

PERFILES DE CONSUMO DE VINO EN LAS COMARCAS VITÍCOLAS DE TENERIFE

*Ginés Guirao Pérez, José Juan Cáceres Hernández,
Montserrat Hernández López, Francisco Javier Martín Álvarez y
Domingo Jesús Lorenzo Díaz
Ingenieros Técnicos Agrícolas de la Empresa S.A.T. Viticultores de Tenerife; Tacoronte,
Santa Cruz de Tenerife, Islas Canarias.*

ANTECEDENTES

Perfiles de consumo de vino en las comarcas vitícolas de Tenerife¹

Ginés Guirao Pérez, José Juan Cáceres Hernández,
Montserrat Hernández López, Francisco Javier Martín Álvarez y
Domingo Jesús Lorenzo Díaz

Dpto. de Economía de las Instituciones, Estadística Económica y Econometría

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Universidad de La Laguna

Campus de Guajara, 38071. La Laguna. Tenerife

gguirao@ull.es, jcaceres@ull.es, mhdezl@ull.es, fjmartin@ull.es, dlorenzo@ull.es

RESUMEN

El cultivo del viñedo está presente en la agricultura de las Islas Canarias desde hace centurias, pero en las dos últimas décadas se ha producido un intenso proceso modernizador de las estructuras productivas y comerciales, especialmente en Tenerife. A pesar del incremento en el volumen producido, la demanda de vino en esta isla es superior a la oferta de los productores locales y, en este sentido, el estudio de los rasgos esenciales del consumo de los residentes es el primer paso para que los productores puedan diseñar estrategias comerciales dirigidas a captar una mayor cuota de mercado.

A partir de la información obtenida de una encuesta exhaustiva sobre el consumo de vino de los residentes en la isla de Tenerife, el objetivo del presente trabajo consiste en identificar las

¹ Esta investigación ha sido financiada por el Cabildo Insular de Tenerife con cargo al proyecto nº 7-2001.

características básicas de los consumidores que residen en las zonas geográficas correspondientes a cada una de las comarcas vitícolas de Tenerife, teniendo en cuenta no sólo la naturaleza del consumo del producto en cuestión sino también determinados atributos socioeconómicos que, *a priori*, pudieran influir sobre las decisiones de consumo. El análisis de correspondencias constituye la herramienta empleada para detectar las citadas características.

Palabras clave: consumo de vino, denominaciones de origen, análisis de correspondencias.

1. INTRODUCCIÓN

De acuerdo con los datos del Registro Vitícola Comunitario, Canarias cuenta en la actualidad con cerca de 20000 ha dedicadas al viñedo, lo que significa que se trata del cultivo más extendido por la reducida superficie agraria útil del Archipiélago. Según el Anuario Estadístico de Canarias, la superficie destinada a este cultivo representa más de la cuarta parte de la superficie total cultivada en las Islas y resulta indudable que la superficie dedicada a la producción de uva para vinificación ha crecido en los últimos años, especialmente en la isla de Tenerife. Sin embargo, y a pesar de esta expansión, la producción anual de vino en el conjunto de las dos provincias canarias es notablemente inferior a la demanda, lo que explica que los caldos de importación abastezcan una cuota de mercado considerable y potencialmente accesible para los productores isleños.

Las superficies dedicadas a la vid y las producciones de uva y vino resultantes permiten deducir, por sí mismas, la relevancia del vidueño para el agro insular; por otra parte, la vid juega actualmente un importante papel en términos de contribución al mantenimiento del medio rural en las medianías canarias. De ahí que su contribución a la economía de las Islas no pueda medirse sólo en términos de su participación en la producción final agrícola —muy inferior a la de otros cultivos como el tomate o el plátano— y, en suma, del producto bruto generado en el archipiélago, sino que también es preciso tomar en consideración —y no es otro el espíritu de la Unión Europea— su papel como elemento que ayuda a retener la población en este medio rural y, sobre todo, como enriquecedor de un paisaje que atrae a los protagonistas del motor de la economía canaria: la actividad turística. Además, la riqueza

varietal de los cultivares de viña asentados en las diferentes islas constituye un activo de innegable valor ecológico más allá de nuestras fronteras².

De hecho, el vino es uno de los productos típicos de la agricultura tradicional de las Islas Canarias³ —dirigida al consumo de los residentes— que la administración regional y local se ha preocupado por potenciar. La conveniencia de mantener la producción agropecuaria orientada al mercado interior y, por tanto, menos sensible a los vaivenes de los mercados internacionales, ha sido especialmente reconocida en los últimos años. Ello explica la orientación de algunas de las medidas de política económica adoptadas por los gestores públicos de la economía canaria, que, junto a las ayudas comunitarias, han beneficiado la transformación de la actividad vitivinícola. La comercialización del vino es, quizás, la que ha sufrido un proceso de modernización más acentuado al calor de la creación de los consejos reguladores de las denominaciones de origen con sus correspondientes bodegas comarcales, y también se han acometido interesantes transformaciones en la producción de uva, destacando la extensión del cultivo en espaldera.

La mayor parte de la superficie de viñedo del archipiélago se ubica en la provincia de Santa Cruz de Tenerife (más de 16000 ha) y, en particular, en la isla de Tenerife. Según el registro vitícola de Canarias, en esta última isla existen 12246 ha dedicadas a este cultivo, que se distribuyen en cinco comarcas con sus respectivas denominaciones de origen (DO): (1) Tacoronte-Acentejo (3221 ha), (2) Valle de la Orotava (974 ha), (3) Ycoden-Daute-Isora (1537 ha), (4) Abona (4982 ha) y (5) Valle de Güímar (1531 ha)⁴.

² Una relación de las variedades más cultivadas en cada denominación de origen de Canarias puede obtenerse consultando, por ejemplo, González (2000).

³ El vino fue en el pasado un producto relevante en la exportación canaria. El ciclo exportador vitícola conoció su esplendor en el siglo XVII. El vino canario cubría la demanda interna y hallaba mercados en Europa y América. Cobraron especial relevancia los caldos obtenidos con cepas malvasías, que eran exportados al Reino Unido, donde conseguían elevadas cotizaciones. La regresión de esta actividad exportadora aconteció en la centuria siguiente. Véase Macías (1995a, 1995b).

⁴ Entre paréntesis se indica la superficie cultivada de uva en cada una de las comarcas, según datos del Registro Vitícola de Canarias (año 2000). Las superficies de cultivo inscritas en cada una de las DO de Tenerife a 31 de agosto de 2000 y las producciones de vino obtenidas en la campaña 1999/2000 fueron, según datos del MAPA, las siguientes: Tacoronte-Acentejo, 1700 ha, 14000 hl; Valle de la Orotava, 655 ha, 5092 hl; Ycoden-Daute-Isora, 1450 ha, 6460 hl; Abona, 2200 ha, 1943 hl; Valle de Güímar, 752 ha, 2400 hl (véase MAPA, 2002). La DO Tacoronte-Acentejo está formada por los municipios de El Rosario, El Sauzal, La Laguna, La Matanza de Acentejo, La Victoria de Acentejo, Tacoronte, Tegueste, Santa Cruz de Tenerife y Santa Úrsula. El Puerto de la Cruz, La Orotava y Los Realejos son los municipios de la DO Valle de la Orotava. La DO Ycoden-Daute-Isora está integrada por Buenavista del Norte, El Tanque, Garachico, Guía de Isora, Icod de los Vinos, La Guancha, Los Silos, San Juan de la Rambla y Santiago del Teide. A la DO Abona se adscriben los municipios de Adeje, Arico, Arona, Fasnia, Granadilla, San Miguel y Vilaflor. Arafo, Candelaria y Güímar forman la DO Valle de Güímar.

La dimensión actual del mercado vitícola de Tenerife aconseja estudiar la demanda de un producto muy sensible ante cambios en las características de la oferta, ya que no se trata de un bien de primera necesidad. Con el fin de alcanzar una mayor competitividad, y a pesar del esfuerzo modernizador de los bodegueros, sigue siendo necesario diseñar estrategias de comercialización que permitan captar clientes que encuentran en el mercado una gran variedad de productos de diferentes procedencias. El primer paso en esta dirección debe ser estudiar la demanda de los consumidores del mercado potencial por excelencia del producto isleño —los consumidores residentes en la propia isla— y examinar los factores que determinan la demanda doméstica de los caldos canarios y foráneos en el mercado insular. Un conocimiento exhaustivo del consumo es un requisito necesario para identificar segmentos de mercado objetivos y desarrollar nuevos productos adaptados a las demandas particulares. Desde una óptica descriptiva, y sin perder de vista que se está analizando la demanda y no la producción de vino, el objetivo de este trabajo es identificar los perfiles de consumo de los residentes en cada una de las comarcas con denominaciones de origen de la isla de Tenerife; no obstante, dado que los resultados de la DO Tacoronte-Acentejo quedan claramente distorsionados por la presencia en ella de grandes núcleos urbanos, se ha optado por excluir de esta denominación de origen a los residentes en el área metropolitana y considerarlos finalmente como una sexta comarca diferenciada⁵. El trabajo se estructura en tres apartados. En primer lugar, se describe la fuente de la que se han obtenido los datos y se explican algunas características del consumo registrado entre los residentes en la isla. En el apartado siguiente se identifican las características generales del consumo de los residentes en cada una de las 6 comarcas. Simples tablas de doble entrada resultan útiles para esta labor, pero se recurre específicamente al análisis de correspondencias, que proporciona una información más rica en matices y, de este modo, contribuye a identificar los rasgos fundamentales del patrón de consumo detectado en cada uno de estos grupos y ayuda a intuir cuáles son los factores socioeconómicos que podrían incidir en dichos patrones. Finalmente, se exponen las conclusiones del trabajo y se indican las líneas por las que pueden orientarse las

⁵ El área metropolitana está integrada por el municipio de Santa Cruz de Tenerife y parte de los municipios de La Laguna y El Rosario. Así, dentro del municipio de La Laguna, núcleos poblacionales como San Cristóbal de la Laguna, San Lázaro, Taco, La Cuesta, Las Chumberas, Finca España, Geneto, Gracia o Guajara se han asignado al área metropolitana; mientras que Tejina, Valle de Guerra, Bajamar o Punta del Hidalgo se han mantenido dentro de la comarca Tacoronte-Acentejo. Y dentro del municipio de El Rosario, núcleos como

investigaciones dirigidas a explicar los patrones de consumo observados y verificar o refutar las hipótesis sugeridas por el análisis descriptivo.

2. Datos

La información básica para esta investigación se ha obtenido a través de una encuesta dirigida a la población mayor de 18 años residente en la isla de Tenerife⁶. El total de encuestados finalmente considerado en este estudio ascendió a 1187 individuos⁷. Las modalidades de los atributos utilizados para recoger las características relativas al consumo de vino sobre las que se centra el análisis efectuado se indican en las tablas 1 a 5.

Tabla 1. Atributos relativos a la frecuencia y cantidad de consumo de vino

Frecuencia de consumo (X1)	Consumo semanal en litros (X2A)	Consumo semanal en euros (X2B)
1. Diariamente durante las comidas	1. 0-1/4	1. 0-1
2. Con alta frecuencia en las comidas	2. 1/4-1	2. 1-6
3. Alguna vez durante las comidas	3. 1-2	3. 6-12
4. En las festividades	4. Más de 2	4. Más de 12
5. En otras ocasiones	5. No consume	5. No consume
6. No consume		

Barranco Hondo, Radazul o Tabaiba han sido también asignados al área metropolitana; en cambio, La Esperanza ha seguido integrada en la comarca Tacoronte-Acentejo.

⁶ Estos datos constituyen una parte de los resultados de una encuesta de ámbito insular realizada en el seno del proyecto de investigación, “Análisis de las preferencias de los consumidores y la demanda de vino en Tenerife”, financiado por el Excmo. Cabildo Insular de Tenerife y aún en curso de realización. Como unidad muestral se eligió el individuo y no el hogar. Los encuestados fueron elegidos por muestreo aleatorio estratificado con afijación proporcional en las tres grandes áreas geográficas en las que se dividió la isla: zonas Sur, Norte y Metropolitana (véase Guirao y otros, 2001, anexo III).

⁷ La mayor parte de los resultados de interés se refieren a porcentajes de encuestados que, en cuanto a la ingesta de vino, presenten cierta característica. Dado el tamaño de la muestra considerada, los resultados de este tipo registrados a través de la encuesta pueden extrapolarse a toda la población residente con un margen de error inferior al 5%, al 95% de confianza.

Tabla 2. Atributos relativos a la frecuencia de consumo de diferentes tipos de vino

Atributo	Modalidades
Frecuencia de consumo de vino a granel de cosecha propia (X3A)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ocasionalmente 2. Una vez por semana 3. Más de una vez por semana 4. Todos los días 5. No consume
Frecuencia de consumo de vino a granel del país (X3B)	
Frecuencia de consumo de vino a granel de fuera (X3C)	
Frecuencia de consumo de vino embotellado con DO del país (X3D)	
Frecuencia de consumo de vino embotellado con DO de fuera (X3E)	
Frecuencia de consumo de vino embotellado sin DO del país (X3F)	
Frecuencia de consumo de vino embotellado sin DO de fuera (X3G)	
Frecuencia de consumo de vino tinto (X3H)	
Frecuencia de consumo de vino blanco (X3I)	
Frecuencia de consumo de vino rosado (X3J)	

Tabla 3. Atributos relativos al consumo en casa o fuera de casa de diferentes tipos de vino y al lugar preferente de consumo de vino

Atributo	Modalidades
Consumo en casa (X4A) y fuera de casa (X5A) de vino a granel de cosecha propia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sí 2. No
Consumo en casa (X4B) y fuera de casa (X5B) de vino a granel del país	
Consumo en casa (X4C) y fuera de casa (X5C) de vino a granel de fuera	
Consumo en casa (X4D) y fuera de casa (X5D) de vino embotellado con DO del país	
Consumo en casa (X4E) y fuera de casa (X5E) de vino embotellado con DO de fuera	
Consumo en casa (X4F) y fuera de casa (X5F) de vino embotellado sin DO del país	
Consumo en casa (X4G) y fuera de casa (X5G) de vino embotellado sin DO de fuera	
Consumo en casa (X4H) y fuera de casa (X5H) de vino tinto	
Consumo en casa (X4I) y fuera de casa (X5I) de vino blanco	
Consumo en casa (X4J) y fuera de casa (X5J) de vino rosado	
Lugar de consumo preferente (X6)	<ol style="list-style-type: none"> 1. En casa 2. En restaurantes 3. En bares y guachinches 4. En otros lugares 5. Ninguno

Tabla 4. Atributos relativos al consumo de vino de Tenerife

Consumo de vino de Tenerife (X7)	Fecha de consumo por última vez (X8)	Frecuencia de consumo (X9)	Lugar preferente de consumo (X10)
1. Sí 2. No	1. Ayer 2. La última semana 3. El último mes 4. El último año 5. No sabe 6. No consume	1. Diariamente durante las comidas 2. Con alta frecuencia en las comidas 3. Alguna vez durante las comidas 4. En las festividades 5. En otras ocasiones 6. No consume	1. En casa 2. En restaurantes 3. En bares y guachinches 4. En otros lugares 5. Ninguno

Tabla 5. Atributos relativos al consumo de diferentes tipos de vino de Tenerife

Atributo	Modalidades
Consumo de vino a granel de Tacoronte-Acentejo (X11A)	1. Sí 2. No
Consumo de vino a granel del Valle de la Orotava (X11B)	
Consumo de vino a granel de Ycoden-Daute-Isora (X11C)	
Consumo de vino a granel de Abona (X11D)	
Consumo de vino a granel del Valle de Güímar (X11E)	
Consumo de vino embotellado de Tacoronte-Acentejo (X11F)	
Consumo de vino embotellado del Valle de la Orotava (X11G)	
Consumo de vino embotellado de Ycoden-Daute-Isora (X11H)	
Consumo de vino embotellado de Abona (X11I)	
Consumo de vino embotellado del Valle de Güímar (X11J)	

Antes de examinar las características específicas del consumo en cada una de las comarcas vitícolas consideradas, parece conveniente señalar algunos resultados de interés sobre el consumo de vino en el conjunto de la isla de Tenerife, relativos no sólo a las cantidades ingeridas, sino también al tipo de vino, así como al lugar y frecuencia del consumo. Todo ello, tanto para los vinos de las DO de la isla como para los procedentes de otros puntos geográficos.

Un primer hecho destacable es que casi una cuarta parte de los encuestados (24%) no consume ningún tipo de vino. Alrededor de la tercera parte de los entrevistados consume vino

alguna vez durante las comidas (36.6%) y la cuarta parte de aquéllos que declararon consumir vino manifiesta ingerir más de un litro a la semana (24.5%). En cambio, si se examina el gasto semanal declarado, se registra el mismo porcentaje de residentes que gasta más de 6 euros a la semana (24.2%).

Los tipos de vino más consumidos son el embotellado con DO del país, el vendido a granel del país o el embotellado con DO de fuera, consumidos ocasionalmente por un 32.8%, un 27.5% y un 22.8% de los entrevistados, y al menos una vez por semana por un 19.3%, un 18.3% y un 9.5%, respectivamente. Se consume preferentemente vino tinto (67.2%), mientras que los consumos de vino blanco y rosado son menos frecuentes (34.6% y 20.5%, respectivamente).

El patrón observado en general en cuanto a los tipos de vino más consumidos se repite cuando el consumo se realiza fuera de casa. Así, un 45.2% de los entrevistados bebe fuera de casa vino embotellado con DO del país, mientras que los porcentajes de encuestados que beben fuera de casa vino a granel del país o vino embotellado con DO de fuera ascienden al 37% y 26.2%, respectivamente. Se consume preferentemente vino tinto, tanto dentro como fuera de casa. Ahora bien, si el consumo de vino se realiza en la propia casa, que es el lugar de consumo preferido por los consumidores (51.9%), el tipo de vino más consumido entre los entrevistados sigue siendo el embotellado con DO del país (26.3%), pero el vino a granel del país, sea o no de cosecha propia, es consumido, respectivamente por un 20.8% y un 21.1% de los encuestados.

En cuanto al vino de Tenerife, algo menos de las tres cuartas partes de los entrevistados (74.5%) afirmaron degustar los caldos de la isla. Los que se identificaron como consumidores del vino de Tenerife manifiestan hacerlo mayoritariamente alguna vez durante las comidas (46%) y el lugar de consumo preferido es la propia casa (50%). El vino embotellado de la DO Tacoronte-Acentejo es el más consumido por los entrevistados (35.4%), aunque también son importantes los porcentajes de consumidores de vino a granel de esta misma denominación (17.7%) y de vino embotellado de la DO Ycoden-Daute-Isora (15.2%).

3. CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMO DE LOS RESIDENTES EN LAS COMARCAS VITÍCOLAS

El mercado potencial definido por los residentes en la isla de Tenerife se ha segmentado *a priori* de acuerdo con la comarca de residencia del individuo. El siguiente paso consiste en caracterizar el consumo de los residentes en dichas comarcas. Con este objetivo, se ha recurrido al análisis de correspondencias simples. En este caso, los atributos de consumo

considerados son los definidos en las tablas 1 a 5. A partir de tablas de contingencia entre dos atributos, el análisis de correspondencias simples permite examinar las distribuciones de cada uno de los atributos condicionadas a cada una de las modalidades del otro, encontrar similitudes entre los perfiles obtenidos para cada una de estas modalidades y describir las relaciones entre ellas mediante la representación de las categorías de dichos atributos en un espacio de dimensión reducida. Las denominadas contribuciones absolutas, que se extraen de este análisis, miden el grado en que cada modalidad contribuye a la definición de cada uno de los factores o ejes que configuran dicho espacio y, por tanto, pueden ayudar a interpretar dicho eje. Por su parte, la contribución relativa de cada factor en la representación de cada modalidad permite apreciar la calidad con que ésta está representada, de modo que la interpretación de las similitudes observadas en el espacio vectorial considerado deben ser tomadas con la necesaria cautela en función de la calidad con que las diferentes modalidades estén representadas⁸.

ASÍ PUES, DE ACUERDO CON LOS RESULTADOS DEL ANÁLISIS DE CORRESPONDENCIAS SIMPLES, ES POSIBLE IDENTIFICAR LAS CARACTERÍSTICAS ASOCIADAS AL CONSUMO DEFINITORIAS DE LOS GRUPOS FORMADOS POR LOS RESIDENTES EN CADA COMARCA, QUE NO NECESARIAMENTE CORRESPONDEN A CIERTAS CATEGORÍAS CON ELEVADA PRESENCIA EN GRUPOS DETERMINADOS, SINO TAMBIÉN A MODALIDADES CUYO PESO ES NOTABLEMENTE DISTINTO EN RELACIÓN AL REGISTRADO EN OTROS GRUPOS. CONSIDERANDO DOS EJES FACTORIALES, QUE EN CASI TODOS LOS CASOS RECOGÍAN UN PORCENTAJE ELEVADO DE LA INERCIA, DE MODO QUE TODOS LOS GRUPOS Y CATEGORÍAS QUEDARAN MODERADAMENTE BIEN REPRESENTADOS EN EL ESPACIO BIDIMENSIONAL, LAS CARACTERÍSTICAS MÁS DESTACADAS DE ESTOS GRUPOS SON LAS RECOGIDAS EN LAS TABLAS 6 A 10.

Tabla 6. Modalidades características de cada comarca relativas a la frecuencia y cantidad de consumo (variables X1, X2A y X2B)

Tacoronte-Acentejo (1)	Consumo diario durante las comidas
Valle de la Orotava (2)	Consumo en las festividades
Ycoden-Daute-Isora (3)	Consumo entre ¼ y un litro o entre un litro y dos litros Consumo entre 1 y 6 euros
Abona (4)	Consumo con alta frecuencia en las comidas Consumo entre 6 y 12 euros o de más de 12 euros
Valle de Güímar (5)	Consumo entre 0 y 1 euros
Área metropolitana	Consumo alguna vez durante las comidas

⁸ Una explicación exhaustiva de esta técnica de análisis multivariante puede consultarse en Escofier y Pagès (1990). Véase también Greenacre (1983). Los resultados del análisis de correspondencias con la variable categórica que identifica la comarca de residencia del individuo y los atributos de consumo se han obtenido a través de los procedimientos disponibles en el programa SPSS 10.0.

(6)	Consumo entre 0 y ¼ litro o entre ¼ y un litro
-----	--

El consumo de vino con alta frecuencia se observa en un porcentaje más elevado de individuos entre los residentes de las comarcas 1 a 5, siendo los residentes de la comarca Tacoronte-Acentejo los que presentan una mayor proporción de consumidores diarios. En cambio, el consumo de baja frecuencia es especialmente importante en el área metropolitana, en la que se registra también el porcentaje más elevado de residentes que consumen entre cero y un litro semanal. Sin embargo, en esta comarca no se registra paralelamente el porcentaje más alto de residentes que gastan menos de 6 euros; tal vez, como consecuencia del tipo de vino que se consume en esta comarca, como se comenta a continuación.

Tabla 7. Modalidades características de cada comarca relativas a la frecuencia de consumo de diferentes tipos de vino (variables X3A a X3J)

Tacoronte-Acentejo (1)	Consumo más de una vez por semana y todos los días de vino a granel de cosecha propia No consumo de vino embotellado sin DO del país o de fuera Consumo diario de vino tinto
Valle de la Orotava (2)	Consumo ocasional de vino a granel del país o de vino embotellado con DO de fuera
Ycoden-Daute-Isora (3)	Consumo más de una vez por semana de vino embotellado con DO del país Consumo una vez por semana de vino embotellado sin DO del país
Abona (4)	Consumo ocasional y más de una vez por semana de vino a granel de fuera Consumo una vez por semana y más de una vez por semana de vino embotellado sin DO del país Consumo ocasional de vino embotellado sin DO de fuera
Valle de Güímar (5)	Consumo más de una vez por semana y todos los días de vino a granel del país Consumo ocasional de vino embotellado sin do del país No consumo y consumo ocasional de vino tinto Consumo diario de vino blanco o rosado
Área metropolitana (6)	No consumo de vino a granel de cosecha propia Consumo una vez por semana, más de una vez por semana y todos los días de vino embotellado con DO de fuera

Si se atiende al porcentaje de consumidores que declara ingerir el tipo de vino en cuestión una o más veces por semana, resulta que el vino a granel de cosecha propia se consume, sobre todo, en Tacoronte-Acentejo. Y, en general, el consumo con alta frecuencia de vino a

granel del país se produce en una menor proporción de individuos en el área metropolitana, que se caracteriza, sin embargo, por un consumo de vino embotellado con DO del país o de fuera más frecuente que en las restantes comarcas. El consumo diario de vino tinto es especialmente frecuente entre los residentes en la comarca Tacoronte-Acentejo, mientras que el consumo diario de vino blanco se registra en un porcentaje no despreciable entre los residentes en el valle de Güímar.

Tabla 8. Modalidades características de cada comarca relativas al consumo en casa o fuera de casa de diferentes tipos de vino y al lugar preferente de consumo (variables X4A a X4J, X5A a X5J, X6)

Tacoronte-Acentejo (1)	<p>Consumo en casa de vino a granel de cosecha propia</p> <p>No consumo en casa de vino a granel del país, de vino embotellado con DO del país o de fuera, de vino embotellado sin DO del país</p> <p>Consumo en casa de vino tinto y no consumo en casa de vino blanco o rosado</p> <p>No consumo fuera de casa de vino embotellado con DO del país o de fuera, ni de vino embotellado sin DO del país o de fuera</p> <p>No consumo fuera de casa de vino blanco o rosado</p> <p>Consumo preferente de vino en casa</p>
Valle de la Orotava (2)	<p>Consumo en casa de vino embotellado sin DO de fuera</p> <p>Consumo en casa de vino rosado</p> <p>Consumo fuera de casa de vino a granel del país</p> <p>No consumo fuera de casa de vino a granel de fuera o de vino embotellado con DO del país</p> <p>No consumo fuera de casa de vino blanco</p>
Ycoden-Daute-Isora (3)	<p>Consumo en casa de vino embotellado sin DO del país o de fuera</p> <p>Consumo en casa de vino blanco o rosado</p> <p>No consumo fuera de casa de vino a granel del país o de fuera</p> <p>No consumo fuera de casa de vino embotellado sin DO de fuera</p> <p>No consumo fuera de casa de vino blanco</p> <p>Consumo preferente de vino en casa</p>
Abona (4)	<p>No consumo en casa de vino a granel de cosecha propia o de vino embotellado sin DO de fuera</p> <p>No consumo fuera de casa de vino a granel del país</p> <p>Consumo fuera de casa de vino a granel de fuera o de vino embotellado sin DO de fuera</p>
Valle de Güímar (5)	<p>No consumo en casa de vino a granel de cosecha propia o de vino embotellado con DO del país o de fuera</p>

	Consumo en casa de vino embotellado sin DO de fuera No consumo en casa de vino tinto Consumo en casa de vino blanco Consumo fuera de casa de vino a granel del país No consumo fuera de casa de vino embotellado con DO del país o de fuera Consumo fuera de casa de vino embotellado sin DO del país No consumo fuera de casa de vino tinto y consumo fuera de casa de vino blanco Consumo preferente de vino en otros lugares
Área metropolitana (6)	No consumo en casa de vino del país (sea o no de cosecha propia) Consumo en casa de vino a granel de fuera, de vino embotellado con DO del país o de fuera Consumo en casa de vino rosado Consumo fuera de casa de vino embotellado con DO del país o de fuera Consumo fuera de casa de vino tinto

Cuando el consumo se efectúa en la propia casa, el vino a granel de cosecha propia es consumido por una mayor proporción de individuos entre los residentes de la comarca Tacoronte-Acentejo, comarca que registra también el mayor porcentaje de consumidores de vino tinto en casa. El vino blanco es consumido en la propia casa, sobre todo, entre los residentes en las comarcas Ycoden-Daute-Isora y Valle de Güímar. Si la ingesta de vino se realiza fuera de casa, cabe destacar que entre los residentes en el área metropolitana es más importante el consumo de vino embotellado con DO del país o de fuera. Precisamente, son los residentes en esta comarca los que con mayor frecuencia consumen vino fuera de casa, especialmente, en restaurantes.

Tabla 9. Modalidades características de cada comarca relativas al consumo de vino de Tenerife (variables X7 a X10)

Tacoronte-Acentejo (1)	Consumo de vino de Tenerife ayer Consumo de vino de Tenerife diariamente durante las comidas Consumo de vino de Tenerife en casa
Valle de la Orotava (2)	Consumo de vino de Tenerife en bares y guachinches
Ycoden-Daute-Isora (3)	Consumo de vino de Tenerife
Abona (4)	Consumo de vino de Tenerife en otras ocasiones
Valle de Güímar (5)	Consumo de vino de Tenerife en otros lugares

Área metropolitana (6)	Consumo de vino de Tenerife la última semana o el último mes Consumo de vino de Tenerife alguna vez durante las comidas o en las festividades Consumo de vino en los restaurantes
------------------------	---

Tabla 10. Modalidades características de cada comarca relativas al consumo de diferentes tipos de vino de Tenerife (variables X11A a X11J)

Tacoronte-Acentejo (1)	Consumo de vino a granel de Tacoronte-Acentejo No consumo de vino a granel del Valle de La Orotava No consumo de vino embotellado del Valle de La Orotava
Valle de la Orotava (2)	No consumo de vino a granel de Tacoronte-Acentejo Consumo de vino a granel del Valle de La Orotava No consumo de vino embotellado de Tacoronte-Acentejo Consumo de vino embotellado del Valle de La Orotava
Ycoden-Daute-Isora (3)	Consumo de vino a granel de Ycoden-Daute-Isora Consumo de vino embotellado de Ycoden-Daute-Isora No consumo de vino embotellado de Abona
Abona (4)	No consumo de vino a granel de Tacoronte-Acentejo Consumo de vino a granel de Abona Consumo de vino embotellado de Abona
Valle de Güímar (5)	No consumo de vino a granel de Ycoden-Daute-Isora Consumo de vino a granel de Valle de Güímar No consumo de vino embotellado de Tacoronte-Acentejo No consumo de vino embotellado de Ycoden-Daute-Isora Consumo de vino embotellado de Valle de Güímar
Área metropolitana (6)	Consumo de vino embotellado de Tacoronte-Acentejo

En cuanto al vino de Tenerife, todas las comarcas se caracterizan por presentar porcentajes considerables de consumidores del vino de esta procedencia, aunque los consumos de alta frecuencia se registran en menor proporción entre los residentes en el área metropolitana, que son, sin embargo, los que en mayor porcentaje consumen el vino de la isla en restaurantes. El porcentaje de consumidores que manifestaron haber ingerido vino de Tenerife el día anterior a la fecha de realización de la encuesta es sustancialmente más elevado entre los residentes en Tacoronte-Acentejo y son también los residentes en esta comarca los que en mayor proporción lo consumen diariamente durante las comidas.

Las comarcas 1 a 5 se caracterizan porque en ellas se registran mayores porcentajes de consumidores de vino a granel de la propia DO; y en todas ellas, excepto en la comarca Tacoronte-Acentejo, el porcentaje más alto de consumidores de vino embotellado de cada DO

se registra entre los residentes en la propia comarca. Sin embargo, son los residentes en el área metropolitana los que en mayor proporción consumen vino embotellado con DO Tacoronte-Acentejo.

4. Características socioeconómicas de los residentes en las comarcas vitícolas

IDENTIFICADAS LAS CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DEL PATRÓN DE CONSUMO EN CADA UNA DE LAS COMARCAS VITÍCOLAS DE LA ISLA, RESULTA TAMBIÉN INTERESANTE EXPLORAR ALGUNOS RASGOS SOCIOECONÓMICOS DE LOS INDIVIDUOS INTEGRANTES DE ESTOS GRUPOS. CON ESTE FIN, SE HA EFECTUADO TAMBIÉN UN ANÁLISIS DE CORRESPONDENCIAS TOMANDO EN CONSIDERACIÓN LOS ATRIBUTOS SOCIOECONÓMICOS DESCRITOS EN LA TABLA 11.

Tabla 11. Atributos socioeconómicos

Residencia en casco urbano (Y1)	Ocupación (Y2)	Nivel de formación (Y3)	Ingresos mensuales (Y4)
1. Sí 2. No	1. Empleado 2. Funcionario 3. Estudiante 4. Ama de casa 5. Empresario 6. Profesional 7. Otros	1. Estudios primarios 2. Estudios secundarios 3. Estudios universitarios 4. Ninguno	1. Menos de 6 euros 2. Entre 6 y 12 euros 3. Entre 12 y 18 euros 4. Entre 18 y 24 euros 5. Más de 24 euros

Las características socioeconómicas de la muestra considerada pueden resumirse señalando que la distribución por sexos es casi igualitaria, alrededor de la mitad de los encuestados posee una edad inferior a 40 años y algo más del 60% reside en el casco urbano del municipio. De acuerdo con la ocupación declarada, la más frecuente corresponde a la situación de empleado por cuenta ajena. En cuanto al nivel de formación, un 30% de los entrevistados poseía estudios primarios, algo más de la tercera parte de éstos declaró haber cursado estudios secundarios, la cuarta parte de los encuestados poseía estudios universitarios y sólo un 10% no había cursado estudios de ningún tipo. Por último, según manifestaron los encuestados, alrededor de un 60% de las familias a las que pertenecen poseen unos ingresos mensuales entre 600 y 1800 euros. La composición en términos de sexo y edad en cada una de las comarcas vitícolas consideradas es bastante similar; de ahí que estos dos atributos socioeconómicos no hayan sido considerados a la hora de caracterizar dichas comarcas. Los resultados del análisis de correspondencias con estos

atributos se resumen en la tabla 12, en la que se señalan las categorías socioeconómicas que en mayor medida diferencian los grupos.

Tabla 12. Modalidades características de cada comarca relativas a atributos socioeconómicos (Y1 a Y4)

Tacoronte-Acentejo (1)	Residencia fuera del casco urbano
Valle de la Orotava (2)	Ingresos entre 600 y 1200 euros
Ycoden-Daute-Isora (3)	Residencia fuera del casco urbano Empresarios Ingresos inferiores a 600 euros
Abona (4)	Empleados Estudios secundarios
Valle de Güímar (5)	Sin estudios
Área metropolitana (6)	Residencia en casco urbano Estudiantes y funcionarios Estudios universitarios Ingresos superiores a 1800 euros

LAS COMARCAS TACORONTE-ACENTEJO E YCODEN-DAUTE-ISORA SON LAS QUE PRESENTAN MAYOR PROPORCIÓN DE RESIDENTES FUERA DEL CASCO URBANO, MIENTRAS QUE EL PORCENTAJE MÁS ALTO DE RESIDENTES EN EL CASCO SE REGISTRA EN EL ÁREA METROPOLITANA. EN CUANTO A LA PROFESIÓN DESEMPEÑADA, LAS COMARCAS YCODEN-DAUTE-ISORA Y ABONA DESTACAN POR LA PARTICIPACIÓN DE EMPRESARIOS Y EMPLEADOS, RESPECTIVAMENTE, MIENTRAS QUE ENTRE LOS RESIDENTES EN EL ÁREA METROPOLITANA, LA PROPORCIÓN DE ESTUDIANTES Y FUNCIONARIOS ES SUPERIOR A LA ENCONTRADA EN LAS RESTANTES COMARCAS. POR OTRO LADO, ENTRE LOS RESIDENTES EN ESTA ÚLTIMA COMARCA SE OBSERVA TAMBIÉN EL MAYOR PORCENTAJE DE INDIVIDUOS CON ESTUDIOS UNIVERSITARIOS. SIN EMBARGO, EN LA COMARCA DE ABONA LA PARTICIPACIÓN DE RESIDENTES CON ESTUDIOS SECUNDARIOS ES MÁS ELEVADA QUE EN NINGUNA OTRA COMARCA; Y EN LA COMARCA DEL VALLE DE GÜÍMAR SE REGISTRA EL MAYOR PORCENTAJE DE INDIVIDUOS SIN ESTUDIOS. FINALMENTE, SI SE CONSIDERA EL NIVEL DE INGRESOS DE LA FAMILIA A LA QUE PERTENECE EL ENTREVISTADO, SE OBSERVA QUE LA PROPORCIÓN DE CASOS CON INGRESOS SUPERIORES A 1800 EUROS MENSUALES ES MAYOR EN EL ÁREA METROPOLITANA Y, POR EL CONTRARIO, LA MAYOR PARTICIPACIÓN DE FAMILIAS CON INGRESOS INFERIORES A 600 EUROS MENSUALES CORRESPONDE A LOS RESIDENTES EN YCODEN-DAUTE-ISORA. EN LA COMARCA DEL VALLE DE LA OROTAVA DOMINAN LAS FAMILIAS CUYOS INGRESOS OSCILAN ENTRE 600 Y 1200 EUROS MENSUALES.

5. Conclusiones

EL EXAMEN DE LOS ATRIBUTOS RELATIVOS AL CONSUMO EN CADA UNA DE LAS COMARCAS CONSIDERADAS MUESTRA LA EXISTENCIA DE PATRONES DE CONSUMO CLARAMENTE DIFERENCIADOS, SOBRE TODO EN EL ÁREA METROPOLITANA CON RESPECTO A LAS RESTANTES COMARCAS VITÍCOLAS, Y TANTO POR LO QUE SE REFIERE A LA FRECUENCIA DE CONSUMO DE VINO COMO EN LO REFERENTE A LOS TIPOS DE VINO CONSUMIDOS. IDENTIFICADAS ESTAS CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DEL CONSUMO DE LOS RESIDENTES EN LA ISLA, EL ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE ALGUNOS DE LOS RASGOS SOCIOECONÓMICOS

DE LOS INDIVIDUOS INTEGRADOS EN LOS DISTINTOS GRUPOS REVELA, POR EJEMPLO, QUE LAS COMARCAS TACORONTE-ACENTEJO —CON CONSUMO MÁS FRECUENTE— E YCODEN-DAUTE-ISORA —CON MAYOR PRESENCIA DE ALTOS CONSUMOS— SON LAS QUE POSEEN MAYOR PESO DE LOS RESIDENTES FUERA DEL CASCO URBANO. EN CAMBIO, EL ÁREA METROPOLITANA, DE CARÁCTER MÁS URBANO, PRESENTA UN CONSUMO MENOS FRECUENTE Y MÁS MODERADO EN CANTIDAD.

QUIZÁS LA LOCALIZACIÓN EN ZONAS RURALES DE LA MAYOR PARTE DE LOS RESIDENTES EN TACORONTE-ACENTEJO E YCODEN-DAUTE-ISORA AYUDE A EXPLICAR QUE ENTRE ELLOS SE REGISTRE EL MAYOR PORCENTAJE DE CONSUMIDORES DE VINO A GRANEL DE COSECHA PROPIA. SIN EMBARGO, EL ÁREA METROPOLITANA SE CARACTERIZA POR UN CONSUMO MÁS FRECUENTE DE VINO EMBOTELLADO CON DO DE FUERA, TANTO EN CASA COMO FUERA DE CASA, QUE PODRÍA ESTAR ASOCIADO, NO SÓLO CON EL CARÁCTER URBANO, SINO TAMBIÉN CON EL MAYOR PESO DE LAS FAMILIAS CON INGRESOS ELEVADOS O, INCLUSO, CON LA MAYOR PRESENCIA DE INDIVIDUOS CON ESTUDIOS SUPERIORES.

COMO YA SE HA COMENTADO, EN ESTA ÚLTIMA COMARCA SE REGISTRA EL PORCENTAJE MÁS REDUCIDO DE INDIVIDUOS QUE CONSIDERAN COMO LUGAR PREFERENTE DE CONSUMO LA PROPIA CASA Y, POR EL CONTRARIO, EL PORCENTAJE MÁS ALTO DE CONSUMIDORES QUE CONSUMEN VINO PREFERENTEMENTE EN RESTAURANTES. ESTA CARACTERÍSTICA PARECE A *PRIORI* ASOCIADA TAMBIÉN CON LA PRESENCIA DE FAMILIAS CON ALTOS NIVELES DE INGRESOS. EN LA COMARCA DEL VALLE DE LA OROTAVA, EN LA QUE TIENEN MAYOR PESO LOS INGRESOS FAMILIARES MODERADAMENTE BAJOS —ENTRE 600 Y 1200 EUROS MENSUALES—, SE REGISTRA EL PORCENTAJE MÁS ALTO DE CONSUMIDORES QUE ELIGEN COMO LUGAR PREFERENTE DE CONSUMO LOS BARES Y GUACHINCHES.

EL ANÁLISIS EFECTUADO PROPORCIONA INFORMACIÓN VÁLIDA PARA INTRODUCIR PRODUCTOS CONCRETOS EN LOS SEGMENTOS DEL MERCADO DEFINIDOS POR LAS COMARCAS VITÍCOLAS DE REFERENCIA, YA QUE IDENTIFICA PATRONES DE CONSUMO DIFERENCIADO Y DESVELA ALGUNOS FACTORES QUE PODRÍAN EXPLICAR LAS DECISIONES DE CONSUMO, LO QUE AYUDA A FORMULAR HIPÓTESIS PRELIMINARES QUE, EN CUALQUIER CASO, DEBERÍAN SER CONTRASTADAS CON HERRAMIENTAS INFERENCIALES MÁS APROPIADAS.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Escofier, B. and J. Pagès (1990). *Analyses factorielles simples et multiples*. Dunod.
- González, J.L. (2000). *El sector vitivinícola en las Islas Canarias*. Tercer Simposio Internacional de Zonificación Vitivinícola. Puerto de la Cruz. Tenerife.
- Greenacre, M.J. (1983). *Theory and applications of correspondence analysis*. Academic Press.
- Guirao, G., J.J. Cáceres, V.J. Cano, M. Hernández, M.I. López, F.J. Martín y M.C. Rodríguez (2001). *El consumo de vino en Tenerife*. Servicio Técnico de Desarrollo Rural y Pesquero del Cabildo Insular de Tenerife.
- Macías, A.M. (1995a). «Panorama histórico de la economía canaria». *Papeles de Economía Española* (Economía de las Comunidades Autónomas) 15: 33-41.

Macías, A.M. (1995b). «La economía moderna (siglos XV-XVIII)». En De Béthencourt Massieu (Ed.) *Historia de Canarias*: 133-191.

MAPA (2002). *Hechos y cifras del sector agroalimentario y del medio rural español 2001*. Secretaría General Técnica del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.