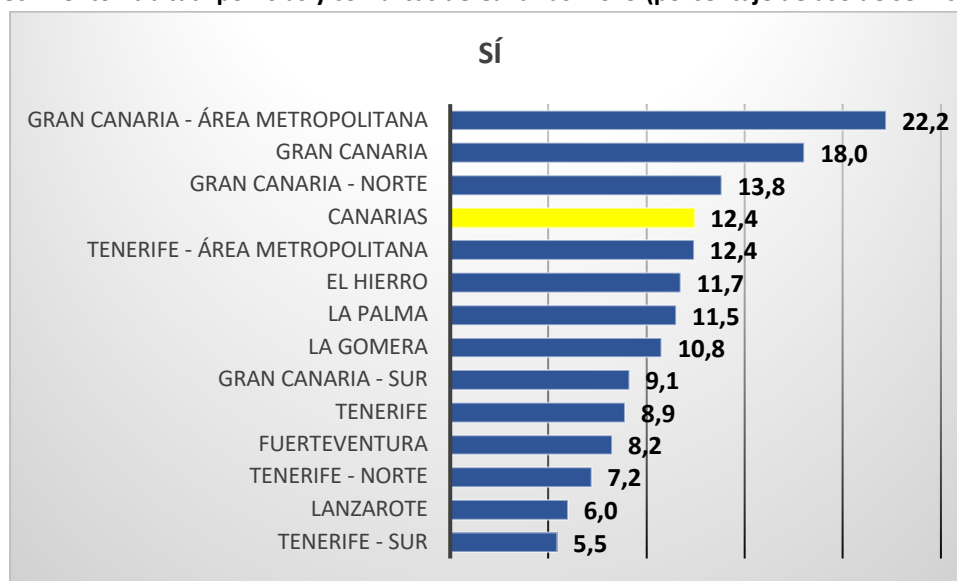
### 2.7.3. Compra de artículos de reposición

En el caso de las compra de reposición, el uso del servicio a domicilio gira entorno al 12% de los hogares de Canarias, muy similar a lo observado en la compra de productos frescos. Vuelven a ser los hogares de las áreas metropolitanas de Gran Canaria los que mayor uso hace en términos relativos de este servicio, duplicando los porcentajes habituales de toda Canarias.

**Hogares que hacen compra de artículos de reposición según frecuencia de uso del servicio de compra a domicilio de su establecimiento habitual por islas y comarcas de Canarias. 2019 (porcentaje a la fila)**

	Nunca	A veces	Siempre o a menudo	TOTAL
CANARIAS	87,6	7,8	4,7	100,0
Lanzarote	94,0	4,3	1,7	100,0
Fuerteventura	91,8	8,1	0,1	100,0
Gran Canaria	82,0	10,4	7,7	100,0
Gran Canaria - Área Metropolitana	77,8	12,6	9,6	100,0
Gran Canaria - Norte	86,2	9,6	4,2	100,0
Gran Canaria - Sur	90,9	4,9	4,3	100,0
Tenerife	91,1	6,1	2,8	100,0
Tenerife - Área Metropolitana	87,6	8,2	4,2	100,0
Tenerife - Norte	92,8	5,4	1,8	100,0
Tenerife - Sur	94,5	3,7	1,7	100,0
La Gomera	89,2	6,1	4,7	100,0
La Palma	88,5	5,4	6,2	100,0
El Hierro	88,3	10,4	1,3	100,0

**Hogares que hacen compra de artículos de reposición según frecuencia de uso del servicio de compra a domicilio de su establecimiento habitual por islas y comarcas de Canarias. 2019 (porcentaje de uso de servicio a domicilio)**



Vuelven a ser las mujeres en general (son las responsables de las compras en mayor medida) y las personas de 65 y más años las que utilizan en mayor medida estos servicios a domicilio cuando se compran productos de reposición.

**Hogares que hacen compra de artículos de reposición según frecuencia de uso del servicio de compra a domicilio de su establecimiento habitual por sexo y edad del responsable de las compras. Canarias. 2019**  
(porcentaje de uso de servicio a domicilio)

