
Ruth Rama ()*

*Evolución y características
de la alimentación fuera del hogar
y del consumo de alimentos
procesados en España (**)*

1. INTRODUCCIÓN

El objetivo de este estudio es analizar la evolución y principales características de la alimentación fuera del hogar y del consumo de alimentos procesados en España a la luz de algunas de las hipótesis de la *nueva economía de la familia* (Becker, 1987).

Es preciso, en primer lugar, aclarar algunos conceptos. Actualmente, prácticamente todos los productos alimenticios consumidos en los países desarrollados sufren algún tipo de procesamiento. Inclusive productos simples, como las legumbres o el arroz, experimentan procesos que revelan la intervención de trabajo industrial. No obstante, se considera que una serie de productos que exhiben un alto valor añadido por unidad, como las sopas en sobres o los platos pre-cocinados, incorporan mayores cantidades de este tipo de trabajo. En este estudio, nos centra-

(*) Instituto de Economía y Geografía. CSIC.

(**) Este estudio forma parte de una investigación financiada por la CICYT y coordinada por la Dra. María de los Ángeles Durán Heras sobre «El trabajo no remunerado en España». La autora agradece a los Dres. M.^a A. Durán, Francisco Muñoz Escalona y Shamir Mili (CSIC, IEG) los comentarios realizados a una primera versión de este estudio y, a Inmaculada Zambrano, el apoyo proporcionado en las tareas de investigación. Los cuadros fueron preparados por M.^a del Carmen Pérez Azorín. Versión definitiva: octubre de 1997.

remos principalmente en las frutas y hortalizas transformadas, las carnes transformadas, el pescado en conserva y los platos preparados. También incluiremos en el análisis a las carnes y pescados congelados porque, aunque exhiben un menor valor añadido que los productos antes citados, suponen un ahorro de tiempo en la compra. Por alimentos consumidos fuera del hogar entendemos todos aquellos que sirven los restaurantes, bares y cafeterías así como la llamada *alimentación institucional* suministrada por comedores de empresas, hospitales, etc.

Aunque los consumidores acudan a restaurantes y cafeterías o compren alimentos industrializados, en parte, para diversificar su dieta o disfrutar de la vida social, una de las motivaciones más relevantes de ese tipo de consumo sería, en términos generales, el ahorro de tiempo (Senauer *et al.*, 1990). Por ello, conviene examinar cómo interpreta la teoría económica al uso del tiempo en el marco de la economía familiar y qué evidencia aporta la investigación empírica previa. Partiendo de una función de utilidad neoclásica, la *nueva economía de la familia* analiza a los hogares como pequeñas empresas que producen «mercancías» (1) —por ejemplo, almuerzos y cenas— con dos «ingredientes»: «Inputs» disponibles en el mercado y tiempo (Becker, 1987; Cabrillo, 1996).

El ama de casa (2) utilizaría diversos procesos productivos u optaría por distintos tipos de consumo de acuerdo con criterios de eficacia, es decir valorando los retornos que puede obtener por su trabajo no remunerado (trabajo doméstico) y por su trabajo remunerado (en el mercado), respectivamente. En el marco teórico de la llamada *nueva economía de la familia*, por lo tanto, el valor del tiempo afecta indirectamente a las pautas de consumo (Yen, 1993). Retomando un ejemplo propuesto por Cabrillo (1996), para solucionar el problema de la alimentación, una persona puede prepararse la comida o acudir a un restaurant. Un supues-

(1) En este trabajo, la palabra *mercancía* (en el sentido del término usado por Becker) está entrecomillada cuando nos referimos a los bienes y servicios producidos en el ámbito doméstico para el consumo de la familia. Así la distinguimos del concepto de mercancía, por lo demás, completamente opuesto, utilizado por los economistas clásicos, especialmente Marx, que aluden a bienes producidos para el mercado.

(2) En este artículo nos referiremos fundamentalmente al ama de casa porque, en España, la mujer realiza el 70% de las tareas relacionadas con la compra, preparación de los alimentos y limpieza de la cocina. Este porcentaje ha sido calculado sobre la base del número diario de horas invertido por hombres y mujeres en la realización de dichas tareas (Durán, 1996; sobre la base de la «Encuesta sobre trabajo no remunerado», CSIC, 1995).

to del modelo es que el tiempo dedicado al ocio permanezca constante. El tiempo dedicado a hacer la compra, elaborar la comida y limpiar la cocina puede analizarse en términos del coste de oportunidad. La decisión de comer en casa o en el restaurante dependerá del salario que esa persona deje de percibir como consecuencia de dedicar menos tiempo al trabajo remunerado y más al trabajo doméstico. Una persona que perciba un salario elevado encontrará, seguramente, que la factura del restaurante es inferior al ingreso que dejaría de percibir en una empresa por invertir ese tiempo preparando la comida a domicilio. Pero, si el salario es muy bajo, el coste de oportunidad del tiempo de esa persona es también pequeño, de modo que le compensará comer a domicilio y reducir, en cambio, el tiempo de trabajo remunerado.

La forma cómo se combinan los bienes y servicios producidos en el mercado con tiempo no remunerado para producir, por ejemplo, almuerzos y cenas, dependerá, además, de las preferencias de esa persona (o de las que compongan el hogar). Algunos consumidores prefieren «*mercancías*» intensivas en tiempo, es decir producidas a base de muchas horas de trabajo doméstico y un menor desembolso de dinero en «*inputs*» comprados en el mercado. Unos *spaghetti a la bolognesa* pueden prepararse con una salsa enlatada, lo que supone un tiempo doméstico mínimo y un «*input*» relativamente caro (respecto a los productos en fresco). Pero también pueden prepararse elaborando la salsa a domicilio, es decir utilizando mayor cantidad de tiempo doméstico e «*inputs*» relativamente más baratos (tomates en fresco, etc.).

Los aspectos subjetivos del comportamiento del consumidor de alimentos, como la percepción de la calidad del producto, desempeñan un papel destacado en las modernas teorías del consumo. El modelo puramente económico del consumo explicaba cómo el consumidor distribuye su renta entre un conjunto de bienes para maximizar su utilidad, siendo la renta del consumidor y el precio del producto variables cruciales en las primeras formulaciones. Aunque continúan siéndolo, a ellos se han ido sumando, en los últimos veinte años, una serie de atributos como la calidad, la facilidad de compra o preparación culinaria de los alimentos, etc. (para una revisión de las nuevas teorías del consumo, aplicadas a la esfera alimentaria, véase Meulenberg y Steenkamp, 1991). Por ejemplo, el modelo de Maslow-Alvensleben considera que

algunos de los principales determinantes de la demanda alimentaria son los motivos nutricionales, de salud, disfrute, prestigio, complacencia con las normas del grupo y conveniencia (Alvensleben, 1987, citado por Delgado Blanco y Caldentey Albert, 1993). Este último motivo se refiere a la facilidad de compra, preparación y consumo del alimento, es decir al ahorro de tiempo.

Esta evolución del abordaje teórico es lógica en la medida que los factores estrictamente económicos (la renta y el precio) han perdido cierta fuerza explicativa en las sociedades ricas, donde el gasto alimentario representa un porcentaje cada vez menor del gasto total de las familias. Al mismo tiempo, se valora cada vez más la calidad y otros atributos extra económicos de los alimentos (Mili, 1996).

En los modelos del comportamiento del consumidor, el factor ahorro de tiempo no ocupa la misma posición central que en la *nueva economía de la familia* y la investigación empírica basada en ellos permite predecir, inclusive, que la motivación de ahorrar tiempo incidiría relativamente poco sobre la decisión de comprar ciertos tipos de alimentos (más adelante nos referiremos al caso de las carnes).

Esto supone que ciertos atributos de los alimentos sean percibidos como más importantes que la facilidad de compra o preparación (3). Por ello, la sustitución de trabajo doméstico por bienes (o servicios) comprados en el mercado puede verse frenada si la industria (o el sector de la restauración) son incapaces de garantizar la calidad nutritiva de la dieta o si el consumidor percibe a dichos productos como de calidad inferior. Este punto abre un debate importante en los países desarrollados. Un estudio sobre los Estados Unidos (Adrian y Daniel, 1976, citado por Horton y Campbell, 1991) muestra, por ejemplo, que el trabajo remunerado de la esposa va de la mano con incrementos en la ingesta de varios importantes nutrientes por parte del grupo familiar. Pero una investigación sobre Canadá detecta, por el contrario, que los hogares donde la

(3) Los datos sobre el porcentaje de hogares que poseen distintos tipos de bienes de equipamiento parecerían indicar que el ahorro de tiempo de cocina no es una prioridad de las familias españolas. Según la Encuesta de Presupuestos Familiares, en 1990/91, sólo el 9,2% de los hogares poseían un lavavajillas mientras que el 92,3% estaban dotado de un televisor a color, el 44,4% de un vídeo y el 11,0% de un ordenador personal.

mujer trabaja exhibirían un mayor nivel del consumo de alimentos fuera del hogar y peores pautas de nutrición (Horton y Campbell, 1991).

El análisis institucional va aún más lejos en lo que concierne a la posibilidad misma de la sustitución, criticando la visión de Becker por considerarla una abstracción respecto al contexto social y afirmando que el trabajo doméstico está condicionado por instituciones, es decir por una serie de normas sociales y costumbres que regulan cómo se hace, cuánto se hace y quién lo hace. En este último sentido, aunque todos los adultos realizan algún trabajo doméstico se considera, por una norma no escrita, que éste es principalmente incumbencia de la esposa. Los datos españoles sobre uso del tiempo, por sexo, parecen apoyar la visión institucional. Una mujer que tiene un empleo remunerado invierte 34:27 hs. semanales en labores domésticas mientras que un varón en el paro le dedica sólo 16:48 hs (4). Esto sugiere que los hábitos sociales sobre quién efectúa el trabajo doméstico prevalecen sobre los respectivos costes de oportunidad del tiempo (el de la persona empleada es, obviamente, superior).

Además, los institucionalistas consideran al trabajo doméstico como irremplazable por cuanto suministraría bienes y servicios totalmente adaptados a los gustos y necesidades de la familia (Blau y Ferber, 1986). La dimensión simbólica (Fonte, 1991) y afectiva de la alimentación o el deseo del consumidor de adecuar la dieta a su edad y problemas de salud parecen entorpecer la salida total de este tipo de bienes de la esfera de influencia de la familia.

Finalmente, los institucionalistas también discrepan de los neoclásicos por considerar que el trabajo doméstico y los ingresos monetarios no pueden ser sumados para estimar el nivel de bienestar de una familia y que este último debe calcularse estrictamente en función del ingreso monetario. Los neoclásicos, por el contrario, estiman que el desempleo de la mujer casada no disminuye significativamente el nivel de bienestar de la familia. Al disponer de más tiempo para las tareas domésticas, ella puede producir una serie de «*mercancías*» domésticas con muy pequeñas canti-

(4) Datos proporcionados por Durán (1996) sobre la base de la «Encuesta sobre trabajo no remunerado» del CSIC, 1995.

dades de «inputs» comprados en el mercado. En forma más realista, los institucionalistas opinan que el desempleo de la mujer casada ocasiona, en muchísimos casos, una fuerte caída en el nivel de bienestar familiar porque parte substancial de los bienes y servicios que se adquirirían con su sueldo no pueden ser producidos alternativamente a domicilio.

En este artículo analizaremos las características socioeconómicas y demográficas de los hogares con las que se asocia el consumo de alimentos procesados y la utilización de servicios de restauración en España. Trataremos de indagar, en la medida que lo permita la información disponible, hasta qué punto dicho tipo de consumo —que supondría una sustitución del trabajo doméstico por bienes y servicios comprados en el mercado— está asociado con la actividad laboral del ama de casa o bien con otras variables socioeconómicas.

Antes de pasar al análisis específico de los tipos de consumo que son objeto de este artículo, presentaremos un panorama resumido de las principales tendencias recientes del consumo alimentario en España. Siguiendo la tónica predominante en otros países desarrollados (Combris, 1991; Connor, 1994; Gil *et al*, 1995), la participación de la alimentación en los presupuestos de los españoles tiende a disminuir. Según datos de la Encuesta de Presupuestos Familiares del INE, el gasto total medio por persona se redujo de 34,6% en 1980/81 a 28,4% en 1990/91 si bien, en pesetas corrientes, el gasto aumentó durante esos años de 72.633 pesetas a 178.305 pesetas. También puede verificarse un aumento en términos del consumo *per cápita* de calorías que creció, entre 1970 y 1990, en un 25% (Gil *et al*, 1995).

La carne (29%), las frutas y hortalizas (17%), el pescado (13%), la leche, queso, huevos y productos lácteos (14%), y el pan y los cereales (13%) son los productos a los que se destinó la mayor parte del gasto en alimentación durante aquel período. De 1980/81 a 1990/91, último período para el cual la Encuesta proporciona información, se registraron cambios notables en la estructura del gasto, disminuyendo el gasto medio anual (en pesetas constantes) por persona en pan y similares; patatas, hortalizas y legumbres; huevos; aceites y grasas y, sobre todo, bebidas alcohólicas. Al mismo tiempo, aumentó el de carnes; frutas; leche y mantequilla; azúcar y otros dulces; café e infusiones y, muy en particular, el de bebidas no alcohólicas y «Otros alimentos» (cuadro 1). Esta última categoría, dentro de la cual pueden clasificarse los productos al-

CUADRO 1

Evolución de la estructura porcentual del gasto anual medio por persona en alimentos y bebidas, según subgrupos de gasto y tasas de variación del gasto medio por persona para el conjunto nacional

Grupos	1980-81	1990-91	Tasas de variación	
	Ptas. constantes 1980	Ptas. constantes 1980	Ptas. corrientes	Ptas. constantes
Total alimentos y bebidas	100,0	100,0	132,1	0,02
Pan, pastas y cereales	10,8	10,2	160,0	-5,8
Patatas, hortalizas y legumbres	8,6	7,0	131,2	-17,7
Frutas	8,6	9,1	145,6	6,0
Carnes	28,7	29,5	126,4	2,7
Pescado	10,6	11,7	162,5	10,2
Huevos	2,9	2,2	49,1	-24,7
Leche, queso y mantequilla	11,8	12,4	123,8	4,8
Aceites y grasas	4,9	4,1	76,6	-17,4
Azúcar, dulces y confitería	3,2	3,5	128,1	8,7
Café, malta, té y otras hierbas para infusiones	2,6	2,8	28,3	9,0
Vinos, cervezas y licores	4,6	3,0	93,8	-33,9
Bebidas no alcohólicas	1,5	1,8	220,7	17,8
Otros	1,2	2,7	433,3	129,0

Fuente: Encuesta de Presupuestos Familiares 1990/91, Vol. II, INE.

tamente procesados, ofrecía un nivel de gasto muy bajo a principios de los 80, aumentando en un 129% a lo largo de esa década.

En la primera parte de este artículo se analiza el consumo de alimentos fuera del hogar desde la doble perspectiva —que juzgamos complementaria en razón de las distorsiones que pueden introducir los precios— del gasto en pesetas y del número de comidas (almuerzos y cenas) efectuadas en el hogar. En la segunda parte, estudiamos el consumo de alimentos procesados. Finalmente, presentamos las conclusiones a las que ha llegado este trabajo de investigación,

2. CONSUMO DE ALIMENTOS FUERA DEL HOGAR

2.1. Aspectos metodológicos

El análisis empírico de la alimentación fuera del hogar plantea algunas dificultades. Las tablas de input-output y los datos del Ministerio de

Agricultura, Pesca y Alimentación que reflejan las compras de alimentos efectuadas por establecimientos hosteleros y de restauración (5) resultan imprecisos para valorar el comportamiento de los españoles frente a la alimentación extradoméstica porque incluyen el consumo de los turistas. Además, los datos del MAPA no reflejan los importes finales pagados por los consumidores sino el de las materias primas compradas por los restaurantes y cafeterías.

Por esa razón, los datos utilizados en esta investigación proceden de la Encuesta de Presupuestos Familiares, que se basa en una muestra de la población residente. Sin embargo, esta opción deja en pie algunos problemas. Los datos de gasto efectuado por los hogares en restaurantes y cafeterías (en pesetas corrientes) aparecen en los Resultados Preliminares de dicha Encuesta publicados en 1992 pero no en la versión definitiva de 1994, al parecer porque se consideraron poco fiables. La versión definitiva, por lo tanto, sólo permite calcular el número de comidas y cenas efectuadas fuera del hogar. En este trabajo, los datos de gastos fuera del hogar procedentes de los Resultados Preliminares sólo se usan a nivel del agregado nacional y en forma meramente indicativa, por los sesgos arriba citados. Conscientes de su imprecisión, aquí también utilizamos los datos monetarios del MAPA, señalando sus limitaciones en cada caso.

Los datos de gasto tienden a sobrevalorar, en términos generales, el ahorro de tiempo involucrado en la comida extradoméstica porque el coste unitario (es decir, por comida o cena) de ésta es superior a la de la alimentación casera. La empresa de restauración incurre en costes superiores a los de los hogares. Al comprar a mayoristas el 80% (en valor) de los alimentos adquiridos, tiene la ventaja de obtener muchas materias primas (por ejemplo, el arroz, las pastas, las legumbres o el aceite) a precios inferiores que los hogares (MAPA, 1995) (6). Pero, dada la dimensión festiva o simplemente social de un número difícil de cuantificar de las comidas extradomésticas, el consumidor suele preferir, en esas ocasiones, ingredientes de más calidad. Por ello, el kg. de carne o

(5) La Alimentación en España, MAPA, diversos años.

(6) Otras, como el azúcar, presentan precios superiores en hostelería que en los hogares debido al estuchado del producto.

pescado comprado por los restaurantes resulta más caro que el adquirido por los hogares (MAPA, 1991), al mismo tiempo que las bebidas alcohólicas también encarecen la alimentación fuera del hogar, sin por ello suponer un mayor ahorro de tiempo (7). Además, a diferencia de los hogares, los restaurantes deben remunerar el trabajo y el capital invertidos. El gasto unitario medio por comida o cena extradoméstica es de 787 ptas. para el conjunto nacional, mientras que el doméstico es de sólo 231 ptas. (en pesetas corrientes de 1990/91). La proporción del *gasto* en alimentos fuera del hogar respecto al gasto total en alimentación (27,4% en 1990/91, según los Resultados Preliminares de la Encuesta) resulta, por ello, mucho más elevada que el porcentaje de *comidas* extradomésticas sobre el número total de comidas (12%). Podemos concluir, entonces, que esta última cifra refleja con mayor exactitud el tiempo que se ahorra comiendo fuera.

A pesar de ello, la variable *número de comidas y cenas* tampoco es una medida perfecta. Tiene el inconveniente de no incluir a los desayunos y *tapas* que, según un estudio anterior, tendrían bastante importancia en la alimentación extradoméstica española (un 25% del consumo medio fuera del hogar, según datos de 1980/81) (Rama, 1987). No obstante, a diferencia de la variable *gasto* —influida como está por los precios—, el uso de unidades facilita el análisis comparativo de las preferencias de los consumidores que viven en diversas Comunidades Autónomas, con sus diferencias en los precios de la restauración (piénsese en las zonas turísticas). También permite comparar el comportamiento de consumidores que pertenecen a diversos cuartiles de ingreso (y estratos socioeconómicos) ya que estos demandan, como es lógico, los servicios de establecimientos muy diversos, desde la fonda más sencilla hasta el restaurante de cinco tenedores, lo que supone grandes diferencias en el gasto medio por comida o cena. El interés metodológico de contrastar ambos tipos de datos para valorar el ahorro de tiempo —por más imperfecto que sea cada uno tomado aisladamente— es, por lo tanto, indudable.

Los datos del MAPA, por su parte, tienen el interés de proporcionar información sobre la *composición* de las comidas en los hogares y res-

(7) En 1994, representaban el 37,3% de las compras de alimentos y bebidas realizadas por los restaurantes pero sólo el 3,7% de los gastos incurridos en el hogar. Estas cifras, no obstante, incluyen el consumo de no residentes (MAPA, 1995).

taurantes, respectivamente. Por ejemplo, la evolución de las compras respectivas de hogares y restaurantes sugiere un desplazamiento de ciertos guisos de elaboración compleja hacia la esfera comercial, con la consiguiente simplificación (y ahorro de tiempo) en las actividades culinarias caseras. Por ejemplo, el consumo de ciertos guisos típicos de la gastronomía española, que son de preparación laboriosa, parece realizarse cada vez más fuera de casa, como indicaría el crecimiento negativo de la demanda total de alubias (o la tasa bajísima de la patata), frente a las tasas relativamente altas de las cantidades consumidas fuera del hogar durante el mismo período (cuadro 13) (8).

2.2. Evolución de la estructura del gasto en alimentación

Las familias españolas gastan en comidas en el hogar la mayor parte del presupuesto que destinan a alimentación (72% del gasto medio por hogar en alimentación a principios de los 90) (cuadro 2).

Aún en la actualidad, el español continúa alimentándose, fundamentalmente, en su domicilio. Pero, entre 1974 y 1990/91, se observan importantísimos cambios en la pauta de consumo, con el aumento de la participación del gasto extradoméstico del 14,8% al 27,4% del gasto medio en alimentación por hogar. El gran cambio se produce en los últimos años. La variación porcentual es pequeña entre 1974 y 1980/81. Pero, entre esta última fecha y 1990/91, la alimentación fuera de casa aumenta del 15,7% al 27,4% del gasto total en alimentos por hogar.

2.3. Naturaleza de la alimentación fuera del hogar

En España, la alimentación extradoméstica es, básicamente, una restauración de tipo comercial, lo que facilita la puesta a prueba de las hi-

(8) Esta observación confirmaría el hallazgo de Chung (1994). Al analizar la demanda provincial de alimentos en España, este autor llega a la conclusión, en cierta medida desconcertante, de que la elasticidad renta de las féculas (patatas, etc.) se incrementa cuando crece el ingreso. Aunque este autor no llega a explicar el fenómeno, una interpretación plausible es que, a medida que crece el ingreso familiar, dichas féculas —que forman parte de guisos de elaboración compleja, con prolongados tiempos de cocción y limpieza— son consumidas fuera del hogar.

CUADRO 2

Consumo de alimentos y bebidas en el hogar y fuera del hogar, en ptas. corrientes (consumo anual por hogar, 1974-1990/91)

	1974		1980/81		1990/91	
	Ptas.	%	Ptas.	%	Ptas.	%
Gastos en el hogar	94.594	85,2	270.637	84,3	575.375	72,6
Gastos fuera del hogar	16.489	14,8	50.290	15,7	216.910	27,4
TOTAL	111.083	100,0	320.927	100,0	792.285	100,00

Fuente: Elaboración a partir de datos del INE, Encuesta de Presupuestos Familiares.

pótesis de Becker. La Encuesta no permite evaluar, en forma exacta, la participación de la alimentación institucional porque sólo indica los gastos en comedores de empresas (no incluye las comidas efectuadas en hospitales, etc.). En 1990/91, los gastos en alimentación fuera de casa ascendían a 216.910 ptas. anuales por hogar, a precios corrientes, de las cuales sólo 4.141 ptas. eran gastos en cafeterías y comedores de empresas o entidades concertadas. A esta cantidad, deberían sumarse las comidas bonificadas en el trabajo (4.864 ptas. anuales por hogar) (9). Un estudio del MAPA (1995) corrobora la escasa significación de la comida institucional en España. Entre 1989-94, la compra de alimentos realizada por las instituciones representó entre el 2,1%-2,3% de la compra total de alimentos.

2.4. Alimentación fuera del hogar y actividad del ama de casa

La información estadística proporcionada por la Encuesta de Presupuestos Familiares no permite investigar empíricamente la vinculación entre el fenómeno de la alimentación extradoméstica y la actividad laboral del ama de casa.

Sin embargo, un estudio del MAPA (1995) observa que, en 1994, el consumo total de alimentos en el hogar (en volumen) es inferior a la

(9) Clasificadas estadísticamente como ingresos no monetarios por la Encuesta de Presupuestos Familiares.

media (-6,4%) en las familias donde el ama de casa tiene una actividad laboral externa, atribuyéndose esta diferencia a la realización de más comidas fuera del hogar (la fuente no cuantifica esta última aseveración). Estos hogares adquieren menos huevos, pan, arroz, pastas, azúcar, legumbres, aceite, margarina, carne, pescado y leche líquida que los hogares donde el ama de casa es inactiva, lo que explicaría la antes citada desviación respecto a la media nacional.

Estos son datos totales (no per cápita) de consumo, de modo que el consumo podría ser superior, simplemente, porque las familias donde la mujer no trabaja fuera de casa tienen más hijos. No obstante, los datos de gastos per cápita parecerían confirmar que el consumo de alimentos en el hogar es ligeramente inferior en los hogares donde el ama de casa es activa (151.705 ptas. anuales en 1994, versus 154.256 ptas. en los hogares donde es inactiva).

2.5. Alimentación fuera del hogar y estilos de vida

Como puede observarse en el cuadro 3, que señala la distribución del gasto en alimentos por conjunto urbano y no urbano, la alimentación extradoméstica es un fenómeno asociado, principalmente, con estilos de vida urbano. La información sobre el número de comidas y cenas en el hogar por persona confirma este análisis. Es verdad que, en todos los tipos de hábitats, los españoles optan abrumadoramente por la alimentación preparada en el hogar. Pero, mientras en el medio urbano se cena o

CUADRO 3

Consumo de alimentos y bebidas en el hogar y fuera del hogar, 1990/91 Consumo anual por hogar y por persona, por conjunto urbano y conjunto no urbano (gasto medio en ptas. y %)

	Conjunto urbano		Conjunto no urbano			
	Ptas.	%	Ptas.	%	Ptas.	%
Gastos en el hogar	602.733	177.096	70,9	546.183	160.173	74,8
Gastos fuera del hogar	247.620	72.756	29,1	184.143	54.002	25,2
TOTAL	850.353	249.852	100,0	730.326	214.175	100,0

Fuente: INE, Encuesta de Presupuestos Familiares, 1990/91.

come fuera de casa en un 13% de las ocasiones, en el no urbano la proporción disminuye al 10%.

Sin embargo, sería un error pensar que existe una asociación lineal totalmente clara entre nivel de urbanización y consumo fuera del hogar. Por el contrario, han de considerarse otros factores como el clima, la cultura, etc. Por ejemplo, el número de comidas y cenas extradomésticas, por persona (ligeramente por debajo de la media nacional de 84), en Almería, Guadalajara, Girona o Lugo es equiparable al de Barcelona, aunque esta última tenga un nivel de urbanización muy superior (cuadro 4).

CUADRO 4
Número de comidas y cenas en el hogar por persona,
por Comunidad Autónoma y Provincia

	N.º medio de comidas y cenas en el hogar por persona
TOTAL	646
ANDALUCÍA	656
Almería	647
Cádiz	666
Córdoba	664
Granada	652
Huelva	668
Jaén	670
Málaga	649
Sevilla.....	647
ARAGÓN	652
Huesca	651
Teruel	662
Zaragoza	650
ASTURIAS (Principado de)	657
BALEARES (Islas)	618
CANARIAS	659
Palmas (Las)	663
Santa Cruz de Tenerife	656
CANTABRIA	677
CASTILLA Y LEÓN	654
Ávila	656
Burgos	634
León	654
Palencia	639
Salamanca	684
Segovia	665
Soria	637
Valladolid	650
Zamora	653

CUADRO 4 (Continuación)

Número de comidas y cenas en el hogar por persona,
por Comunidad Autónoma y Provincia

	N.º medio de comidas y cenas en el hogar por persona
CASTILLA-LA MANCHA	650
Albacete	643
Ciudad Real	651
Cuenca	651
Guadalajara	646
Toledo	655
CATALUÑA	642
Barcelona	647
Girona	617
Lleida	647
Tarragona	623
COMUNIDAD VALENCIANA	645
Alicante	644
Castellón de la Plana	651
Valencia	645
EXTREMADURA	664
Badajoz	670
Cáceres	654
GALICIA	645
Coruña (La)	644
Lugo	647
Orense	626
Pontevedra	655
MADRID (Comunidad de)	630
MURCIA (Región de)	632
NAVARRA (Comunidad Foral de)	646
PAÍS VASCO	629
Álava	666
Guipúzcoa	626
Vizcaya	623
RIOJA (La)	646
CEUTA Y MELILLA	666
Ceuta	673
Melilla	658

Fuente: Encuesta de Presupuestos Familiares 1990/91, Vol. II, INE.

A pesar de ello, sin duda se verifica una asociación entre las costumbres de la vida urbana y un mayor consumo alimentario extradoméstico en ciudades españolas de diversos tamaños, no siendo un fenómeno privativo de las grandes metrópolis. El cuadro 5 muestra una progresión

CUADRO 5

Número de hogares, personas y número medio de comidas y cenas en el hogar por persona, por tamaño de municipio

Tamaño Municipio	N.º hogares	N.º personas	N.º medio de comidas y cenas en el hogar por persona
Hasta 10.000 habitantes	2.959.458	9.766.215	657
De 10.0001 a 50.000 hab.	2.541.223	8.994.832	654
De 50.001 a 100.000 hab.	1.011.698	3.589.728	650
De 100.001 a 500.000 hab.	2.585.786	8.990.785	642
Más de 500.000 habitantes	2.200.344	7.152.446	624

Fuente: Encuesta de Presupuestos Familiares 1990/91. Vol. II, INE.

constante de la importancia de la alimentación fuera del hogar a medida que crece el número de habitantes por municipio.

2.6. Alimentación fuera del hogar y características socioeconómicas

Además del hábitat, una serie de condiciones socioeconómicas de los hogares también determinan que las personas coman más o menos a menudo fuera de casa. En general, los hallazgos de esta sección confirman resultados encontrados en estudios anteriores sobre la alimentación fuera del hogar en España u otros países desarrollados (Goodman y Rama, 1987; Rama, 1987; Horton y Campbell, 1991).

El nivel de ingresos es, sin duda, un factor explicativo preponderante de la decisión de comer en casa o en un establecimiento comercial, dadas las diferencias en el precio relativo de la alimentación a domicilio y extradoméstica. Mientras que, en el primer cuartil de ingresos, las personas realizan un 91% de las comidas y cenas en el hogar; en el segundo, efectúan un 90%; en el tercero, un 89%, para llegar, finalmente, al cuarto donde el porcentaje baja al 85%. Estas cifras —que, como decíamos anteriormente, tienen la ventaja de no estar influidas por el nivel de precios— parecerían indicar que la alimentación fuera del hogar estaría más asociada con las pautas de ocio y la función de la comida como vehículo social, que con las diversas opciones que se presentan ante la mujer trabajadora para alimentar a su familia, como propone la teoría económica ortodoxa.

La información disponible es insuficiente para poner a prueba esa hipótesis porque la fuente utilizada clasifica el número de comidas y cenas realizadas, en promedio, por cada miembro del hogar según la condición socioeconómica del *sustentador principal*. Por lo tanto, no podemos relacionar con exactitud las actividades profesionales de las *personas* con el número de veces que comen en establecimientos comerciales (cuadro 6).

El cuadro 7 indica el número de comidas y cenas, por persona, según la relación con la actividad del sustentador principal, mostrando que los que tienden a comer fuera son fundamentalmente las familias de los ocupados, mientras las de los pensionistas y otros tienden a hacerlo a domicilio. También es ilustrativo el cuadro 8 que contiene la misma información desglosada por categoría socioprofesional del sustentador principal. Las familias de los trabajadores manuales y los autónomos en la industria y los servicios tienden a acudir con más frecuencia a restaurantes y cafeterías que categorías como los jubilados o los trabajadores de la agricultura, confirmándose así el carácter principalmente urbano de la alimentación fuera del hogar. Obsérvese que los hogares donde se

CUADRO 6

Hogares, personas y número medio de comidas y cenas por persona según la condición socioeconómica del sustentador principal

Condición socioeconómica del sustentador principal	Número de hogares	Número de personas	N.º medio de comidas y cenas en el hogar por persona
Empresarios y directivos agrarios	343.867	1.338.241	661
Resto de trabajadores y miembros de cooperativas agrarias	407.434	1.638.440	663
Empresarios, profesionales y trabajadores independientes no agrarios	1.081.231	4.264.902	628
Directores profesionales y Jefes administrativos por cuenta ajena	862.432	3.190.586	608
Resto del personal de servicios y profesionales de las fuerzas armadas	1.699.132	6.296.601	627
Contramaestres, operarios cualificados y miembros de cooperativas no agrarias	2.544.632	10.255.312	650
Operarios sin especialización, no agrarios	194.495	771.762	657
No clasificables	97.635	367.598	647

Fuente: Encuesta de Presupuestos Familiares 1990/91, Vol. II, INE.

CUADRO 7

Hogares, personas y número medio de comidas y cenas por persona según la relación en la actividad del sustentador principal

Relación con la actividad del sustentador principal	Número de hogares	Número de personas	N.º medio de comidas y cenas en el hogar por persona
Activos	7.236.185	28.137.162	638
Ocupados	6.666.170	26.010.691	636
Parados	570.015	2.126.471	662
Inactivos	4.062.325	10.356.844	667
Pensionistas	3.794.089	9.646.734	668
Otros inactivos	268.236	710.110	649

Fuente: Encuesta de Presupuestos Familiares 1990/91, Vol. II, INE.

CUADRO 8

Hogares, personas y número medio de comidas y cenas por persona según la categoría socioprofesional del sustentador principal

Categoría socioprofesional del sustentador principal	Número de hogares	Número de personas	N.º medio de comidas y cenas en el hogar por persona
Trabajadores manuales de la industria y los servicios	2.445.789	9.924.922	649
Trabajadores no manuales	2.377.928	8.799.910	619
Autónomos de la industria y servicios	1.064.813	4.195.783	628
Trabajadores de la agricultura ..	663.037	2.620.606	662
Jubilados	3.111.062	8.295.649	670
Otros	1.635.881	4.657.136	655

Fuente: Encuesta de Presupuestos Familiares 1990/91, Vol. II, INE.

registra una incidencia relativamente más importante del fenómeno representan una proporción bastante reducida del número total de hogares. Finalmente, también el nivel de estudios –vinculado, por lo demás, a otras características socioeconómicas ya analizadas– influye positivamente sobre el número de comidas que se efectúan fuera de casa, oscilando entre el 16% de las comidas entre los analfabetos y sin estudios y el 25% entre los que han realizado estudios superiores.

2.7. Alimentación fuera del hogar y características demográficas

Los cuadros 9 y 10 muestran las características demográficas de los hogares. Los que viven solos, las personas jóvenes o de mediana edad sin niños y las parejas con un niño son los españoles que acuden con más frecuencia a los servicios de restauración mientras las familias numerosas o las personas mayores salen a comer con menor frecuencia. La alimentación fuera del hogar se perfila, a través de estas estadísticas, como una opción a la que recurren, fundamentalmente, las personas que viven solas –sobre todo si son jóvenes– y, en menor medida, las parejas jóvenes con un solo niño. Es interesante observar que, en los hogares donde hay exclusivamente adultos –es decir, donde resulta, tal vez, más fácil compartir el trabajo doméstico– se tiende a salir a comer menos frecuentemente que en aquellos donde, siendo equiparable el número de miembros, existen niños (más horas de trabajo doméstico y menor posibilidad de compartirlo). Del mismo modo, las parejas sin niños hacen menos comidas extradomésticas que las que tienen un niño aunque aquellas dispondrían, teóricamente, de mayor cantidad de recursos como para permitírselo. La comparación de estos hogares equiparables en términos del número de miembros pero disímiles en cuanto al trabajo doméstico que supone la vida familiar parece sugerir que, en ciertos casos, la motivación del ahorro de tiempo incide sobre el porcentaje de comidas extradomésticas.

CUADRO 9

Hogares, personas y número medio de comidas y cenas por persona según composición del hogar

Composición del hogar	Número de hogares	Número de personas	N.º medio de comidas y cenas en el hogar por persona
Hogares con un miembro	1.128.990	1.128.990	605
Hogares con dos miembros	2.519.291	5.038.581	665
Hogares con tres miembros	2.347.041	7.041.124	637
Hogares con cuatro miembros	2.821.017	11.284.067	641
Hogares con cinco miembros	1.493.602	7.468.011	652
Hogares con seis o más miembros	988.569	6.533.232	651

Fuente: Encuesta de Presupuestos Familiares 1990/91, Vol. II, INE.

CUADRO 10

Hogares, personas y número medio de comidas y cenas por persona según tipo de hogar

Tipo de hogar	Número de hogares	Número de personas	N.º medio de comidas y cenas en el hogar por persona
Un adulto de 65 o más años, sin niños	720.059	720.059	641
Un adulto con menos de 65 años, sin niños	408.931	408.931	542
Un adulto con uno o más niños	90.982	257.092	633
Pareja sin niños con sustentador principal de 65 años o más	1.072.312	2.144.623	696
Pareja sin niños con sustentador principal con menos de 65 años	846.302	1.692.604	635
Pareja con un niño	917.207	2.751.622	613
Pareja con dos niños	1.340.180	5.360.719	641
Pareja con tres o más niños	549.637	2.906.206	666
Otros hogares con dos adultos, sin niños	553.291	1.106.582	656
Otros hogares con dos adultos, con niños	86.665	297.359	624
Tres adultos, sin niños	1.348.601	4.045.804	653
Tres adultos, con niños	1.044.006	4.845.232	657
Cuatro o más adultos, sin niños	1.320.132	5.877.129	633
Cuatro o más adultos, con niños	1.000.204	6.080.044	647

Fuente: Encuesta de Presupuestos Familiares 1990/91, Vol. II, INE.

No obstante, esta apreciación no es generalizable. El coste relativo de la alimentación fuera del hogar parecería disuadir, precisamente, a aquellas personas (adultos con más de dos niños) que estarían más agobiadas por sus responsabilidades caseras y, por ende, más motivadas para buscar un ahorro de tiempo. Según Durán (1994), basada en los resultados de una encuesta efectuada en 1990, el número de horas de trabajo doméstico dedicado en el hogar al cuidado de niños menores de quince años fluctúa desde 4:50 hs a 8:33 hs, según el número de niños. Pero, aunque exista una necesidad objetiva de ahorrar tiempo, no debe perderse de vista que la cantidad de dinero de que dispone para satisfacer sus necesidades alimenticias cada individuo depende crucialmente del número de personas que viven en el hogar. A mayor número de miembros, menor disponibilidad de recursos para cada individuo. En 1994, el gasto per cápita en el hogar oscilaba entre 264.839 ptas. al año en los hogares unipersonales (o sea 71% por arriba de la media nacional de 154.492 ptas.) y sólo 126.373 ptas. en los hogares de cinco miembros y más. Si se tiene en cuenta, además, que los que viven solos comen

más frecuentemente fuera de casa se comprenderá que estas cifras revelan el impacto de los factores económicos, por encima de la motivación de ahorrar tiempo, en las pautas de consumo de las familias numerosas.

3. CONSUMO DE ALIMENTOS PROCESADOS

En esta sección analizamos el gasto en alimentos procesados efectuado en los hogares, con particular énfasis en las diferencias que se observan entre los hogares donde el ama de casa trabaja fuera de casa y aquellos donde trabaja en casa. Acorde con la *nueva economía de la familia*, partimos de la hipótesis que las amas de casa que trabajan fuera de casa mostrarán una mayor tendencia a la utilización de este tipo de productos porque estarán más motivadas por el ahorro de tiempo.

3.1. Estructura del gasto según actividad del ama de casa

Como se observa en el cuadro 11, existen pocas diferencias en la estructura del gasto alimentario de los hogares según el tipo de actividad del ama de casa. Más significativas son las diferencias entre hogares determinadas por la edad de esta última, posiblemente por estar asociada con la edad –y, por ende, las necesidades dietéticas– de los demás miembros de la familia. Por ejemplo, en los hogares donde el ama de casa cuenta con más de 30 años, la leche representa un porcentaje menor del gasto en alimentos que en aquellos donde es más joven, probablemente porque en estos últimos hay más niños pequeños.

3.2. Diferencias en el consumo de alimentos procesados según actividad del ama de casa

Para analizar las posibles diferencias en el consumo alimentario determinadas por la actividad del ama de casa, estudiaremos el comportamiento del consumo de un grupo de productos procesados ahorradores

CUADRO 11
Estructura del gastos según edad y tipo de actividad
del ama de casa (%) 1994

	Total nacional	Edad del ama de casa			Actividad del ama de casa		
		Hasta 29 años	De 30 a 44	De 45 a 59	60 años o más	Trabaja fuera casa	Trabaja en casa
Huevos	1,5	1,4	1,5	1,6	1,5	1,4	1,6
Miel	0,2	0,1	0,2	0,2	0,3	0,2	0,2
Carne	26,1	25,2	27,0	26,6	24,5	26,2	26,1
Pesca	13,1	11,8	12,1	13,1	15,1	12,9	13,1
Leche líquida	5,9	6,4	6,1	5,5	5,7	5,5	6,0
Otras leches	0,3	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
Derivados lácteos	7,0	8,2	7,0	6,9	6,6	7,5	6,9
Pan	7,6	7,5	7,8	8,0	6,5	7,2	7,7
Galletas/bollería y pastelería	3,6	3,9	4,0	3,4	3,2	3,7	3,6
Chocolates/cacaos y sucedáneos	1,3	1,5	1,6	1,1	1,1	1,3	1,3
Arroz	0,6	0,5	0,5	0,6	0,6	0,5	0,6
Pastas	0,4	0,5	0,5	0,4	0,4	0,5	0,4
Azúcar	0,7	0,7	0,7	0,8	0,8	0,7	0,8
Legumbres	0,7	0,7	0,6	0,7	0,8	0,6	0,7
Aceite	3,1	2,8	3,0	3,2	3,4	3,1	3,1
Margarina	0,2	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Aceitunas	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4
Vinos	1,1	0,9	1,1	1,2	1,4	1,1	1,1
Vinos espum./champ. y cavas	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,4	0,2
Otros vinos	0,0	0,1	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0
Cerveza	1,2	1,8	1,4	1,0	1,0	1,4	1,2
Sidra	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Otras bebidas alcohólicas	0,8	1,3	1,0	0,7	0,7	1,0	0,8
Zumo y néctar	0,7	0,9	0,8	0,7	0,6	0,7	0,7
Patatas frescas	1,5	1,4	1,5	1,6	1,4	1,4	1,5
Patatas congeladas	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,3	0,3
Hortalizas frescas	5,1	4,0	4,5	5,3	6,5	5,0	5,2
Frutas frescas	7,1	6,0	6,6	7,3	8,2	7,0	7,2
Frutos secos	0,6	0,5	0,5	0,6	0,6	0,6	0,6
Frutas/hortalizas transf.	1,8	2,0	1,8	1,8	1,7	1,9	1,8
Platos preparados	1,6	2,2	1,8	1,4	1,2	1,8	1,5
Café e infusiones	1,3	1,3	1,2	1,3	1,5	1,3	1,3
Caldos	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Salsas	0,2	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Otros productos en peso	0,4	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4
Agua mineral	0,5	0,6	0,6	0,5	0,6	0,5	0,5
Gaseosa y bebidas refresc.	2,0	2,8	2,1	1,8	1,6	2,1	1,9
Otros productos en volumen	0,2	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Total Productos	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: MAPA, 1995.

de tiempo de preparación culinaria, en particular los platos preparados que pueden constituir prácticamente una comida o cena completa.

El cuadro 12 analiza el consumo per cápita de un grupo de alimentos procesados, según el tamaño del hogar y la actividad del ama de casa. Con la excepción de los platos preparados, donde se aprecia un mayor nivel de compra cuando el ama de casa es activa (el consumo per cápita es 13% superior), no se observan diferencias significativas en el consumo por persona entre los hogares donde el ama de casa es activa y aquellos donde es inactiva.

Inclusive, el consumo de ciertos productos procesados (carnes transformadas, pescado congelado) es más alto en los hogares donde el ama de casa es inactiva. Esto puede deberse a la heterogeneidad de los alimentos procesados. Mientras algunos son considerados productos «de lujo», otros son más baratos (y se perciben como sensorialmente inferiores) que el producto en fresco (10). Este último tipo de procesados resultarían atractivos para el consumidor de bajos ingresos en función de su precio razonable. Pero, a medida que crece la renta familiar, tendería a reducirse su consumo en beneficio del de productos en fresco considerados de mayor calidad. Posiblemente, el precio es más decisivo que la motivación de ahorrar tiempo respecto a estos alimentos procesados populares. Una encuesta dirigida a 2.000 amas de casa españolas muestra, por ejemplo, que un 57,1% de las encuestadas que compraban habitualmente carne de ovino congelada (sólo 4,5% del consumo nacional de ovino, por otra parte), adujeron preferir este producto debido a su precio inferior al del producto en fresco (Laajimi y Briz Escribano, 1992). Aunque el producto congelado permite un cierto ahorro de tiempo en la compra, este factor fue declarado importante sólo en un porcentaje irrelevante de las respuestas obtenidas. Es muy posible que gran parte de los hogares donde el ama de casa es activa disfruten de una renta familiar superior a la de aquéllos donde es inactiva, lo que permitiría a estas familias percep-

(10) Esta interpretación estaría reforzada por el estudio ecológico de las ventas de una cadena de supermercados de la ciudad de Valencia realizado por Gutiérrez Sigle et al. (1994) cuya investigación de campo muestra que la proporción de las ventas de congelados a granel es mayor en las tiendas de barrios de nivel socioeconómico medio-bajo y que el porcentaje de precocinados congelados es mayor en los de nivel alto.

CUADRO 12

Consumo en el hogar de alimentos procesados. Cantidad comprada per cápita (kg), según el tamaño de la familia y el tipo de actividad del ama de casa (1994)

Productos procesados	Tamaño familiar (*)					Actividad del ama de casa		
	1	2	3	4	5	6 y más	Activa	Inactiva
Carnes transformadas	18,85	15,85	13,79	14,00	12,91	11,01	13,24	13,79
Pescado congelado	6,48	4,97	3,58	3,14	3,11	2,65	3,26	3,46
Conservas de pescado	5,48	4,44	3,27	3,01	2,75	2,34	3,25	3,10
Patatas procesadas	2,35	1,36	1,46	1,30	1,73	1,48	1,95	1,45
Frutas, hortalizas y legumbres transf.	24,43	15,80	12,73	11,49	11,37	9,70	12,40	12,27
Tomates transformados	11,14	6,97	5,85	5,97	6,37	5,43	6,05	6,35
Total platos preparados	6,70	4,63	4,51	3,53	3,35	2,86	4,25	3,71

Fuente: MAPA, *La Alimentación en España, 1994*, Madrid, 1995.

(*) Número de miembros de la familia.

toras de al menos dos ingresos un mayor consumo de alimentos considerados de calidad, independientemente del tiempo de compra y elaboración.

Nos detendremos, para ilustrar este argumento, en el caso de las carnes transformadas. Un estudio basado en una muestra de cerca de 1.000 consumidores de carne señala, por ejemplo, que –aunque el precio y el nivel de renta son aún decisivos– las preferencias y actitudes psicológicas del consumidor se han vuelto cada vez más relevantes en España (Mili, 1996). En ese sentido, las carnes transformadas (cuyo consumo es más elevado cuando el ama de casa es inactiva) se perciben como un producto barato y ahorrador de tiempo pero perjudicial para la salud. Esta percepción parece primar en la decisión de compra. Los consumidores piensan, según opiniones recogidas por esa encuesta, que las carnes transformadas no son un auténtico producto sustitutivo de las carnes en fresco sino un complemento de la dieta. Finalmente, cabe observar que, en España, los atributos económicos (relación precio calidad; precio) o ciertos atributos subjetivos –como la incidencia sobre la salud o ausencia de grasas– son considerados más importantes que la «*facilidad de utilización*» por parte de los consumidores de carnes de bovino, ovino, porcino y aves. Es posible, aunque

se necesitarían otros estudios empíricos detallados para fundamentar plenamente esta última hipótesis, que lo mismo ocurra respecto a otros productos.

Estos resultados –que, obviamente, no corroboran la visión de la *nueva economía de la familia*– revelan escasas diferencias en las pautas de consumo de alimentos procesados según actividad del ama de casa. En el caso español, la explicación no parece ser –como se deduce de la investigación empírica de Strober y Weinberg (1980)– que, a igual nivel de ingresos familiares, el ama de casa activa y la inactiva usan el mismo tipo de técnicas para desempeñar el trabajo doméstico. Los datos españoles sobre uso del tiempo muestran, por el contrario, que el ama de casa dedica muchas más horas a las tareas de alimentación (20:07 hs. semanales) que la mujer empleada (14:08 hs.) (11). Pero la información consultada no permite inferir en forma concluyente que ello se deba a una mayor utilización de alimentos procesados. Otras explicaciones alternativas que convendría explorar en el futuro son la simplificación de las tareas domésticas (12), la posible mayor cooperación familiar en los hogares donde el ama de casa trabaja fuera y la ayuda de la familia extensa.

En cambio, el cuadro 12 muestra claras divergencias en la compra per cápita según tamaño del hogar. Todo indica que los españoles que viven solos o, en menor medida, en hogares integrados por dos personas, son los principales demandantes de productos transformados. A medida que aumenta el tamaño del hogar se va reduciendo gradualmente el consumo per cápita de este tipo de alimentos. Es así que los que viven solos consumen anualmente más del doble de pescado congelado, conservas de pescado, frutas, hortalizas y legumbres

(11) Esta cifra probablemente subvalora la inversión de tiempo doméstico efectuada por el ama de casa activa porque es un promedio que incluye a todas las mujeres activas (hijas, etc.) que viven en el hogar (Datos proporcionados por Durán, 1996, sobre la base de la «Encuesta de trabajo no remunerado» del CSIC, 1995).

(12) Una investigación basada en la técnica de los «grupos de discusión libre» realizada en Madrid, Cádiz, Oviedo y Valencia parece confirmar esta afirmación ya que las mujeres encargadas de preparar la comida para sus respectivas familias indican persistentemente que, al menos entre semana, prefieren platos sencillos y, sobre todo, susceptibles de ser recalentados al día siguiente (Furitsch, 1992).

transformadas, o platos preparados que los integrantes de familias numerosas (seis miembros y más).

3.3. Diferencias en el consumo de alimentos procesados según características socioeconómicas del hogar

El análisis del consumo anual per cápita indicaría que, en términos generales, los niveles más altos de ingesta de alimentos industrializados estarían asociados con la vida en las metrópolis y un nivel socioeconómico relativamente desahogado. Inclusive productos procesados de gran difusión comercial y bajo precio por unidad, como el tomate transformado, muestran diferencias apreciables entre el consumo per cápita nacional (4,4 kg anuales en 1990) y el metropolitano (5,2 kg) o entre el consumo del status socioeconómico bajo (3,9 kg) y el alto o medio/alto (4,5 kg) (MAPA, 1991).

Las diferencias atribuibles al *hábitat* o al *status* crecen a medida que analizamos productos con mayor valor añadido, como los platos preparados que, según la definición del MAPA (1991), son los platos de componente principal vegetal, carne o pescado, así como las sopas, cremas y pizzas. Estos alimentos eran comprados sólo por el 56% de los hogares españoles en 1990. En ese año, los habitantes de las áreas metropolitanas consumían 4,2 kg anuales, mientras el promedio nacional era de sólo 3,4 kg. El status socioeconómico también condiciona el consumo, observándose claras diferencias entre el estrato bajo (2,7 kg per cápita anuales) y el alto o medio/alto (4,9 kg). Estos datos sugieren, tanto por el pequeño volumen medio consumido como por la limitada penetración en muchos de los estratos de la sociedad española que, por el momento, los platos preparados son más bien complementos de la dieta que productos susceptibles de reemplazar a las comidas preparadas en el hogar.

3.4. Evolución del consumo de los alimentos procesados

El consumo anual per cápita de productos procesados es aún modesto en España pero la demanda crece a tasas muy dinámicas, situa-

ción que contrasta con el estancamiento (e, inclusive, la saturación) de la demanda de muchos alimentos no procesados. El cuadro 13 indica que la demanda de ciertos alimentos procesados efectuada por los hogares crece con mucha mayor rapidez que la demanda agregada del producto en fresco y procesado (incluyendo hogares, restaurantes e instituciones). En relación a ciertos alimentos «inferiores», como la patata, se da el caso que retrocede la demanda total, cumpliéndose así la ley de Engel (13). Pero se incrementa, simultáneamente, la demanda de patatas procesadas efectuada por los hogares. También se reduce o crece moderadamente la demanda total de frutas y hortalizas, carne y pescado en fresco mientras aumenta notablemente, año con año, la de esos mismos productos ya elaborados. Finalmente, el gráfico muestra el fuerte crecimiento del consumo de platos preparados entre 1987 y 1994.

La comparación de las columnas 1 y 2 del cuadro 13 sugiere que la demanda de alimentos procesados puede ser vulnerable ante las fluctuaciones económicas y que las familias pueden revertir a pautas de consumo más tradicionales. Por ejemplo, el incremento de la demanda de carne transformada, patatas procesadas y, sobre todo, platos preparados fue superior en el período 1987-92 que en el período 1987-94 que comprende a la última crisis.

4. CONCLUSIONES

La investigación realizada no permite confirmar las hipótesis de la *nueva economía de la familia* para el caso español. El número de horas de trabajo doméstico parece estar más determinado por factores institucionales que por el coste de oportunidad del tiempo de cada persona.

(13) La Ley de Engel, expresa, que a medida que crece la renta familiar, disminuye la proporción de la alimentación en el gasto. Por lo tanto, la elasticidad renta de los alimentos sería, en su conjunto, inferior a uno. Esto no siempre es así para productos específicos. Ciertos productos (pescado, mariscos) tienen una elasticidad renta superior a uno (productos «de lujo»). Los productos «inferiores», en cambio, tienen una elasticidad renta inferior a cero (féculas, patatas, etc.). La patata procesada es, posiblemente, un bien «de lujo» que responde positivamente al aumento de la renta familiar, mientras que la patata en fresco se comporta como un bien «inferior».

CUADRO 13

**Evolución del consumo de algunos alimentos, 1987-92 y 1987-94.
Tasas de incremento anual promedio del volumen comprado**

Producto	1987-92 (1)	1987-94 (2)
CARNE		
Total cantidad comprada	0,98	-0,40
Carne transformada consumida en el hogar	5,61	1,89
Carne consumida fuera del hogar	0,21	0,31
PESCADO		
Total cantidad comprada	0,71	1,07
Pescado transformado consumido en el hogar	7,84	8,80
Pescado consumido fuera del hogar	-0,13	-1,19
ALUBIAS		
Total cantidad comprada	-7,62	-4,77
Alubias envasadas consumidas en el hogar	-7,85	-4,17
Alubias consumidas fuera del hogar	2,42	6,47
LENTEJAS		
Total cantidad comprada	-8,26	-4,73
Lentejas envasadas consumidas en el hogar	-7,85	-4,17
Total consumidas fuera del hogar	-4,47	-0,55
PATATAS		
Total cantidad comprada	-2,01	0,26
Patatas procesadas consumidas en el hogar	14,77	13,00
Patatas consumidas fuera del hogar	-0,05	4,78
HORTALIZAS FRESCAS		
Total cantidad comprada	-0,29	-1,80
Hortalizas frescas consumidas en el hogar	-3,94	-1,12
Hortalizas frescas consumidas fuera del hogar	-4,86	-0,83
FRUTAS FRESCAS		
Total cantidad comprada	-0,94	-2,28
Frutas frescas consumidas en el hogar	-2,61	-1,45
Frutas frescas consumidas fuera del hogar	-3,41	-0,67
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS		
Total cantidad comprada	6,34	6,13
F. y H. transf. consumidas en el hogar	5,35	5,94
F. y H. transf. consumidas fuera del hogar	9,86	6,87
PLATOS PREPARADOS		
Total cantidad comprada	10,34	7,04
Platos preparados consumidos en el hogar	10,40	7,27
Platos preparados consumidos fuera del hogar	9,79	4,94

Fuente: Elaborado a partir de «La Alimentación en España», MAPA, varios años.

Dichos factores señalan a la mujer casada como principal responsable del trabajo doméstico. No obstante, dada la dimensión del paro en España, los ingresos monetarios de la mujer casada son importantísimos para determinar el nivel de vida de la familia. Por ello, es posible que, actualmente, se estén reorganizando las cargas domésticas al interior de los hogares donde la mujer trabaja fuera de casa (14). En ese sentido, se iría hacia una situación de mayor valoración del coste de oportunidad del tiempo, independientemente del sexo (es decir con prescindencia de las instituciones).

No obstante, la percepción de los costes de oportunidad del tiempo es aún incipiente. Ello contribuiría a explicar porqué, en los hogares donde el ama de casa es activa, no se verifica –al menos en forma generalizada– una sustitución de trabajo doméstico por bienes y servicios comprados en el mercado. Es posible que la sustitución de bienes producidos dentro y fuera del mercado a que alude la *nueva economía de la familia* sólo opere, en realidad, a partir de determinados umbrales de ingreso de la mujer casada (o del hogar) pero la información estadística disponible no permite poner a prueba esa hipótesis. (Como vimos anteriormente, el salario proporciona una indicación del coste de oportunidad del tiempo por lo cual es un elemento clave de la construcción teórica de la *nueva economía de la familia*).

En este estudio, no hemos podido detectar –exceptuando ejemplos aislados de productos de bajo consumo per cápita– ninguna asociación concluyente entre altos niveles de consumo de alimentos procesados (sustitutivos de la comida cocinada en el hogar) y la actividad laboral del ama de casa. Sin embargo –y pese a contarse con una evidencia empírica escasa y constatarse, en cualquier caso, diferencias pequeñas en los niveles de consumo extradoméstico–, el gasto en alimentación fuera del hogar (aunque no, obligatoriamente, el número de comidas o sea el

(14) El varón español participa en las tareas relacionadas con la alimentación en un 30% (26% en la elaboración de comidas, 37% en la compra y 23% en la limpieza de la cocina), según datos proporcionados por Durán (1996) (sobre la base de los resultados de la «Encuesta de actividades no remuneradas» del CSIC, 1995). Estos niveles serían superiores entre los jóvenes, mostrando la existencia de rápidos cambios de comportamiento en la sociedad española. Entre la población mayor (jubilados), la participación del varón (24%) es bastante inferior a la media masculina.

ahorro de tiempo) aumenta en los hogares donde la mujer se incorpora al mercado de trabajo. Este es un aspecto que convendría investigar más a fondo pero, para ello, sería preciso que la Encuesta de Presupuestos Familiares aportara datos sobre la distribución de las comidas efectuadas fuera del hogar según la actividad del ama de casa, de ser posible por tramos de ingreso percibido por los hogares.

En términos generales, tanto el consumo de alimentos fuera del hogar como el de alimentos procesados parecen vincularse, más bien, con un cierto estilo de vida urbana y económicamente desahogada. En el caso de la alimentación fuera del hogar, el deseo de ahorrarse desplazamientos entre el lugar de trabajo y el domicilio, los nuevos horarios comerciales de muchas empresas y el papel cultural de la convivencia explican, en gran medida, porqué este nuevo estilo de consumo prospera en los estratos medio-altos de las grandes ciudades. Los cambios demográficos, fundamentalmente el incremento del número de hogares unipersonales (de 7,9% a 13,4% del total de hogares entre 1970 y 1991) y de las parejas sin niños, son también elementos explicativos relevantes en ambos tipos de consumo alimentario.

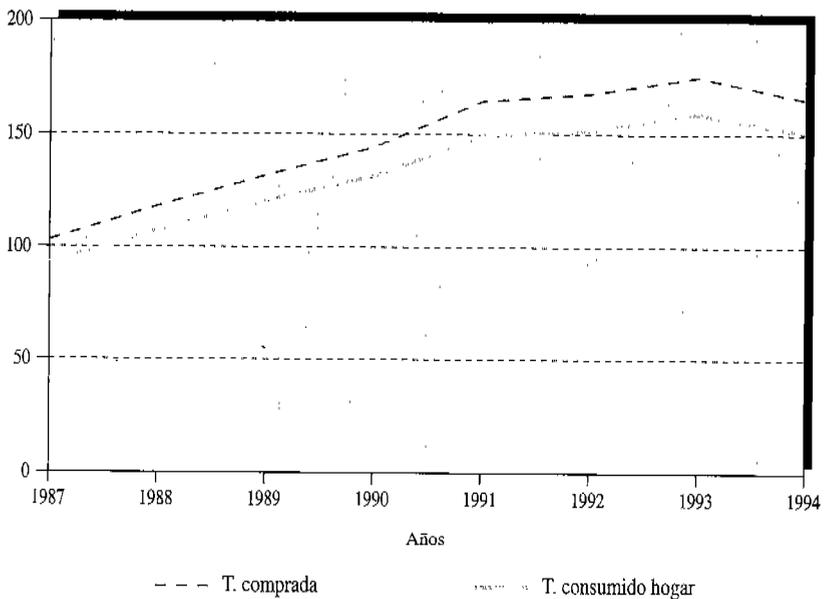
En términos generales, el consumo per cápita (en kg) de los alimentos procesados que incorporan mayor valor añadido (es decir, que sustituyen, en mayor medida, «mercancías» producidas en el hogar por bienes comprados en el mercado) es aún muy bajo. No obstante, la demanda de alimentos procesados —y la de servicios de restauración— crece en forma inusitada. Por ello, y pese a una cierta vulnerabilidad de la demanda de alimentos elaborados en los períodos de recesión económica, es posible predecir cambios importantes en las pautas de consumo durante los próximos años. Por el momento, sin embargo, los consumidores parecen utilizar una serie de productos procesados para complementar o variar su dieta más que como reemplazantes de los alimentos cocinados en casa.

Por ello, la información agregada con la que hemos trabajado parece sugerir, al menos en el caso español, que es importante considerar no sólo el coste de oportunidad del tiempo sino también a las instituciones que definen al trabajo doméstico en cada sociedad.

Para futuras investigaciones quedaría pendiente de respuesta una pregunta crucial. ¿Qué razones frenan, en España, la sustitución de alimentos producidos en el hogar por alimentos producidos por el merca-

do? La importancia relativa que el consumidor español atribuye al ahorro de tiempo y la palatabilidad de los alimentos; la simplificación de las comidas caseras; los mecanismos de ayuda en la familia extensa; la cooperación en la propia familia nuclear; la contratación de trabajadores domésticos en ciertos cuartiles de ingreso o la disponibilidad de tiempo no monetarizado en abundancia, como consecuencia de la presencia de parados y jubilados en los hogares (15), son algunos factores que pueden contribuir a la formulación de una explicación. También es importante indagar hasta qué punto la mujer casada que trabaja fuera de casa sacrifica una parte de su tiempo de descanso y ocio, conciliando así el trabajo doméstico y la actividad remunerada.

GRÁFICO 1
Consumo de platos preparados: 1987-1994



(15) Según la Encuesta del CSIC de 1995, los parados destinan cerca de una hora más a la semana que el varón promedio a la alimentación (incluyendo tiempo de compra, preparación y limpieza).

BIBLIOGRAFÍA

- ALVENSLEBEN, A. (1987): *Curso de comercialización de productos agrarios y alimentarios*, IAMZ, Zaragoza, (Documento de estudio y apuntes).
- BECKER, G. (1987): *Tratado sobre la Familia*, Alianza Editorial, Madrid.
- CABRILLO, F. (1996): *Matrimonio, Familia y Economía*, Minerva Ediciones, Madrid.
- COMBRIS, P. (1991): «La consommation alimentaire en France depuis 40 ans: les préférences ont-elles changé?», *INRA Sciences Sociales*, n.º 5, Paris.
- CONNOR, J. M. (1994): «North America as a Precursor of Changes in Western European Food-purchasing Patterns», *European Review of Agricultural Economics*, vol 21, n.º 2.
- CHUNG, C. F. (1994): «A Cross-section Demand Analysis of Spanish Provincial Food Consumption», *American Journal of Agricultural Economics*, agosto.
- DELGADO BLANCO y CALDENTEY A. (1993): «El comportamiento del consumidor. Aplicación de la escala jerárquica de Maslow-Alvensleben al consumo del vino», *Revista de Estudios Agro-sociales*, MAPA, Madrid, n.º 163.
- DURÁN, M. A. (1994): «Las bases familiares de la economía española», Congreso sobre Familia y Educación, Burgos, 22-24 de septiembre.
- DURÁN, M. A. (1996): «Enlarged National Accounts in Spain», IATUR, Annual Meeting, Viena, septiembre.
- Encuesta de Presupuestos Familiares 1990-91, Primeros resultados*, INE, Madrid, 1992.
- Encuesta de Presupuestos Familiares 1990-91*, vol I y II, Madrid, 1994.
- FONTE, M. (1991): «Aspectos sociales y simbólicos en el funcionamiento del sistema alimentario», *Agricultura y Sociedad*, n.º 60.
- FURITSCH, H. P. (1992): «Hábitos alimenticios y demanda de carne y productos cárnicos en España: Aproximación de un método cualitativo», *Revista de Estudios Agro-sociales*, n.º 159/1.
- GIL, J. M.; GRACIA, A. y PÉREZ y PÉREZ, L. (1995): «Food Consumption and Economic Development in the European Union», *European Review of Agricultural Economics*, vol 22, n.º 3.
- GOODMAN, D. y RAMA, R. (1987): *Socio-economic and Technological Developments in the European Catering Industry. Evidence from the UK, Spain and France*, FAST (CEE), n.º 143, Bruselas.

- GUTIÉRREZ SIGLER, M.^a D.; MÁRQUEZ CALDERÓN, S. y COLOMER REVUELTA, C. (1994): «Desigualdades sociales y alimentación: Estudio ecológico de las ventas de alimentos de una cadena de supermercados», *Gaceta Sanitaria*, n.º 8, pp. 304-309.
- HORTON, S. y CAMPBELL, C. (1991): «Wife's Employment, Food Expenditures, and Apparent Nutrient Intake: Evidence from Canada», *American Journal of Agricultural Economics*, agosto.
- LAAJIMI, A. y BRIZ ESCRIBANO, J. (1992): «Análisis del consumo de carne de ovino en España», *Revista de Estudios Agro-Sociales*, n.º 162/4.
- MAPA (1991): *Consumo alimentario en España 1990*, Madrid (2 tomos).
- MAPA (1995): *La alimentación en España 1994*, Madrid.
- MILL, S. (1996): *Comportement du consommateur et demande de viande en Espagne, France et Italie*, Séminaire «Commercialisation, consommation et environnement: la viande en Europe», INRA, Ivry sur Seine, 29 de febrero-2 de marzo.
- MUELENBERG, M. T. G. y STEENKAMP, J. E. M. (1991): «El análisis del consumo de alimentos y la elección de los productos alimenticios: Enfoque multidisciplinar», *Revista de Estudios Agro-sociales*, MAPA, Madrid, n.º 157/3.
- RAMA, R. (1987): «Desarrollo socioeconómico y tecnológico en la industria española de servicios alimentarios», *Estudios sobre consumo*, n.º 11, Madrid, septiembre.
- STROBER, M. H. y WEINBERG, C. B. (1980): «Strategies Used by Working and Nonworking Wives to Reduce Time Pressures», *Journal of Consumer Research*, marzo, pp. 338-48.
- SENAUER, B. (1990): «Major Consumer Trends Affecting the US Food System», *Journal of Agricultural Economics*, vol. 41, n.º 3.
- YEN, S. T. (1993): «Working Wives and Food away from Home: The Box-Cox Double Hurdle Model», *American Journal of Agricultural Economics*, vol. 75, 4.

PALABRAS CLAVE: Consumo alimenticio fuera del hogar, consumo de alimentos procesados.

RESUMEN

Evolución y características de la alimentación fuera del hogar

Se analiza la evolución y características del consumo de alimentos fuera del hogar y el consumo de alimentos procesados en España con base en información procedente de la Encuesta

de Presupuestos Familiares y del MAPA. La base empírica utilizada no permite relacionar este tipo de consumo con la situación laboral del ama de casa, como sugiere la «nueva economía de la familia». En cambio, ese tipo de consumo parece estar más relacionado con estilos de vida urbanos propios de estratos sociales de ingresos medios y altos.

RÉSUMÉ

L'évolution et les caractéristiques de l'alimentation hors du foyer de la consommation des aliments traités en Espagne

L'évolution et les caractéristiques de la consommation des aliments hors du foyer et la consommation traitée en Espagne sont analysés sur la base de l'information issues de l'Enquête du Budget Familial et du Ministère de l'Agriculture, de la Pêche et de l'Alimentation [Encuesta de Presupuestos Familiares y del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA)]. La base empirique utilisée ne permet pas de relier ce genre de consommation avec la situation professionnelle de la ménagère, comme cela est suggéré par la "nouvelle économie de la famille". En échange, ce genre de consommation semble être plus en relation avec des styles de vie typiquement urbains des extraits sociaux a moyens et hauts revenus.

MOTS CLÉS: *Consommation alimentaire hors du foyer, consommation des aliments traités.*

SUMMARY

Trend in and characteristics of eating away from the home and processed food consumption in Spain

An analysis is made of the trend in and characteristics of eating away from the home and processed food consumption in Spain on the basis of information taken from the Household Budget Survey and the MAPA (Ministry of Agriculture, Fishery and Food). The empirical basis used does not provide for this type of consumption to be related to the occupational status of housewife, as suggested by the "new family economy". On the other hand, this type of consumption appears to be more related to urban lifestyle typical of the middle –and high– income social strata.

KEYWORDS: *Food consumption away from the home, processed food consumption.*