

**Artículo / Article**

## **Comer fuera de casa en tiempos de crisis: austeridad y formas de resistencia** *Eating out in difficult economic times: Austerity and ways of resistance*

\***Guadalupe Ramos Truchero**

Departamento de Sociología y Trabajo Social. Facultad de Educación (Soria). Universidad de Valladolid. España/Spain  
guadalupe.ramos@uva.es

**Elio Castaño Suárez**

Grupo de Sociología de la Alimentación. Departamento de Sociología. Universidad de Oviedo. España/Spain  
eliocastano@gmail.com

**Recibido / Received:** 26/11/2016

**Aceptado / Accepted:** 13/09/2017

### **RESUMEN**

El objetivo de este artículo es analizar los efectos de la crisis económica en España sobre la práctica de comer fuera de casa. Se analiza de qué manera la crisis ha modificado el gasto alimentario extradoméstico y cómo ha cambiado la forma de practicar esta costumbre alimentaria. El trabajo se sustenta metodológicamente en los resultados de 50 entrevistas en profundidad a los responsables de los hogares realizadas en cinco ciudades españolas de diferentes tamaños de población. Los resultados muestran que el gasto en comer fuera de casa en España ha disminuido durante los peores años de la crisis, pero este comportamiento alimentario no puede explicarse únicamente en términos presupuestarios. Los españoles tratan de mantener este hábito desarrollando alternativas extra-alimentarias de resistencia frente a la crisis, pues comer fuera de casa tiene un importante componente de sociabilidad que se resisten a eliminar, ya sea por motivos laborales o de ocio.

**Palabras clave:** Comer fuera de casa, crisis económica, hábitos alimentarios, España, fiambra.

### **ABSTRACT**

*The aim of this paper is to analyze the effects of the economic crisis in Spain on the practice of eating out. We analyze how the crisis has changed the extra-domestic food expenditure, but also how it has changed the practice this food custom. The work is based methodologically on the use of secondary sources and results of 50 in-depth interviews the persons responsible of households performed at five Spanish cities of different population sizes. The results show that the expenditure on eating out in Spain has decreased during the worst years of the economic crisis, but this food behavior can not be explained only in terms of budget. The Spaniards try to maintain this habit to practice extra-food alternatives in order to hold on the effects of the crisis. This is because eating out is an important component of sociability that refuse to eliminate work or leisure reasons.*

**Keywords:** Eating out, economic crisis, eating habits, Spain, lunchbox.

\***Autor para correspondencia / Corresponding author:** Guadalupe Ramos Truchero. Departamento de Sociología y Trabajo Social. Facultad de Educación (Soria). Universidad de Valladolid, Campus "Duques de Soria", c/ Universidad, s/n., 42004 Soria, España/Spain

**Sugerencia de cita / Suggested citation:** Ramos Truchero, G., Castaño Suárez, E. (2018). Comer fuera de casa en tiempos de crisis: austeridad y formas de resistencia. *Revista Española de Sociología*, 27 (2), 219-236.

(Doi: <http://dx.doi.org/10.22325/fes/res.2018.39>)

## INTRODUCCIÓN

El estudio sobre las modalidades y socialización de la alimentación extradoméstica estuvo en un segundo plano hasta comienzos de la década de 1990. Fue precisamente el impacto que sobre el gasto alimentario total tenía el comer fuera de casa, lo que empezó a llamar la atención de la literatura especializada en el tema. A partir de aquel momento, la alimentación que se producía fuera del hogar empezó a ser objeto de distintos análisis, desde un doble punto de vista: su impacto económico en el despliegue imparable del sector de la industria hostelera y, más recientemente, sus efectos sobre la salud de los ciudadanos (Stewart y Yen, 2004 y Lachat *et al.*, 2012).

Desde el principio, igualmente, casi todos los trabajos vinieron a mostrar la relación entre la disponibilidad de renta en los hogares y los individuos, y las pautas relacionadas con la comida extradoméstica (Rama, 1997). Tradicionalmente, comer fuera de casa ha sido visto como una costumbre asociada a clases con mayores niveles de ingresos. Sin embargo, esta afirmación se ha visto cuestionada por otras variables que han conducido a la diversificación alimentaria, como es el caso de las necesidades laborales y la democratización del consumo. Ello ha acarreado un aumento y generalización del hábito de comer fuera de casa en todos los estratos sociales (Gracia, 2005).

Asumiendo esta premisa, la pretensión de este trabajo será la de analizar cómo ha afectado la crisis económica que comienza en el año 2007, a la práctica de la alimentación extradoméstica<sup>1</sup>. La caída de la renta media, que como veremos afecta casi con la misma intensidad a todos los espectros de la población, debería hacernos presumir que con escasez de recursos se sale menos a comer tanto por motivos laborales como de ocio. Como pretendemos demostrar en este estudio, esta hipótesis resulta plausible desde una perspectiva cuantitativa: en términos globales, los españoles han gastado

menos en comer fuera de casa desde que comenzó la crisis. Ahora bien, esta moderación objetiva, requiere ser matizada, en la medida en que el consumo de alimentos extradoméstico es una práctica fuertemente arraigada, que bien por motivos de trabajo o recreativos, sigue siendo parte esencial del modelo alimentario de la sociedad española.

Para responder a la pregunta de cómo ha afectado la crisis socioeconómica al hábito de comer fuera del hogar y descifrar qué tipo de tácticas han seguido los distintos grupos para adaptarse a las estrecheces presupuestarias, el siguiente trabajo se estructurará de la siguiente manera. En primer lugar llevaremos a cabo una definición lo más precisa posible de lo que entendemos por alimentación extradoméstica y cuáles son sus características esenciales en España. Después abordaremos la metodología utilizada, que conjuga el uso de fuentes secundarias con técnicas de investigación cualitativas. Las primeras nos permitirán verificar cómo ha impactado la crisis en el consumo en general y alimentario en particular, teniendo en cuenta la evolución del gasto alimentario en el ámbito de estudio propuesto. A través de las segundas, analizaremos en la última parte del trabajo los diferentes discursos para conocer cómo se han adaptado los ciudadanos y los grupos, a la pérdida de renta, con el objetivo de mantener ciertas pautas de consumo en lo relacionado con la alimentación extradoméstica. Como veremos, aunque las dificultades económicas han variado la manera en la que se ejerce, comer fuera de casa sigue siendo un hábito socialmente consolidado entre los españoles.

## EL CONSUMO ALIMENTARIO EN ESPAÑA: COMER FUERA DE CASA

Alimentarse es una de las actividades de consumo más importantes en las sociedades modernas. El comer ha pasado de ser una necesidad biológica básica a convertirse en una cuestión unas veces estética, relacionada con el objetivo de distinguirse (Chaney, 1996: 9), otras veces nutricional, vinculada con las nuevas tendencias sobre la influencia de la alimentación en nuestra salud. La escasez que caracterizaba al pasado, ha dado paso a un

1 Este trabajo se encuadra en el Proyecto del Plan Nacional de Investigación "La alimentación fuera del hogar en Europa: un análisis comparativo de los modelos alimentarios extra - domésticos en España y Reino Unido" (CSO2012-31904).

periodo de abundancia aparente propiciada por las posibilidades que ofrece la globalización comercial. Ello abre nuevas opciones en la conformación de los estilos de vida de los distintos estratos sociales y permite presentar a la alimentación como una variable más de la cultura del consumo moderno (Díaz-Méndez y Gómez-Benito, 2008). Es cierto que en lo relativo a las pautas del comportamiento alimentario, resulta difícil precisar los motivos y las consecuencias de las transformaciones en el consumo a corto plazo (Gutiérrez y Díaz-Méndez, 2015): sin embargo, no es menos cierto que el periodo aquí analizado no es excesivamente corto (2007-2014) y puede servir para mostrar ciertas tendencias consolidadas con respecto a los motivos y las consecuencias de las transformaciones en el consumo, en un contexto —el de la crisis económica— cuyos contornos ya han sido bien definidos por diversas aproximaciones sociológicas.

Nuestra intención es abordar cómo han afectado la pérdida de empleo y la reducción de la renta producida por la crisis, en el consumo alimentario, particularmente en la práctica de comer fuera del hogar. La *Encuesta de Hábitos Alimentarios de los Españoles* define la alimentación fuera del hogar como aquella que se realiza en restaurantes y cafeterías y que sustituye a la comida doméstica<sup>2</sup>. No obstante, cuando dicha encuesta deja que sean los propios actores los que consideren subjetivamente lo que supone alimentarse fuera de casa, los supuestos parecen ampliarse de forma cualitativa: se puede hacer en un restaurante o cafetería, es verdad, pero también en comedores laborales, en la calle, o incluso en casa de amigos o familiares (Díaz-Méndez, 2013). No es hasta principios de la década de 1990, cuando las ciencias sociales empiezan a preocuparse de analizar el fenómeno de la alimentación fuera del hogar, teniendo en cuenta las diferencias derivadas de la comparación entre el gasto doméstico y el extradoméstico (Díaz-Méndez y García Espejo, 2012: 26).

2 Diferentes fuentes estadísticas han entendido la alimentación fuera del hogar de manera semejante. El Panel de Consumo Extradoméstico, denominándolo mercado extraalimentario, entiende que son los alimentos y bebidas preparadas y listas para ser consumidas fuera del hogar por los individuos.

De aquellos estudios se concluyó objetivamente que el gasto destinado al consumo de alimentos fuera de casa aumentaba constantemente, frente al gasto doméstico que se estancaba (Rama, 1997; Gimeno, 2000; Warde y Martens, 2000). Cuando se trataba de analizar los motivos de dicho crecimiento, inicialmente se recurría a la tesis de que la mejora de las condiciones económicas, la terciarización del empleo y la aparición de categorías ocupacionales más altas, influía en el aumento de tendencia del consumo extradoméstico de alimentos (Cullen, 1994; Martín, 2004; Mutlu y Gracia, 2006). Sin embargo, en estos hábitos siempre ha existido un sesgo evidente de clase social: son las clases acomodadas las que tradicionalmente han tenido una mayor inclinación a comer fuera de casa, también como consecuencia de la necesidad de distinción (Tomlinson y Warde, 1993).

Martín (2009) ha señalado que en los últimos años comer fuera de casa ha dejado de ser un acto extraordinario vinculado con las rentas más altas. El consumo extra-doméstico se ha generalizado en todos los estratos sociales, manteniéndose las prácticas tradicionales vinculadas con celebraciones, y aumentando los hábitos relacionados con la variedad de la oferta que proporciona la diversificación del mercado, siempre atento a los cambios que se producen en las preferencias individuales y colectivas con respecto a la comida. Hoy, comer fuera de casa va más allá de los actos familiares o el empleo a jornada completa, presentándose como una opción social o cultural que impide vincular su práctica a un determinado nivel de renta. Por ello, la relación entre crisis económica y pautas alimentarias en el ámbito que va a ser estudiado, exige actuar con especiales cautelas para no caer en generalizaciones.

Cuando se analiza cómo es el consumo alimentario fuera del hogar en España, hay que empezar por cuestiones generales. En un trabajo donde se analizaba las diferencias y coincidencias de tales prácticas en nuestro país y el Reino Unido, Díaz Méndez y García Espejo (2012) llegan a dos conclusiones básicas: la primera, que el fenómeno de comer fuera de casa va en aumento en ambos países, por lo que podría deducirse que estamos ante una tendencia que conduce a

una cierta homogeneización alimentaria de dimensiones globales. La segunda, que mientras en el caso británico, la comida extradoméstica sigue teniendo un origen básicamente económico (nivel de renta) y ocupacional, en el caso español la explicación de por qué comemos fuera de casa tendría también una dimensión cultural nada despreciable (2012: 41).

Ya centrándonos en cuestiones más concretas, resulta necesario acercarse a la *Encuesta de Hábitos Alimentarios de los Españoles* (Díaz-Méndez, 2013), para saber cómo se pone en práctica el hábito de la alimentación extradoméstica en nuestro país. Dicha práctica, como hemos señalado más arriba, es enormemente casuística. Para empezar, para los españoles comer fuera de casa conlleva una serie de situaciones muy heterogéneas: hacerlo en cafeterías, bares o restaurantes, hacerlo en casas ajenas, pertenecientes a amigos y familiares, cocinar en casa para consumir la comida en otros lugares o incluso comprar alimentos fuera y comerlos después en el hogar o en el propio trabajo. Los datos muestran que a partir de esta definición un 36,4 % de los españoles come alguna vez fuera de casa entre semana, mientras que un 61,8 % lo hacen durante el fin de semana (2013: 50).

En cuanto a los motivos, durante la semana, la opción de comer fuera viene determinada por la imposibilidad de retornar del trabajo o del centro de estudio (39 %), mientras que durante el fin de semana, las principales razones para el consumo extradoméstico de alimentos es consecuencia del ocio, las obligaciones familiares o las relaciones sociales (81 %) (2013: 53). Por detrás quedan otras razones como la ausencia de pericia a la hora de cocinar, la comodidad o las obligaciones laborales (12 %).

Los restaurantes siguen siendo los lugares preferidos para el consumo extradoméstico, tanto entre semana como los fines de semana. La idea de que los comedores “informales”, en el ámbito laboral, puedan estar desplazando a las opciones propiamente comerciales, no parece consolidarse: ello podrá comprobarse en el análisis de los discursos. El hábito de preparar comida en casa para después consumirla fuera de la misma no está

generalizado: esta es una práctica realizada por el 8 % de las personas que declaran que se ven obligados a comer fuera del hogar (2013: 50). Soroko (2012) ha señalado que pese a los efectos de la crisis y las tendencias detectadas en otros países (por ejemplo Francia, Bélgica o República Checa), los españoles prefieren mayoritariamente (43,6 %) salir del entorno de trabajo y acudir a establecimientos de restauración, en lugar de traer comida elaborada de casa y consumirla en el espacio laboral o de estudio.

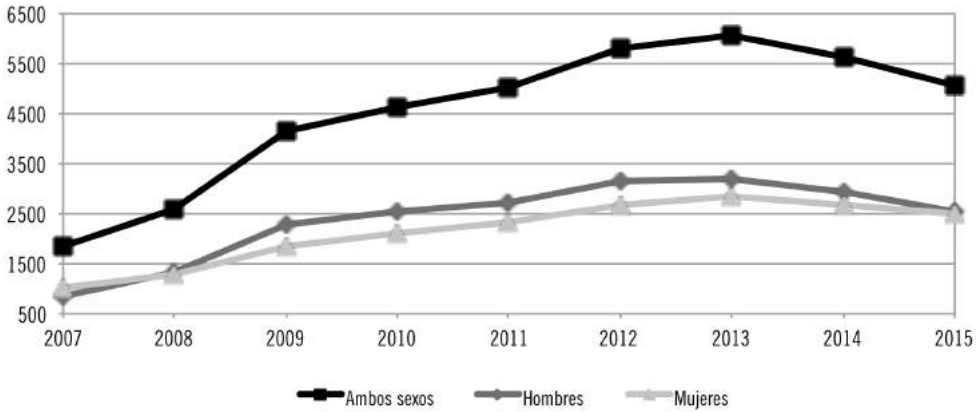
### EL IMPACTO DE LA CRISIS EN EL CONSUMO: APROXIMACIÓN GENERAL

Antes de entrar a examinar cómo la disminución de renta ha afectado al nivel de consumo en España, conviene recordar de qué modo ha influido la crisis, particularmente desde la perspectiva del desempleo y el nivel de ingresos, a los distintos estratos sociales. Así, parece demostrado que el mayor impacto desde estos dos puntos de vista lo ha sufrido la clase obrera manual, entre el colectivo masculino, que inevitablemente estaba vinculado con el sector de la construcción. De este modo, las clases medias asalariadas, en las que parecen emerger con fuerza los nuevos sectores relacionados con el emprendimiento y la profesionalización individual, se han visto menos afectadas y se presentan como un grupo clave a la hora de mantener ciertas pautas de consumo que contribuyen a la estabilidad social (Recio, 2011).

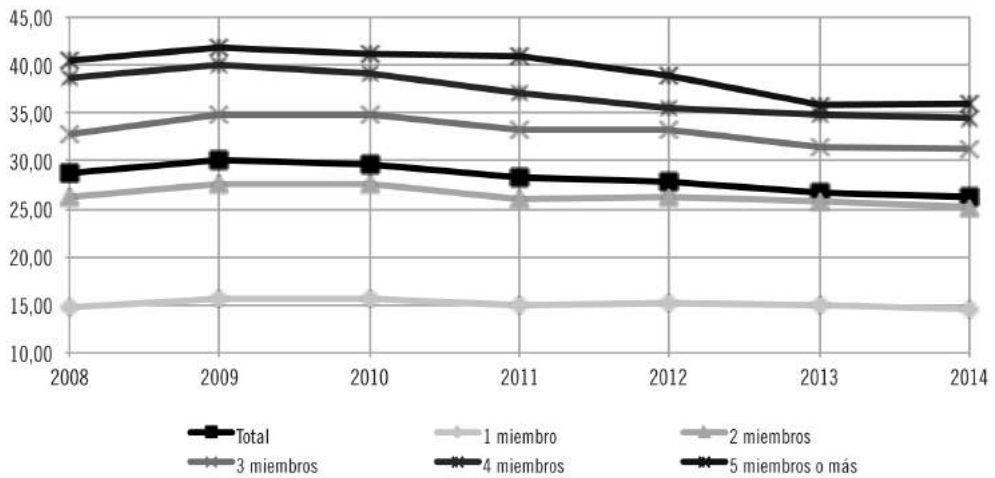
La evolución del paro (Figura 1), que alcanza su nivel más alto en el año 2013, tiene una afectación inmediata en el nivel de renta global disponible de los hogares españoles. Según los datos de la *Encuesta de Condiciones de Vida*, la renta anual media se reduce entre los años 2008 y 2014 un 9 %, pasando de 28 787 € a 26 154 € (Figura 2). Teniendo en cuenta el tamaño del hogar, el descenso de la renta disponible es común en todos los tamaños, destacando especialmente la reducción de renta en los hogares con cinco o más miembros. En esta categoría, la disminución fue especialmente significativa, pues la renta cayó más de un 11 %,

pasando de 40 490 € en 2008, a 36 015 € en el año 2014. Tendencias muy similares pueden apreciarse si se analizan atentamente los datos de la *Encuesta de Presupuestos Familiares* entre 2007 y 2014. La encuesta muestra un aumento de hogares en los

tramos de ingresos más bajos: así, crece el porcentaje de hogares con ingresos mensuales entre 500 y 999 € (2,2 %) y entre 1000 y 1499 (2,5 %). Del mismo modo, descienden los hogares que percibían rentas entre 2000 y 2500 € (2,4 %) (INE, 2015).



**Figura 1.** Evolución del número de parados totales y por sexos (en miles de personas). *Fuente:* Instituto Nacional de Estadística (INE). Encuesta de Población Activa (2015)



**Figura 2.** Evolución de la renta media por tamaño de hogar (miles de euros). *Fuente:* Instituto Nacional de Estadística (INE). Encuesta de condiciones de vida (2014)

Este cuadro general, invita a pensar que el consumo ha disminuido en España durante el periodo de la crisis. En términos objetivos, Gutiérrez y Díaz-Méndez (2015) confirman que el consumo ha descendido en los últimos años como consecuencia de la caída de renta disponible. En un primer momento, entre los años 2008 y 2009, las familias consumieron menos bienes duraderos como consecuencia de la percepción de incertidumbre derivada de la pérdida de empleos. A partir de 2010, el patrón cambia porque el ahorro se reduce y se estabilizan los niveles de consumo, en buena medida porque los bienes no duraderos son menos elásticos a la reducción de la renta (2015: 864). Numéricamente, la *Encuesta de Presupuestos Familiares*, cifra la reducción del gasto medio por hogar en un 14,5 % entre 2008 y 2013, aumentando el consumo de bienes como la vivienda y la enseñanza, y disminuyendo otros grupos de bienes y servicios como el vestido, el calzado, los transportes y el ocio (2015: 864).

Más allá de consideraciones objetivas, otra línea de análisis también ha analizado los aspectos subjetivos relacionados con las pautas del consumo durante los años de crisis en España. Las variaciones en la economía real también tienen un reflejo en las percepciones de los afectados a la hora de gastar (Domínguez, 2000). La perspectiva cualitativa siempre es importante a la hora de analizar los relatos y los discursos que van surgiendo en la dialéctica que se produce entre la crisis y los modelos de consumo (Alonso *et al.*, 2011; Zurdo y López, 2013). Desde esta perspectiva, se apunta que el temor al deterioro de las condiciones económicas, el miedo a la pérdida de empleo, están generalizados en casi todos los grupos sociales, independientemente de si han sufrido el impacto de la crisis o no (Recio, 2011; Alonso *et al.*, 2011; Zurdo y López, 2013; Medina *et al.*, 2015). De aquí surge un efecto disciplinante que conlleva una contención del consumo, como consecuencia de la pérdida de confianza en la economía, y un aumento relativo del ahorro, sobre todo en las primeras fases de la crisis. Pero también parece surgir un discurso que viene a criticar los efectos nocivos

que para el conjunto de la sociedad ha tenido la generalización de un consumismo desaforado, algo que resulta innegable cuando se habla de los motivos que condujeron a la crisis inmobiliaria en nuestro país (Alonso *et al.*, 2011; Alonso *et al.*, 2016).

A partir de esta constatación, se ha afirmado que durante los últimos años, los españoles habrían ido cambiando sus hábitos de consumo con el objetivo de racionalizarlos. Se señala así que las familias y los individuos habrían ido construyendo estrategias que llevan a prácticas de consumo moderado: la búsqueda de ofertas y descuentos a la hora de comprar, la generalización de productos de “marca blanca”, el uso de cupones de descuento o las compras en establecimientos *outlets* (Medina *et al.*, 2015; Zurdo y López, 2013; Gracia, 2014). Sin embargo, dichos análisis podrían llevar a confundir lo que es un simple ahorro del gasto, de lo que es verdaderamente un cambio de las dinámicas de consumo.

En este sentido, se ha venido apuntando que si bien es cierto que el gasto y el consumo objetivo han disminuido, las transformaciones en los hábitos de compra y estilos de vida no han sido tan drásticas desde que comenzara la crisis. Brändler (2010) apuntaba, al inicio de la crisis, que las familias y sus miembros han venido distribuyendo sus gastos de una manera similar a como se hacía en los periodos de bonanza económica, a pesar de que el presupuesto ha sido menor para llevar a cabo la cesta de la compra. Por decirlo gráficamente: se gasta menos, pero se trata de seguir consumiendo las mismas cosas que con anterioridad a la crisis, aunque siguiendo otras pautas y estrategias de adaptación. Ello es consecuencia no solo de la consolidación de un modelo de capitalismo avanzado (el de consumo), que viene marcando el devenir de las sociedades contemporáneas, sino de la interiorización de una serie de hábitos consumistas que definen las identidades individuales y colectivas y que resultan muy complicados de esquivar cuando se trata de cambiar comportamientos (Lipovetsky, 2007). El mercado siempre ofrece soluciones razonables para todos aquellos que quieren seguir consumiendo.

Alonso *et al.* (2014) han señalado, al analizar los discursos sociales acerca del consumo ecológico en el contexto de las ciudades, que la crisis no ha servido para crear una conciencia social que analizara los excesos colectivos vinculados con el consumo practicado durante el *boom* económico que se desarrolló en España en el primer lustro de la década de 2000. Las renuncias al estilo de vida consumista requieren de una racionalización previa que permita crear una mentalidad desde la perspectiva del ecologismo, el decrecimiento o el uso alternativo de los bienes y los servicios (Alonso *et al.*, 2014: 37). Los ciudadanos no han renunciado significativamente al uso del coche, al confort térmico o a la tecnología de la comunicación. Por ello, adoptan soluciones en forma de alternativas y estrategias más baratas que permitan seguir manteniendo los hábitos de consumo pese a que ha habido una reducción apreciable de la renta en los hogares (Alonso *et al.*, 2011). Como veremos en los resultados, ello puede comprobarse también en los efectos de la crisis en el consumo alimentario.

## METODOLOGÍA

Como hemos señalado, el objetivo de este trabajo es analizar cómo ha afectado la crisis económica desatada a partir de septiembre de 2007, en los hábitos alimentarios de los españoles: concretamente, si la pérdida de renta y el aumento del desempleo, ha modificado la práctica de comer fuera de casa. No se trata tanto de extraer unas cifras globales que nos permitan visualizar cambios porcentuales, como de *describir* los cambios en las costumbres y hábitos sociales que acompañan a este tipo de consumo alimentario. La reducción de la renta en los hogares españoles puede conducir a dos hipótesis contradictorias: la disminución del gasto familiar explicaría que se frecuenten menos los locales de restauración por motivos de ocio o trabajo, pero la modificación de esa rutina no cambiaría el modelo alimentario extradoméstico, porque se llevarían a cabo otras estrategias de adaptación que no implicarían el retorno al consumo de comida en el ámbito doméstico.

En cuanto a las fuentes secundarias, hemos utilizado la *Encuesta de Población Activa*, la *Encuesta de Condiciones de Vida* y la *Encuesta de Presupuestos Familiares*. Con ello se busca conocer el impacto de la crisis en el consumo general y en el consumo alimentario. En la parte cualitativa, se han realizado 50 entrevistas a hogares de distintas ciudades españolas con el objetivo de comprender los cambios en este comportamiento alimentario. Para ello se ha elegido el hogar como unidad de estudio, porque se entiende que la decisión de comer fuera de casa forma parte de la planificación familiar relacionada con la alimentación doméstica.

El trabajo de campo se llevó a cabo entre septiembre de 2013 y junio de 2014 en las siguientes poblaciones: Nava (provincia de Asturias, 6000 habitantes), Lugones (provincia de Asturias, 13 000 habitantes), Gandía (provincia de Valencia, 69 000 habitantes), Valladolid (300 000 habitantes) y Madrid (3 millones de habitantes). Tales municipios se seleccionaron por dos motivos: el primero, su cercanía física a los centros universitarios en los que se desarrolló el proyecto de investigación citado al principio del artículo. Dicha cercanía, facilita el trabajo de campo porque permite una mejor localización de los informantes según los perfiles seleccionados. El segundo, es que las poblaciones seleccionadas representan la distribución poblacional del tamaño de los municipios españoles, según la clasificación realizada por el *Censo de población y viviendas 2011* (INE, 2013).

La muestra de los hogares seleccionados en cada una de estas ciudades ha tratado de recoger diferentes condiciones, con el objetivo de tener una visión, lo más amplia posible, de los distintos factores que influyen en la decisión de comer dentro o fuera de casa. Estas condiciones se han precisado en los siguientes términos: número de hogares por municipio (se han distribuido el número de entrevistas a realizar en cada uno de los municipios señalados, de la siguiente manera: 6 para Nava, 7 para Lugones, 8 para Gandía, 17 para Valladolid y 12 para Madrid), tipo de hogares según tamaño y estructura (siguiendo la clasificación utilizada



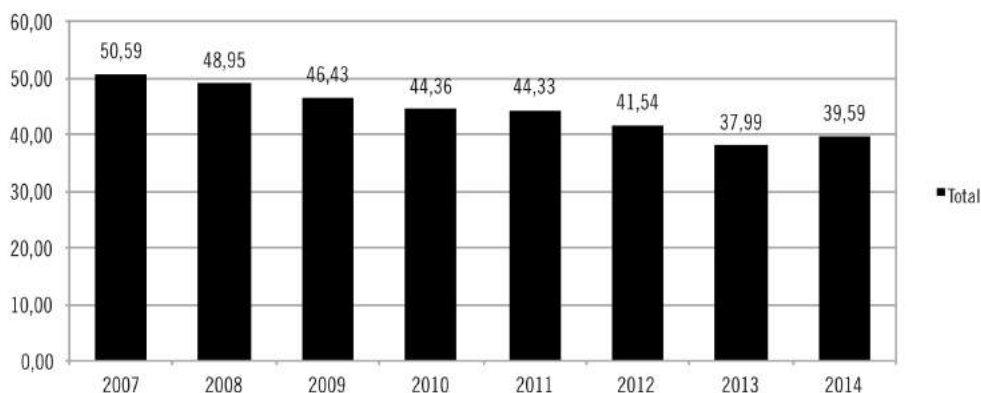
por el INE en el *Censo de población y viviendas 2011*), número de miembros, formación de la persona sustentadora del hogar, sexo, edad, ingresos y actividad (teniendo como referencia la *Encuesta de presupuestos familiares* del INE de 2013 y el *Censo de población y viviendas* antes citado).

El presente trabajo tiene su origen en un proyecto de investigación más amplio, dedicado al análisis de la alimentación fuera del hogar en Europa. Dicho proyecto no tenía el objetivo central de examinar cómo había afectado la crisis económica al hábito de comer fuera de casa, sino conocer globalmente los significados que los españoles atribuían a la alimentación extradoméstica, las motivaciones que les llevaban a optar por esta forma de alimentarse y las rutinas alimentarias en las que se asienta dicho comportamiento. Sin embargo, para detectar estas cuestiones en los discursos de los entrevistados, diversas preguntas aludían a los efectos que las variaciones de renta y la situación socioeconómica habían provocado en la evolución de los hábitos alimentarios fuera de casa. En 14 de las 50 entrevistas realizadas,

se aludía espontáneamente a la influencia que la crisis económica había tenido en dicha evolución, lo que ha permitido deslindar de forma deductiva otras hipótesis y abordar otros objetivos como los propuestos en el presente trabajo.

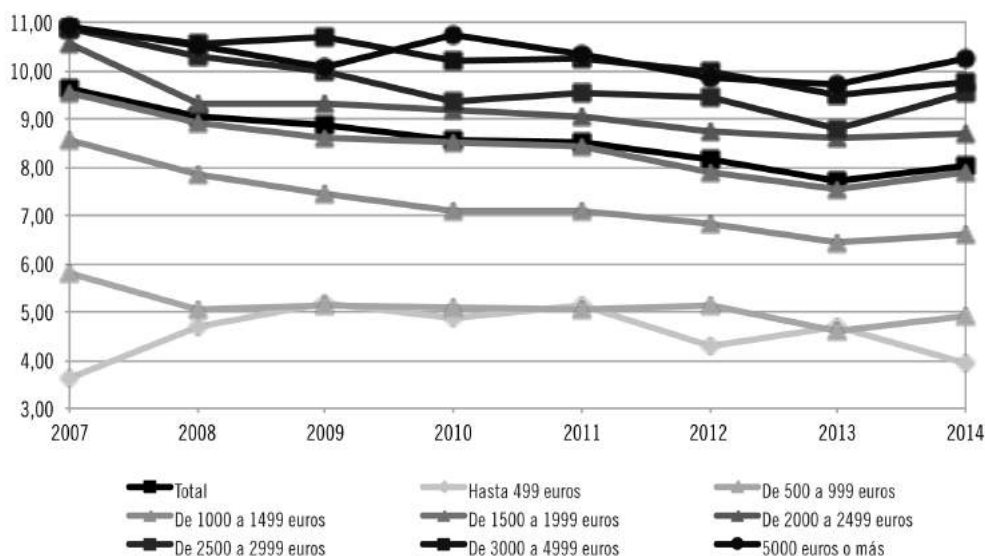
### LA EVOLUCIÓN DEL GASTO ALIMENTARIO EXTRADOMÉSTICO EN EL PERIODO DE LA CRISIS: UNA VISIÓN CUANTITATIVA

Antes de comenzar el análisis de los discursos, conviene acercarse a las cifras objetivas del gasto total en la alimentación fuera del hogar durante el periodo 2007-2014. Para ello, se ha acudido a la última *Encuesta de Presupuestos Familiares* (INE, 2014), que se realiza anualmente. Los últimos datos disponibles, muestran cómo desde 2007, la evolución del gasto en comer fuera de casa ha ido disminuyendo hasta 2013, coincidiendo con la fase más aguda de la crisis. Por el contrario, como se puede ver en la siguiente figura, el gasto se recupera a partir de 2014.



**Figura 3.** Evolución del gasto total en comidas y bebidas fuera del hogar (en millones de €). Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE) Encuesta de presupuestos familiares (2014)





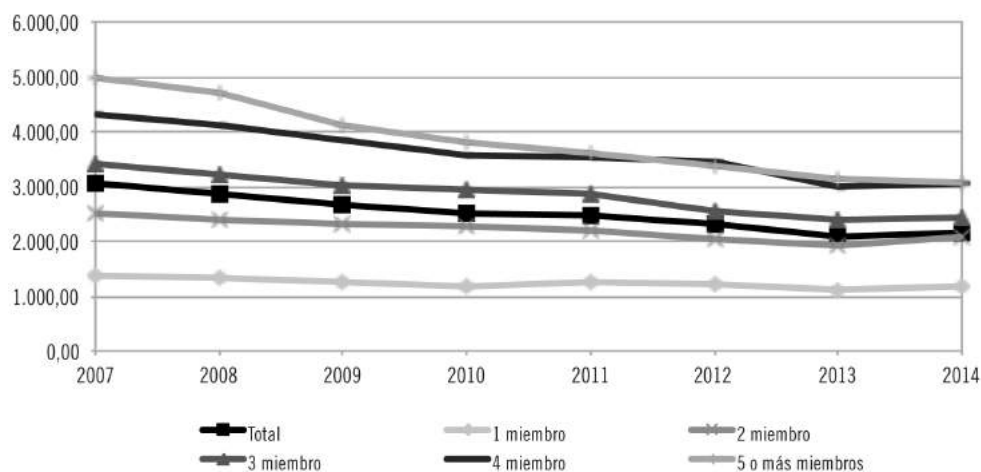
**Figura 4.** Porcentaje de gasto total en comidas y bebidas fuera del hogar, según ingresos netos en el hogar. *Fuente:* Instituto Nacional de Estadística (INE). Encuesta de presupuestos familiares (2014).

Como ya señalábamos al comienzo del trabajo, la renta disponible se ha reducido en España entre 2007 y 2014 en todos los tipos de hogares y el desempleo ha aumentado considerablemente (ver Figura 2). La disminución de la renta y el aumento del paro tienen efectos distintos: el primer fenómeno detrae recursos económicos en los hogares, reduciendo, directamente, la cantidad de dinero dedicada al consumo en general. El aumento del paro, por otro lado, genera la sensación de imposibilidad de cambiar la tendencia a la baja de la renta disponible de manera inmediata, lo que provoca un efecto multiplicador de la pérdida general de recursos económicos (Alonso *et al.*, 2011). Lo que parece evidente, más allá de estas cuestiones, es que la disminución de las rentas y el aumento exponencial del paro han producido una reducción del gasto total en alimentación fuera del hogar, en todas sus manifestaciones (Díaz de Rada y Abascal, 2016).

Como puede verse, en el año 2014 el gasto total en comidas y en bebidas fuera de casa sufre un leve aumento, lo que puede explicarse por la mejora par-

cial de la marcha de la economía, que ha producido un aumento considerable en el indicador de confianza del consumidor. El indicador de confianza del consumidor aumentó entre enero de 2013 y diciembre de 2014, en más de 45 puntos, pasando de 55,7 (enero de 2013), a 90,6 puntos (diciembre de 2014) (CIS, 2013; CIS, 2014). Sin embargo, estas cifras deben matizarse teniendo en cuenta los presupuestos familiares. La siguiente figura muestra que la disminución progresiva en el gasto en alimentación fuera del hogar se ha producido hasta el año 2014 prácticamente en todos los niveles de renta, particularmente en aquellas familias con ingresos mensuales medios (de 1500 a 1999 €), medios-altos (de 2000 a 5000) y altos (de 5000 € o más) (Figura 5)<sup>3</sup>.

<sup>3</sup> En los hogares ingresos de hasta 500 € mensuales, el porcentaje de renta destinado a las comidas extradomésticas, aunque bajo, ha aumentado levemente entre los años 2007 y 2014. Dicho aumento no constituye un dato destacable para esta investigación, porque el nivel de gasto antes de la crisis ya era poco significativo y en todo caso suele estar vinculado a consumo consolidado de subsistencia.



**Figura 5.** Gasto medio por hogar en comidas fuera, según la composición del hogar (en miles de euros). Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE). Encuesta de presupuestos familiares (2014)

Si se analiza el gasto medio en alimentación fuera del hogar, según el número de miembros del mismo, los datos muestran reducciones en todas las categorías también hasta el año 2013 (Figura 5). Son las familias con 5 o más miembros, las que han visto disminuir más drásticamente el gasto dedicado a comer fuera de casa: entre los años 2007 y 2014, han dedicado 2000 € menos en la alimentación extradoméstica. Los hogares con 3 miembros han sufrido una disminución de aproximadamente 1000 € dentro del mismo periodo, mientras que los hogares unipersonales apenas se han visto afectados por la crisis, pues la reducción es menos apreciable (210 €). Se sigue evidenciando, por tanto, una influencia objetiva de la caída de la renta, como consecuencia de la crisis, en el nivel de gasto dedicado a comer fuera de casa. Sin embargo, como acabamos de ver, esta práctica no resulta globalmente cuestionada, al margen de las diferencias según el volumen de ingresos o la composición del hogar: como veremos a continuación, los discursos extraídos de las entrevistas realizadas, dejan claro que aunque los españoles gastan menos, no han dejado de salir a comer fuera del hogar.

## LA PERCEPCIÓN DE LA CRISIS Y EL CONSUMO ALIMENTARIO FUERA DEL HOGAR

Esta realidad cuantitativa tiene una proyección clara e indiscutible en el conjunto de los discursos analizados<sup>4</sup>. En general, se percibe que la situación económica derivada de la crisis ha afectado a la frecuencia con la que se suele comer fuera de casa y también a las pautas de consumo en dicho contexto: se acude a establecimientos más baratos, se piden platos más económicos y se varía el formato alimentario, pasándose de la mesa puesta al bocadillo o a la tapa.

Influye mucho, desde la elección de los sitios hasta la forma de pedir, de pedir sin preocupación, cuántos somos, cuántas tapas y el precio del vino, el tipo de vino. Sí, influye mucho (Gandía, 2 miembros, 3000-5000 €).

<sup>4</sup> Cada párrafo extraído de las entrevistas acaba con una referencia que alude a la ciudad donde se han realizado las entrevistas, el número de miembros y los ingresos mensuales por hogar.

Bueno, que ya no vaya nadie a comer es cuestión de economía, porque incluso un día que no te has llevado comida, nos cogemos un bocadillo. O incluso si se van a comer por ahí, van al McDonald porque es más barato (Gandía, 3 miembros, 2000-2500 €).

Los entrevistados señalan igualmente que la contención del gasto en cuestiones alimentarias es una situación novedosa que tiene su origen en la crisis socioeconómica. Antes de que esta tuviera lugar se disponía de un mayor presupuesto y, en consecuencia, se salía a comer fuera de casa sin excesivas restricciones. En varias entrevistas, se señala que el origen de dicha contención es la incidencia del desempleo en el poder adquisitivo del hogar, lo que lógicamente conduce a eliminar o reducir la partida destinada a comer fuera de casa.

Antes solíamos hacerlo más. Lógicamente el tema económico influye. Antes solíamos ir una vez cada semana o cada dos semanas, seguro. Mientras él seguía cobrando el paro, pues igual, una vez al mes. Últimamente, igual volvemos a salir más porque él vuelve a tener ingresos (Lugones, 2 miembros, 1000-1500 €).

Nosotros salimos menos. Es que es muy fácil; nosotros antes cuando éramos dos y trabajábamos dos, ganábamos más dinero. Yo ahora mismo no estoy trabajando. Y antes teníamos más flexibilidad y más dinero para ir donde queríamos. Entonces dispones de poder adquisitivo mayor y puedes salir y sales (Madrid, 2 miembros, 1500-2000 €).

La crisis también ha tenido un efecto *disciplinador* en las conductas alimentarias extradomésticas (Alonso *et al.*, 2011; Alonso *et al.*, 2016; Medina *et al.*, 2015). Este efecto comienza por la observación de la disminución de los elementos que determinan el mercado: se advierte una menor afluencia de comensales (*los restaurantes se quejan de que hay mucha crisis* [Nava, 5 o más miembros, 1500-2000 €]) y se percibe una reducción de los precios como consecuencia de la menor afluencia a los establecimientos de restauración: *[...] se acomodaron porque antes eran exageraciones lo que pagabas. Yo creo que bajaron los precios. De los que yo conozco, vamos, eso sí* (Lugones, 4 miembros, 3000-5000 €). Ello tiene como consecuencia,

que en la fase más aguda de la crisis, las personas que no se han visto afectadas por el desempleo o la caída de renta, reduzcan el gasto dedicado a comer fuera de casa, como un efecto reflejo que tiene como objetivo fomentar el ahorro y protegerse ante eventuales contingencias económicas.

En mi entorno yo he observado que han dejado de salir. Y estoy hablando de clase media, más o menos estable. No digo clase media alta, pero sí clase media que hasta ahora se lo podía permitir (...) con cierta frecuencia. Al menos una o dos veces por semana se venía haciendo y ahora viene siendo una vez al mes, como mucho (Valladolid, 1 miembro, 500-1000 €).

En este ambiente aunque no te afecte de una manera directa te vuelves más conservador en el gasto, aunque sigues teniendo los mismos ingresos o sea tu vida no ha cambiado. Pero ves el ambiente y ves gente que se ha quedado sin trabajo, que su vida ha cambiado mucho. Entonces todo eso te hace retraerte (Valladolid, 3 miembros, 2000-2500 €).

Conviene señalar que la disminución de la renta relacionada con la crisis, no ha quebrado por completo el hábito de comer fuera de casa. Estamos más bien ante una disminución moderada de una conducta que tiene su origen en el cambio de los estilos de vida provocado por las transformaciones en el mundo del trabajo y del consumo asociado al ocio. La permanencia del hábito se debe a su interiorización como pauta social (Brändler, 2010): por ello, los ciudadanos han elaborado distintas tipologías de resistencia para afrontar la crisis con el objetivo de seguir comiendo fuera del hogar, siendo necesario distinguir entre las desarrolladas por motivos laborales y de estudios, y las desplegadas en el contexto de las actividades vinculadas con el entretenimiento (Díaz-Méndez, 2013).

## TIPOLOGÍAS DE RESISTENCIA EXTRAALIMENTARIA PARA AFRONTAR LOS EFECTOS DE LA CRISIS ECONÓMICA

### En el tiempo de estudio o de trabajo

Las circunstancias relacionadas con la actividad laboral obligan a comer fuera de casa,

independientemente del presupuesto familiar del que se disponga. Tales circunstancias hacen referencia a los horarios laborales o de estudio, que no permiten la vuelta al hogar a comer por falta de tiempo o por la distancia física entre el domicilio y el puesto de trabajo.

Sí, porque yo, por ejemplo, estoy dos semanas de horario de jornada partida, esas semanas voy al gimnasio y entonces como a las tres y media, cuando vuelvo del gimnasio. Y también tengo una semana que estoy de ocho y media a tres y media de la tarde, y entonces suelo comer hacia las dos en la oficina. Vamos, pero comer en diez minutos, quince, porque no puedes tampoco interrumpir el trabajo (Madrid, 4 miembros, 1500-2000 €).

Sí, porque del pueblo a donde iba a trabajar eran 9 km, y no te merece la pena ir a comer a casa, porque no. (Valladolid, 3 miembros, 2000-2500 €).

Como consecuencia de la crisis, aquellos que se ven en la obligación de comer fuera, buscan establecimientos más económicos que ofrezcan platos más baratos, alternando diferentes tipos de comida y menús para buscar un equilibrio en el gasto. De esta manera, los clásicos “menús del día”, se combinan con bocadillos, sándwiches, “pinchos” o “tapas”, que sustituyen los tradicionales dos platos y postre, que obviamente son más caros.

Pues, escoger sitios más económicos [...] y entonces al saber que todos los días gastas 10 ó 12 €, buscas un sitio más económico. Si te incrementa un euro más todos los días, sabes que luego al mes, o al año, supone mucho dinero (Madrid, 1 miembro, 1000-1500 €).

Cuando empezó la crisis, él tenía trabajo en el que le pagaban la dieta, comía de menú. Después le quitaron la dieta y entonces alternaba: tomaba el menú o se iba a alguna hamburguesería, o comía un bocadillo... Dependía un poco de la situación (Lugones, 2 miembros, 1000-1500 €).

## En el ámbito del ocio

En el ámbito del ocio, las razones para comer fuera de casa son muy distintas. A diferencia del contexto laboral o educativo, aquí las comidas

están guiadas por la voluntariedad y el placer, practicándose en compañía de amigos y/o familiares. Cabría por lo tanto pensar que la crisis y la reducción de la renta, son factores determinantes a la hora de explicar la disminución del consumo alimentario extradoméstico, porque en este caso no estamos ante una obligación, sino ante un hábito social de carácter recreativo. Sin embargo, el análisis de las entrevistas realizadas muestra, como en el caso anterior, que los consumidores han buscado estrategias alternativas para seguir comiendo fuera de casa por motivos de ocio, también durante el periodo de recesión económica.

Cuando se trata de salir a comer por placer, con amigos o familiares, se identifican dos estrategias globales para compensar la pérdida de ingresos. La primera y más generalizada es seguir saliendo a comer con la misma frecuencia, pero reduciendo el gasto en cada salida. Se come menos cantidad, o se opta por menús más baratos, buscando que el importe final del *ticket* sea menor.

nos cortarnos un poquito en pedir según qué tipo de cosas, pero seguimos saliendo a cenar (Valladolid, 2 miembros, 2500-3000 €).

[...] la gente come menos, para gastar menos, sí. O sea, no más barato. De, bueno, la experiencia que tiene ella (hermana) en sidrería. Por regla general, si antes pedían tres tapas, pues ahora piden una. Y eso sí que cambió en cuatro años, por lo menos por la zona del oriente (Asturias), me imagino que será así. Yo creo que si antes gastaban treinta euros, pues ahora, gastan bastante menos [...] van en plan más barato (Lugones, 4 miembros, 3000-5000 €).

Por lo general, cuando se pretende mantener el nivel de consumo con menos gasto, se resiente la calidad de la comida. Los restaurantes tradicionales son sustituidos por establecimientos de comida rápida que ya están instalados en la dinámica alimentaria de los españoles desde hace años (pizzerías, hamburgueserías o restaurantes “chinos”) o nuevas modalidades culinarias que se van consolidando como consecuencia de la adaptación del mercado de la restauración a la crisis (*buffet* libres, sidrerías en Asturias o franquicias *low cost*). Lo importante es seguir saliendo a comer o cenar, porque en gran me-

dida estamos ante un comportamiento socialmente consolidado.

Además, disfruto igual en un sitio más caro que más barato (Valladolid, 4 miembros, 2000-2500 €).

Pero se sigue saliendo. Lo único que miras más los sitios. Antes nadie miraba ningún tipo de descuento y eso [...]. Y ahora todos estamos igual, en la misma situación (Madrid, 4 miembros, 1500-2000 €).

Dentro de la opción de seguir haciendo consumo alimentario extradoméstico pero gastando menos, es destacable el papel que una costumbre netamente española, está teniendo a la hora de conciliar la crisis con el ocio. El consumo de tapas o “tapeo”, de cuya relevancia ya había dado cuenta la literatura sobre el tema a finales de la década de 1980 (Rama, 1987), es una modalidad que ha crecido durante el periodo de recesión económica, tal y como ha señalado Martín (2012). Las tapas permiten además repartirse entre varias personas y familias, el gasto que con anterioridad se dedicaba a platos individuales más caros.

Como solemos ir una vez a la semana o cada dos o tres semanas, solemos ir a los mismos sitios, así de platos de tapeo, bravas o eso, chipirones, algunos bocadillos y nos los repartimos entre los que seamos. El criterio prima más que sea económico, porque ahora todos mis amigos, incluso yo, estamos sin recursos (Gandía, 1 miembro, menos de 500 €).

Tapas; siempre tapas. Pero comer muy mal, porque a lo mejor es un pincho, y ya está, porque si vamos mucha gente, no siempre tocamos a todos por igual [...] cuando estamos con gente, nunca solemos ir a un restaurante sentados (Valladolid, 4 miembros, 2000-2500 €).

La segunda opción global, de carácter minoritario, para hacer frente a la reducción de la renta, consiste en salir menos veces a comer fuera, pero mantener el mismo nivel de gasto en cada una de las salidas, tal y como se hacía con anterioridad a la crisis económica. Algunos entrevistados —aunque los menos— manifiestan que prefieren racionalizar las salidas extradomésticas, con el objetivo de mantener la calidad y la cantidad de la comida.

Salimos menos. Pero sí, salimos con los amigos con los que salimos habitualmente [...] pero

no vamos a un sitio más barato. A lo mejor en vez de ir treces, vamos una (Madrid, 2 miembros, 1500-2000 €).

Me gusta salir a sitios que me atraen, que suelen ser caros... Para salir a tomar un menú de seis euros prefiero hacerlo en casa y quedarme aquí. Si te condiciona [...] Se sale menos pero se sigue saliendo. Lo único que miras más los sitios (Madrid, 4 miembros, 1500-2000 €).

Por último, resulta destacable que en algunas de las entrevistas realizadas, se percibe una tendencia a *volver a comer en casa*, como alternativa colectiva para que grupos de amigos y familias racionalicen el gasto aprovechando celebraciones u otro tipo de reuniones: se trata de no dejar de salir a comer (aunque se haga en otro hogar). Ya señalamos en el marco teórico que algunos autores consideran esta modalidad como una forma de consumo alimentario extradoméstico (Díaz-Méndez, 2013). En este contexto, se señala: *Ahora yo no me voy a gastar un dinerito en celebrar mi cumpleaños fuera de casa. Eso está claro. Y lo celebramos en casa, hacemos una comida y ya está. Te gastas menos de la mitad* (Madrid, 2 miembros, 1500-2000 €). Este tipo de prácticas ofrece además una serie de ventajas que no están presentes cuando se acude a comer a un local de restauración: *Traemos amigos a casa y vamos a casa de amigos porque también les gusta cocinar. Yo si tengo que escoger entre ir a comer en casa de un amigo o fuera, prefiero en casa de un amigo. Me parece que la tertulia y todo, no sé, es mejor* (Lugones, 3 miembros, 3000-5000 €).

### La fiambra como alternativa

Aunque puede encuadrarse en la tipología establecida para los hábitos desarrollados en el contexto del trabajo, creemos que el tema de la fiambra merece un análisis específico a partir de los distintos discursos identificados. Como ya vimos en el primer epígrafe, la *Encuesta de Hábitos Alimentarios de los Españoles* (Díaz-Méndez, 2013) ya señalaba que era una práctica novedosa aunque poco consolidada: sin embargo, resulta innegable que tiene cierta presencia en

el imaginario colectivo y comunicativo cuando se trata de explicar las nuevas pautas asociadas al consumo alimentario derivado de la crisis. Los datos objetivos demuestran, según las empresas dedicadas a su fabricación, que el comienzo y desarrollo de la crisis coincidió con el aumento de la venta de recipientes para conservar la comida (*tupperware*) y bolsas específicas para transportarla (Ponce, 2009).

Sin embargo, según los discursos extraídos de las entrevistas analizadas, el uso de la “fiambarrera”, como se conoce en la literatura a esta práctica, no es una maniobra dominante como alternativa al restaurante con el objetivo de ahorrar o hacer frente a la pérdida de renta. Se confirma así la tesis de Soroko (2012) anteriormente señalada. Para empezar, porque los entrevistados hacen referencia a situaciones no solo relacionadas con el ahorro, sino también vinculadas a la salud, para justificar el uso de la fiambarrera como alternativa al restaurante en el contexto de la actividad laboral o de estudio.

Yo hago el esfuerzo de comer dos días de “tupper”, por no engordar, básicamente; porque sé que cuando como fuera, como mucho más [...] Sin embargo, pues sí me llevo mi “tupper” como mucho menos (Madrid, 2 miembros, 2500-3000 €).

Casi nunca comemos menús, porque realmente la cantidad es excesiva. Entonces, comiendo “a la carta”, ya tú equilibras la cantidad (Lugones, 3 miembros, 3000-5000 €) (Nota autores: con “a la carta” se refiere a la comida elaborada en casa y luego llevada al trabajo).

De este modo, cuesta encontrar argumentos favorables al uso del “tupper” como alternativa sostenible y generalizable a la comercialización de comida. Los entrevistados señalan, aunque parezca contradictorio, que el uso de la fiambarrera implica cierta sociabilidad con los compañeros de trabajo y de estudio. Frente a lo que pudiera parecer, y lo que se estila en otros países, en España comer en el trabajo no implica hacerlo de forma solitaria, delante del ordenador o en el mismo puesto de trabajo, sino que se realiza junto a otros compañeros.

Todos llevamos comida; comida hecha en casa ¿eh? No comprada. Casi todos llevamos comida

y nos miramos los platos ¿tú qué has traído hoy? ¡Pues a mí eso no me gusta! Y así. Normalmente solemos llevar cada uno una cosa; luego claro somos tan sumamente diferentes (Valladolid, 2 miembros, 1000-1500 €).

Sin embargo, a partir de aquí, los discursos evidencian los problemas y las barreras que surgen para poner en práctica el uso de la fiambarrera. Ello porque exige una planificación previa, lo que abarca tanto una organización anticipada sobre los tipos de menú que se van a preparar, como una cuidada selección de los distintos tipos de alimentos que pueden llevarse al trabajo o al centro de estudios para comer. Predomina aquí el uso de pastas, arroces, ensaladas, frutas y “comidas de cuchara”, como las legumbres. Por lo tanto, la variación en la alimentación es limitada, lo que siempre es un hándicap a la hora de desarrollar pautas más o menos sostenibles en el tiempo.

[...] claro, tenían que ser cosas que se pudieran recalentar en el micro. Entonces intentaba hacer pastas, arroces, bueno, lentejas, todo lo que fuera de cuchara era cómodo para llevar al trabajo; en cambio no te puedes llevar un filete con patatas fritas; me llevaba muchas ensaladas. A veces incluso me llevaba el paquete de ensalada con la lata de atún, el queso o lo que fuera, y me hacía la ensalada allí, porque teníamos una especie de cocina con un microondas (Gandía, 2 miembros, 1500-2000 €).

En cuanto al tema de la planificación, es importante remarcar que comer fuera “de tupper” es una actividad que no puede ser improvisada. Los entrevistados hablan de formas de organización diaria y semanal, lo que implica el uso de la congelación para poder ir utilizando selectivamente los alimentos cocinados durante la semana. En la mayor parte de los casos, sin embargo, lo que se lleva a comer en el trabajo o a la universidad, es una continuación de lo que sobra durante la comida o la cena del día anterior.

Me organizo por las noches. Cuando vuelvo a casa me hago la cena, algo ligerito, como te comentaba, me hago ensaladas o fiambres y preparo la comida, pues pasta, macarrones y aquí abajo [...]. (Llevo fiambarrera) Entre semana, los cinco días, ex-

cepto alguna ocasión rara pero sí (Gandía, 2 miembros, menos de 500 €).

O sí no el fin de semana aprovecho para hacer bastante cantidad, congelo y luego voy sacando. O sea no suelo dedicarme exclusivamente al “tupper”, a hacer una comida para el día siguiente, siempre intento reutilizar cosas o de la cena o de congelado (Madrid, 2 miembros, 2500-3000 €).

Por último, se aprecian algunas dificultades relacionadas con la logística en los propios centros de estudio o de trabajo. Este tipo de comidas plantean dos tipos de desafíos para la organización empresarial: en primer lugar, es necesario encontrar un lugar específico que evite que los olores se expandan por todo el centro laboral. En segundo lugar, se tiene que habilitar una intendencia en forma de distintos electrodomésticos que permita calentar y refrigerar los alimentos, y limpiar los envases donde se lleva la comida. De las entrevistas realizadas, no se deduce que los lugares de trabajo estén bien adaptados a la nueva circunstancia descrita, siendo los propios trabajadores los que tienen que proveer la infraestructura para poder llevar a cabo la práctica del “tupper”.

Aunque tengas tupper, no puedes comer porque no tienes donde sentarte. A veces tienes que comer delante del ordenador. También eso, las empresas no te ponen facilidades para que la gente coma dentro su comida (Madrid, 2 miembros, 2500-3000 €).

Sí, yo trabajo aquí en la biblioteca. Y en la biblioteca tenemos, una nevera, un microondas, que nos hemos comprado nosotros, porque teníamos un espacio pequeño e intentamos hacerlo más cómodo (Gandía, 5 miembros, 2500-3000 €).

Los problemas en la variabilidad del menú, el esfuerzo que implica la planificación alimentaria y la falta de una logística apropiada, llevan a los entrevistados a buscar algunas alternativas al uso de la fiambarrera. Se trata de la compra de alimentos ya cocinados por establecimientos especializados o supermercados, lo que facilita la elección de un número de platos más amplio y seguir manteniendo una cierta disciplina presupuestaria que permita hacer frente a las estrecheces económicas. Estas nuevas opciones, que cada vez están más consoli-

dadas, muestran cómo el mercado se adapta a las exigencias de los usuarios.

Por ejemplo, ahora hay aquí un supermercado al lado, que están vendiendo comida hecha, pero hecha del día... Y eso, también, ya más de un día y más de dos, si te pillas que no te ha dado tiempo a hacer comida para traerte, comes bien y te sale más económico que un restaurante (Madrid, 2 miembros, 2000-2500 €).

## CONCLUSIONES

El presente trabajo ha pretendido llevar a cabo un análisis del impacto de la crisis económica en el consumo extradoméstico de alimentos, es decir, aquel que realizamos fuera de casa. Hay que comenzar señalando que la recesión económica y el aumento del paro han conducido a una minoración de la renta en casi todos los estratos sociales, aunque evidentemente dicha minoración ha tenido un mayor impacto en las clases medias y bajas.

Todas las fuentes de datos utilizadas —*Encuesta de Condiciones de Vida, Encuesta de Presupuestos Familiares*— muestran una reducción de los niveles de consumo en una gran parte de los grupos de gasto, sobre todo hasta el año 2013, en un clima de crisis de confianza general con respecto a la marcha de la economía y la recuperación del empleo. Ello se ha reflejado, como no podía ser de otra manera, en una disminución del gasto en lo relacionado con el consumo extradoméstico de alimentos, prácticamente en todas las categorías de hogares estudiadas. Si consideramos que comer fuera de casa no es una cuestión de primera necesidad, parece lógico que una de las primeras acciones destinadas al ahorro sea el repliegue en una forma de consumo que tradicionalmente ha sido asociada con el gasto superfluo.

Sin embargo, el análisis de las 50 entrevistas realizadas en hogares de distintas ciudades españolas, muestra la incorporación de pautas de consumo alimentario extradoméstico que hemos denominado como de *resistencia*: tanto en el ámbito laboral como de ocio, se percibe la persistencia de modos de alimentación adaptados a



la crisis económica, que permiten a los distintos grupos mantener la costumbre de seguir saliendo a comer fuera de casa. Esa costumbre implica en el contexto recreativo optar por menús más baratos compuestos de raciones, frecuentar locales de comida rápida u organizar reuniones de distinto tipo en casas particulares. Cuando se aborda el tema desde la perspectiva laboral o educativa, se perciben distintas fórmulas para sustituir los viejos menús del día, como es el caso de los bocadillos, los sándwiches y los “pinchos”, tan de moda en el panorama culinario de nuestro país.

Ciertamente, todas estas pautas tienen un componente cultural indudable. El mercado y el sujeto están interactuando constantemente, a partir de un modelo de consumo que Conde y Alonso (2002) denominaron ya hace tiempo *glocal*. Este modelo se caracteriza por la flexibilidad, que se expresa en el caso analizado mediante el abaratamiento de precios y el fomento de la diversidad de la oferta alimentaria. En cierta manera, ello explica que uno de los factores más importantes a la hora de analizar el acto de comer fuera del hogar en términos genéricos, sea su dimensión relacional. La perseverancia en mantener la costumbre de comer fuera de casa, en formatos más económicos o informales, se explica también porque comer es un acto social que se produce en el marco del ocio y la diversión: de ahí la escasa repercusión que en los distintos discursos observados tiene la cuestión del uso de la mediática fiambarrera o “tupper”, práctica que buena parte de los consumidores asocia con la soledad.

Diríamos que la crisis no ha traído, tampoco en el ámbito de la alimentación, cambios sustantivos en los estilos de vida (Alonso *et al.*, 2016). Como ya señalamos en uno de los epígrafes, los distintos grupos e individuos buscan alternativas ajustadas a un momento de escasez económica, pero no realizan transformaciones radicales en sus hábitos de consumo. Quizá no podría ser de otra manera, cuando durante bastantes años buena parte de la sociedad española disfrutó de un nivel de vida envidiable donde la comida llegó a convertirse en un signo de distinción. Como hemos dicho, la alimentación extradoméstica sirve para conservar lazos sociales, pero también para romper con la fuerte

disciplina personal que impone la austeridad y reflejar el nivel socioeconómico del grupo social al que se cree seguir perteneciendo.

Es importante terminar señalando que el presente trabajo se encuadra en una investigación más amplia sobre los significados, las motivaciones y las rutinas de los españoles a la hora de comer fuera de la casa. La influencia de la crisis fue apareciendo al analizar el desarrollo de los distintos discursos de los entrevistados, por lo tanto estamos ante una serie de conclusiones que emergen como respuesta natural a una situación generalizada de precariedad social y económica. Ello evidencia la necesidad de realizar estudios más amplios teniendo en cuenta la influencia que el factor crisis ha tenido en las transformaciones de la alimentación y en otros ámbitos relacionados con la misma, como son la salud, la diversificación del consumo o el cambio de hábitos relacionados con el ocio. Este contexto requiere, además, la apertura de análisis comparados con otros países, dada la influencia que en la alimentación extradoméstica está teniendo la homogeneización de la oferta alimentaria global.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alonso, L. E., Fernández Rodríguez, C., Ibáñez Rojo, R. (2011). Del consumismo a la culpabilidad: entorno a los efectos disciplinarios de la crisis económica. *Política y Sociedad*, 48 (2), 353-379.
- Alonso, L. E., Fernández Rodríguez, C., Ibáñez Rojo, R. (2014). Crisis y nuevos patrones de consumo: discursos sociales a cerca del consumo ecológico en el ámbito de las grandes ciudades españolas. *Empiria*, 29, septiembre-diciembre, 13-38.
- Alonso, L. E., Fernández Rodríguez, C., Ibáñez Rojo, R. (2016). Entre la austeridad y el malestar: discursos sobre consumo y crisis económica en España. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 115, 21-36.
- Brändle Señán, G. (2010). El consumo en tiempos de crisis: una aproximación sociológica a la distribución del gasto en España. *Aposta. Re-*

- vista de ciencias sociales*, 45. (en línea). <http://www.apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/brandle1.pdf>
- Chaney, D. (1996). *Lifestyles*. London y Nueva York: Routledge.
- Centro de Investigaciones Sociológicas (2013). Indicador de Confianza del consumidor. Mes de diciembre 2013. Evolución de Indicadores. Estudio n.º 3010.
- Centro de Investigaciones Sociológicas (2014). Indicador de Confianza del consumidor. Mes de diciembre 2014. Evolución de Indicadores. Estudio n.º 3048.
- Conde, F., Alonso, L. E. (2002). Gente conectada: la emergencia de la dimensión fáctica en el modelo de consumo *glocal*. *Política y Sociedad*, 39 (1), 27-51.
- Cullen, P. (1994). Time, tastes and technology: The economic evolution of eating out. *British Food Journal*, 96 (10), 4-9.
- Díaz Méndez, C., Gómez Benito, C. (coord.) (2008). *Alimentación, consumo y salud*. Estudios sociales La Caixa, n.º 24.
- Díaz Méndez, C., García-Espejo, I. (2012). Tendencias en la homogenización del gasto alimentario en España y Reino Unido. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 139, 21-44.
- Díaz-Méndez, C. (coord.) (2013). *Hábitos alimentarios de los españoles*, Madrid: Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.
- Díaz de Rada, V., Abascal Fernández, E. (2016). Cambios en el consumo consecuencia de la crisis económica. XII Congreso Español de Sociología (GT 28. Sociología de la Alimentación) Gijón 30 junio-2 julio.
- Domínguez Sánchez-Pinilla, M. (2000). Distintos significados de la crisis. Nómadas. *Revista crítica de ciencias sociales y jurídicas*, 1 (en línea). <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/nomadas/1/mdominguez1.htm>
- Gracia, M. (2005). Maneras de comer hoy. Comprender la modernidad alimentaria desde y más allá de las normas. *Revista Internacional de Sociología*, 40, 159-182.
- Gracia, M. (2014). Comer en tiempos de crisis: nuevos contextos alimentarios y de salud en España. *Salud pública de México*, 56 (6), 648-653.
- Guimeno Ullastres, J. A. (2000). Lujo y primera necesidad: definición y evolución en España. En J. A. Gimeno Ullastres (coord.), *El consumo en España: un panorama general*, (pp. 141-162). Madrid: Visor. Fundación Argentaria.
- Gutiérrez, R., Díaz Méndez, C. (2015). *El cambio en los patrones de consumo: consumismo y crisis*. En C. Torres Albero (ed.), *España 2015. Situación Social* (pp. 863-874). Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Instituto Nacional de Estadística (2014). Encuesta de condiciones de vida (en línea). <http://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=9950>
- Instituto Nacional de Estadística (2014). Encuesta de presupuestos familiares (en línea). <http://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=10694>
- Instituto Nacional de Estadística (2015). Encuesta de población activa (en línea). <http://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=4886>
- Lachat, C., Nago, E., Verstraeten, R., Roberfoid, D., Van Camp, J., Kolsteren, P. (2012). Eating out of home and its Association with dietary intake: a systematic review of the evidence. *Obesity Review*, 13 (4), 329-346.
- Lipovetsky (2007). *La felicidad paradójica*. Ensayo sobre la sociedad de hiperconsumo. Barcelona: Anagrama.
- Martín Cerdeño, V. J. (2004). *Alimentación, economía y ocio*. Madrid: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.
- Martín Cerdeño, V. J. (2009). Alimentación fuera del hogar. Un nuevo escenario para una vieja costumbre, *Revista Distribución y consumo*, 103, 5-10.
- Martín Cerdeño, V. J. (2012). Restauración y coyuntura económica. Un nuevo escenario para la alimentación fuera del hogar. *Revista Distribución y Consumo*, 121, 61-69.
- Medina, X., Aguilar, A., Fornons, D. (2015). Alimentación, cultura y economía social. *Sociedade e Cultura. Revista de Pesquisas e Debates em Ciências Sociais*, 18 (1), 55-64.
- Mutlu, S., Gracia, A. (2006). Spanish food expenditure away from home (FAFH): by type of meal. *Applied Economics*, 38, 1037-1047.
- Ponce de León, M. (2009). Un sándwich delante del ordenador... y listo. *Diario Cinco Días*,

- 14 de noviembre de 2009 (en línea). [http://cincodias.com/cincodias/2009/11/14/sentidos/1258169236\\_850215.html](http://cincodias.com/cincodias/2009/11/14/sentidos/1258169236_850215.html)
- Rama, R. (1987). Desarrollo económico y tecnológico en la industria española de servicios alimentarios. *Estudios sobre consumo*, 11, 4-24.
- Rama, R. (1997). Evolución y características de la alimentación fuera del hogar y del consumo de alimentos procesados en España. *Agricultura y Sociedad*, 84, 107-140.
- Recio, A. (2011). Los efectos de la crisis sobre las clases trabajadoras. *Papeles de Relaciones eco-sociales y Cambio global*, 113, 45-55.
- Stewart, H., Yen, S. (2004). Changing household characteristics and the away from home food market: a censored equation system approach. *Food Policy*, 29 (6), 643-658.
- Soroko, R. (2012). *Balanced Nutrition at Work, The European FOOD project: a successful Public Private Partnership*. London: City University London.
- Sutckler, D., Basu, S. (2013). *Por qué la austeridad mata. El coste humano de las políticas de recorte*. Madrid: Taurus.
- Therborn, G. (2015). *La desigualdad mata*. Madrid: Alianza Editorial.
- Tonlinson, M. , Warde, A. (1993). Social class and change in eating habits. *British Food Journal*, 95 (1), 3-10.
- Zurdo Alaguero, A., López de la Nieta (2013). Estrategias e imágenes sobre la crisis en el espacio social de la “nueva pobreza”. Representaciones sociales y atribuciones causales. *Cuadernos de Relaciones Laborales*, 31 (2), 383-433.
- Warde, A., Martens, L. (2000). *Eating out. Social differentiation, consumption and pleasure*. Cambridge: Cambridge University Press.

**Guadalupe Ramos Truchero** es doctora en Sociología por la Universidad el País Vasco y licenciada en Sociología por la Universidad de Salamanca. Ha sido becaria predoctoral FPI de Gobierno Vasco. Su trayectoria investigadora comenzó dentro de la Sociología Rural y de la agricultura. En la actualidad, sus investigaciones están dirigidas hacia el estudio de la alimentación, formando parte del *Grupo de investigación de Sociología de la alimentación* de la Universidad de Oviedo. Es presidenta del *CI 28 de Sociología de la alimentación* (FES) y representante de los países del sur de Europa en el *RC 40 Agricultura y Alimentación* (ISA).

**Elio Castaño Suárez** es licenciado en Sociología por la UNED. Trabajos de investigación en Sociología y Medio Ambiente y Participación Ciudadana. Forma parte del *Grupo de investigación de Sociología de la Alimentación* de la Universidad de Oviedo.