



Fundación **MAPFRE**

**ALIMENTACIÓN EN LA
SOCIEDAD DEL
SIGLO XXI POST PANDEMIA:
DECISIÓN ALIMENTARIA
(2022)**



CEU

Instituto Universitario
Alimentación y Sociedad

**ALIMENTACIÓN
EN LA SOCIEDAD
DEL SIGLO XXI
POST PANDEMIA:
DECISIÓN
ALIMENTARIA (2022)**

INFORME FINAL

FUNDACIÓN MAPFRE no se hace responsable del contenido de esta obra, ni el hecho de publicarla implica conformidad o identificación con las opiniones vertidas en ella.

Se autoriza la reproducción parcial de la información contenida en este estudio siempre que se cite su procedencia.

Maquetación y producción editorial:
Cyan, Proyectos Editoriales, S.A.

© 2022, Fundación MAPFRE
Paseo de Recoletos, 23
28004 Madrid (España)

www.fundacionmapfre.org

Equipo investigador

Elena Alonso Aperte

María Achón y Tuñón

Ángela García González

Ana M^a Puga Giménez de Azcárate

Gregorio Varela Moreiras (Investigador Principal)

Índice

1. Introducción	7
2. Objetivos	9
2.1. Objetivo general	9
2.2. Objetivos específicos	9
3. Metodología	11
4. Resultados	15
4.1. Características de la muestra	15
4.2. Hábitos de compra y decisión alimentaria.....	18
4.2.1. Hábitos de compra.....	18
4.2.2. Decisión alimentaria	20
4.3. Preparación de los alimentos	23
4.3.1. Responsabilidad y conocimientos sobre cocina	23
4.3.2. Organización de las comidas	27
4.4. Sociología alimentaria	33
4.4.1. Ritmos alimentarios	33
4.4.2. Lugar donde se realizan las comidas	35
4.4.3. Sociabilidad alimentaria	35
4.5. Nuevos escenarios 2020-2022: pandemia y teletrabajo/ situación económica	37
4.5.1. Pandemia y teletrabajo	37
4.5.2. Situación económica tras la pandemia	41
4.6. Sostenibilidad	44
4.6.1. Actitudes.....	44
4.6.2. Conocimientos	48
4.6.3. Desperdicio alimentario	55
4.7. Actualización del estudio: tendencias 2015-2017-2022	59
4.7.1. Hábitos de compra.....	59
4.7.2. Decisión de compra.....	62
4.7.3. Ritmos alimentarios	64
4.7.4. Sostenibilidad.....	65
5. Resumen e ideas clave	67
5.1. Resumen	67
5.2. Ideas Clave	67
6. Bibliografía de referencia	71
Anexo	73

1. Introducción

En la actualidad, la sociedad española está viviendo una época de importantes cambios, acentuados por la pandemia Covid-19 y crisis económica, con un gran impacto potencial en los hábitos alimentarios y el estado nutricional de la población, a lo que habría que añadir los nuevos estilos y condiciones de vida, el avance de la producción y de los canales de distribución, la aparición de nuevos alimentos, nuevas formas de preparación y procesamiento, nuevas formas de ocio alimentario, y bajo la creciente preocupación por el inexorable deterioro y degradación de los recursos naturales. A todo ello hay que añadirle las muy preocupantes vulnerabilidad e inseguridad alimentarias, que ya se están poniendo de manifiesto, por la disminución de recursos económicos. Y es que, sin duda, la importancia de la economía en la elección de los alimentos es evidente: las personas con menos recursos pueden tener dificultades para comprar suficiente comida o para modificar su alimentación por motivos de salud. Las condiciones de la vivienda, entorno residencial, y el tipo de empleo (como el denominado *trabajo por turnos*) o el reciente *teletrabajo* pueden afectar al tipo de comida y a la calidad de la misma. Otros factores socioculturales son la influencia de otras personas en las decisiones alimentarias, los conocimientos y percepción sobre alimentación y nutrición, la publicidad y el marketing o el *status social*. Además, pese a encontrarnos inmersos en la sociedad de la información por excelencia, o quizá precisamente por ello, las decisiones alimentarias no siempre son fáciles.

Igualmente, siempre resulta necesario recordar que no estamos globalmente en el mejor momento en diferentes aspectos de la alimentación, que no hemos sido capaces todavía de vencer el problema del hambre, que lamentablemente ha crecido en el pasado año 2022, poniendo aún más en riesgo el cumplimiento del Objetivo 2030 y que, al mismo tiempo, nos enfrentamos al problema de la obesidad, igualmente también más frecuente entre los más desfavorecidos en términos de educación, posibilidades económicas y equidad social.

La alimentación de cada sociedad, hasta hace relativamente pocos años, se basaba en unas pautas alimenticias heredadas que se transmitían de generación en generación, es lo que conocemos como tradiciones dietéticas y culinarias, los hábitos alimentarios: productos del entorno y de la temporada, utilizando una sabia combinación de alimentos, de los que no era posible prescindir sin que ello tuviese una repercusión directa en la salud, y por ello en el seno familiar se educaban, transmitían, y se lograban adquirir estos conceptos. Con los importantes cambios que en pocos años se han producido en nuestra sociedad, y aunque en general deban considerarse como muy positivos, se ha producido una cierta ruptura de la enseñanza y las tradiciones en materia de alimentación, en definitiva, de nuestro *legado mediterráneo*, en su más amplia expresión, y sus variantes y matices de acuerdo a nuestra única y nunca suficientemente ensalzada diversidad gastronómica. Esto ha conducido a un estado de *transición nutricional y gastronómica*, en muchas ocasiones asociado a desorientación, a una falta de pautas en las que basar la organización de la comida diaria, bien sea a veces por la casi inabarcable oferta de alimentos y bebidas, que está haciendo que el conocimiento científico de lo que comemos y bebemos sea cada vez más complejo; pero también a la no priorización actual sobre lo que de hecho ocupa más tiempo en nuestras vidas-alimentarnos-, o por los excesivos errores y mitos que rodean a la alimentación y nutrición, muchos de ellos involuntarios, pero también otros que parece se cometen de manera consciente y voluntaria.

Es indudable, además, que no sólo interesa lo que se come, sino cómo e incluso con quién, los aspectos sociales de la alimentación. Las tendencias en buena medida nos están haciendo, casi, *nuevos cavernícolas*, fundamentalmente los más jóvenes: así, llegamos a nuestro hogar, nos preparamos una bandeja delante de una pantalla o varias, sin mirar lo que comemos o pararnos a pensar cómo lo hemos preparado. Y además, todo el proceso, desde la compra hasta el hecho de la propia ingesta muchas

veces lo hacemos casi sin comunicarnos...lo que podríamos denominar “alimentación silenciosa”, desde luego muy alejada del modelo de comer y relacionarse en nuestro Mediterráneo. Y sabemos que nutricionalmente cuando no se comparte la comida, la calidad de la dieta empeora, e incluso algo más preocupante, se es menos feliz. En este sentido, conviene recordar que *la alimentación sólo recibe la plenitud de su sentido humano en el compartir.*

Por todo lo anterior, y considerando la imprescindible *visión global de la alimentación*, que comprenda

los diferentes aspectos en el hecho unitario de comer, fundamentalmente salud, placer y compartir, resulta necesario investigar y evaluar los muy diferentes aspectos sociales de la alimentación, que nos ayude a tratar de responder a la siguiente pregunta, y las consecuencias que acarrea: ¿si no hace tantos años llevábamos una alimentación que cumplía prácticamente con todas las recomendaciones, qué nos impide volver a ella en la sociedad española actual? Sin duda, merece la pena intentarlo, y es ese el motivo que nos ha llevado a la realización del presente estudio.

2. Objetivos

2.1. Objetivo general

El objetivo principal del estudio es conocer el impacto de los estilos de vida a través de sus determinantes sociales y económicos, en los hábitos de compra y consumo, hacer un seguimiento de estos, así como sobre el conocimiento y percepción en sostenibilidad alimentaria, en una muestra representativa de la población adulta residente en España.

2.2. Objetivos específicos

A partir del objetivo general, se concretan los siguientes objetivos específicos:

1. *En el ámbito de la toma de decisión sobre cómo y con qué nos debemos alimentar, tratar de responder a cuestiones como:*
 - a) ¿Qué factores están impactando en la toma de decisión de la compra de alimentos y bebidas?
 - b) ¿Se han modificado los hábitos de compra y consumo a corto plazo?; ¿En qué sentido?; ¿Quiénes están influyendo más en esos cambios?
 - c) ¿En quién se confía a la hora de la toma de decisiones alimentarias? ¿Se ha modificado en los últimos años?
 - d) ¿Cuáles son las fuentes de información nutricional?; ¿se han modificado?
 - e) ¿Qué se considera como alimento saludable y no saludable?; ¿Ha habido variaciones y por qué?
 - f) ¿Cómo es la autopercepción sobre los conocimientos en materias de alimentación y nutrición?
 - g) ¿Está impactando la vulnerabilidad social y económica en el poder de compra y decisión alimentaria?
2. *En el ámbito de la sostenibilidad alimentaria, tratar de responder a las siguientes cuestiones:*
 - a) ¿Cómo es el conocimiento sobre la “huella ecológica” de los alimentos y bebidas?
 - b) ¿Influye la concienciación medioambiental en la decisión alimentaria, en la cesta de la compra?; ¿en qué grupos de edad?; ¿en qué zonas?; ¿se relaciona una dieta más sostenible con un patrón de alimentación más saludable?
 - c) ¿Habría predisposición positiva para pagar más por alimentos y bebidas más sostenibles?
 - d) ¿Qué acciones se llevan a cabo a nivel individual y comunitario para reducir el desperdicio alimentario?

3. Metodología

La metodología empleada para la realización del estudio ha sido cuantitativa, mediante la aplicación de Encuesta Online Autocumplimentada (CAWI).

El cuestionario se ha estructurado en los siguientes bloques (ver anexo):

1. ANÁLISIS DE LA ORGANIZACIÓN ALIMENTARIA

- 1.1.- Ritmos
- 1.2.- Sociabilidad y hábitos alimentarios
- 1.3.- Pandemia, teletrabajo y hábitos alimentarios
- 1.4.- Comida fuera del hogar

2. DESCRIPCIÓN DE LA PREPARACIÓN DE LOS ALIMENTOS

3. DESCRIPCIÓN DE LOS HÁBITOS DE COMPRA

4. SOSTENIBILIDAD Y DESPERDICIO ALIMENTARIO

Ficha técnica del estudio

Universo de referencia: Población de más de 18 años.

Ámbito geográfico: Territorio nacional, exceptuando Ceuta y Melilla.

Técnica de investigación: Encuesta Online Autocumplimentada (CAWI)

Tamaño y distribución muestral: se han realizado 1.921 encuestas.

Diseño muestral: se aplicó un muestreo aleatorio estratificado en función de diferentes variables:

- Zona geográfica: Zonas Nielsen.
- Sexo
- Edad: 18-30 años, 31-49 años, 50-64 años, 65 y más años.

Cuestionario: ha sido diseñado por el equipo de investigación, perteneciente a la Universidad CEU San Pablo (Madrid), y en colaboración con MADISON MK, con el fin de garantizar el óptimo diseño y adecuación del cuestionario.

Realización del trabajo de campo: El trabajo de campo se realizó entre el 18 de abril y el 3 de mayo de 2022.

Error muestral: $\pm 2,2\%$ para datos globales, calculado para un nivel de confianza del 95,5%, y siendo $p=q=0,50$

Diseño muestral y estratos considerados

Se aplicó un diseño muestral aleatorio estratificado en función de la zona geográfica de residencia, sexo y grupo de edad. Las zonas geográficas consideradas para el muestreo son las ocho áreas Nielsen, en las que se agrupa Canarias con el área sur:

ÁREA GEOGRÁFICA	PROVINCIAS INCLUIDAS
Área 1 Este	Girona, Barcelona (no metropolitana), Tarragona, Lleida, Huesca, Zaragoza y Baleares
Área 2 Levante	Castellón, Valencia, Alicante, Murcia y Albacete
Área 3 Sur	Almería, Granada, Jaén, Málaga, Córdoba, Sevilla, Cádiz, Huelva, Badajoz y Canarias
Área 4 Centro	Cáceres, Toledo, Ciudad Real, Cuenca, Madrid (no metropolitana), Teruel, Soria, Segovia, Ávila, Zamora, Salamanca y Valladolid
Área 5 Noroeste	A Coruña, Pontevedra, Lugo, Asturias, Orense y León
Área 6. Norte	Norte Cantabria, Gipuzkoa, Araba, Bizkaia, Navarra, La Rioja, Burgos y Palencia
Área 7 AM de Barcelona	Municipios del área metropolitana de Barcelona
Área 8 AM de Madrid	Municipios del área metropolitana de Madrid

En cuanto a la **edad** se consideraron los siguientes grupos:

- De 18 a 30 años
- De 31 a 49 años
- De 50 a 64 años
- De 65 y más años.

En los siguientes cuadros se recoge la **distribución y características de la muestra** encuestada:

ÁREA	UNIVERSO (MILLONES PERSONAS)	DISTRIBUCIÓN UNIVERSO (%)	MUESTRA (N)	DISTRIBUCIÓN MUESTRA (%)	ERROR (*)
Área1 Este	3.481.223	9,1%	247	12,9%	6,2%
Área 2 Levante	5.556.286	14,6%	239	12,4%	6,3%
Área 3 Sur	9.137.637	23,9%	238	12,4%	6,4%
Área 4 Centro	3.068.532	8,0%	245	12,8%	6,3%
Área 5 Noroeste	3.679.813	9,6%	246	12,8%	6,2%
Área 6. Norte	3.543.120	9,3%	241	12,5%	6,3%
Área 7 AM Barcelona	4.484.115	11,7%	294	15,3%	5,7%
Área 8 AM Madrid	5.236.143	13,7%	171	8,9%	7,5%
TOTAL	38.186.869	100,0%	1.921	100,0%	2,2%

SEXO	UNIVERSO (MILLONES PERSONAS)	DISTRIBUCIÓN UNIVERSO (%)	MUESTRA (N)	DISTRIBUCIÓN MUESTRA (%)	ERROR (*)
Hombre	18.533.204	48,5%	976	50,8%	3,1%
Mujer	19.653.665	51,5%	945	49,2%	3,2%
TOTAL	38.186.869	100,0%	1.921	100,0%	2,2%

EDAD	UNIVERSO (MILLONES PERSONAS)	DISTRIBUCIÓN UNIVERSO (%)	MUESTRA (N)	DISTRIBUCIÓN MUESTRA (%)	ERROR (*)
18 a 30 años	6.193.516	16,2%	480	25,0%	4,5%
31 a 49 años	13.837.316	36,2%	599	31,2%	4,0%
50 a 64 años	9.312.710	24,4%	470	24,5%	4,5%
65 y más años	8.843.327	23,2%	372	19,4%	5,1%
TOTAL	38.186.869	100,0%	1.921	100,0%	2,2%

* Error muestral calculado para un nivel de confianza del 95,5%, y $p=q=0,50$; (1) a 1/1/2021

En relación con el **trabajo de campo**, se llevó a cabo entre el 18 de abril y el 3 de mayo de 2022. Durante el mismo, se realizaron 16.802 envíos, logrando una colaboración completa (encuesta finalizada) en el 11,4% de los casos. El trabajo de campo transcurrió sin incidencias reseñables.

Tratamiento y análisis de los datos

Una vez depurada la base de datos, los resultados se han corregido mediante ponderadores. Los ponderadores sirven para corregir la desviación de la distribución de la muestra respecto del universo. Las variables de estratificación en la ponderación han sido las mismas que se utilizaron para diseñar la muestra: edad, sexo y zona Nielsen.

La fórmula aplicada fue:

$$\text{Peso} = \frac{Nt}{ne} \times nt$$

$$Nt \quad ne$$

Donde:

Ne = población del estrato en el universo.

Nt = población total del universo.

ne = población del estrato en la muestra.

nt = población total de la muestra.

Para el análisis de los datos se utilizó el programa SPSS (25.0). Los resultados se presentan en forma de medias y distribuciones. Las diferencias entre subgrupos se han evaluado mediante la prueba *t de Student* para variables continuas y el análisis X^2 (prueba z-test para comparaciones múltiples) para variables discretas. El nivel de significación estadística que se empleó en todos los casos fue $P < 0,05$.

4. Resultados

4.1. Características de la muestra

En este apartado se describe la distribución de las encuestas por distintas variables sociodemográficas, comparándose igualmente con las características de la muestra correspondiente al año 2017.

Gráfico 1. Distribución de la población estudiada, de acuerdo a sexo, muestra total y por subgrupos de edad.

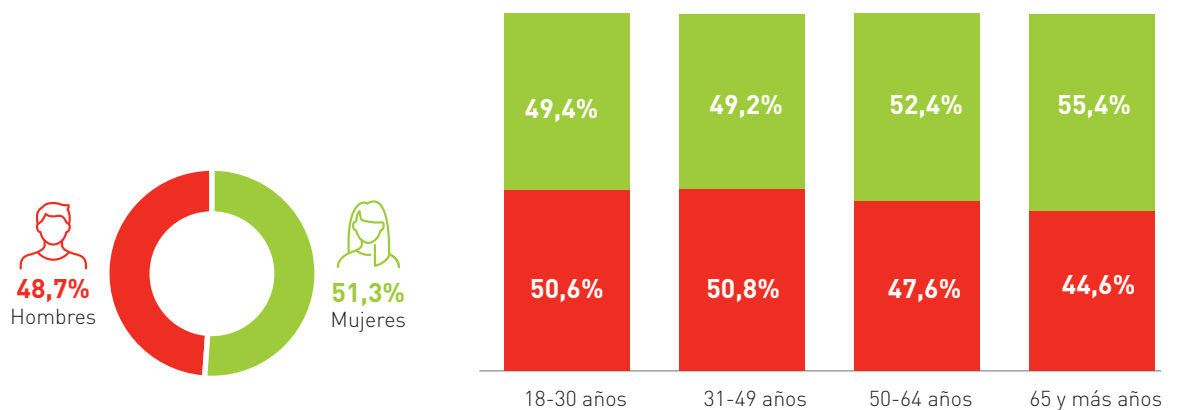
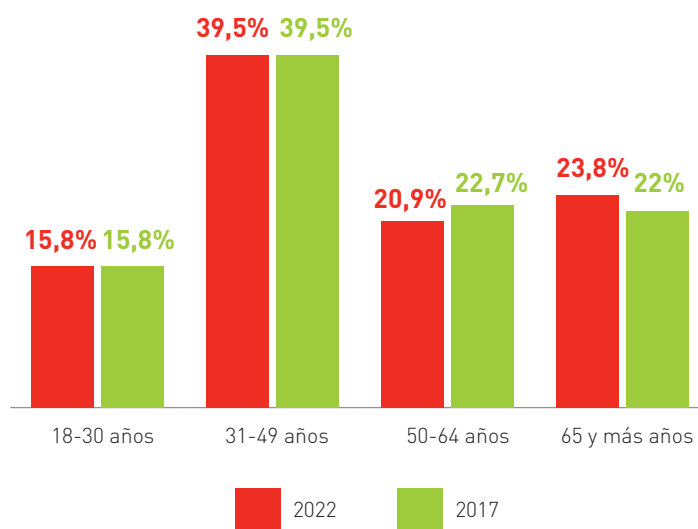


Gráfico 2. Distribución de la población estudiada, de acuerdo a los subgrupos de edad: 2017 y 2022



La población encuestada se ha distribuido según se recoge en el gráfico de la izquierda: el 15,8% tenía entre 18 y 30 años, el 39,5% tenía entre 31 y 49 años, un 23,8% más de 65 años, y un 20,9% entre 50 y 64 años

Gráfico 3. Distribución de la población estudiada, de acuerdo a la localización geográfica (áreas Nielsen)

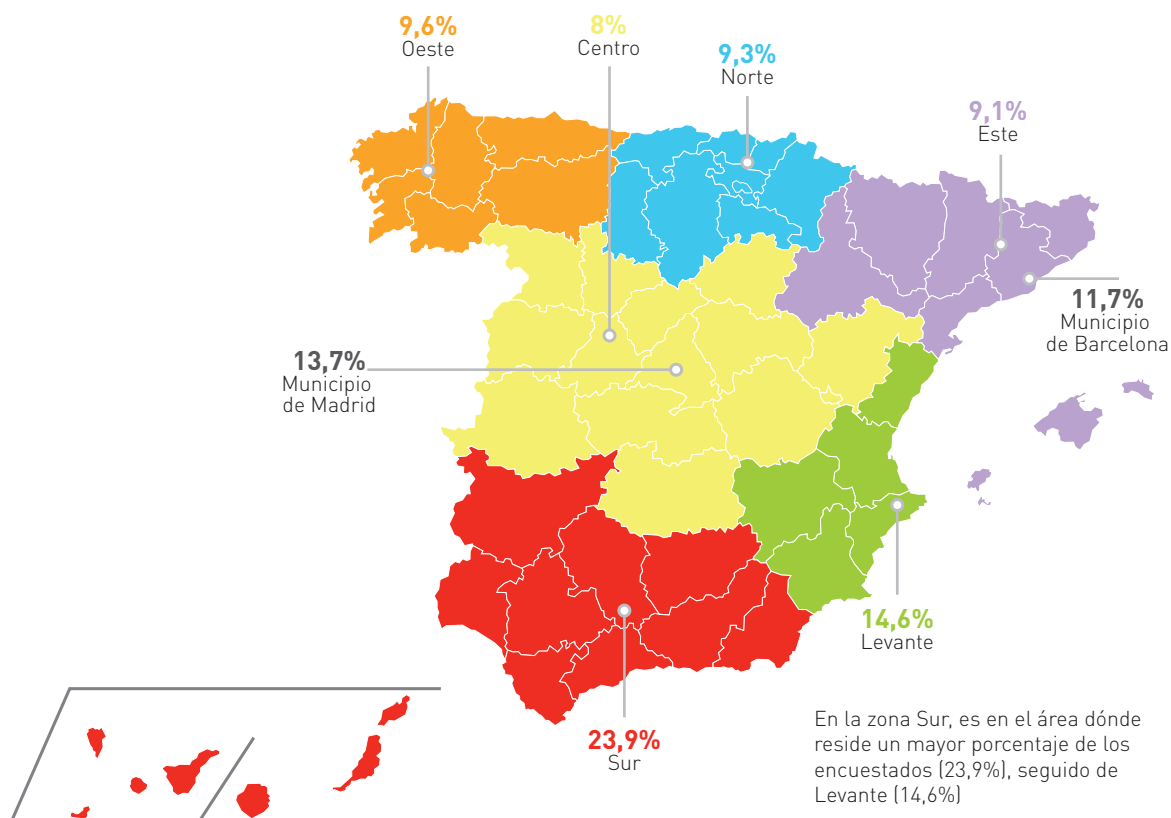


Gráfico 4. Distribución de la población estudiada, de acuerdo al tamaño de municipio y situación laboral: 2017 y 2022

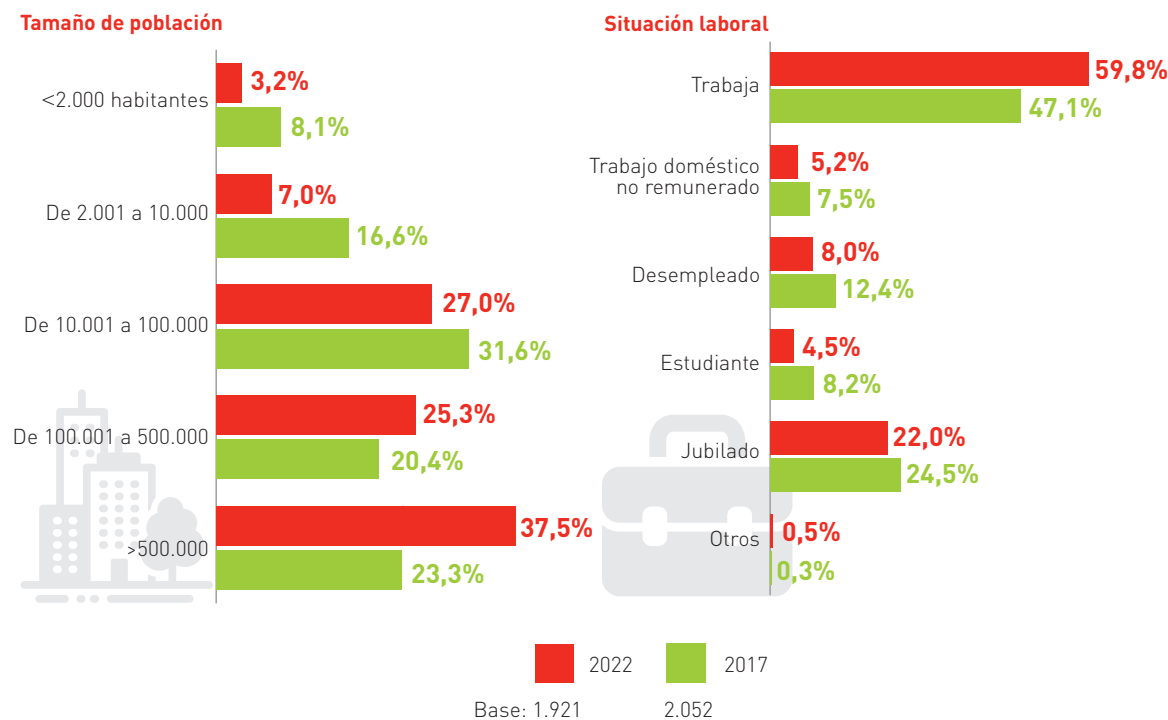


Gráfico 5. Distribución de la población estudiada, según el número de miembros por hogar y situación familiar/modo de convivencia: 2017 y 2022

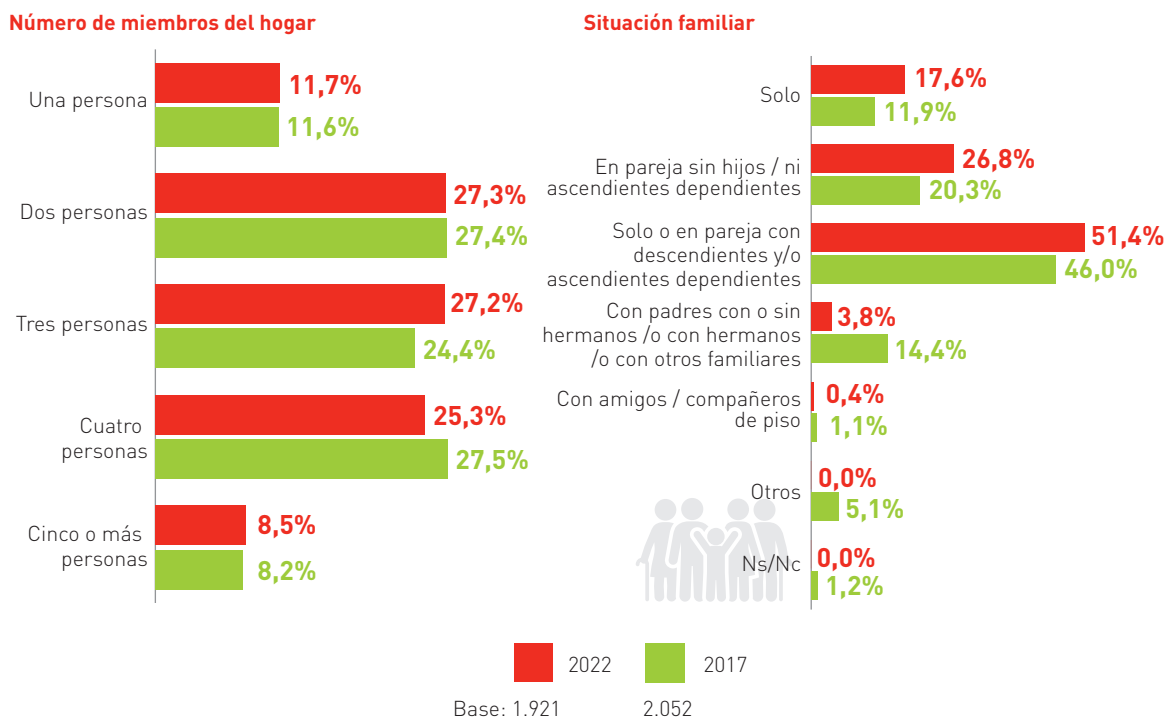


Gráfico 6. Distribución de la población estudiada, según el nivel formativo y la renta del hogar: 2017 y 2022

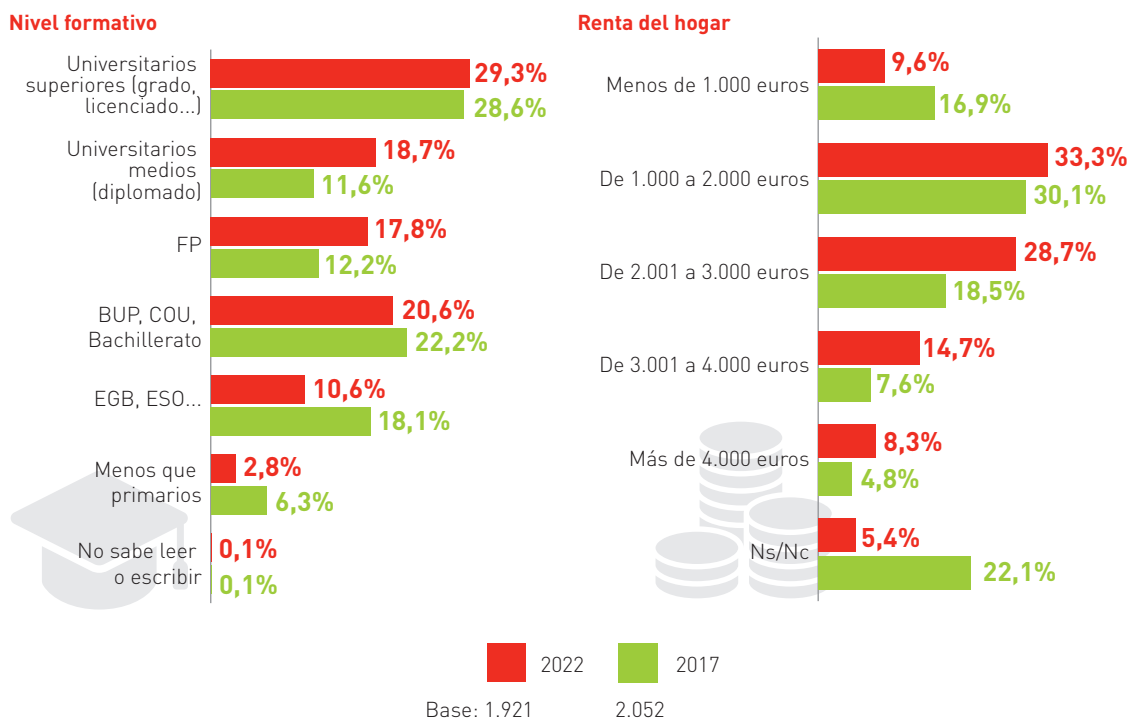
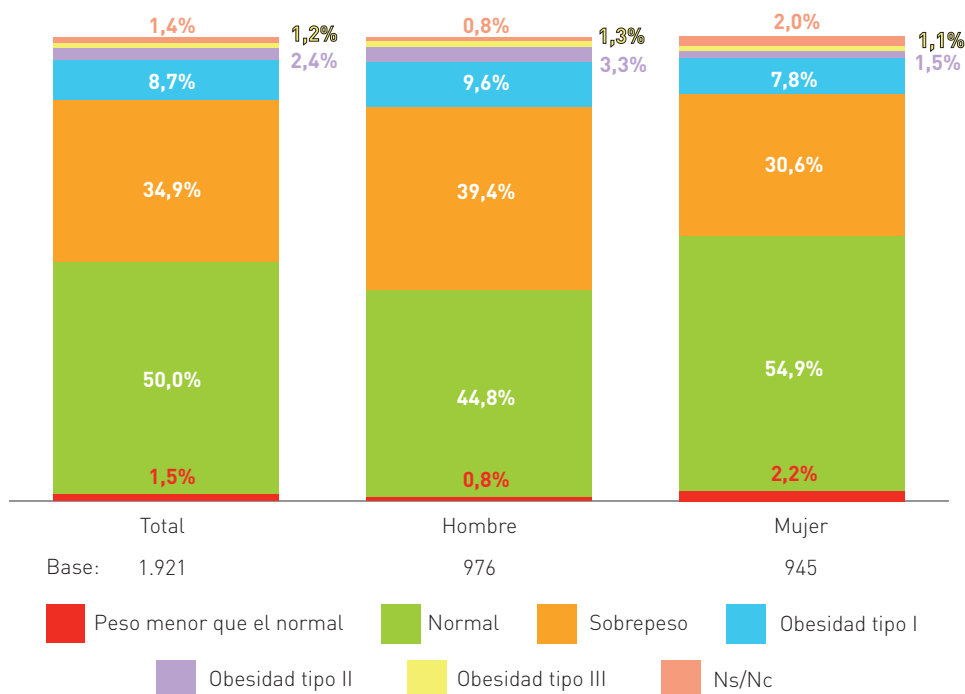


Gráfico 7. Distribución de la población estudiada, de acuerdo al Índice de Masa Corporal (IMC): muestra total y por sexo

IMC, para cada sexo. 2022



4.2. Hábitos de compra y decisión alimentaria

4.2.1. Hábitos de compra

En primer lugar, se analizaron los hábitos de compra de la población estudiada. Los resultados obtenidos muestran que no se observan diferencias, por rangos de edad, en la frecuencia de compra de alimentos frescos y no perecederos (Gráfico 8). Mayoritariamente, los alimentos frescos se compran dos o tres veces por semana en todos los grupos de edad mientras que, en el caso de los no perecederos, la compra se realiza mayoritariamente un día a la semana las personas mayores a 31 años, frente a una a tres veces por semana, en el grupo de edad de 18 a 30 años.

Los factores que más determinan la compra de productos frescos y perecederos, por rango de edad, se muestran en el gráfico 9. El factor que más influye a la hora de comprar alimentos frescos es la calidad del producto, seguido del precio y la variedad y proximidad al domicilio (47,7%, 42,6% y 35,8% de los consumidores, respectivamente). Sin embargo,

en los alimentos no perecederos, el factor que más influye a la hora de decidir el lugar de compra es el precio, seguido de disponibilidad y variedad (52,4%, 38,5% y 36,4% de los consumidores, respectivamente). Se observa que, a mayor edad, mayor influencia de la proximidad al domicilio a la hora de escoger el lugar de compra de los alimentos tanto frescos como perecederos. Además, en el caso de los alimentos frescos, se observa a mayor edad, un mayor aumento de la influencia de la variedad de alimentos mientras que, en el caso de los alimentos no perecederos, se observa un mayor impacto, en los grupos de mayor edad, de la disponibilidad de productos para la elección del lugar de compra.

Asimismo, entre el segmento de población que ha visto empeorada su situación económica de a raíz de la pandemia, se observan cambios en la decisión alimentaria (gráfico 10) entre los que destacan la mayor compra de productos de marca de distribución, la compra de productos de menor precio y la búsqueda de establecimientos de menor precio. Destaca, además, que el 14,4% de esta población ha tenido que recurrir a programas de ayuda alimentaria. Por otro lado, al analizar la influencia de la

Gráfico 8. Frecuencia de compra de productos frescos y no perecederos, de acuerdo a los grupos de edad

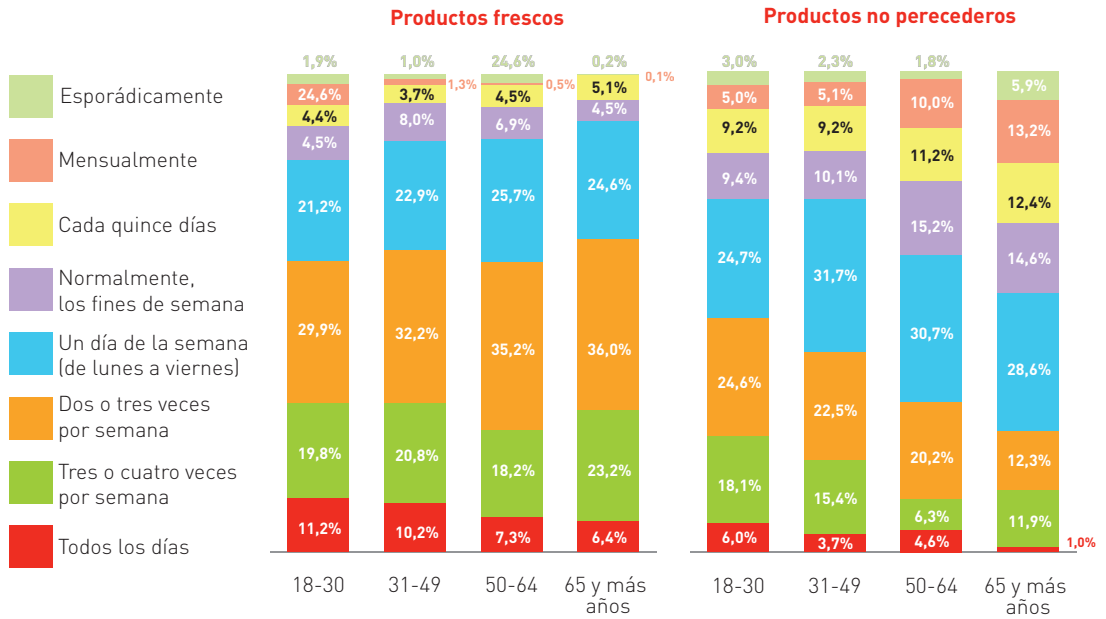


Gráfico 9. Factores que determinan la compra de alimentos frescos y alimentos no perecederos, de acuerdo al grupo de edad

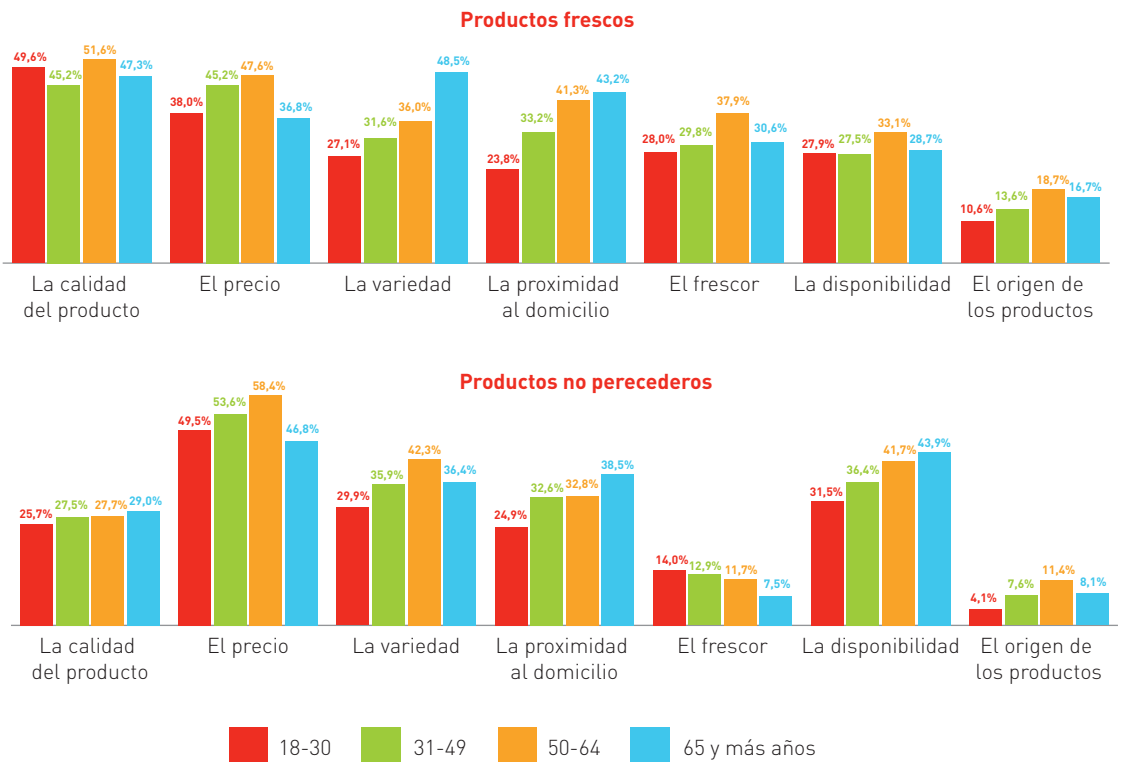


Gráfico 10. Cambios ocurridos en la decisión alimentaria: muestra de población que ha empeorado su situación económica a raíz de la pandemia



Base: 703

Nota: Solo responden quienes señalaron que su situación económica ha empeorado tras la pandemia

renta en la decisión alimentaria (gráfico 11), destaca la disminución en el consumo de carnes, pescados, frutas y verduras, especialmente en los grupos de rentas más bajas. Además, en todos los grupos de población, se observa una tendencia a comprar productos de menor precio.

Respecto al cambio en los hábitos de compra según el momento del mes en función del número de personas en el hogar (gráfico 12) y el nivel de renta del hogar (gráfico 13), cabe señalar que cuanto mayor es el número de personas que conviven en el hogar y menores son los ingresos del hogar, se observa una mayor tendencia a modificar los hábitos de compra, tanto en lo relativo a los alimentos como al lugar en donde se realiza la compra. Se observa una tendencia ligeramente mayor a cambiar los alimentos que el lugar de compra.

4.2.2. Decisión alimentaria

Se analiza a continuación la influencia del confinamiento y de la salud a la hora de llevar a cabo acciones de compra que tengan repercusiones en el estado de salud (gráfico 14). Entre los cambios de hábitos de alimentación para mejorar la salud planteados, los que más se realizaban antes de la pandemia eran la reducción de alimentos con azúcares,

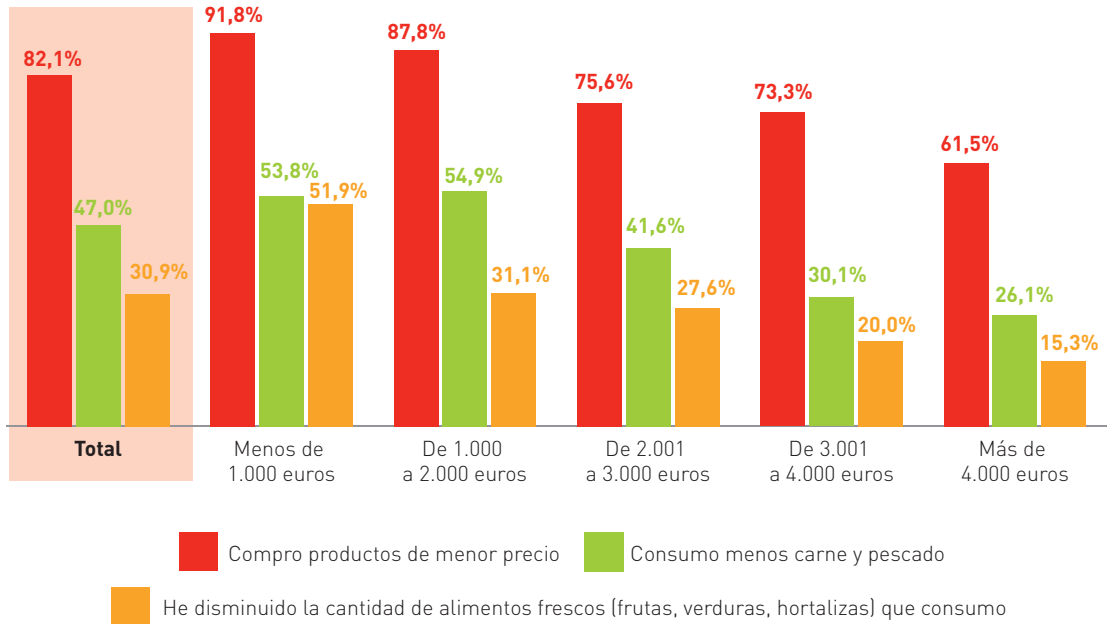
la reducción de alimentos ricos en grasas saturadas y la reducción de alimentos ultraprocesados. En la mayoría de las acciones planteadas, en torno a un 17%-20% ha comenzado a realizarlas a raíz del confinamiento, con la excepción de la reducción de la ingesta de sal/sodio y la sustitución de lácteos enteros por desnatados, donde el porcentaje es algo menor (13,2%).

En general, se observa que, a mayor edad, una mayor proporción de personas venía realizando estas acciones para mejorar su salud desde antes de comenzar la pandemia. Sin embargo, destaca que, a partir del inicio de la pandemia y el confinamiento, el porcentaje de población que se está esforzando en aplicarlas aumenta cuanto menor es la edad.

Respecto a quien o quienes influyen más en las decisiones y hábitos alimentarios por rango de edad (gráfico 15), destaca que, en los grupos de mayor edad, es mayor el porcentaje de personas que no se dejan influir por nadie (62,1%) o que, en todo caso, se dejan influir por profesionales de la salud como médico, farmacéutico o enfermera (28,0%). Sin embargo, en los grupos de menor edad, destaca la mayor influencia de la familia (55,5%), los amigos (34,7%), las redes sociales, *bloggers* o *influencers* (8,6%), así como de otros profesionales como entrenador, esteticista o coach (7,7%).

Paradójicamente, la figura del dietista-nutricionista tiene una relevancia moderada, bastante más marcada entre los más jóvenes, y mucho menor impacto en los segmentos de más edad.

Gráfico 11. Cambios ocurridos en los hábitos de compra, de acuerdo al nivel de renta del hogar



Nota: Solo responden quienes señalaron que su situación económica ha empeorado tras la pandemia

Gráfico 12. Cambios ocurridos en los hábitos y lugar de compra, de acuerdo al número de personas que forman parte del hogar

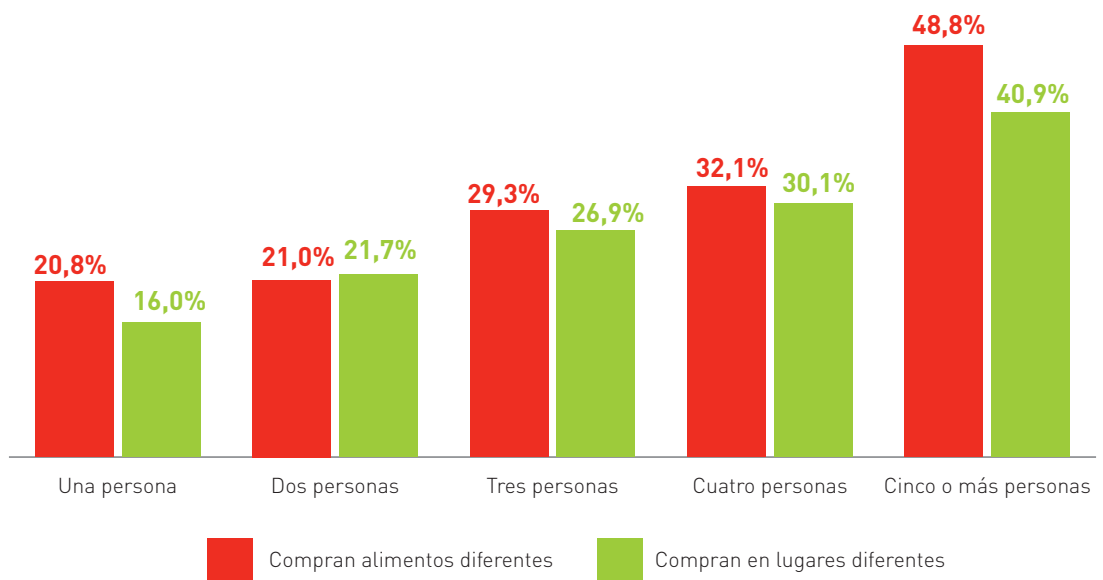


Gráfico 13. Cambios ocurridos en los hábitos y lugar de compra, de acuerdo al nivel de renta del hogar

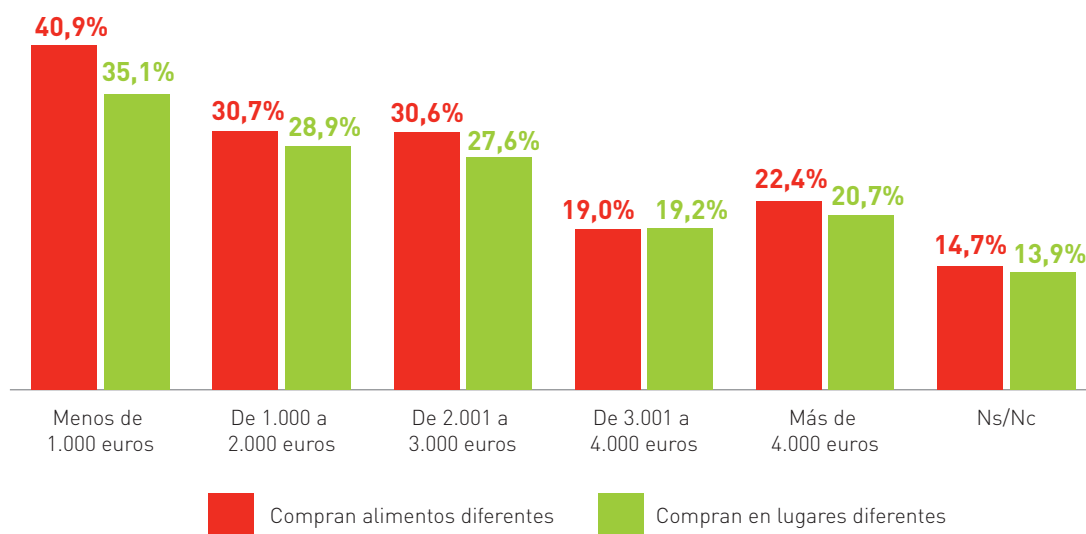


Gráfico 14. Decisiones en los hábitos alimentarios, de acuerdo a los grupos de edad

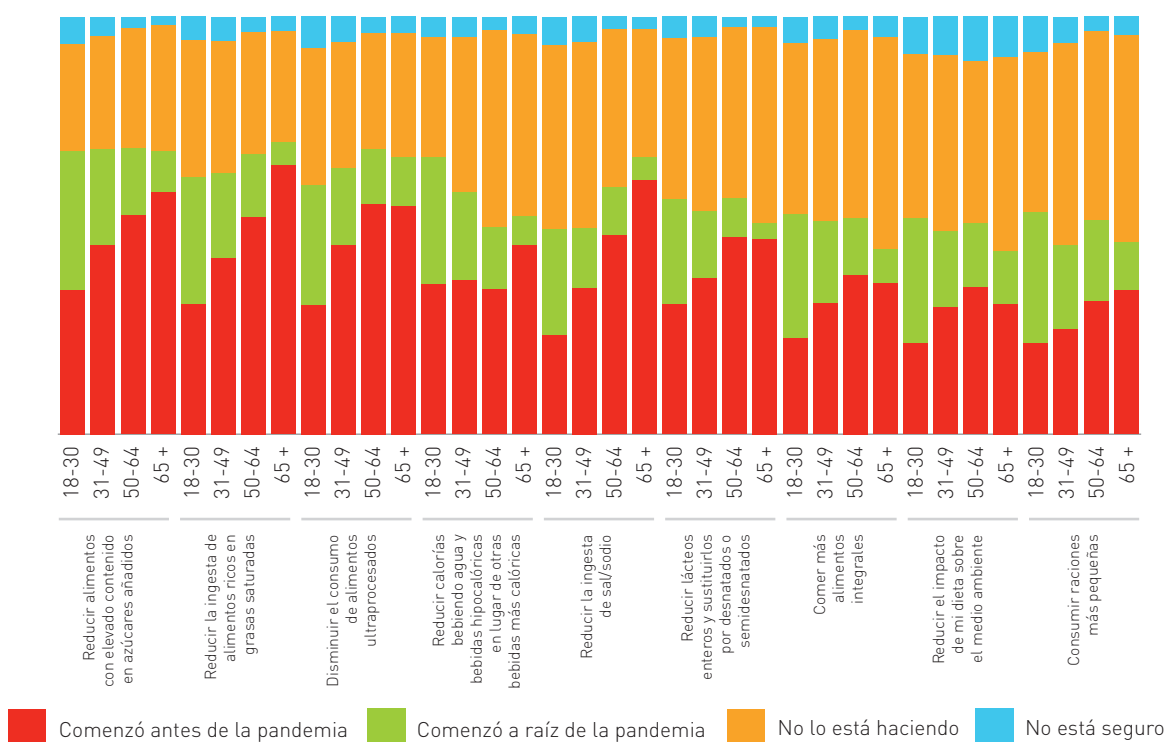
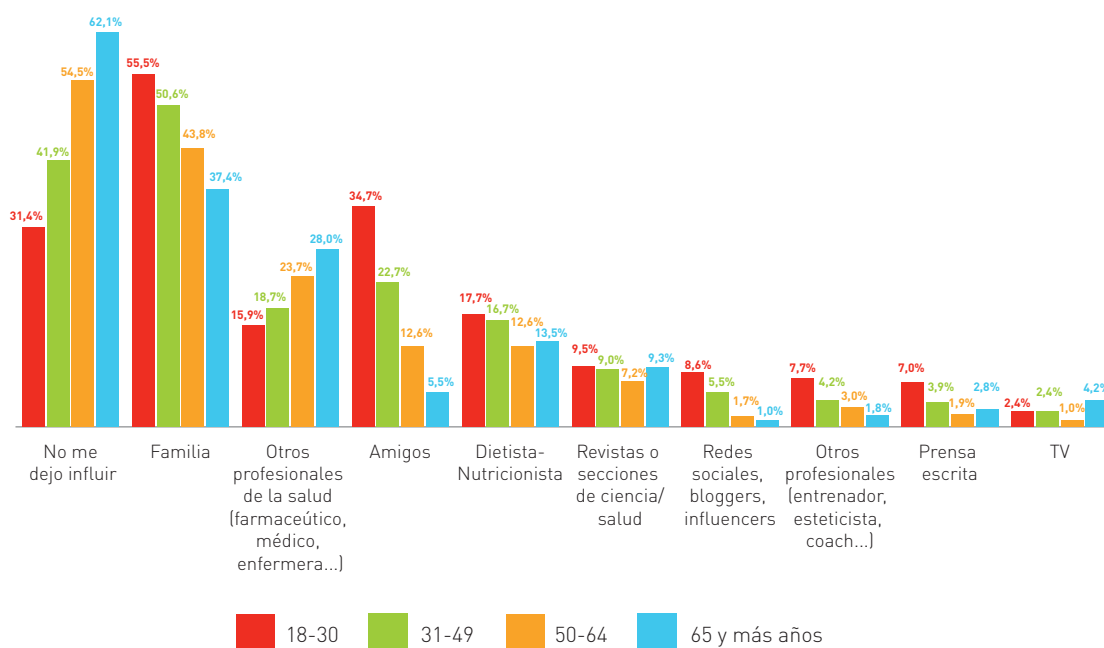


Gráfico 15. Influencia en las decisiones y hábitos alimentarios, según grupo de edad



4.3. Preparación de los alimentos

Los resultados del estudio muestran que en el año 2022 se ha incrementado el porcentaje de personas que cocinan, de modo que 9 de cada 10 personas tienen la responsabilidad de cocinar, ya sea de forma exclusiva o compartida. Las mujeres (73,7%) se encargan en exclusiva de la elaboración de la comida en el hogar en mayor medida que los hombres (36,8%) (gráfico 16), y con diferencias modestas en relación a los grupos de edad (gráfico 17). En cuanto a la auto-percepción de la capacidad de cocinar, la valoración media es 6,91 (gráfico 18). Respecto al gusto por cocinar, la puntuación media es de 6,55; y el 72,3% lo valora con 6 o más. En 2017 el promedio era 6,94 y en 2015, 6,95. A la hora de cocinar, se tienen en cuenta los gustos de las personas con las que se convive, cada vez más la salud, y finalmente los propios gustos, siendo las preparaciones más aceptadas la plancha, cocción y horno. Por último, la media de tiempo dedicada a cocinar es de 7,22 horas semanales.

4.3.1. Responsabilidad y conocimientos sobre cocina

Nueve de cada diez personas refieren tener la responsabilidad en la elaboración de la comida, ya sea en exclusiva o de forma compartida. Por sexo, el 73,7% de las mujeres son las encargadas de preparar

la comida en exclusiva, frente al 36,8% de los hombres (gráfico 16). Se ha incrementado el porcentaje de hombres que se encargan por completo de dicha responsabilidad (en 2017 eran un 33,4%), pero también el de mujeres (en 2017 eran un 67,4%), lo cual implica que se comparten menos las responsabilidades, en este sentido, en lo que podría considerarse una cierta tendencia a una polarización en el reparto de tareas. La mayor implicación de las mujeres en esta actividad reproduce el mismo patrón observado en los estudios anteriores en España, realizados en 2015 y 2017, e igualmente es un comportamiento habitual fuera de España, como se ha observado en estudios realizados en otros países, tanto del ámbito mediterráneo como en culturas anglosajonas o asiáticas.

Por grupos de edad, siguen siendo los adultos de edades comprendidas entre los 31 y los 64 años los que se ocupan en mayor porcentaje de cocinar (gráfico 17). No obstante, es muy interesante un cambio detectado en el grupo de edad de 18 a 30 años, ya que en 2017 sólo un 23,6% de los jóvenes referían responsabilizarse de la elaboración de la comida, y en 2022 dicho porcentaje es un 48%. Este resultado es sumamente esperanzador, ya que permite hipotetizar que, al menos, si más jóvenes se ocupan de cocinar, puede haber un mayor mantenimiento del conocimiento de las preparaciones culinarias que

Gráfico 16. Porcentaje de población encargada de la elaboración de la comida en el hogar, según sexo

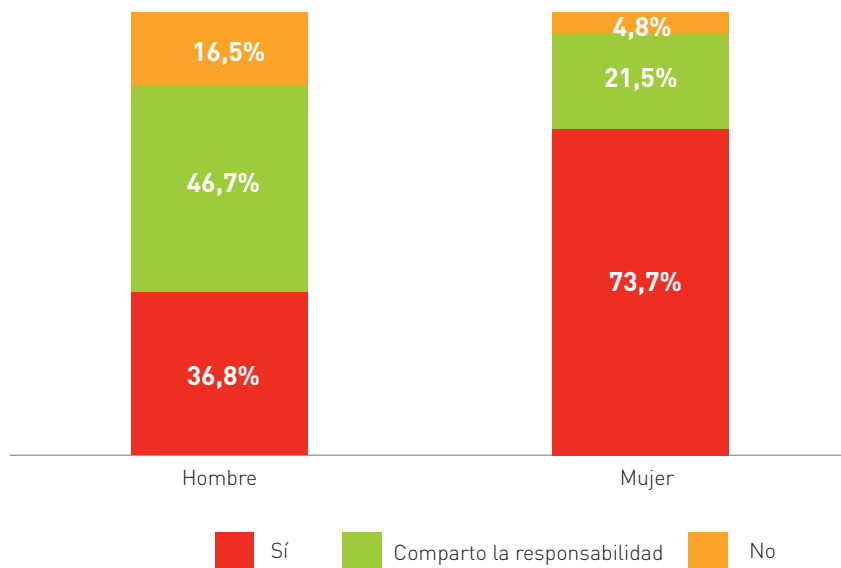
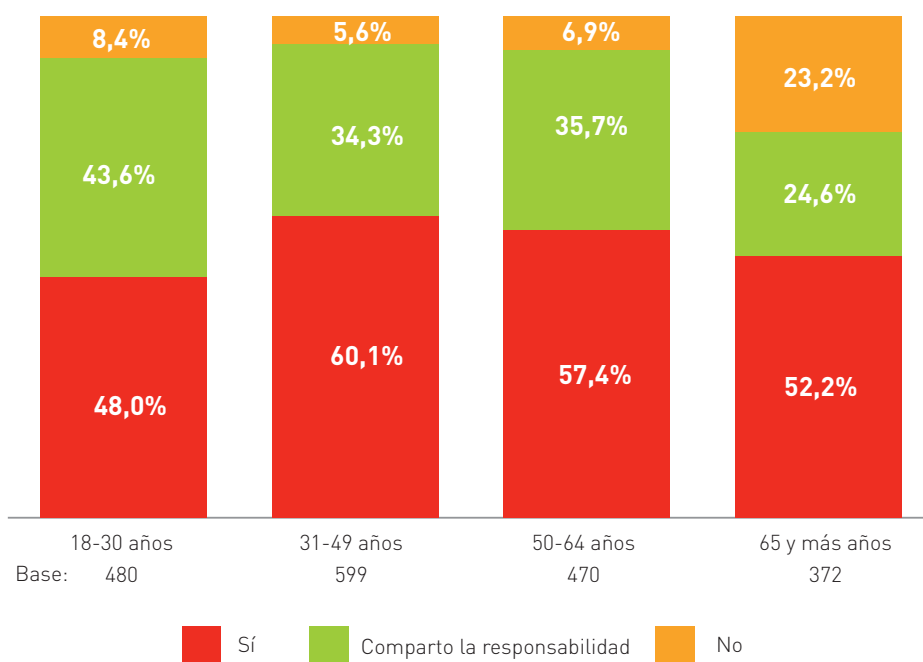


Gráfico 17. Porcentaje de población encargada de la elaboración de la comida en el hogar, según edad



forman parte del patrimonio gastronómico tanto del presente como más tradicional, en España.

En cuanto a la propia capacidad declarada para cocinar, las mujeres refieren tener una mayor capacidad (7,29) frente a los hombres (6,45) (gráfico 18). Este resultado es similar al encontrado en los estudios anteriores, por lo que no se detecta ningún cambio considerable.

Asimismo, y en la misma línea de los resultados anteriores, según los grupos de edad, son las personas más jóvenes las que declaran tener una menor capacidad de cocinar (gráfico 19).

En cuanto al grado de satisfacción que produce cocinar, en este caso los hombres refieren una puntuación ligeramente superior a la descrita por las mujeres (6,61 vs 6,5, gráfico 20).

Gráfico 18. Capacidad auto declarada para cocinar, según sexo

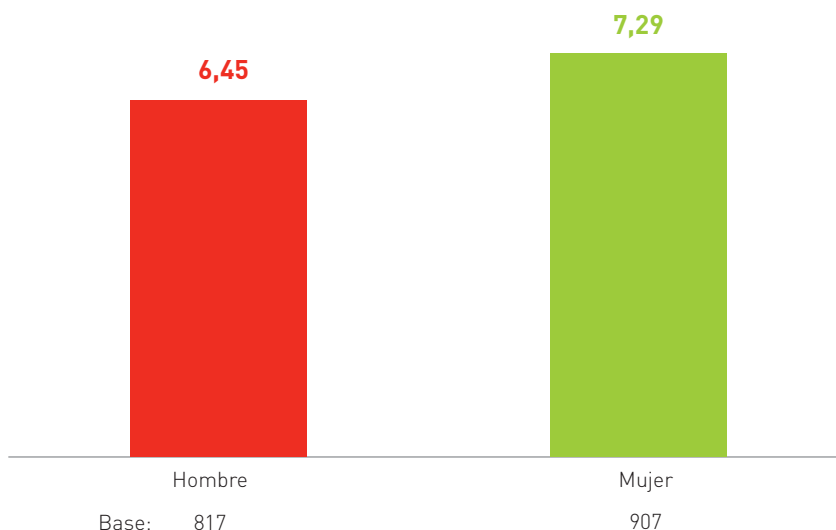
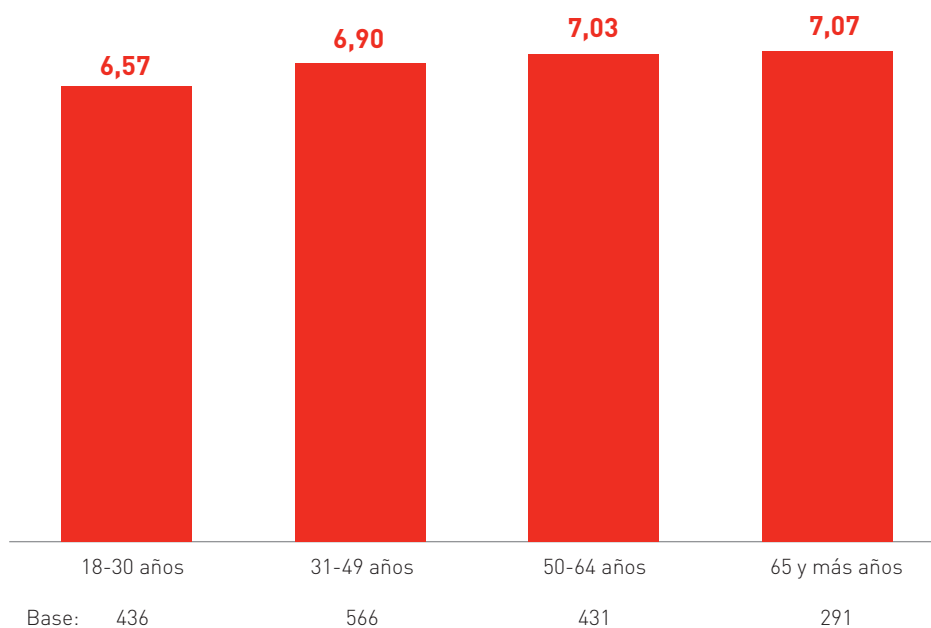


Gráfico 19. Capacidad auto declarada para cocinar, según edad



También los más jóvenes (18-30 años), que son los que menos cocinan y menos capacidades indican tener para ello, refieren puntuaciones elevadas en este sentido y muy similares de hecho a las referidas en general por los hombres (gráfico 21). Podría hipotetizarse, tanto para los hombres como para la población más joven que, al no desempeñar esta actividad de forma repetitiva, la encuentran más satisfactoria, cuando la llevan a cabo; quizá porque

cuando cocinan lo hacen como parte de sus actividades de ocio, durante los fines de semana, tiempo libre u otras circunstancias más placenteras, no consideradas como tareas diarias rutinarias.

En el gráfico 22 se muestra la evolución recogida en los estudios realizados en los años 2015, 2017, y en el presente 2022, en cuanto a este parámetro de nivel o grado de satisfacción. Pese a que, como

Gráfico 20. Grado de satisfacción que produce cocinar, según sexo

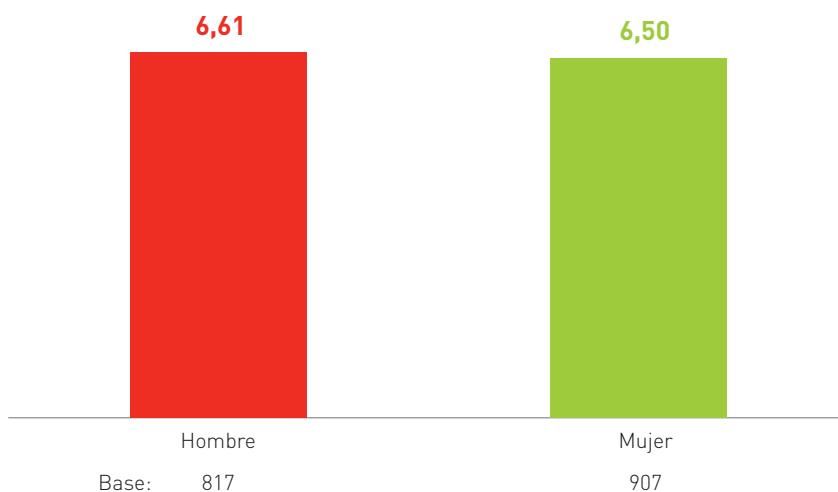
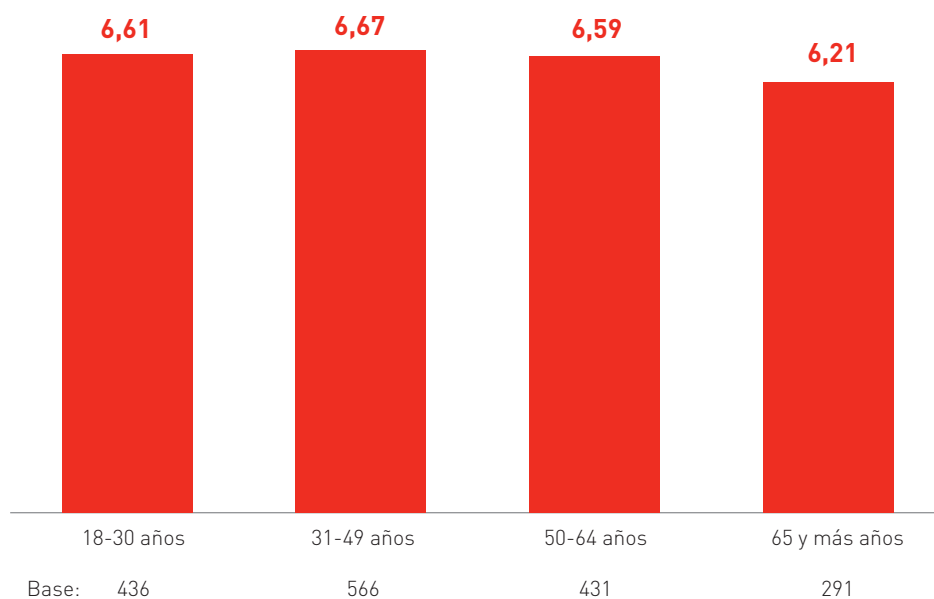


Gráfico 21. Grado de satisfacción que produce cocinar, según edad

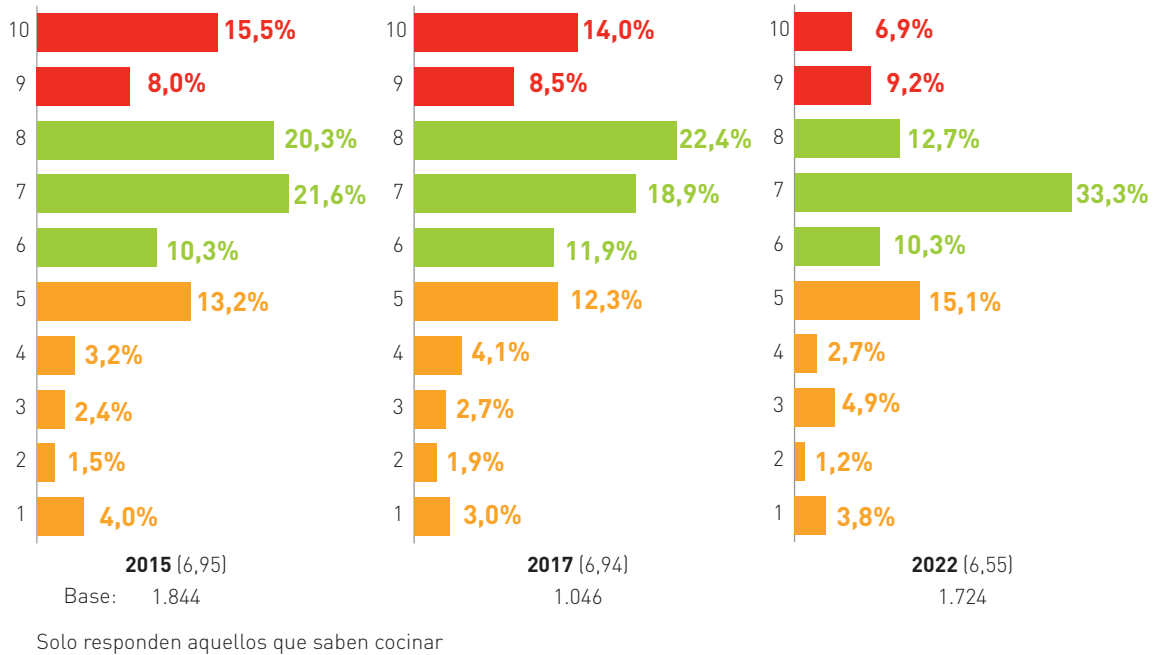


se ha comentado más arriba, cada vez hay más personas que cocinan (o precisamente quizá por ello), hay una ligera reducción en el valor medio de la puntuación concedida al gusto por cocinar. En cambio, es destacable que cada vez hay un porcentaje mayor de personas que califican con una puntuación notable, de 7, el nivel de satisfacción que les produce cocinar.

4.3.2. Organización de las comidas

La mayoría de las personas que cocinan tienen en cuenta los gustos de las personas con las que conviven, como criterio prioritario para organizar las preparaciones culinarias; en segundo lugar, se refieren los gustos propios y la salud (gráfico 23). Respecto a estudios anteriores, es

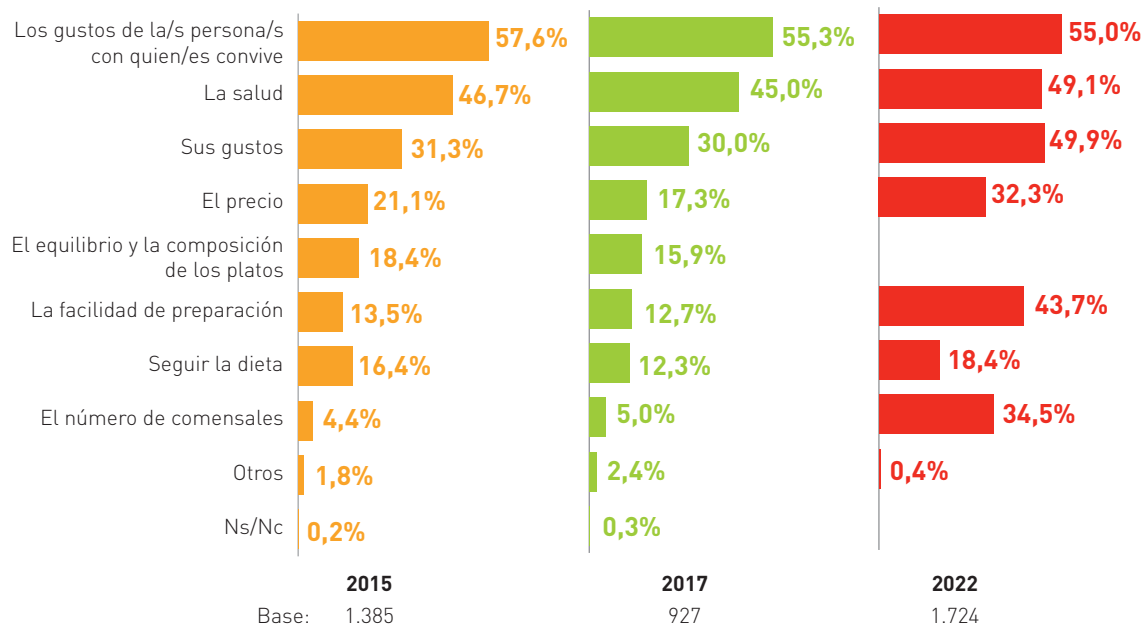
Gráfico 22. Evolución del grado de satisfacción que produce cocinar, en población general, desde 2015.



de destacar que ha aumentado el porcentaje de personas que indica como criterio prioritario la salud y sus gustos. Tanto hombres como mujeres se preocupan en primer lugar por los gustos de las personas con quienes conviven, y en segundo lugar de la salud, a la hora de organizar las comidas. No obstante, las mujeres que cocinan se preocupan, más que los hombres, por los gustos de las personas con las que conviven, así como por la salud y por la facilidad de preparación. Las diferencias son estadísticamente significativas (gráfico 24).

La salud también es un criterio prioritario para las personas de mayor edad (tabla 1). Los colectivos que más tienen en cuenta los gustos de las personas con quienes conviven son las personas de entre 50 y 64 años. Es interesante destacar que los jóvenes son el grupo de población que consideran el precio en mayor medida, a la hora de organizar sus comidas, con respecto a los otros grupos de edad. Se intuye que las elevadas cifras de paro juvenil en España y los salarios al inicio de las distintas trayectorias profesionales pueden ser factores que influyan en este sentido, entre otros.

Gráfico 23. Evolución de los criterios para la organización de las comidas desde 2015



Nota: Solo responden aquellos que son responsables de toda o la mitad de la elaboración de la comida en el hogar.
 Nota: Pregunta de respuesta múltiple. La suma de las respuestas no es 100%.

Gráfico 24. Criterios actuales para la organización de las comidas según sexo

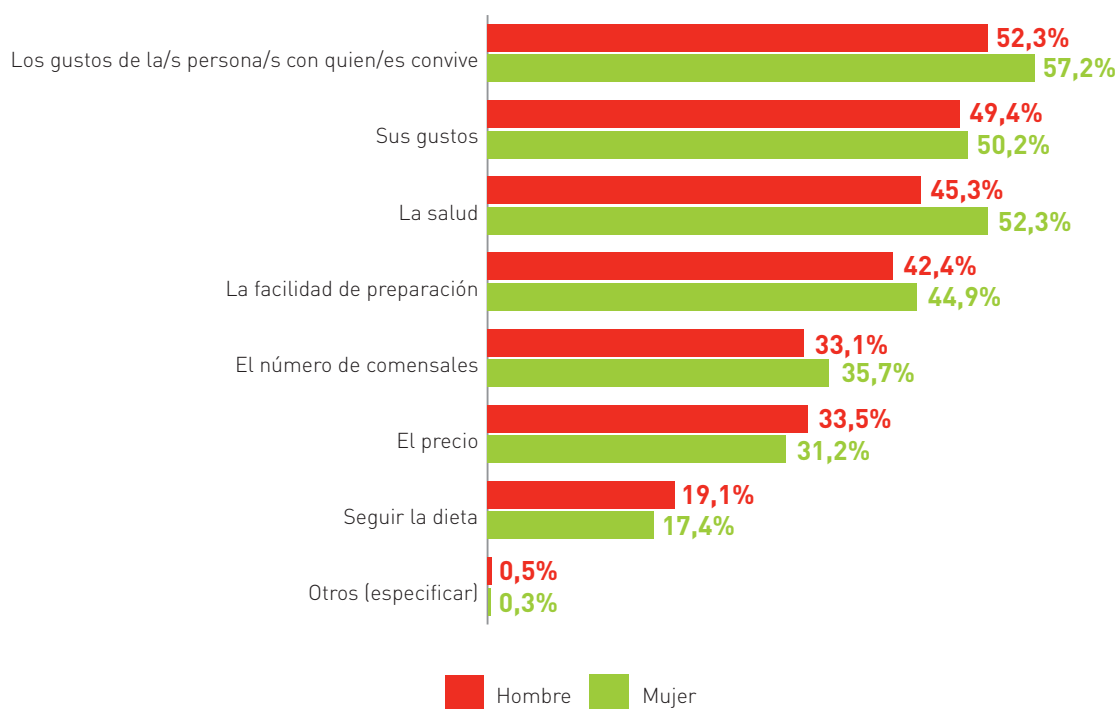


Tabla 1. Criterios actuales para la organización de las comidas según edad

	18-30	31-49	50-64	65 Y MÁS AÑOS
Los gustos de la/s persona/s con quien/es convive	44,0%	51,4%	66,1%	59,1%
Sus gustos	48,2%	49,1%	49,4%	53,1%
La salud	45,2%	46,7%	48,2%	58,0%
La facilidad de preparación	32,9%	44,0%	48,1%	47,1%
El número de comensales	22,7%	32,5%	40,3%	41,7%
El precio	37,9%	32,0%	29,7%	31,0%
Seguir la dieta	20,2%	20,4%	17,4%	13,9%
Otros	0,8%	0,5%	0,1%	0,2%
Total	251,9%	276,8%	299,5%	304,0%
Base	436	566	431	291

Nota: Pregunta de respuesta múltiple. La suma de las respuestas no es 100%.

A medida que es mayor el nivel de ingresos económicos o renta del hogar (tabla 2), hay dos criterios que se hacen más importantes; la salud y los gustos de las personas con las que se convive. La facilidad de preparación es un criterio o denominador

común, sean cuales sean los niveles de ingresos. Por otra parte, el número de comensales, así como la fidelidad a seguir la dieta, parecen ser criterios más considerados entre los grupos de personas con rentas más elevadas.

Tabla 2. Criterios actuales para la organización de las comidas según el nivel de ingresos

	RENTA DEL HOGAR					
	MENOS DE 1.000 EUROS	DE 1.000 A 2.000 EUROS	DE 2.001 A 3.000 EUROS	DE 3.001 A 4.000 EUROS	MÁS DE 4.000 EUROS	NS/NC
Los gustos de la/s persona/s con quien/es convive	44,7%	47,6%	62,1%	61,7%	66,3%	47,7%
Sus gustos	48,2%	54,0%	50,5%	43,8%	48,8%	41,0%
La salud	35,9%	43,4%	50,5%	58,7%	60,0%	60,6%
La facilidad de preparación	45,8%	47,0%	41,1%	42,9%	44,6%	35,0%
El número de comensales	22,5%	35,0%	31,7%	41,9%	50,9%	25,2%
El precio	35,3%	42,4%	24,6%	25,6%	33,6%	20,2%
Seguir la dieta	12,2%	17,7%	19,7%	21,3%	23,5%	12,1%
Otros	0,2%	0,3%	0,4%	1,3%	0,0%	0,0%
Total	244,8%	287,2%	280,5%	297,3%	327,8%	241,6%
Base	164	576	502	250	135	97

Nota: Solo responden aquellos que son responsables de toda o la mitad de la elaboración de la comida en el hogar.

Nota: Pregunta de respuesta múltiple. La suma de las respuestas no es 100%.

De manera interesante, el Índice de Masa Corporal (IMC), también parece influir en las decisiones a la hora de organizar las comidas; a medida que el IMC es más elevado, un mayor porcentaje de personas se preocupa de los gustos de las personas con las que convive, y es menor el porcentaje de los que priorizan la "salud" (tabla 3). Las personas con un peso inferior al normal priorizan aspectos como sus propios gustos y el precio de los alimentos.

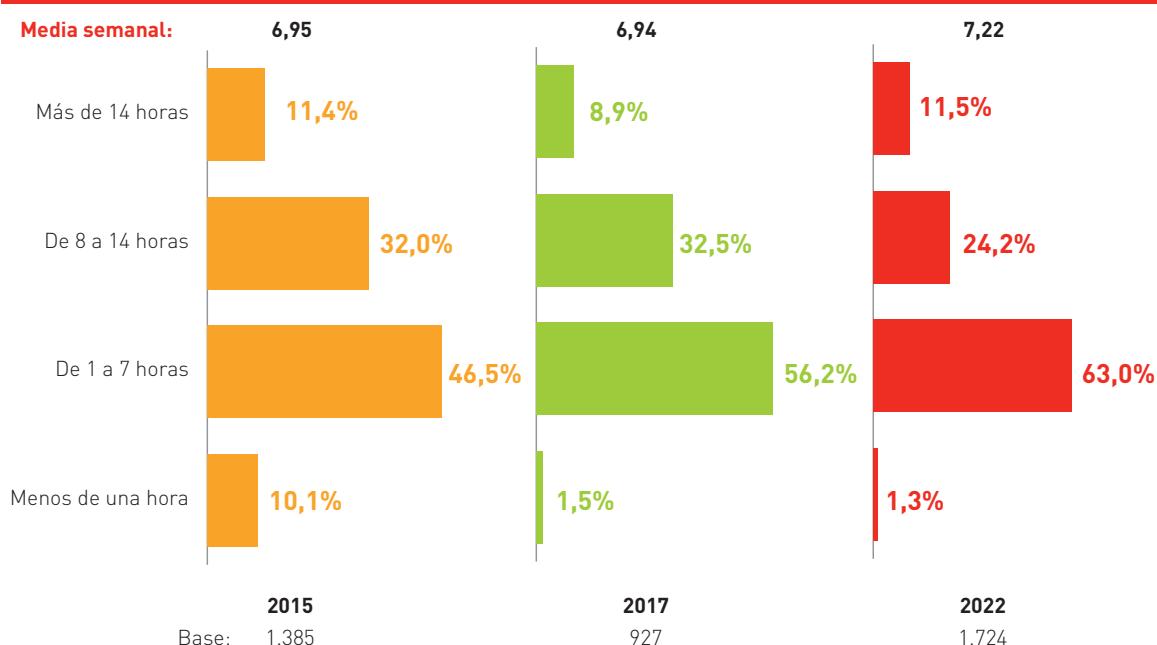
En cuanto al tiempo dedicado a cocinar en la actualidad, la media de tiempo a la semana es 7,22 horas. Respecto a años anteriores, en general, ha aumentado el tiempo destinado a cocinar; en concreto, ha aumentado el porcentaje de personas que dedican de 1 a 7 horas. En cambio, ha disminuido el porcentaje de personas que invierten más de 8 horas (gráfico 25).

Tabla 3. Criterios actuales para la organización de las comidas según el índice de masa corporal (IMC)

	IMC			
	PESO MENOR QUE EL NORMAL	NORMAL	SOBREPESO	OBESIDAD
Los gustos de la/s persona/s con quien/es convive	41,6%	54,7%	54,6%	59,0%
Sus gustos	55,9%	48,3%	53,4%	48,8%
La salud	44,2%	51,3%	50,4%	38,8%
La facilidad de preparación	35,2%	40,0%	46,6%	53,1%
El número de comensales	38,1%	34,8%	34,6%	34,8%
El precio	48,8%	32,5%	30,5%	32,6%
Seguir la dieta	12,4%	17,6%	17,9%	22,6%
Otros	0,0%	0,6%	0,0%	0,9%
Total	276,2%	279,8%	288,1%	290,7%
Base	31	907	541	220

Nota: Pregunta de respuesta múltiple. La suma de las respuestas no es 100%.

Gráfico 25. Evolución del tiempo dedicado a cocinar por semana, entre las personas que saben cocinar y son responsables de todo o la mayoría de las actividades relacionadas



Nota: Solo responden aquellos que son responsables de toda o la mitad de la elaboración de la comida en el hogar.

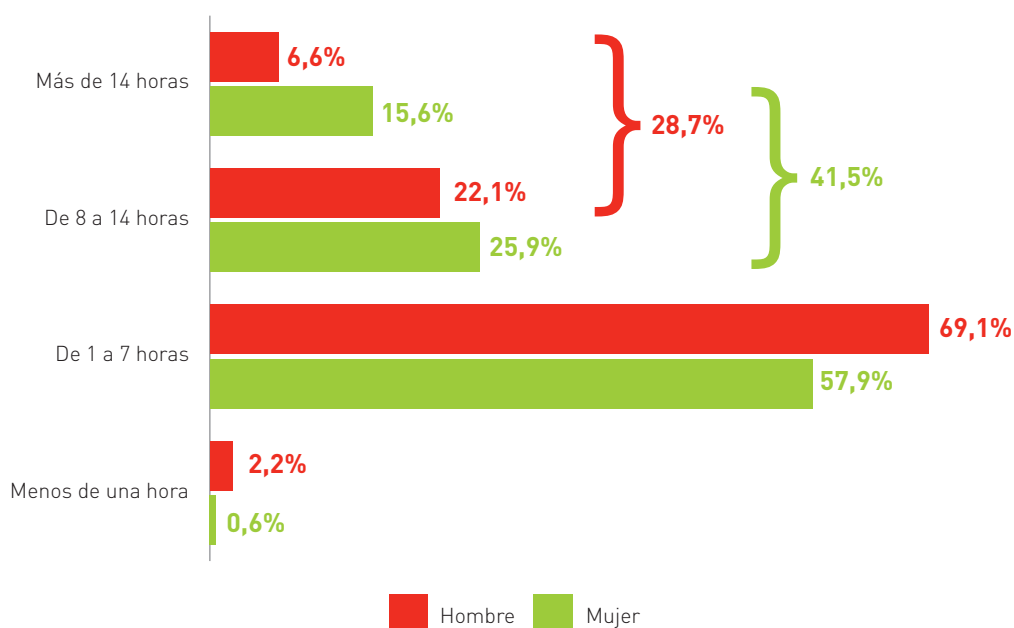
De forma coherente con todos los resultados mostrados en los apartados anteriores, son las mujeres las que más tiempo dedican a cocinar (7,9h vs 6,3horas, los hombres, gráfico 26). Además, un considerable porcentaje de mujeres (41,5%) dedica 8 o más horas semanales a cocinar, igualmente superior frente al porcentaje de hombres que dedican este tiempo (28,7%).

Con relación a las preparaciones y técnicas culinarias más empleadas/aceptadas, de forma general, las que más gustan son las preparaciones a la plancha, la cocción o el horno (gráfica 27), tanto en hombres como en mujeres, si bien los hombres recurren a la fritura en mayor proporción que las mujeres (gráfico 28). La Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN), perteneciente al Ministerio de Consumo, recuerda específicamente, en sus recomendaciones más recientes (diciembre 2022) que cocinar al vapor mantiene en gran medida el valor nutricional de los alimentos. Los datos del presente estudio no reflejan que sea una técnica mayoritaria entre la población española, en la actualidad; no obstante, tanto las preparaciones a la plancha, como la cocción y el empleo del horno tradicional o el microondas, son técnicas que, además de ser conocidas, habituales, accesibles y fáciles para la mayor parte de la población,

permiten mantener un importante valor nutricional de los alimentos y proporcionan a las recetas una palatabilidad y variedad que son fundamentales para el mantenimiento de una dieta variada, saludable y sostenible. Sería interesante combinar un mayor empleo de las técnicas al vapor junto con las otras habituales, siguiendo asimismo las recomendaciones de los distintos organismos competentes tanto públicos como privados del ámbito de la Dietética y la Nutrición.

Por otra parte, la preparación a la plancha es la más común entre todos los grupos de edad, salvo para las personas de más de 50 años, para quienes la cocción comienza a ser la forma más habitual de cocinar, y a partir de esa edad cobra más importancia (gráfico 29). Recuérdese que, a medida que las personas se hacen mayores, son también mayores las dificultades de masticación (pérdida de piezas bucales, problemas con la dentadura, encías, etc). Este hecho, unido a la menor producción de saliva (xerostomía) por efecto igualmente de la edad, hace que se deseen preparaciones culinarias de texturas más blandas y jugosas, como las que proporciona la cocción tradicional. Estos cambios fisiológicos debidos a la edad son, sin duda, una razón importante que justificaría el mayor uso de la cocción, a medida que aumenta la edad.

Gráfico 26. Tiempo dedicado a cocinar por semana, entre las personas que saben cocinar y son responsables de todo o la mayoría de las actividades relacionadas, según sexo



Base: 817 hombres; 907 mujeres.

Nota: Solo responden aquellos que son responsables de toda o la mitad de la elaboración de la comida en el hogar.

Gráfico 27. Preparaciones culinarias mejor aceptadas en los hogares

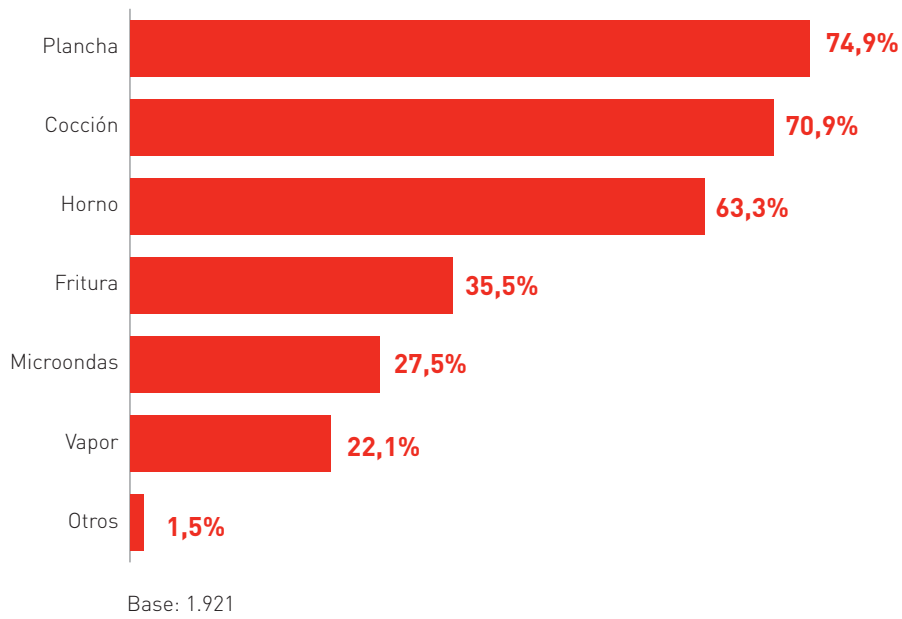


Gráfico 28. Preparaciones culinarias mejor aceptadas en los hogares, según sexo

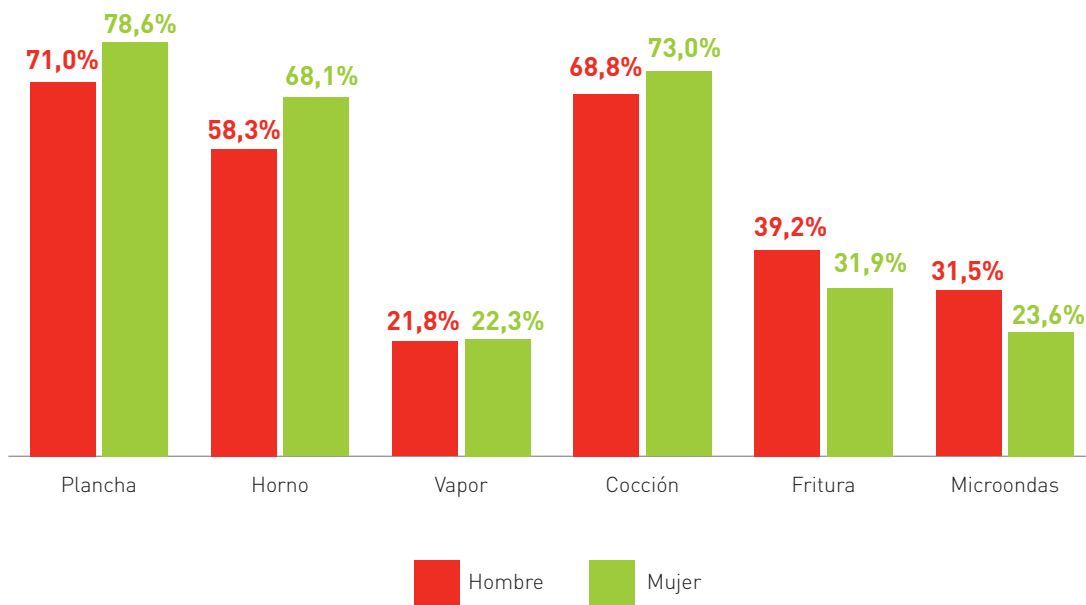
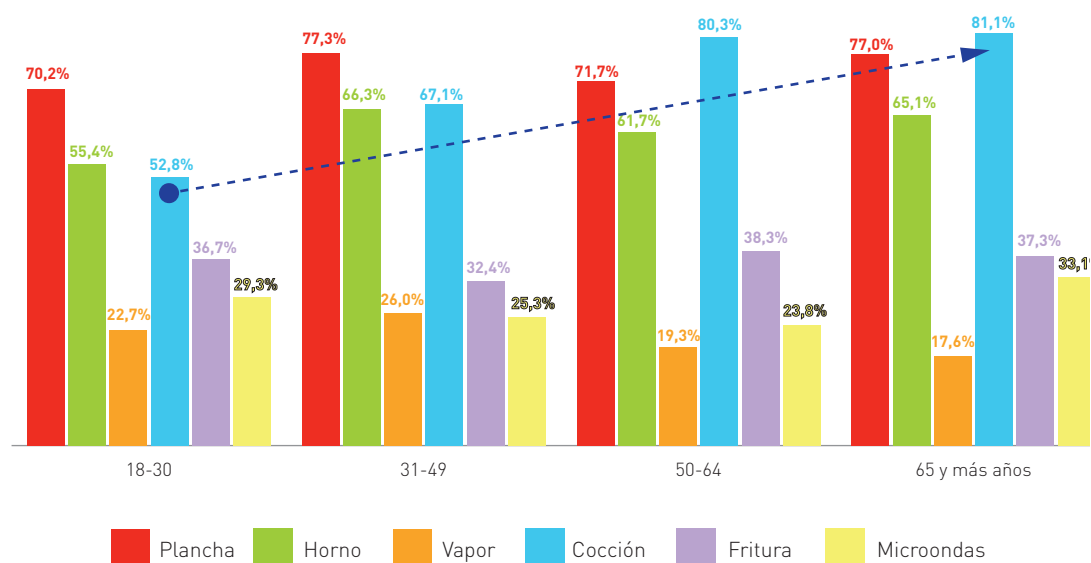


Gráfico 29. Preparaciones culinarias mejor aceptadas en los hogares, según edad



4.4. Sociología alimentaria

En este apartado se analiza la estructura sobre la que la sociedad española organiza su alimentación cotidiana. El análisis se centra en tres áreas concretas: ritmos alimentarios, lugar donde se realizan las comidas y sociabilidad alimentaria.

4.4.1. Ritmos alimentarios

Con relación a los ritmos alimentarios, la mayoría de la población realiza tres o más comidas al día: el 91,3% en los días festivos o de descanso y el 91,7% en los días de diario o laborables. Sin embargo, tan solo el 19,5% de la población realiza las cinco comidas al día recomendadas en días laborables y el 23,2% lo hace en días festivos (Gráfico 30). El 44,0% de la población realiza las tres comidas principales del día: desayuno, comida y cena, a diario y un 5% más lo hace en días de descanso. En menor medida se realizan comidas a media mañana y merienda (37% y 47,5% de la población, respectivamente) (Gráfico 31). Las mujeres suelen realizar la comida

de media mañana y la merienda con mayor frecuencia que los hombres, tanto en días de diario como de descanso, de manera que más mujeres que hombres realizan cuatro o cinco comidas al día (un 20% a diario y un 30% más en días de descanso). En cuanto a la edad, los mayores de 65 años son los que con mayor frecuencia realizan las tres comidas principales del día (97,3%, 98,9% y 96,7% desayuno, comida y cena, respectivamente) y los de 18 a 30 años los que con menor frecuencia desayunan (85,4%) pero, a su vez, los que con mayor frecuencia meriendan (51,9%). La proporción de personas de 18 a 30 años que desayunan en fin de semana es todavía menor (82,8%).

En días de diario o laborables, los españoles dedican 1,4 horas a las tres comidas principales y 1,9 horas a comer cuando hacen cinco comidas diarias, a lo que se les suma entre 15 y 20 minutos más los días festivos o de descanso. En las comidas principales, comida y cena, dedican de media más de media hora y en el desayuno entorno a los 15 minutos. A la media mañana y la merienda se les dedica un poco menos de 15 minutos (Tabla 4).

Gráfico 30. Distribución de la población en función del número de comidas que hacen al día, en días festivos o de descanso y en días de diario o laborables

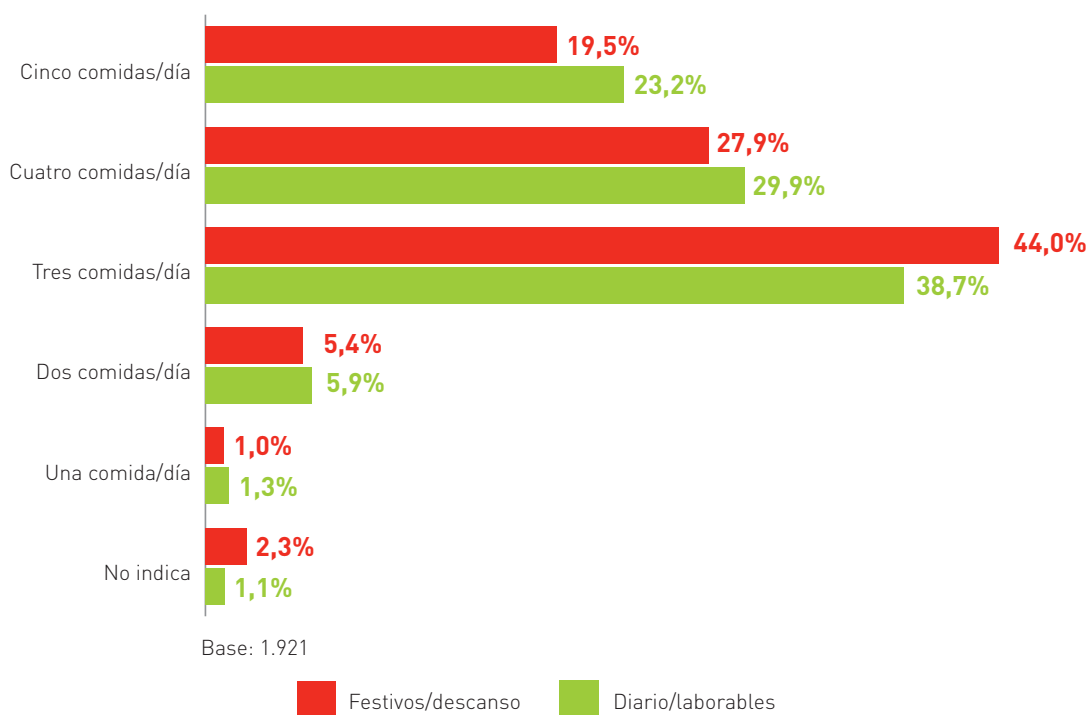


Gráfico 31. Número de personas que realizan las diferentes comidas del día

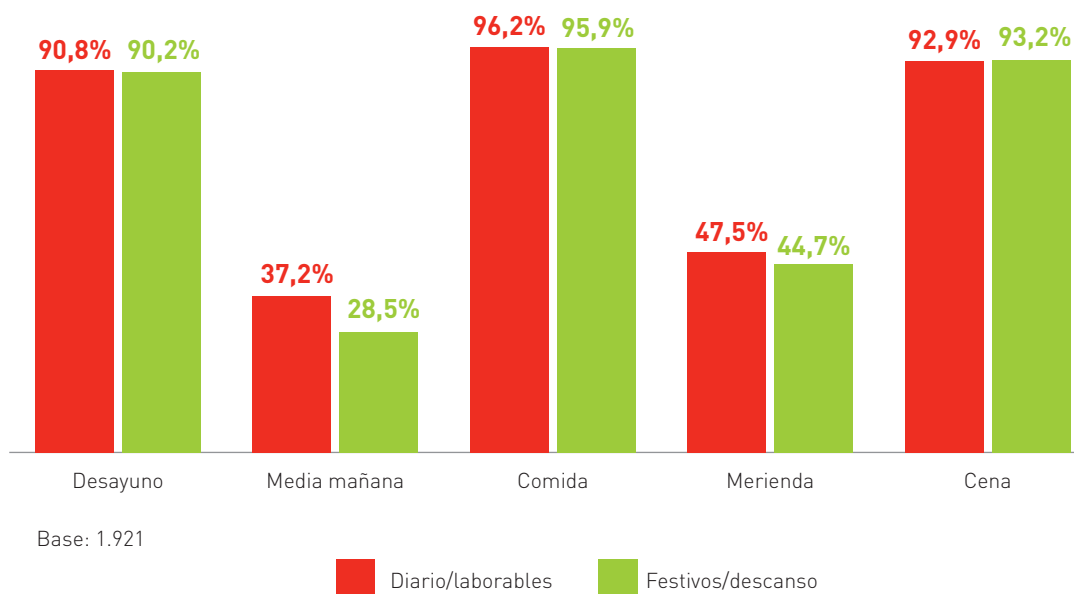


Tabla 4. Tiempo medio dedicado a cada una de las comidas del día

DESAYUNO (MIN)		MEDIA MAÑANA (MIN)		COMIDA (MIN)		MERIENDA (MIN)		CENA (MIN)	
DIARIO / LABO-RABLES	FESTIVO / DES-CANSO	DIARIO / LABO-RABLES	FESTIVO / DES-CANSO	DIARIO / LABO-RABLES	FESTIVO / DES-CANSO	DIARIO / LABO-RABLES	FESTIVO / DES-CANSO	DIARIO / LABO-RABLES	FESTIVO / DES-CANSO
17,3	21,7	14,3	16,0	37,2	43,7	13,8	16,7	30,2	34,7

Nota: el tiempo promedio se ha calculado entre quienes hacen cada comida

4.4.2. Lugar donde se realizan las comidas

La mayor parte de los españoles come alguna vez fuera de casa. El 73,8% lo hace los días de diario y el 87,3% los fines de semana o días de descanso. Los motivos son distintos: a diario lo más frecuente es que el horario de trabajo no permita ir a comer a casa, mientras que en los fines de semana se come fuera de casa principalmente por ocio o por relaciones sociales (Gráfico 32). Entre las personas que declaran tener que comer fuera de casa por trabajo,

el 24,8% lo hace 1 o 2 veces por semana y el 20,9% 3 o más veces por semana. Entre los que declaran comer fuera de casa por ocio, el 54,1% lo hace una o dos veces por semana.

4.4.3. Sociabilidad alimentaria

A diario, la mayoría de los españoles realizan la comida y la cena en familia, mientras los desayunos, la media mañana y la merienda las hacen

Gráfico 32. Distribución de la población en función de las razones por las cual se comen fuera de casa.

sin compañía. Durante el fin de semana, todas las comidas se realizan mayoritariamente con la familia (Gráficos 33 y 34). Con respecto a la edad, a diario el porcentaje de personas que desayuna y

come en familia crece con la edad, pero en fines de semana, son las personas de edades intermedias (de 31 a 64 años) los que comen en familia en mayor medida.

Gráfico 33. Distribución de la población en función de con quién realizan cada una de las comidas en días de diario o laborables

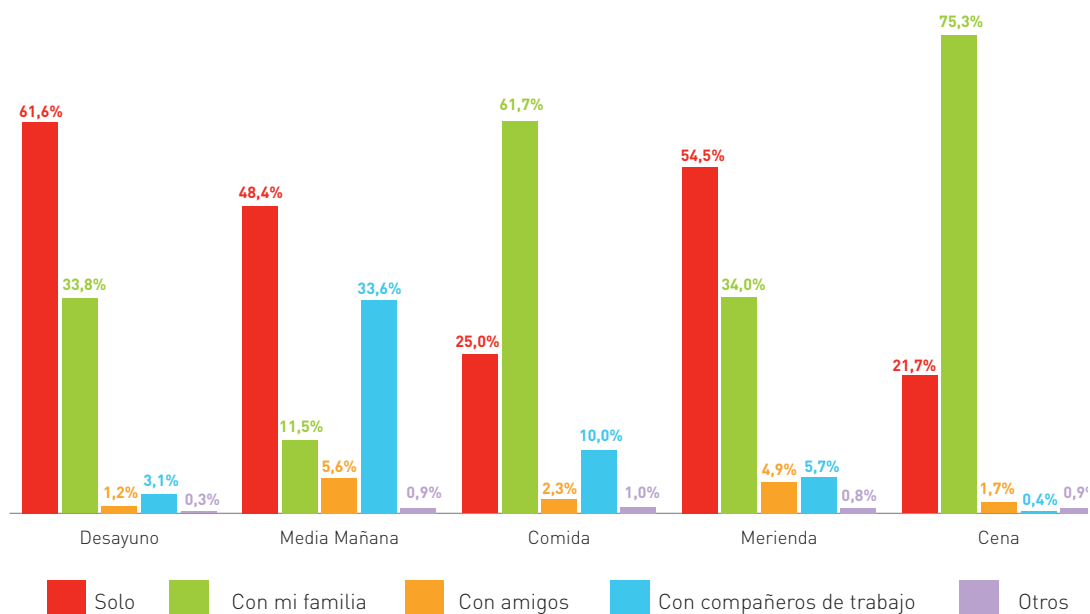
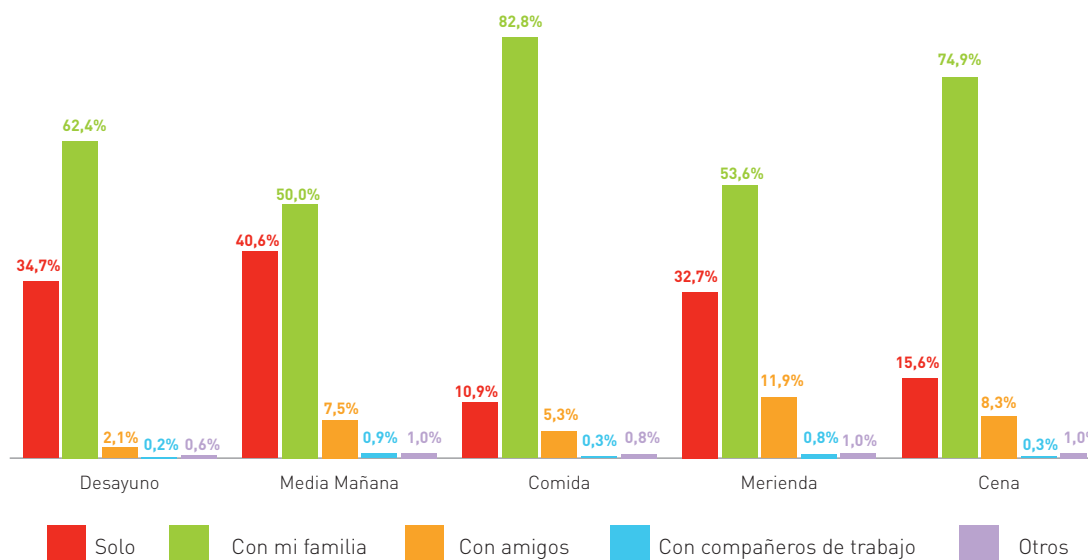


Gráfico 34. Distribución de la población en función de con quién realizan cada una de las comidas en días de descanso o fin de semana



A pesar de la alta proporción de españoles que declaran comer y cenar en compañía de familiares o amigos (entre el 64 y el 86%, dependiendo de las comidas y si es a diario o en festivo), en el hogar, destaca la alta proporción de personas que comen (39,7%) y cenan (38,4%) viendo la televisión (Tabla 5), porcentaje que supera al número de personas que comen sentados, conversando o sentados, prestando atención a la comida. El desayuno, que proporcionalmente se hace con mayor frecuencia solo, suele hacerse de pie, sentado prestando atención a la comida o mirando el móvil, el ordenador o leyendo. Los mayores de 65 años son los que con mayor frecuencia comen sentados prestando atención a la comida, los jóvenes de 18 a 30 años son los que con mayor frecuencia comen de pie y los de edades intermedias entre 31 y 64 años, son los que con mayor frecuencia comen sentados conversando con alguien. La proporción de los que comen viendo la televisión es similar en todos los grupos de edad.

4.5. Nuevos escenarios 2020-2022: pandemia y teletrabajo/situación económica

4.5.1. Pandemia y teletrabajo

El 45,4% de la población estudiada teletrabaja. Del total de la población ocupada, el 27,8% ha comenzado a teletrabajar tras la pandemia. En general, quienes teletrabajan, hacen en teletrabajo entre un

25% y un 50% de la jornada (gráfico 35). Se observa un porcentaje mayor de ocupados que teletrabajan cuanto menos es la edad, en las ciudades de mayor tamaño, y entre quienes tienen un mayor nivel de renta (gráficos 36 y 37).

El teletrabajo ha implicado cambios en la forma de comer (gráfico 38): se ha incrementado la frecuencia de comidas frente a la TV, aunque también en familia. Por otro lado, se indica que se come más frutas y verduras y menos fritos precocinados y bebidas alcohólicas. También se señala que se dedica más tiempo a cocinar y a comer. Tras la pandemia, un elevado porcentaje indica que le gustaría volver a comer con su familia (gráfico 39). En cualquier caso, la pandemia y el teletrabajo no han modificado sustancialmente los ritmos alimentarios de la población española: la mayoría sigue haciendo tres o más comidas al día, tanto a diario como en días festivos, y sigue principalmente tomando las comidas principales en familia. No obstante, se observa que el teletrabajo permite que una menor proporción de personas tomen las tres comidas principales solos (entre el 5 y el 8%), tanto a diario como en días festivos, y que se dedique aproximadamente un cuarto de hora más (un 16% más de tiempo) a las comidas, especialmente a la comida de mediodía y a la cena. Se teletrabaje o no, el 50% de la población declara tomar la comida de media mañana en compañía de compañeros de trabajo.

Los principales cambios que ha implicado el teletrabajo están relacionados con la frecuencia con

Tabla 5. Distribución de la población en función de la forma en la que predominantemente toman sus comidas en el hogar

	DESAYUNO	COMIDA	CENA
Como sentado, conversando con alguien	12,3%	24,0%	30,9%
Como viendo la TV	16,2%	39,7%	38,4%
Como sentado, prestando atención a la comida	22,1%	23,3%	15,6%
Como mirando el móvil/ordenador/leyendo	19,5%	8,4%	9,8%
Como de pie	26,7%	2,0%	1,6%
Como mientras hablo por teléfono	3,2%	2,6%	3,7%
Base	1,921	1,921	1,921

Gráfico 35. Porcentaje de población que realiza teletrabajo, y distribución del mismo por tiempo dedicado en la jornada laboral

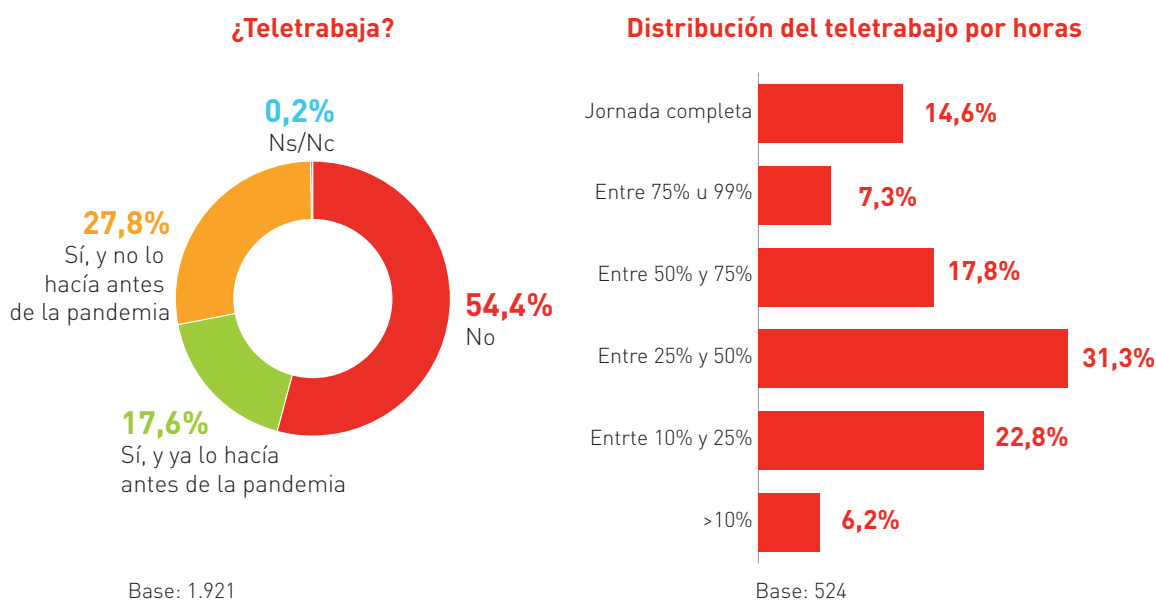


Gráfico 36. Porcentaje de población que realiza teletrabajo, según tamaño de la población y por renta del hogar

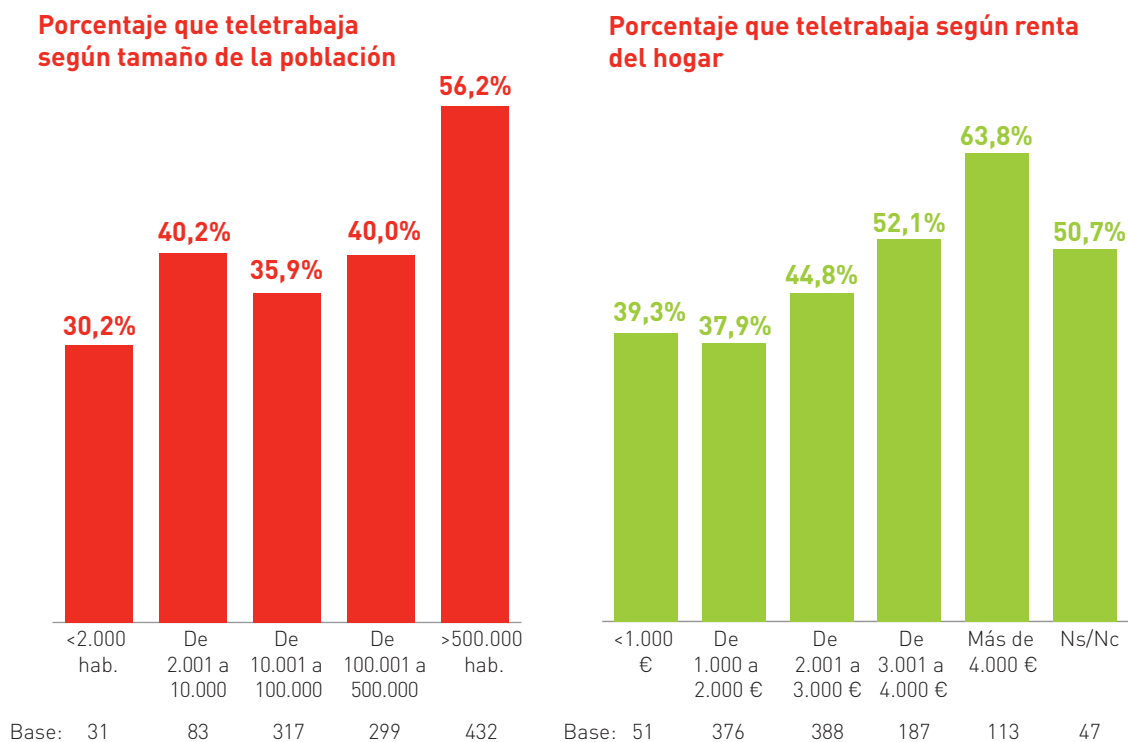
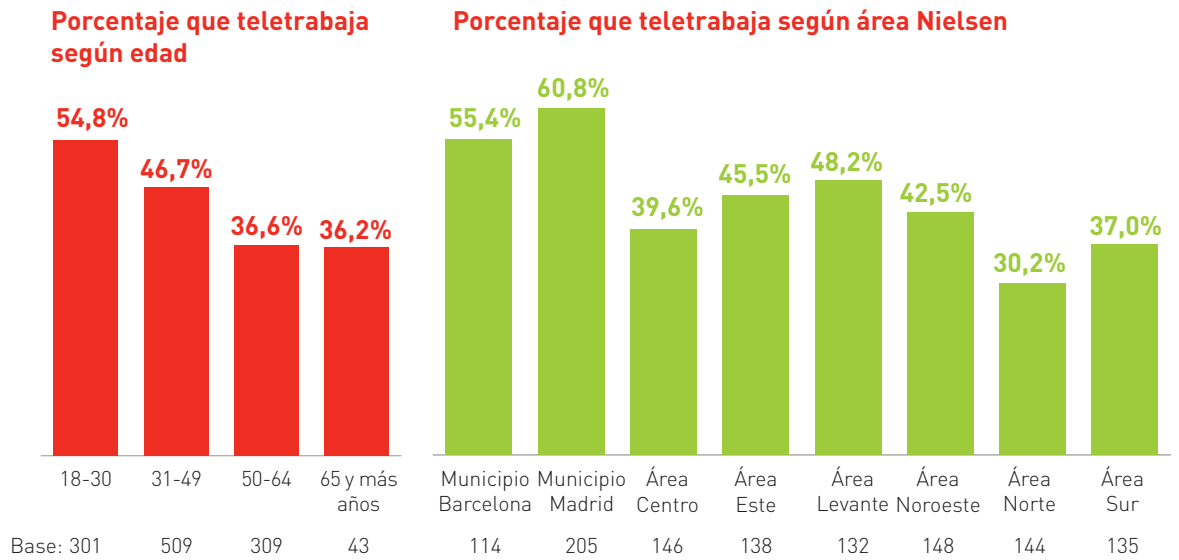


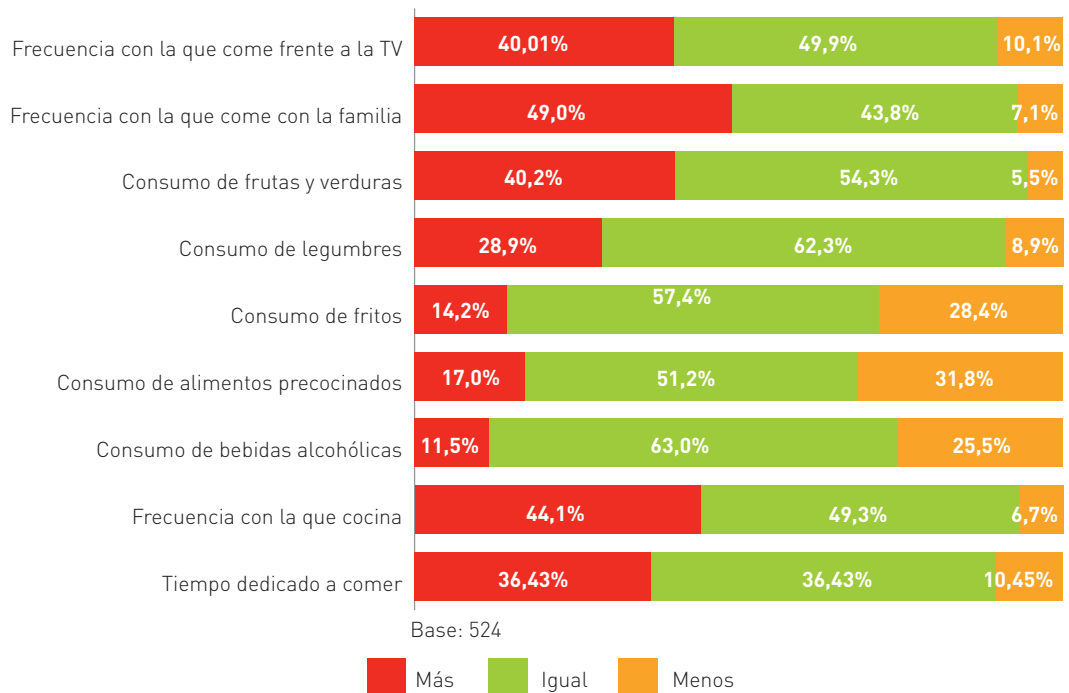
Gráfico 37. Porcentaje de población que realiza teletrabajo, según grupo de edad y área geográfica



la que se come en familia (49,0% indica que más que antes), con la frecuencia con la que se cocina (44,1% indica que más que previamente al teletrabajo) y con la frecuencia con la que se come frente a la TV (40,0% indica que más que antes).

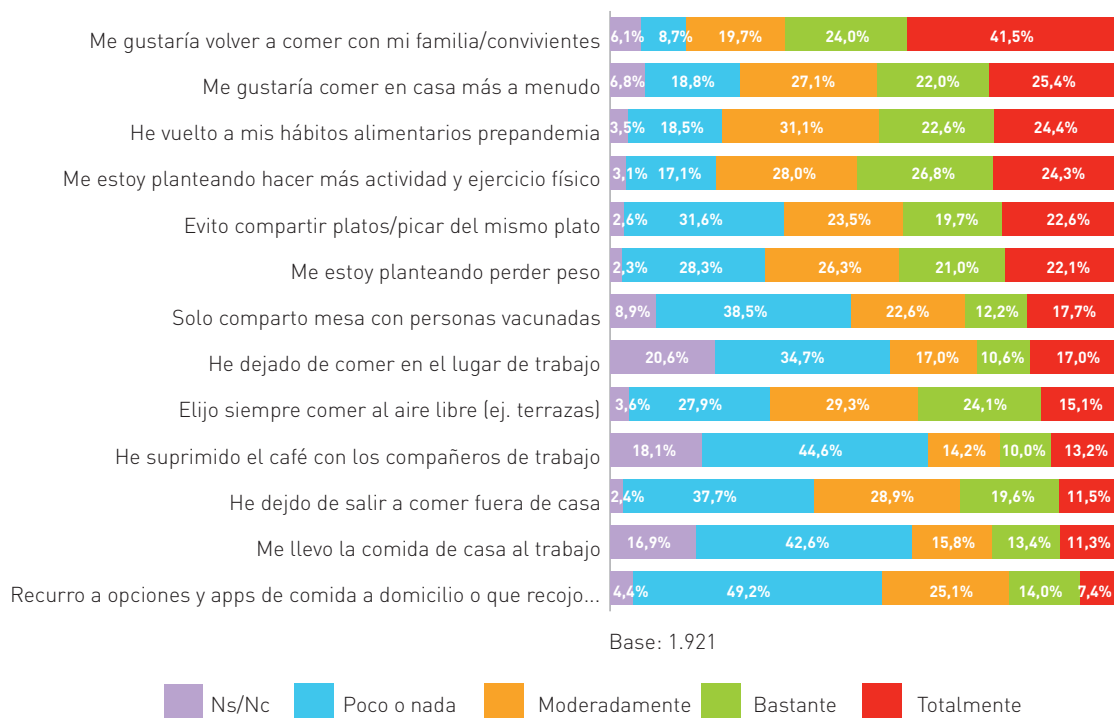
Por otro lado, el 31,8% indica que consume menos precocinados que antes de tener teletrabajo, el 28,4% menos fritos y el 25,5% menos bebidas alcohólicas, como se muestra en el siguiente gráfico:

Gráfico 38. Cambios en hábitos alimentarios y estilos de vida, como consecuencia del teletrabajo



Nota: solo los que teletrabajan

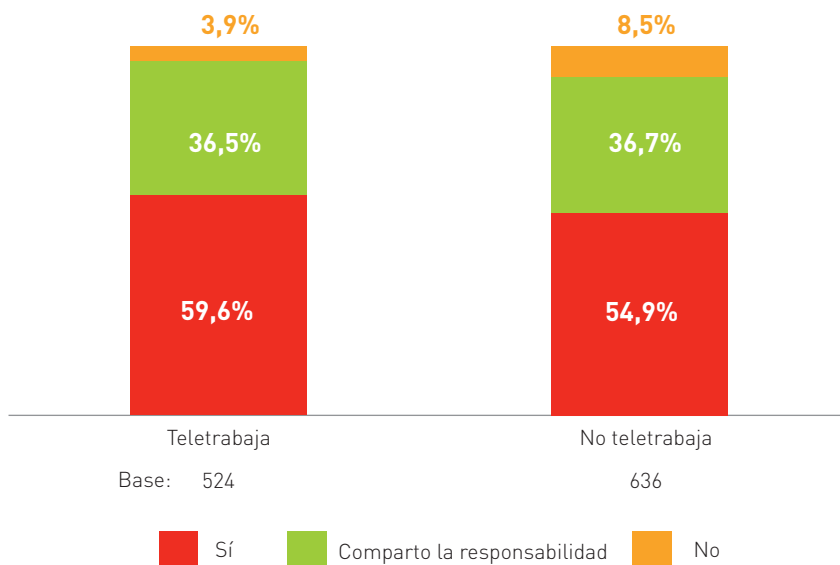
Gráfico 39. Cambios en hábitos alimentarios y estilos de vida, en la situación postpandemia



Ante la pregunta, ¿Es el encargado de la elaboración de la comida en su hogar?, el hecho de teletrabajar parece influir moderadamente en dicha

responsabilidad, de acuerdo a lo que se muestra en el siguiente gráfico:

Gráfico 40. Influencia del teletrabajo en la responsabilidad de la elaboración de la comida



Otro aspecto interesante dentro de este apartado es el de las preparaciones alimentarias más aceptadas en el hogar, según se teletrabaje o no: hay una tendencia hacia técnicas culinarias más saludables en aquellos que tienen teletrabajo (ej. vapor/cocción y menos fritura) (gráfico 41).

4.5.2. Situación económica tras la pandemia

La mitad de la población encuestada no ha visto modificada su situación económica tras la pandemia,

aunque para el 35,5% ha empeorado y para el 12,9% ha mejorado. La situación económica es más estable cuanto mayor es la edad de la población. Al mismo tiempo, ha empeorado más en los hogares con menor nivel de ingresos.

Cuanto mayor es la edad, menos ha afectado la pandemia a la situación económica (gráfico 42).

Las personas con menores ingresos en su hogar son las que más aprecian un empeoramiento en su situación económica tras la pandemia (gráfico 43).

Gráfico 41. Influencia del teletrabajo en el tipo de preparaciones culinarias utilizadas

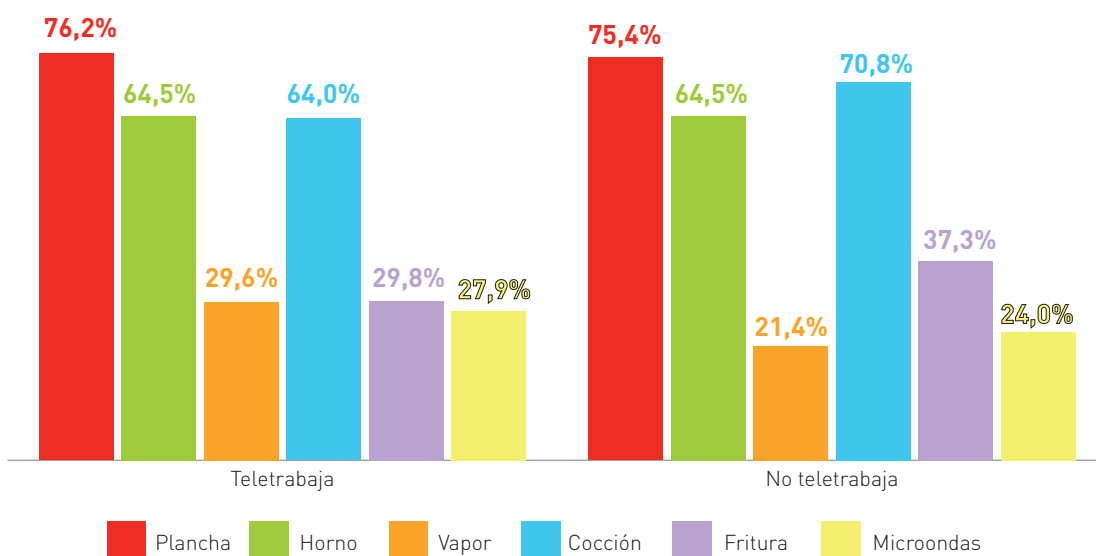


Gráfico 42. Situación económica postpandemia, según grupo de edad

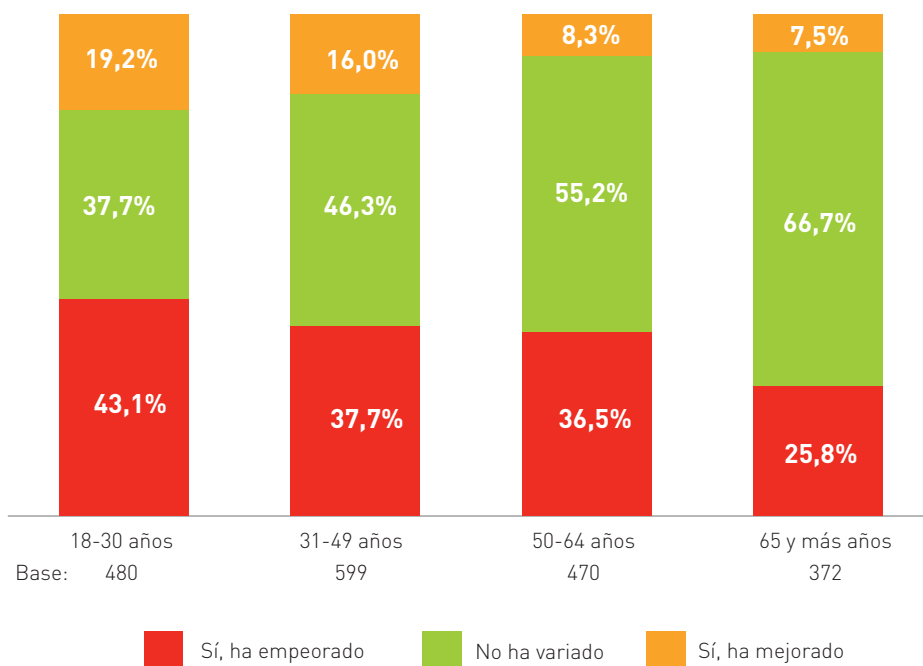
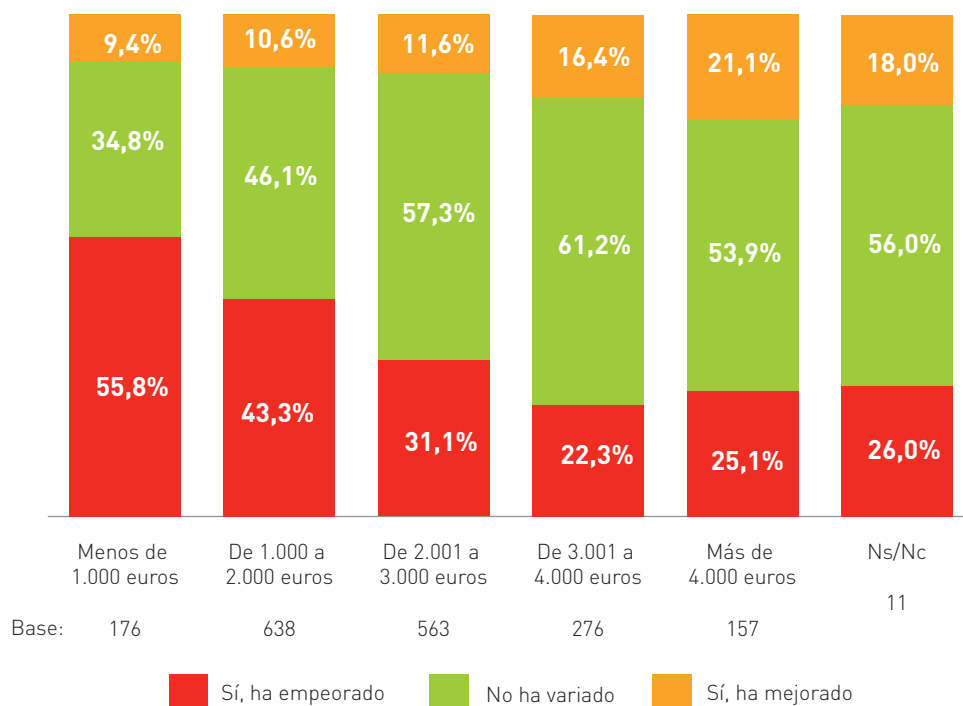


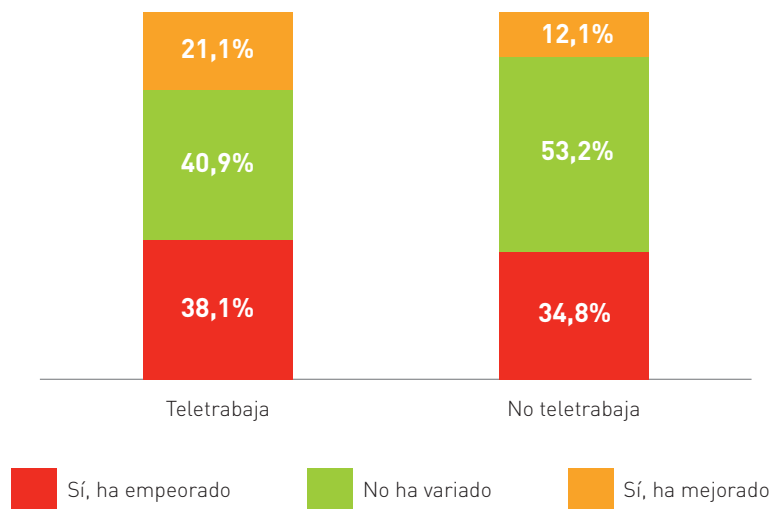
Gráfico 43. Situación económica postpandemia, según nivel de renta por hogar



Curiosamente, las personas que trabajan con modalidad de teletrabajo señalan bastante más que su situación económica ha mejorado tras la pandemia:

21,1% frente al 12,1% de quienes trabajan en modalidad presencial:

Gráfico 44. Influencia del teletrabajo en la situación económica postpandemia

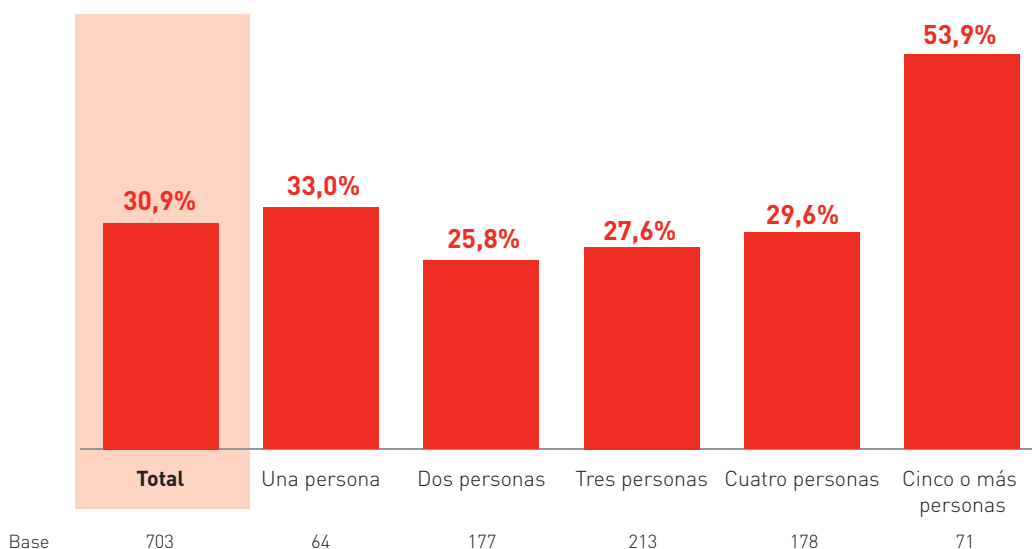


Entre quienes han visto empeorada su situación económica tras la pandemia, alrededor de 8 de cada 10 optan ahora por comprar más producto de marca de distribución, por comprar productos más económicos y buscar establecimientos más baratos. Algo menos de la mitad de la población analizada, señala que se lleva la comida preparada de casa y que come menos carne y pescado. De manera significativa, el 30,9% ha disminuido la cantidad de alimentos frescos que consume, como frutas, verduras y hortalizas (destaca un 53,9% entre los hogares con 5 o más personas) (gráfico 45); el 23,4% compra más comida preparada para llevar y el 14,4% ha acudido ya a programas

de ayuda alimentaria. Se aprecia una peor calidad de la dieta cuanto menor es el nivel de ingresos, ya que es mayor la frecuencia con la que optan por comprar productos de menor precio, consumir menos carne y pescado y disminuir el consumo de alimentos frescos (frutas, verduras y hortalizas):

Por otro lado, resulta preocupante la observación de que el porcentaje de personas que han disminuido la cantidad de alimentos frescos que consume es notablemente mayor en los hogares de mayor tamaño, en los que suele haber convivencia de los más vulnerables, como niños y/o ancianos.

Gráfico 45. Impacto del empeoramiento en la situación económica en el consumo de alimentos frescos, de acuerdo al tamaño de hogar



A menor nivel de ingresos en su hogar, mayor es la proporción de consumidores que frente a la situación económica actual compra productos de menor precio, ha disminuido el consumo de alimentos frescos y consume menos carne y pescado.

4.6. Sostenibilidad

4.6.1. Actitudes

Más de 4 de cada diez consumidores consideran que su dieta es sostenible, mientras que el 28,7% opina que no lo es. No obstante, más de la cuarta parte no lo tiene claro (26,6%) Los menores de 50 años son quienes más consideran que su dieta es sostenible,

mientras que, a mayor edad, aumenta el porcentaje que no tiene clara la respuesta (gráfico 46).

Ante la pregunta, ¿qué importancia le da a la sostenibilidad de los alimentos que compra?, y si ¿estaría dispuesto a pagar más por alimentos sostenibles?, los resultados obtenidos muestran que todavía es necesaria mucha más concienciación y educación para avanzar en estos aspectos (gráfico 47). Así, con respecto a la importancia que los participantes en el estudio le dan a la sostenibilidad de los alimentos que se consumen, se podría decir que tiene un valor medio (6,18 puntos sobre 10). Un 17% de los entrevistados no le da ninguna o poca importancia a la misma, mientras que un 32% le da bastante importancia y otro 17% le da total importancia.

Gráfico 46. Porcentaje de población que considera su dieta sostenible según grupos de edad

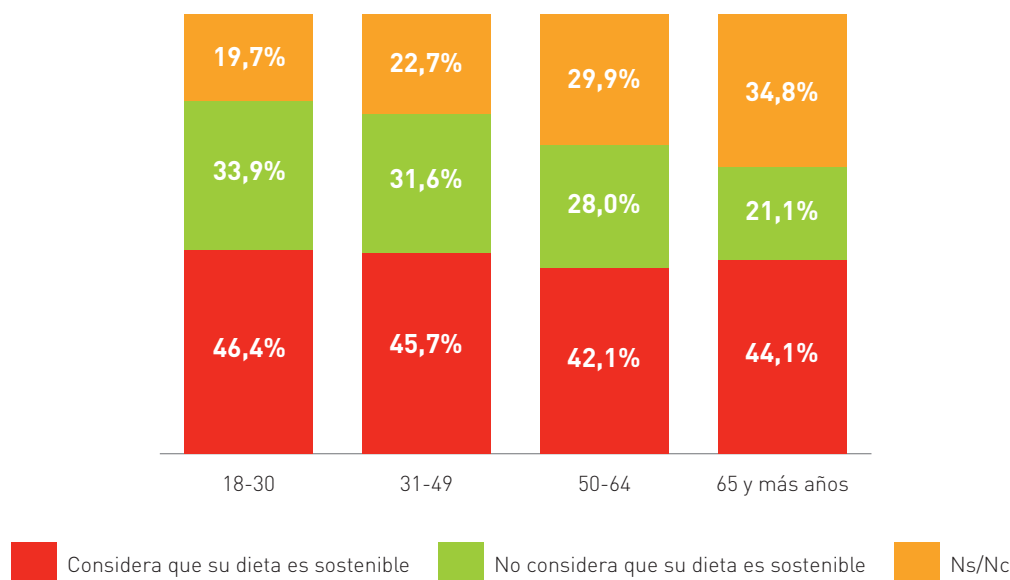
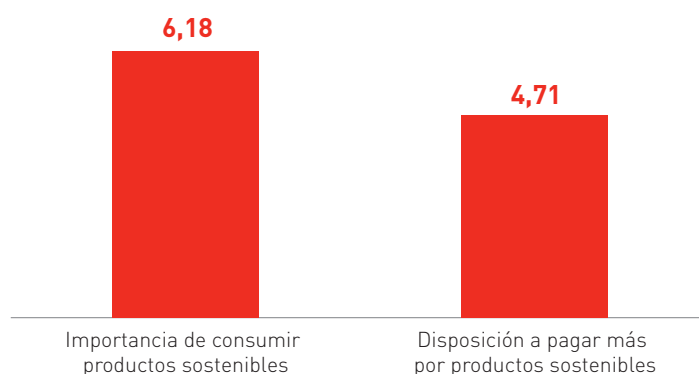


Gráfico 47. Importancia que la población encuestada le da a consumir una dieta sostenible y su disposición a pagar más por la misma. Puntuación media, sobre una escala que va de 1 (ninguna importancia) a 10 (total importancia)



Por otro lado, cuando se concreta la pregunta en la medida que se está dispuesto a pagar más por alimentos y bebidas producidos de forma sostenible, la disposición de los consumidores disminuye. De esta forma, solo el 23,6% declara mucha o bastante disposición (7 o más puntos sobre 10) a pagar más por este tipo de productos, el 38,1% indica un nivel de disposición de 5 o 6 puntos sobre 10 y otro 38,3% valora su disposición por debajo de los 5 puntos.

Por grupo de edad, la importancia que se concede a que los alimentos que consume sean sostenibles es menor en el segmento de más edad, que también es el menos dispuesto a pagar más por ellos (gráfico 48).

Participar en la preparación de los menús aumenta la concienciación del impacto de estos sobre el planeta. A este respecto, las personas encargadas de hacer la comida en el hogar son las más sensibilizadas con la sostenibilidad de los alimentos, tanto por la importancia que conceden a consumir alimentos sostenibles como por su disposición a pagar más por ellos (gráfico 49).

De manera interesante, las personas dispuestas a pagar más por una dieta que pudieran considerar como sostenible, son las que consideran que su dieta ya es sostenible (gráfico 50). Por lo que parece que la población asume que la dieta sostenible es económicamente más costosa.

La actitud de los participantes en este estudio coincide en este aspecto con los de la mayoría de los europeos. Así, un reciente trabajo de investigación realizado por la Asociación Europea de Consumidores (BEUC), sobre 11.000 individuos residentes en 11 países europeos diferentes, encontró que el 43% de la población encuestada decía llevar una dieta sostenible y no consideraba necesario realizar ningún cambio en sus hábitos para mejorar este aspecto. El informe de la BEUC aduce como mayores barreras a la hora de llevar una dieta sostenible la sensación de que el precio de la misma sería más alto y la falta de conocimientos sobre cómo poder hacerlo.

Con relación a los resultados de informes anteriores, es de destacar el marcado descenso en el porcentaje de población dispuesta a pagar más por una dieta más sostenible, que ha pasado del 52% en el estudio de 2017 a un 25% en el de 2022.

El presente estudio también ha evaluado las acciones y decisiones que se toman para hacer la dieta más sostenible: Entre las acciones propuestas a la población consultada para hacer su dieta más sostenible, más de tres cuartas partes afirman que se preocupan de no tirar comida, cocinando menos cantidad, reciclan los envases de los alimentos y compran menos cantidad para no tirar comida. (gráfico 51).

Gráfico 48. Importancia que la población encuestada le da a consumir una dieta sostenible y su disposición a pagar más por la misma, según grupos de edad. Puntuación media, sobre una escala que va de 1 (ninguna importancia) a 10 (total importancia)

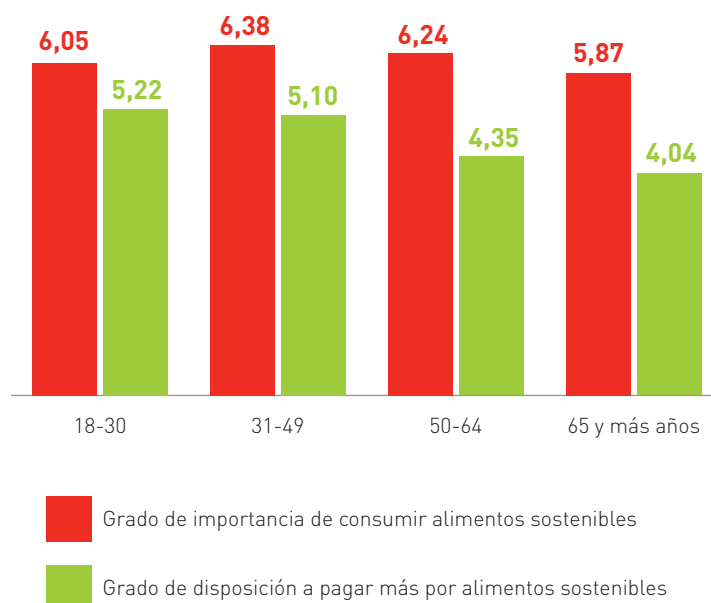


Gráfico 49. Importancia que la población encuestada le da a consumir una dieta sostenible y su disposición a pagar más por la misma, según su responsabilidad en la elaboración del menú en el hogar. Puntuación media, sobre una escala que va de 1 (ninguna importancia) a 10 (total importancia)

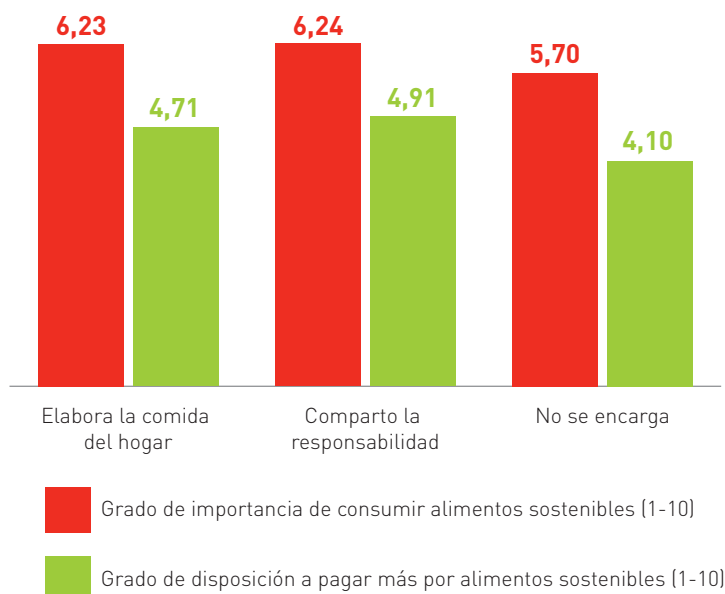


Gráfico 50. Porcentaje de población que considera su dieta sostenible en relación con la disponibilidad a pagar más por la misma (evaluado sobre una escala que va de 1-10: 1-2 nada dispuesto; 3-4 poco dispuesto; 5-6 medianamente dispuesto; 7-8 bastante dispuesto y 9-10 totalmente dispuesto)

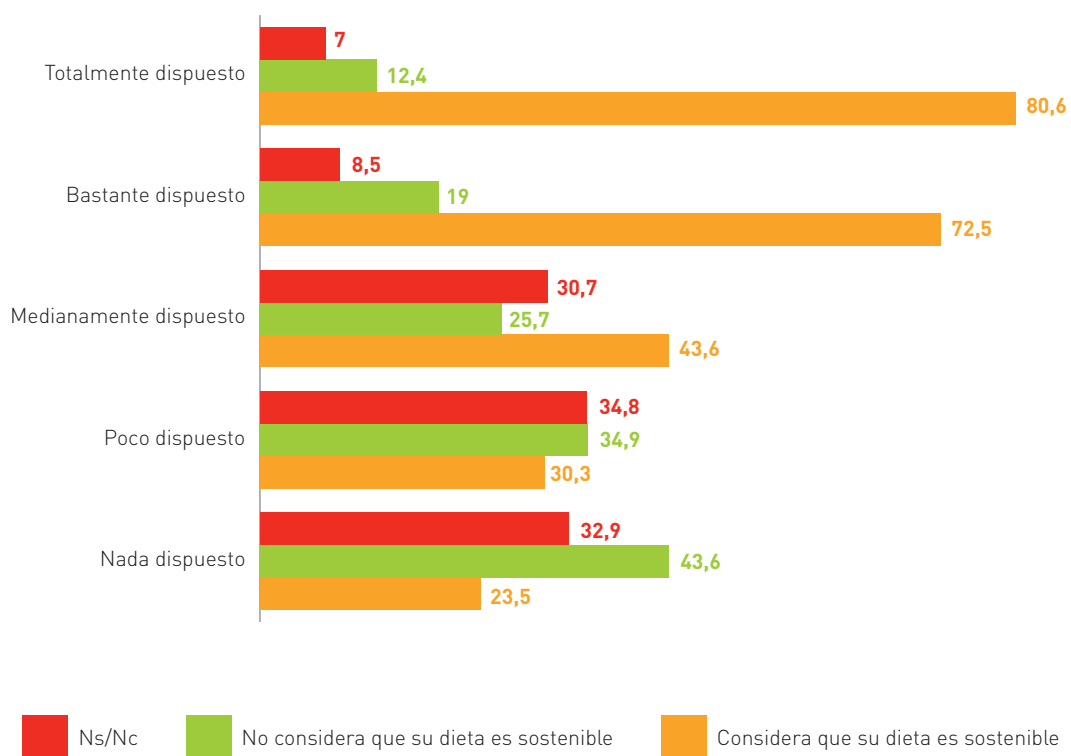
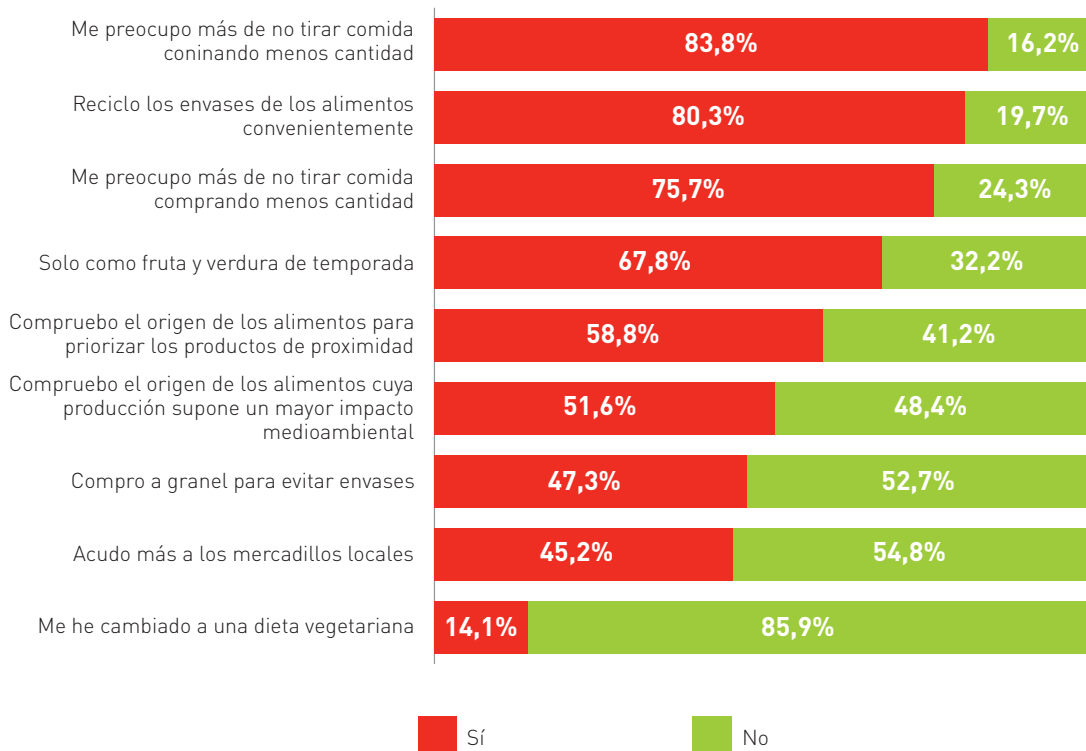


Gráfico 51. Acciones realizadas por la población participante para hacer su dieta más sostenible

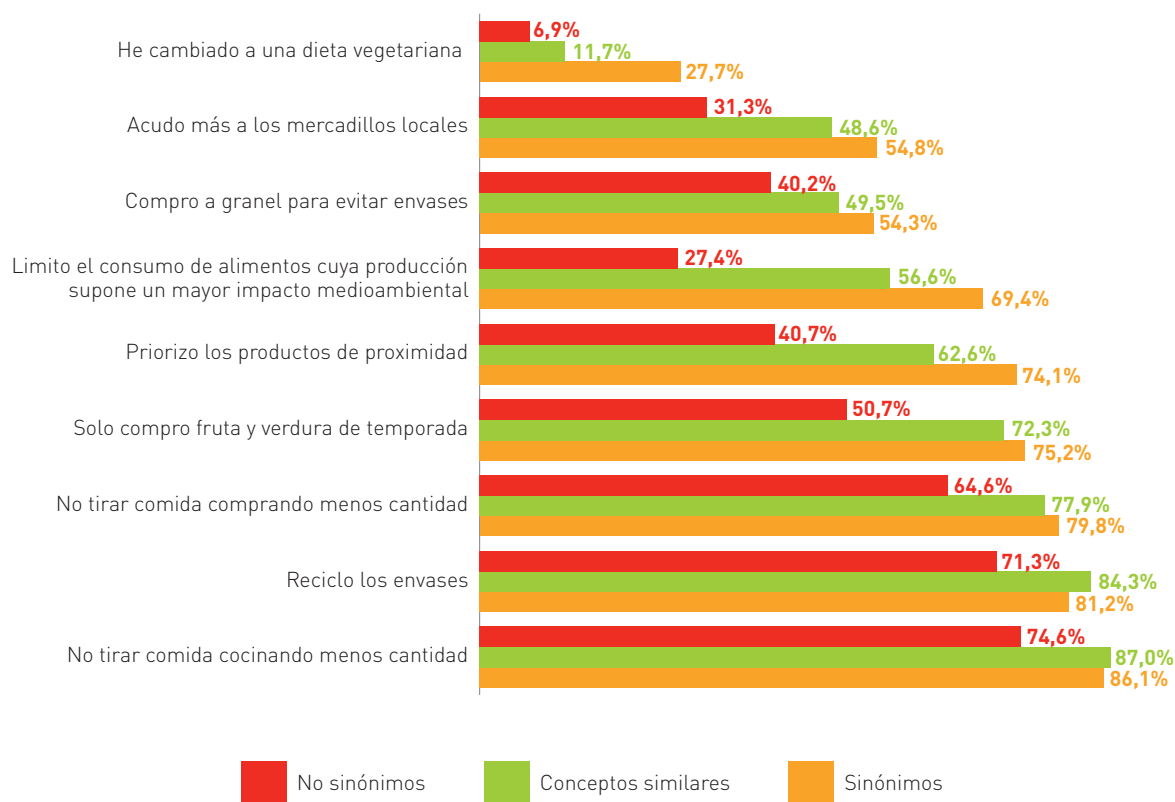


Como se puede observar, la mayoría de las acciones van encaminadas a reducir el desperdicio alimentario, mientras que otros aspectos como el impacto sobre la producción de gases con efecto invernadero de los diferentes grupos de alimentos o el modo en que se producen o se transportan son aspectos menos tenidos en cuenta o menos conocidos.

Tal y como se muestra en los resultados del siguiente apartado de este informe, los conceptos de dieta

saludable y dieta sostenible son frecuentemente identificados como sinónimos, siendo que el primero está incluido en el segundo. De manera interesante, las personas que identifican los conceptos de dieta sostenible y dieta saludable, junto con quienes consideran que, aunque no iguales son conceptos similares, son quienes más realizan las acciones planteadas para hacer que su dieta sea más sostenible (gráfico 52).

Gráfico 52. Porcentaje de participantes que realizan diferentes acciones que mejoran la sostenibilidad de su dieta de acuerdo a su percepción de si consideran que una dieta saludable y una sostenible son sinónimos o no



4.6.2. Conocimientos

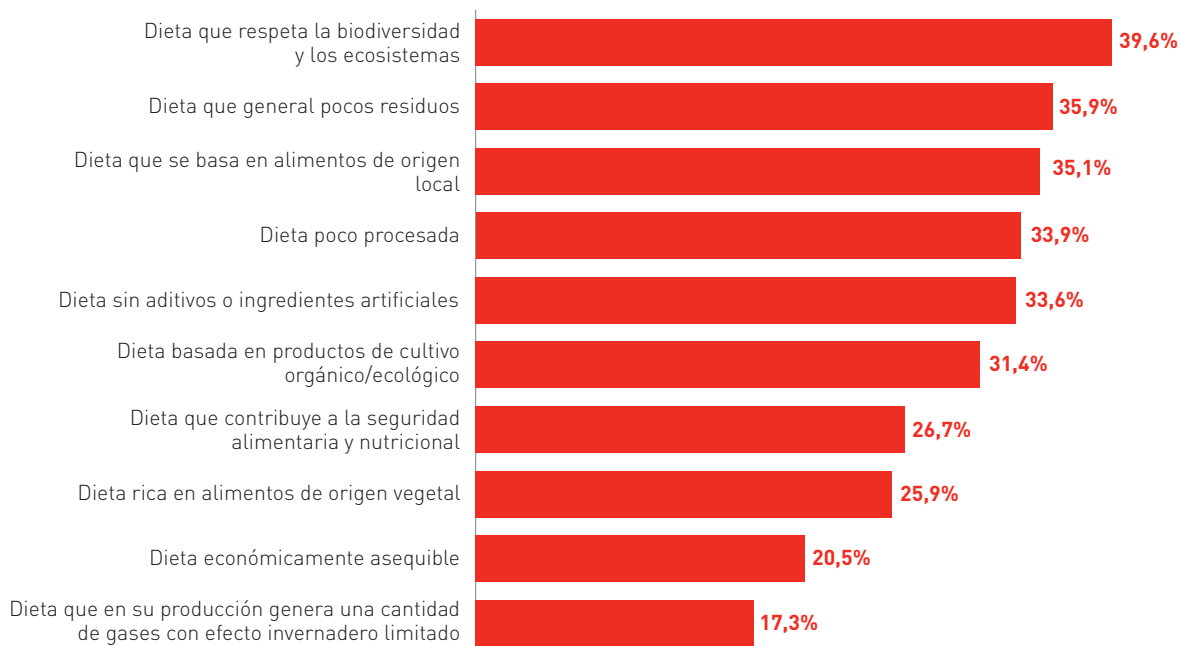
Por definición, una dieta sostenible debe ser saludable, pero ambos términos no significan exactamente lo mismo. En el presente trabajo el término "Dieta Sostenible" se asocia de manera importante con el concepto dieta saludable: un 23,4% dice que son sinónimos y un 45% que son conceptos similares, pero no iguales. Las personas menores de 50 años son quienes más asimilan los conceptos de dieta sostenible y saludable, mientras que el estrato de 50 a 64 años es el que más señala que son conceptos similares, pero no iguales. Por su parte, los mayores de 64 años son quienes menos responden a esta pregunta.

La importancia que se concede a la sostenibilidad de los alimentos consumidos y la disposición a pagar más por este tipo de productos son mayores cuanto mayor es la asociación entre los conceptos de dieta sostenible y dieta saludable y tal y como se ha indicado en el apartado anterior, las personas que identifican los conceptos de dieta sostenible y dieta saludable

son quienes más realizan las acciones planteadas para hacer que su dieta sea más sostenible

Las investigaciones han demostrado que la concienciación sobre la salud influye en los hábitos de compra de las personas, así como vincular la sostenibilidad a la salud puede mejorar el cambio hacia una compra de alimentos con menos impacto medioambiental. La sinergia sostenibilidad-salud es un binomio que puede ser útil como estrategia de comunicación para promover el cambio hacia dietas más sostenibles en la población.

El concepto de dieta sostenible es muy complejo y abarca múltiples dimensiones, tanto medioambientales como social, económica y sanitaria. A la pregunta, ¿cuáles de las siguientes características cree usted que definen una dieta sostenible?, las respuestas principales son: respeto a la biodiversidad y los ecosistemas, generación de pocos residuos, basada en alimentos de origen local, poco procesada, sin aditivos o ingredientes artificiales, y basada en productos ecológicos (gráfico 53).

Gráfico 53: Características atribuidas a la definición de “dieta sostenible” (% población)

El respeto a la biodiversidad y los ecosistemas es el aspecto que más se asocia con una dieta sostenible, así lo considera el 39,6% de los encuestados. A continuación, señalan generar pocos residuos, estar basada en alimentos de origen local, poco procesados, sin aditivos o ingredientes artificiales o de cultivo orgánico o ecológico. Al contrario, llama la atención que los aspectos que menor porcentaje de consumidores asocia a las dietas sostenibles son el que su producción genere una gran cantidad de gases con efecto invernadero (17,3%) y que sea económicamente asequible (20,5%).

El segmento más joven, de la población estudiada, es el que más apunta que la dieta sostenible se define por contribuir a la seguridad alimentaria y nutricional y ser económicamente asequible, y es también el que menos considera que se defina por generar pocos residuos. Por su parte, el grupo de 50 a 64 años es el que más selecciona entre las características de la dieta sostenible que se base en alimentos de origen local y, junto con los mayores de 64 años, también apunta más el respeto a la biodiversidad y los ecosistemas.

Varias de las preguntas de este trabajo de investigación iban destinadas a averiguar el conocimiento

de la población sobre el impacto medioambiental de los diferentes grupos de alimentos, ya que investigaciones previas han demostrado que la falta de conocimientos que permitan identificar aquellos alimentos con menor impacto medioambiental es uno de los mayores limitantes que tienen los consumidores europeos a la hora de llevar una dieta sostenible.

A este respecto se preguntó a los participantes sobre qué tipo de alimentos creían que suponían un mayor uso de agua y tierra y, en general, los alimentos de origen animal se asocian con más gasto de agua y los de origen vegetal con mayor ocupación de tierra (gráfico 54).

Cuanta más importancia se concede a consumir alimentos sostenibles, mayor es la percepción de que los alimentos de origen animal son los que requieren para su producción mayor gasto de agua y también mayor ocupación de tierra. Sin embargo, cuanto menos importancia se da al consumo de alimentos sostenibles, mayor es el porcentaje de personas que no opinan sobre la cuestión del tipo de alimentos que requieren mayor gasto de agua y ocupación de tierra para su producción (gráficos 55 y 56).

Gráfico 54. Opinión de la población sobre que tipo de alimentos tienen un mayor consumo de agua y qué tipo de alimentos tienen una mayor ocupación de tierra, en su producción (productos de origen vegetal vs productos de origen animal)

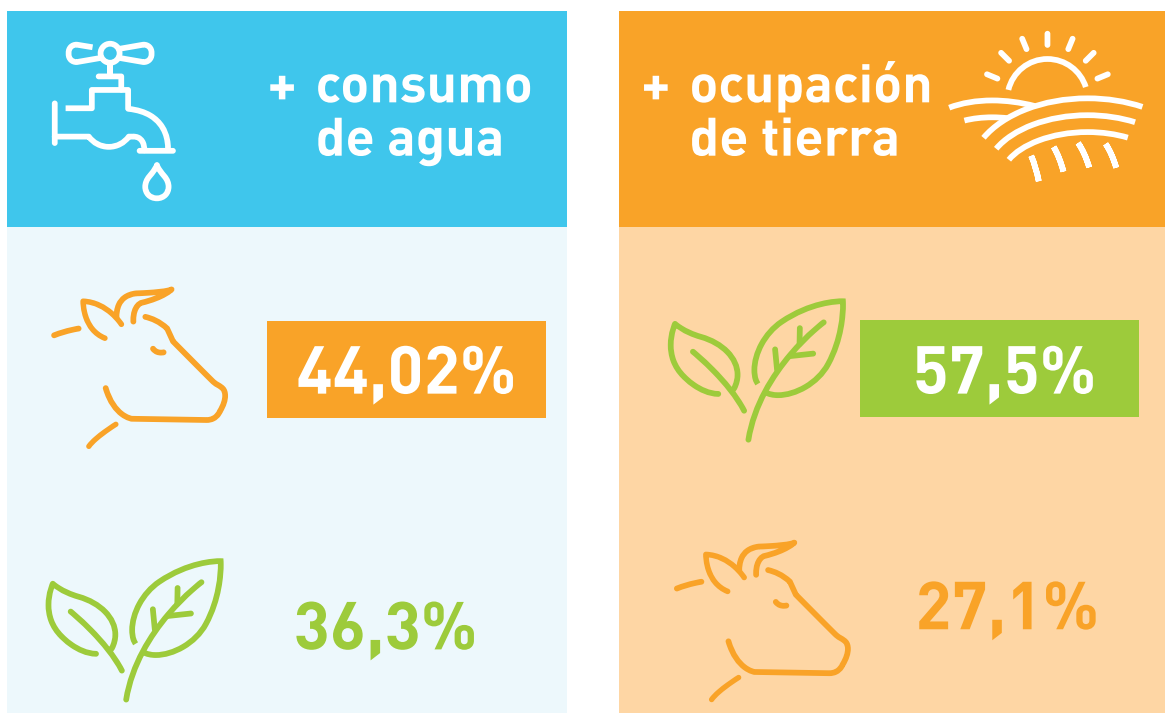


Gráfico 55. Opinión sobre tipo de alimentos que tiene un mayor gasto de agua en su producción de acuerdo con la importancia que se otorga a llevar una dieta sostenible. (escala de 1 a 10, donde: 1-2 ninguna importancia; 3-4 poca importancia; 5-6 moderada importancia; 7-8 bastante importancia y 9-10 total importancia)

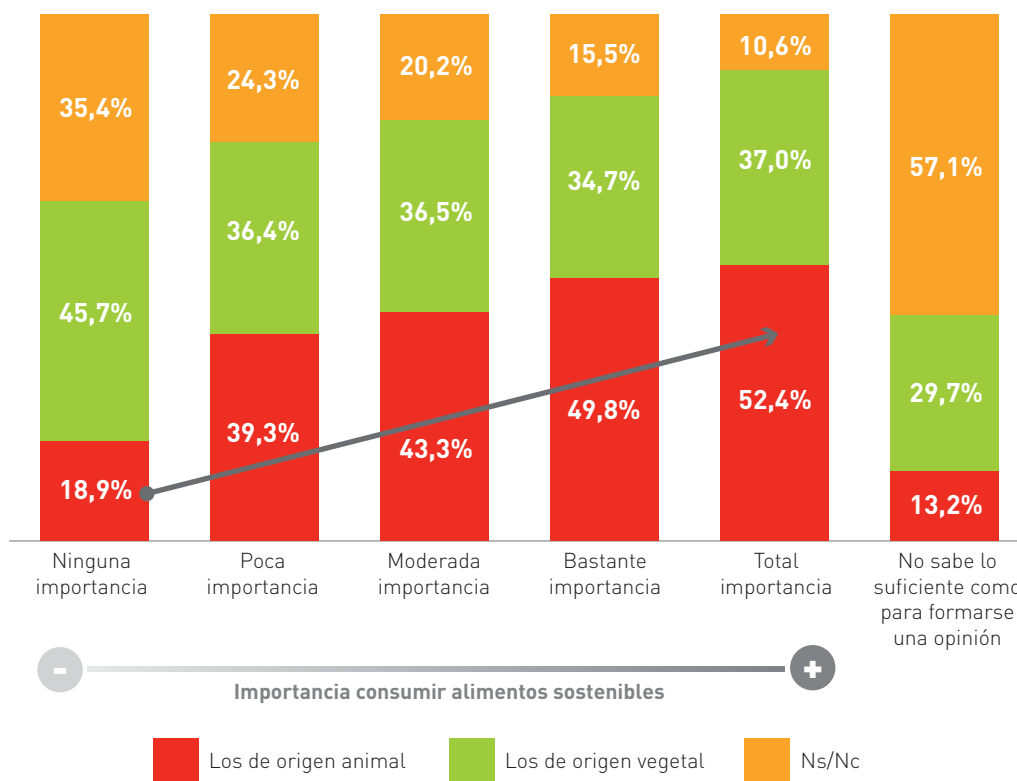
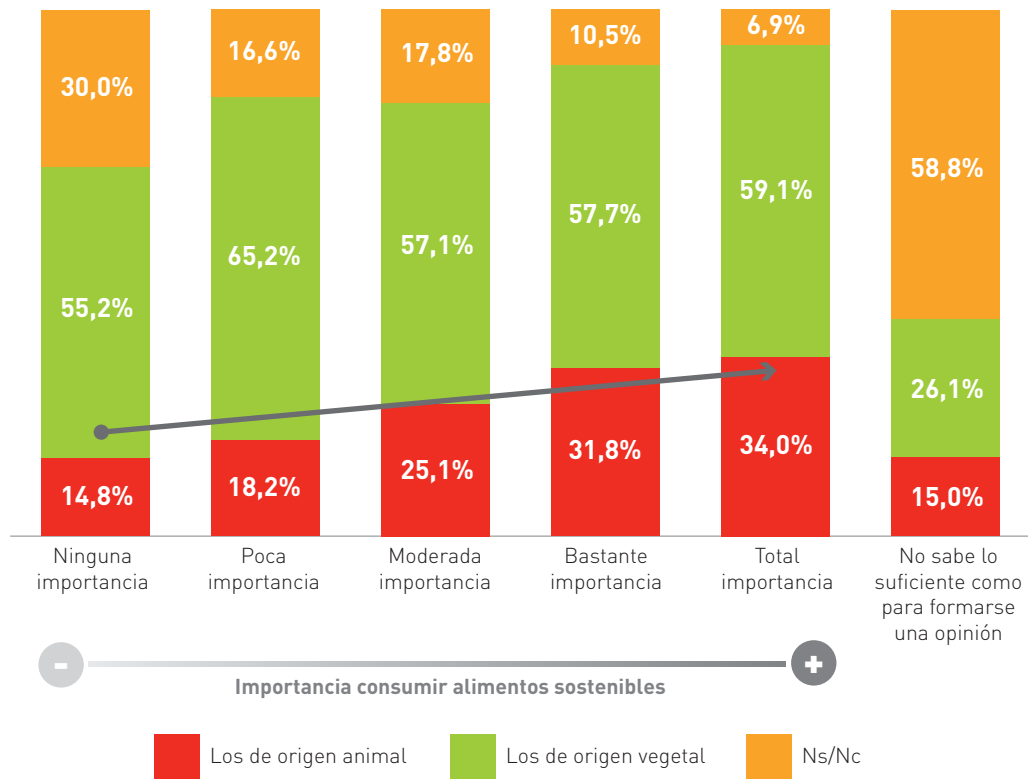


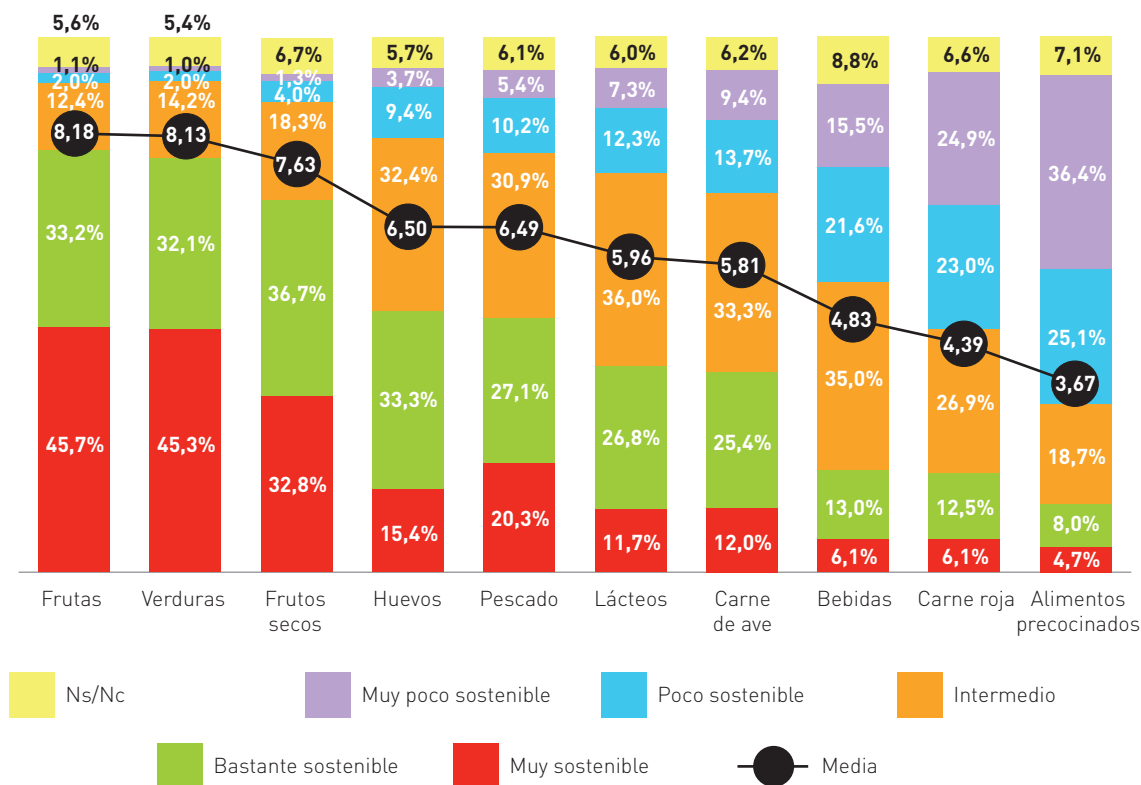
Gráfico 56. Opinión sobre tipo de alimentos que tiene una mayor ocupación de tierra en su producción de acuerdo con la importancia que se otorga a llevar una dieta sostenible. (escala de 1 a 10, donde: 1-2 ninguna importancia; 3-4 poca importancia; 5-6 moderada importancia; 7-8 bastante importancia y 9-10 total importancia)



Se ha tratado también de conocer la evaluación sobre los alimentos que se consideran forman parte de una dieta sostenible, siendo 1 muy poco sostenible y 10 muy sostenible. Los alimentos de origen vegetal (frutas, verduras y frutos secos) son los considerados

más sostenibles; a continuación: el pescado y los huevos, seguidos de la carne de ave y los lácteos. Por el contrario, los grupos de alimentos que se consideran menos sostenibles son las bebidas, la carne roja y los alimentos precocinados en general (gráfico 57).

Gráfico 57. Evaluación de la contribución de los diferentes grupos de alimentos a la sostenibilidad de la dieta. Puntuación en una escala de 1-10, donde: 1-2 muy poco sostenible; 3-4 poco sostenible; 5-6 sostenibilidad intermedia; 7-8 bastante sostenible y 9-10 muy sostenible



Los hombres puntúan con medias significativamente más altas que las mujeres la sostenibilidad de la mayoría de los alimentos, con excepción de frutas, verduras y frutos secos (gráfico 58). También es más alta la puntuación de sostenibilidad

que dan los más jóvenes a las bebidas; los menores de 50 años a los lácteos, la carne roja y los alimentos precocinados; mientras que los mayores de 64 años son quienes puntúan más alta la sostenibilidad de las verduras y el pescado (gráfico 59).

Gráfico 58. Evaluación de la contribución de los diferentes grupos de alimentos a la sostenibilidad de la dieta. Puntuación en una escala de 1-10, donde: 1-2 muy poco sostenible; 3-4 poco sostenible; 5-6 sostenibilidad intermedia; 7-8 bastante sostenible y 9-10 muy sostenible. Diferencias entre hombres y mujeres

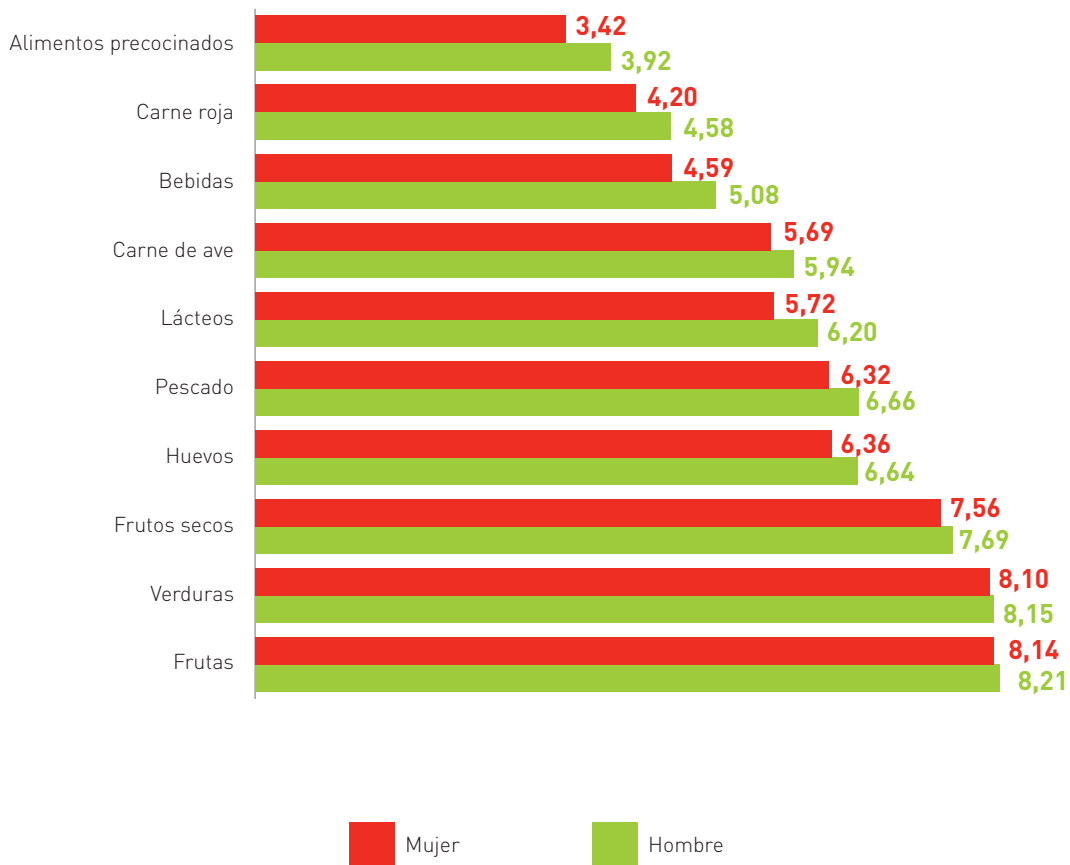
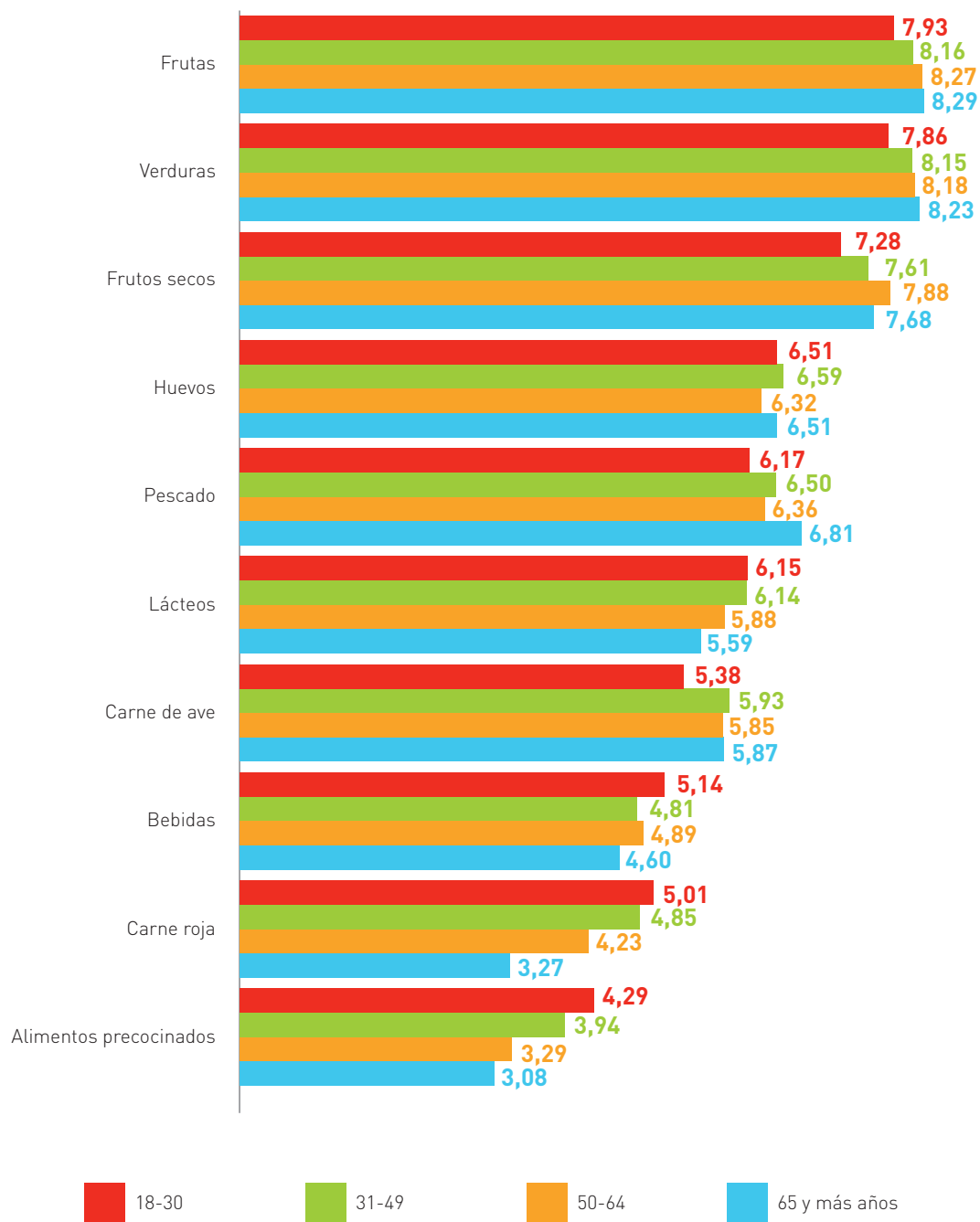


Gráfico 59. Evaluación de la contribución de los diferentes grupos de alimentos a la sostenibilidad de la dieta. Puntuación en una escala de 1-10, donde: 1-2 muy poco sostenible; 3-4 poco sostenible; 5-6 sostenibilidad intermedia; 7-8 bastante sostenible y 9-10 muy sostenible. Diferencias entre grupos de edad.



En general, los resultados sobre el conocimiento del impacto sobre el medio ambiente, de los diferentes grupos de alimentos han mejorado en la población con respecto al informe de 2017, habiendo disminuido el porcentaje de personas que consideraban la carne roja como un alimento positivo para la sostenibilidad del planeta del 52% al 37%. Por otro lado, las personas que más importancia dan a consumir alimentos sostenibles y están dispuestas a pagar más, son quienes dan más puntuación de sostenibilidad a la mayoría de alimentos, excepto la carne roja y los precocinados, lo que demuestra que un mayor grado de conocimiento se asocia a unos mejores hábitos y una mayor disposición a cambiar el estilo de alimentación hacia una dieta más sostenible.

4.6.3. Desperdicio alimentario

Según el Índice de Desperdicio de Alimentos 2021 del Programa de la ONU para el Medio Ambiente, el mundo produce 931 millones de toneladas de residuos alimentarios cada año, de los cuales 569 toneladas proceden de los hogares. Disminuir el desperdicio alimentario es uno de los puntos principales de la estrategia europea “De la granja a la mesa”, clave en el cambio hacia una alimentación más sostenible.

Los resultados del presente estudio muestran que tres de cada diez consumidores afirman que nunca tiran alimentos a la basura y que la mayoría de los encuestados (52%) reconoce que tira menos de un 10% (gráfico 60). No se han evidenciado diferencias entre hombres y mujeres en el porcentaje de alimentos que afirman desperdiciar.

Los resultados mostrados en este estudio coinciden con lo observado por otros trabajos como el Panel de Consumo Alimentario del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, que evidencia un desperdicio del 4,2% en los hogares españoles en el año 2021 y un porcentaje de familias que no tiran nunca alimentos a la basura del 26%.

El porcentaje que nunca tira nada es creciente con la edad (gráfico 61) y más frecuente entre quienes tienen un nivel de ingresos inferior a los 1.000 euros en su hogar y también entre quienes consideran que su dieta es sostenible (gráfico 62).

En general, las estrategias que se recomiendan para abordar el desperdicio se dividen en tres categorías: prevención/reducción en origen, reutilización y reciclaje/recuperación. Es la conocida como regla de las “3 Rs” a las que, en el caso de los desperdicios alimentarios podríamos añadir una cuarta “R”, la Redistribución (Donación).

En el presente estudio, la mayoría de los consumidores entrevistados adopta con bastante frecuencia medidas relacionadas con la Reducción y Reutilización tales como reaprovechar las sobras, planificar las comidas, consumir rápidamente los perecederos, no dejar comida en el plato o cocinar la cantidad justa de comida. Son, sin embargo, menos habituales acciones como las llevar a casa las sobras de comida del restaurante, elaborar abono orgánico (Reciclaje) o donar los alimentos a instituciones que lo necesitan (Redistribución) (gráfico 63). Estas últimas estrategias son más frecuentes en los más jóvenes, como se puede ver en el gráfico 64, que muestra la proporción de población que realiza las diferentes acciones, con bastante frecuencia

Gráfico 60. Porcentaje de alimentos que la población estima que desperdicia en relación a lo que compra.

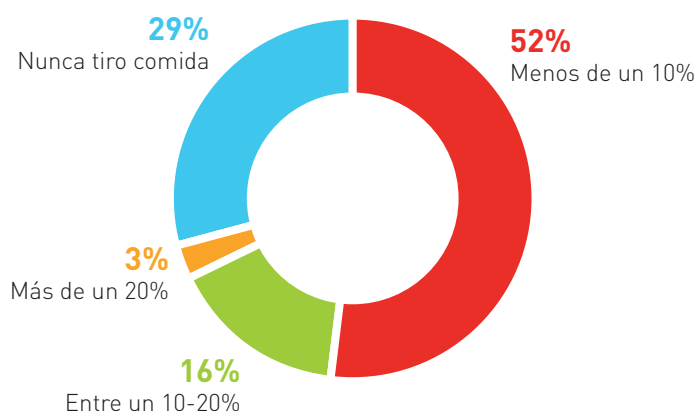


Gráfico 61: Porcentaje de alimentos que los participantes dicen desperdiciar en relación a lo comprado, según grupos de edad

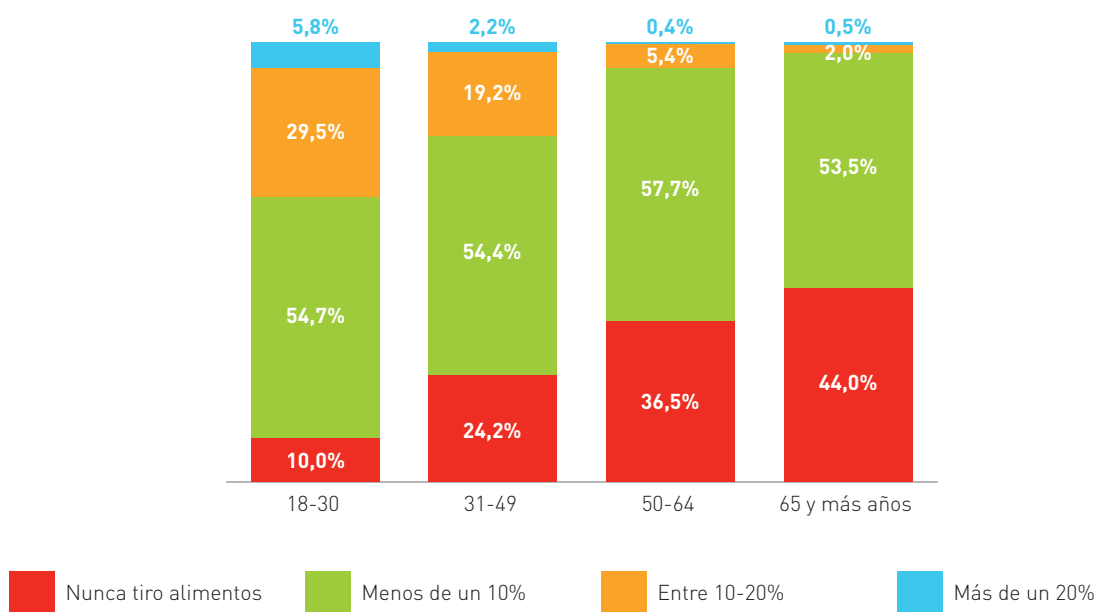
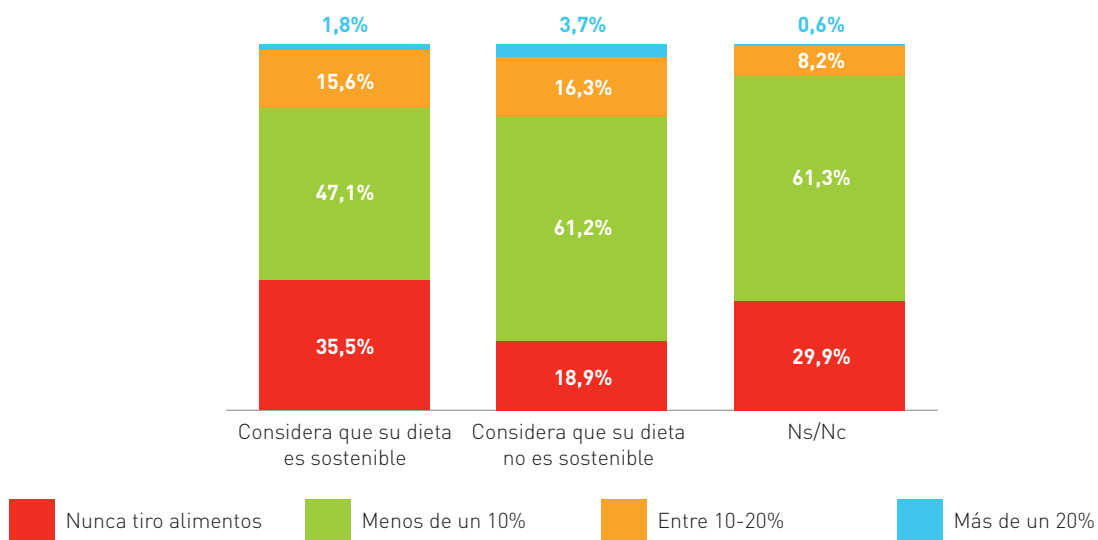


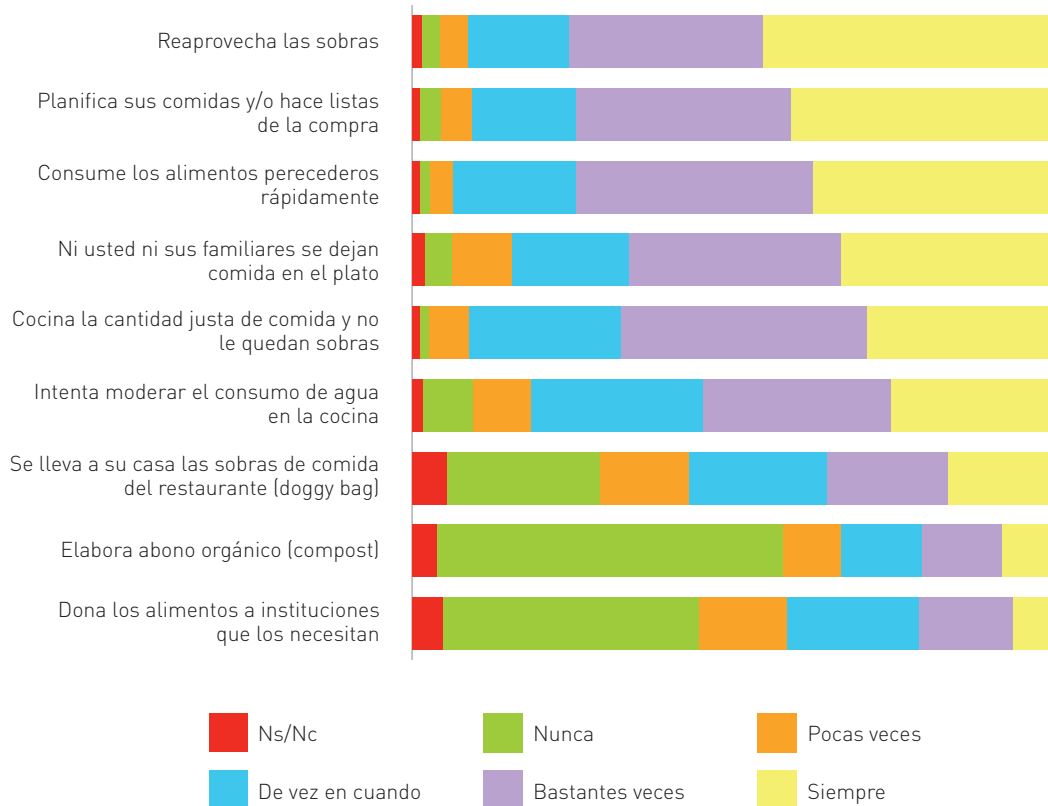
Gráfico 62: Porcentaje de alimentos que la población dice desperdiciar en relación a lo que compran, según su grado de concienciación en sostenibilidad alimentaria



o siempre, en los diferentes grupos de edad. Las personas del estrato de 50 a 64 años son quienes más habitualmente reaprovechan las sobras, planifican las comidas y/o compras, consumen alimentos perecederos rápidamente y no dejan comida en el

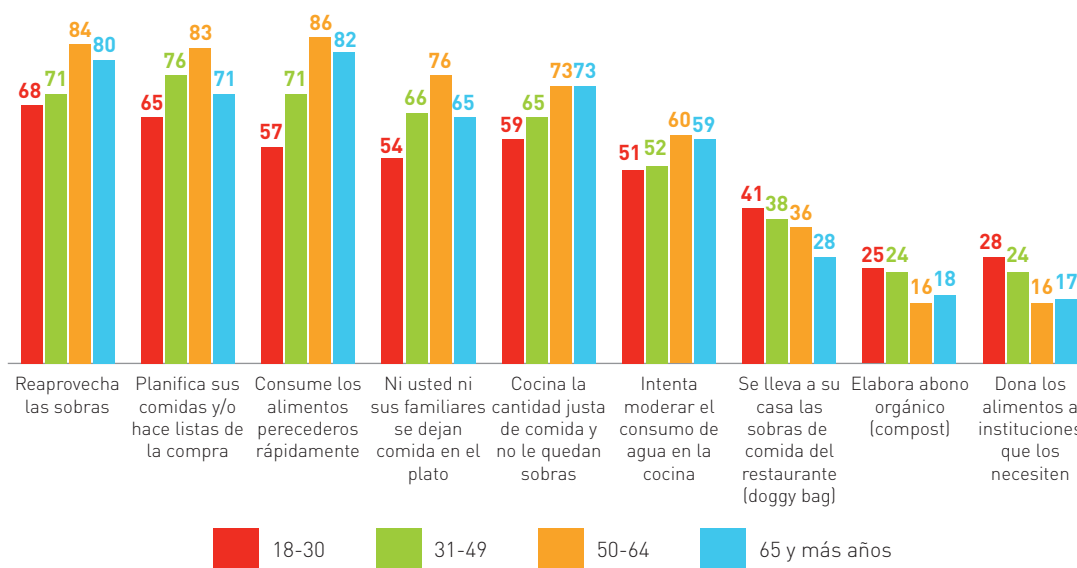
plato y junto con los más mayores son los que más tratan de cocinar la cantidad justa. Por otro lado, los menores de 50 años son quienes más se llevan la comida que sobre del restaurante, elaboran compost y donan alimentos a instituciones.

Gráfico 63. Acciones llevadas a cabo por la población participante a fin de disminuir el desperdicio alimentario en el hogar. Puntuación en una escala de 1 a 10, donde 1 es nunca y 10 siempre. [Nunca 1-2; pocas veces 3-4; de vez en cuando 5-6; bastantes veces 7-8; siempre 9-10]



	Dona los alimentos a instituciones que los necesitan	Elabora abono orgánico (compost)	Se lleva a su casa las sobras de comida del restaurante (doggy bag)	Intenta moderar el consumo de agua en la cocina	Cocina la cantidad justa de comida y no le quedan sobras	Ni usted ni sus familiares se dejan comida en el plato	Consume los alimentos perecederos rápidamente	Planifica sus comidas y/o hace listas de la compra	Reaprovecha las sobras
Ns/Nc	4,7%	3,8%	5,4%	1,7%	1,2%	1,9%	1,2%	1,2%	1,4%
Nunca	39,8%	53,7%	23,7%	7,7%	1,4%	4,3%	1,5%	3,3%	2,9%
Pocas veces	13,6%	8,9%	13,8%	9,0%	6,1%	9,2%	3,6%	4,8%	4,3%
De vez en cuando	20,4%	12,6%	21,3%	26,6%	23,7%	18,2%	19,1%	16,0%	15,7%
Bastantes veces	14,6%	12,4%	18,69%	29,2%	38,1%	32,9%	36,7%	33,4%	30,0%
Siempre	6,9%	8,6%	17,0%	25,9%	29,4%	33,4%	37,8%	41,2%	45,7%

Gráfico 64. Acciones llevadas a cabo por la población participante a fin de disminuir el desperdicio alimentario en el hogar, según grupos de edad. Porcentaje de población que han puntuado por encima de 7 en una escala de 1 a 10, donde 1 es nunca y 10 siempre



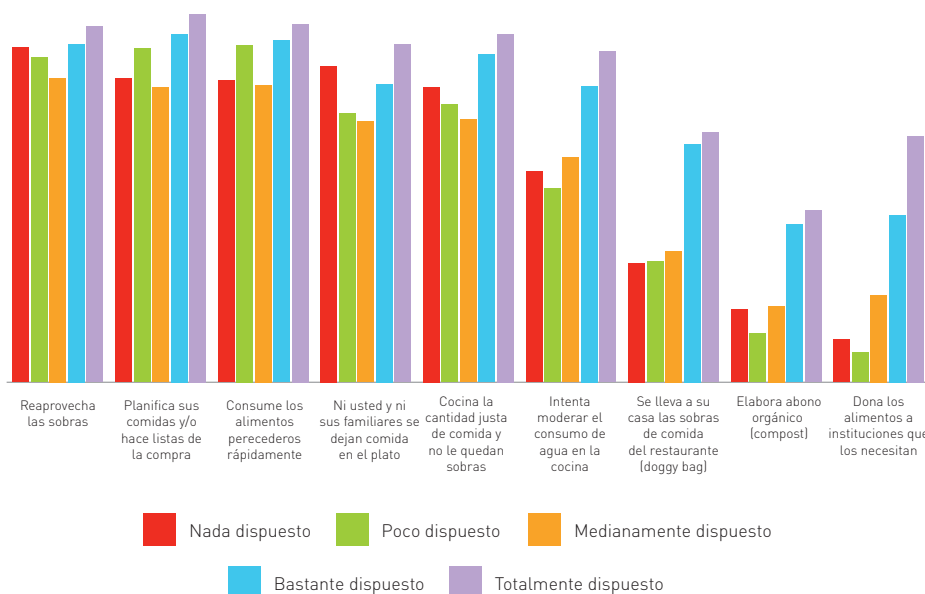
En general, las medidas contra el desperdicio alimentario se aplican con más frecuencia cuanto mayor importancia se concede al consumo de alimentos sostenibles y a mayor disposición por pagar más (gráfico 65)

las sobras, lo más habitual es refrigerarlas (90%) o congelarlas (80%) y comerlas, tal y como están cocinadas, más tarde y algo menos frecuentemente utilizarlas para realizar nuevos platos (70-76%).

Si nos centramos en las acciones relacionadas con la segunda R "Reutilización", a la hora de reaprovechar

Las diferentes campañas realizadas por entidades públicas y privadas para la concienciación de la población parecen estar teniendo éxito, ya que

Gráfico 65. Acciones llevadas a cabo por la población participante a fin de disminuir el desperdicio alimentario en el hogar, en relación a la disponibilidad de pagar más por una dieta más sostenible. Porcentaje de población que han puntuado por encima de 7 en una escala de 1 a 10, donde 1 es nunca y 10 siempre



la mayoría de las familias toman medidas para reducir el desperdicio alimentario. Comparando los resultados en este informe, con los obtenidos en la medición de 2017, ha aumentado el porcentaje que asegura no tirar nunca alimentos, aunque también aumenta la tasa de los que tiran en mayor proporción.

Las nuevas recomendaciones de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición, publicadas en diciembre del 2022 o de la Sociedad Española de Nutrición Comunitaria ayudarán, sin duda, a la educación de la Sociedad a avanzar en este aspecto y hacen hincapié en la necesidad de la planificación de la compra y los menús, y en la importancia de adquirir habilidades culinarias que ayuden a la población a elaborar recetas de aprovechamiento que disminuyan las sobras. No hay que olvidar que, de acuerdo con los datos del MAPA, mientras que la cantidad de alimentos frescos que acaba en la basura tiene tendencia a disminuir, en los últimos años, la cantidad desperdiciada de

platos preparados va en aumento. La concienciación individual y la capacitación de la población para alimentarse de una manera saludable y sabrosa, con respeto al medio ambiente, debería ser una tarea prioritaria de las instituciones implicadas en la salud comunitaria.

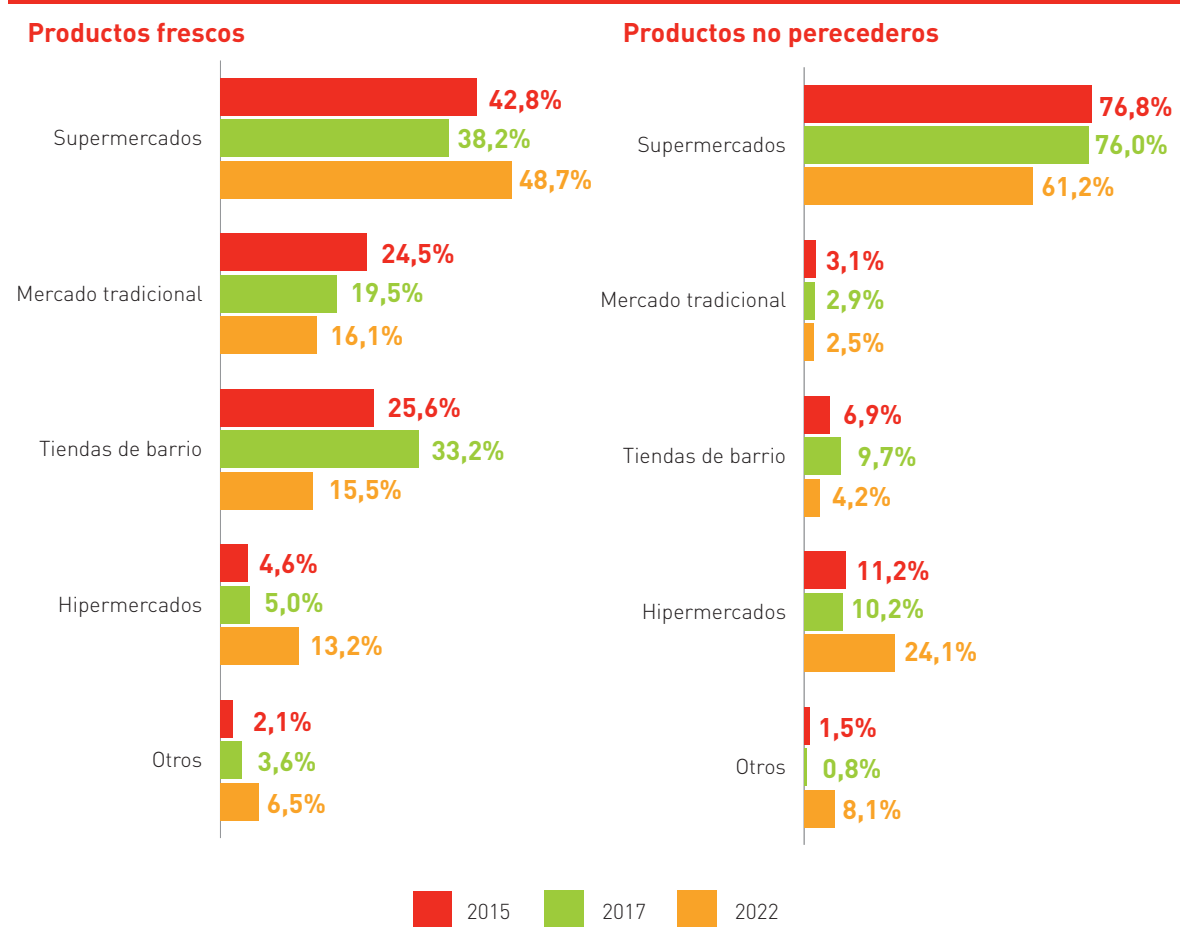
4.7. Actualización del estudio: tendencias 2015-2017-2022

Este apartado recoge la evolución de diferentes marcadores, en los tres “puntos de corte” en los que se ha realizado la evaluación de los aspectos sociales de la alimentación en la población adulta española; 2015; 2017; 2022.

4.7.1. Hábitos de compra

Con relación al lugar de compra (gráfico 66), en 2022 se observa frente a 2015 y 2017 una disminución

Gráfico 66. Evolución en los hábitos en cuanto a lugares de compra (años 2015, 2017, 2022)



importante de la compra en el mercado tradicional y en las tiendas de barrio, que han sido sustituidos de manera marcada por la compra en supermercados en el caso de productos frescos y por hipermercados en el caso de productos no perecederos. Esto último podría ser debido principalmente al auge del canal *online*, que ha pasado del 0,3% en 2017 al 3,5% en 2022.

Asimismo, de acuerdo con los resultados del año 2022, ha aumentado de forma considerable el porcentaje de población que modifica sus hábitos de

compra, así como el lugar en donde la realiza en función del momento del mes (principios vs. final de mes) (gráfico 67).

En lo relativo a la frecuencia de compra de alimentos (gráfico 68), se observa una tendencia de disminución del porcentaje de población que hace la compra de productos frescos varias veces por semana (69,4% en 2015, 75,3% en 2017 y 62,9% en 2022) frente a un aumento del porcentaje de población que compra alimentos no perecederos varias veces por semana (26,3% en 2015, 30,5% en 2017 y 36,7% en 2022):

Gráfico 67. Evolución en los hábitos y lugares de compra (años 2015,2017,2022).

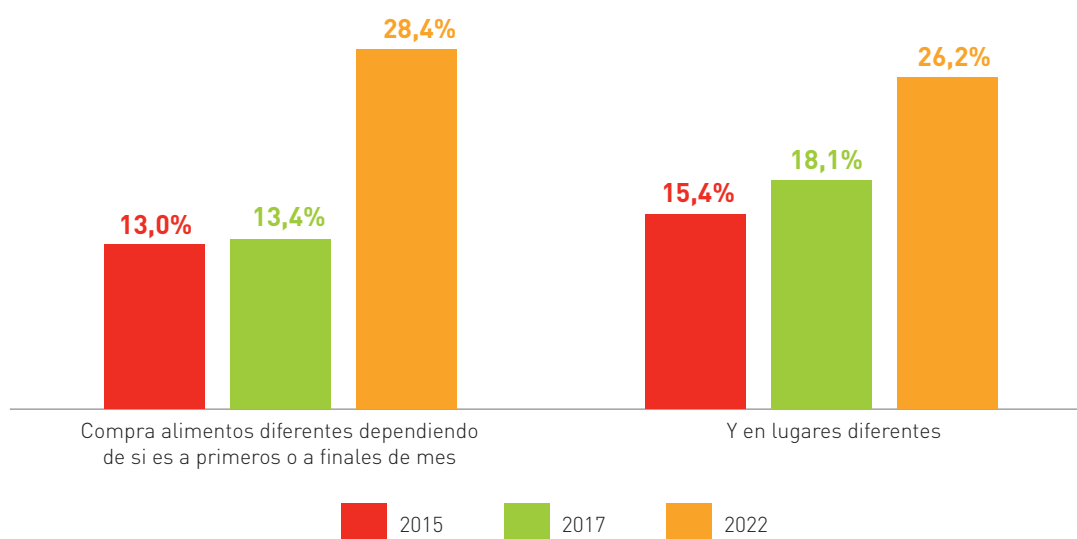
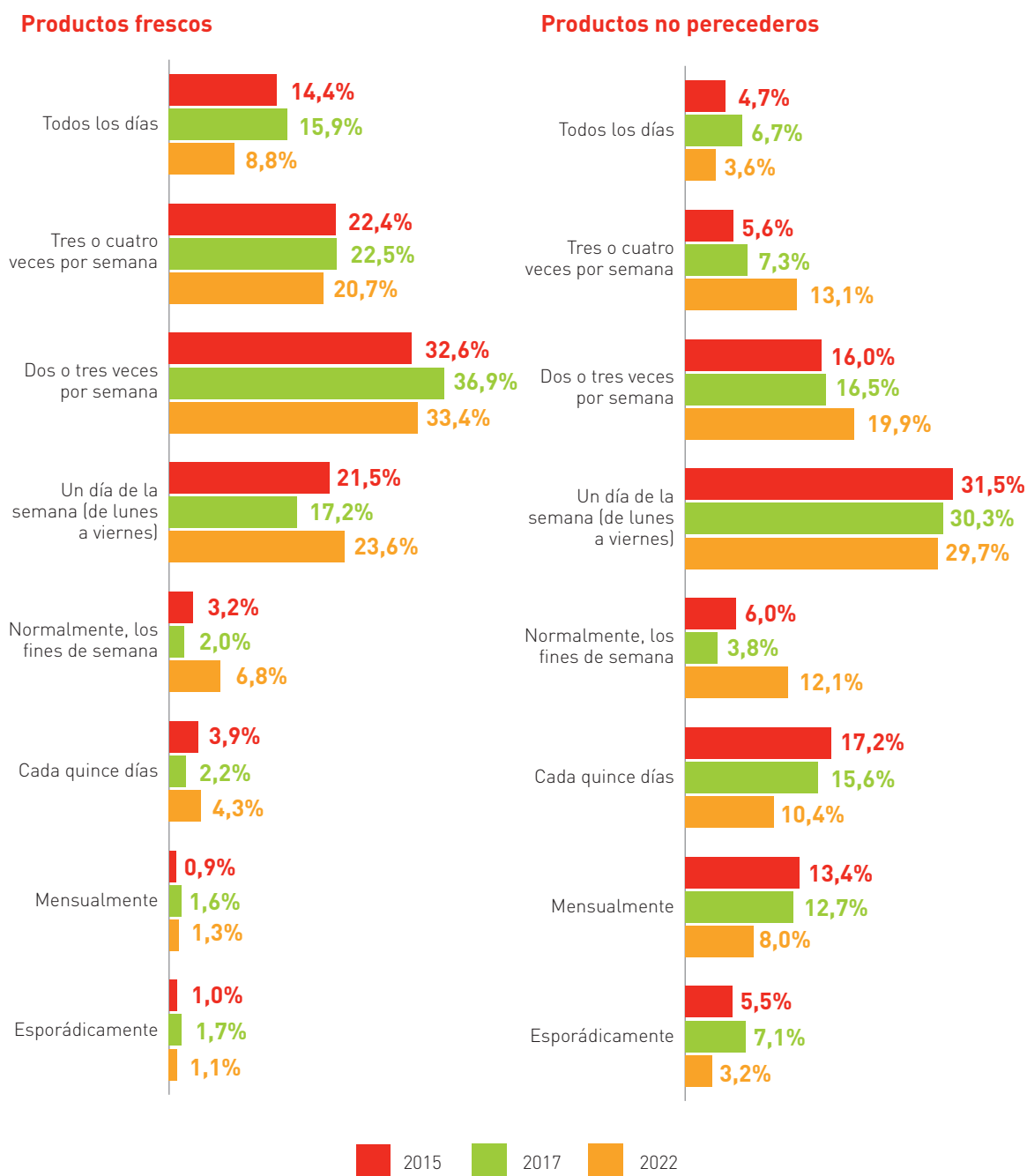


Gráfico 68. Evolución en la frecuencia de compra de alimentos frescos y no perecederos (años 2015,2017,2022)

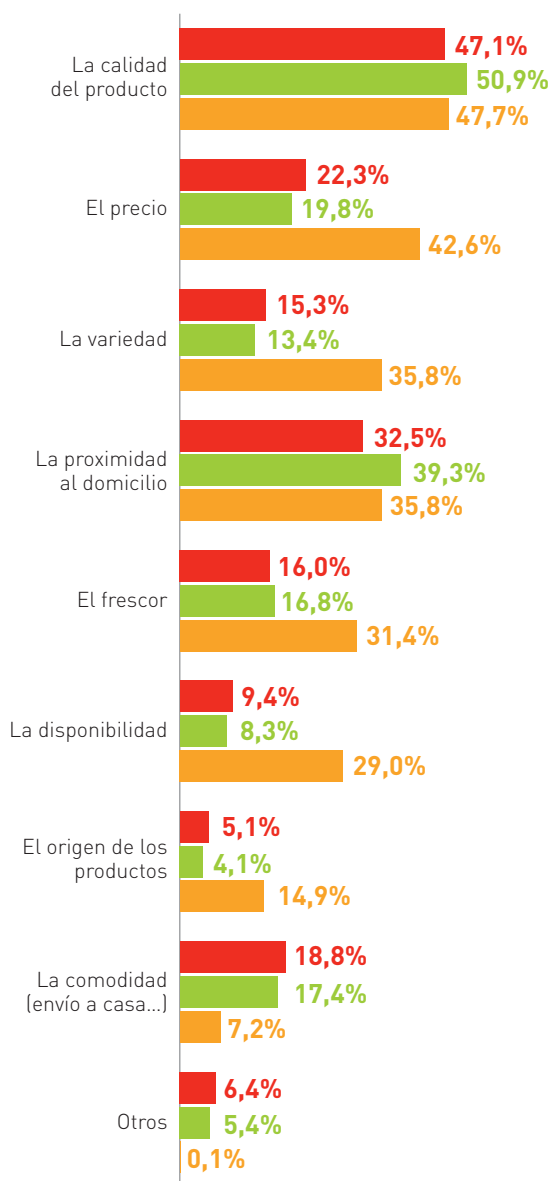


En lo que respecta a los factores que influyen a la hora de elegir el lugar de compra de los alimentos frescos y no perecederos (gráfico 69), en 2022 cabe

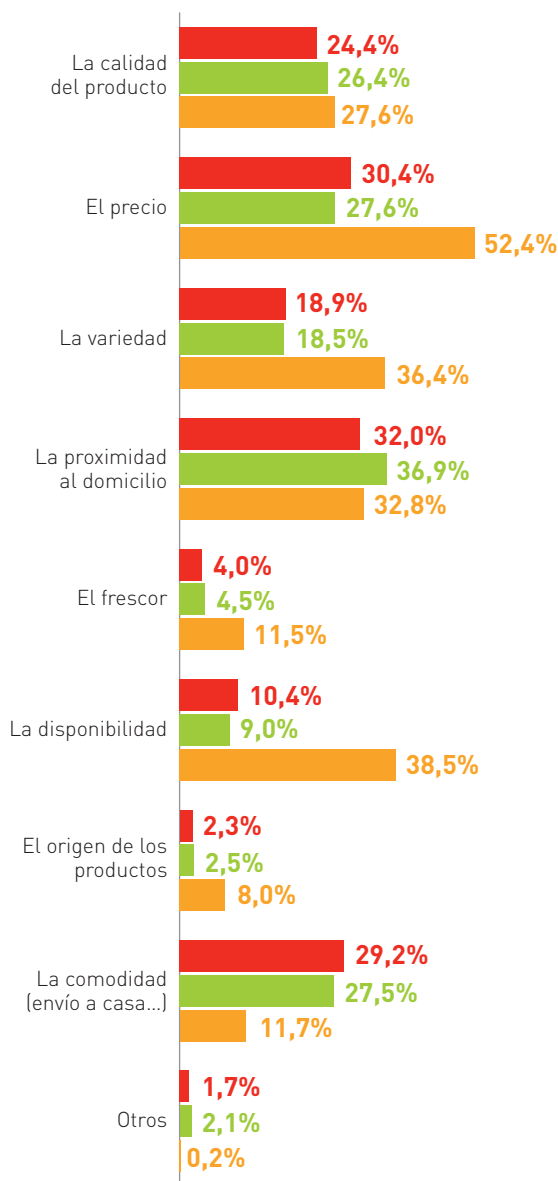
señalar el aumento del impacto del precio, la variedad y la disponibilidad de alimentos, frente a los resultados obtenidos en los años 2015 y 2017.

Gráfico 69. Evolución en los factores de decisión de compra de alimentos frescos y no perecederos (años 2015,2017,2022)

Productos frescos



Productos no perecederos



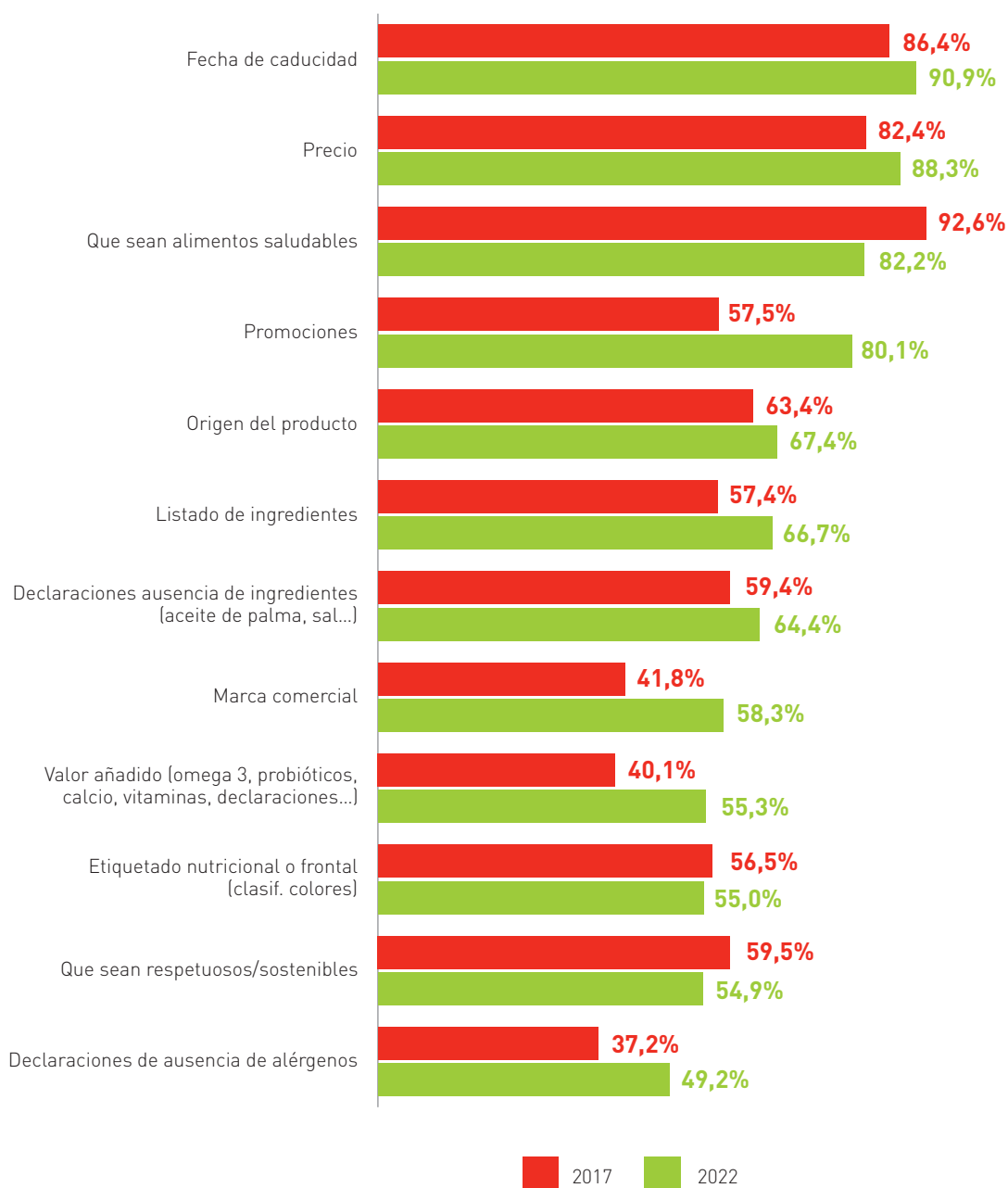
■ 2015 ■ 2017 ■ 2022

4.7.2. Decisión de compra

La información que más tienen en cuenta los consumidores a la hora de comprar o consumir alimentos es la fecha de caducidad, el precio, que sean alimentos saludables y las promociones. Al comparar

los resultados de 2022 frente a los de 2017 (gráfico 70), destaca el aumento que los consumidores aportan a las promociones, la marca comercial o el valor añadido. Sin embargo, se reduce la importancia que se le aporta al hecho de que los alimentos sean respetuosos/sostenibles o a que sean saludables.

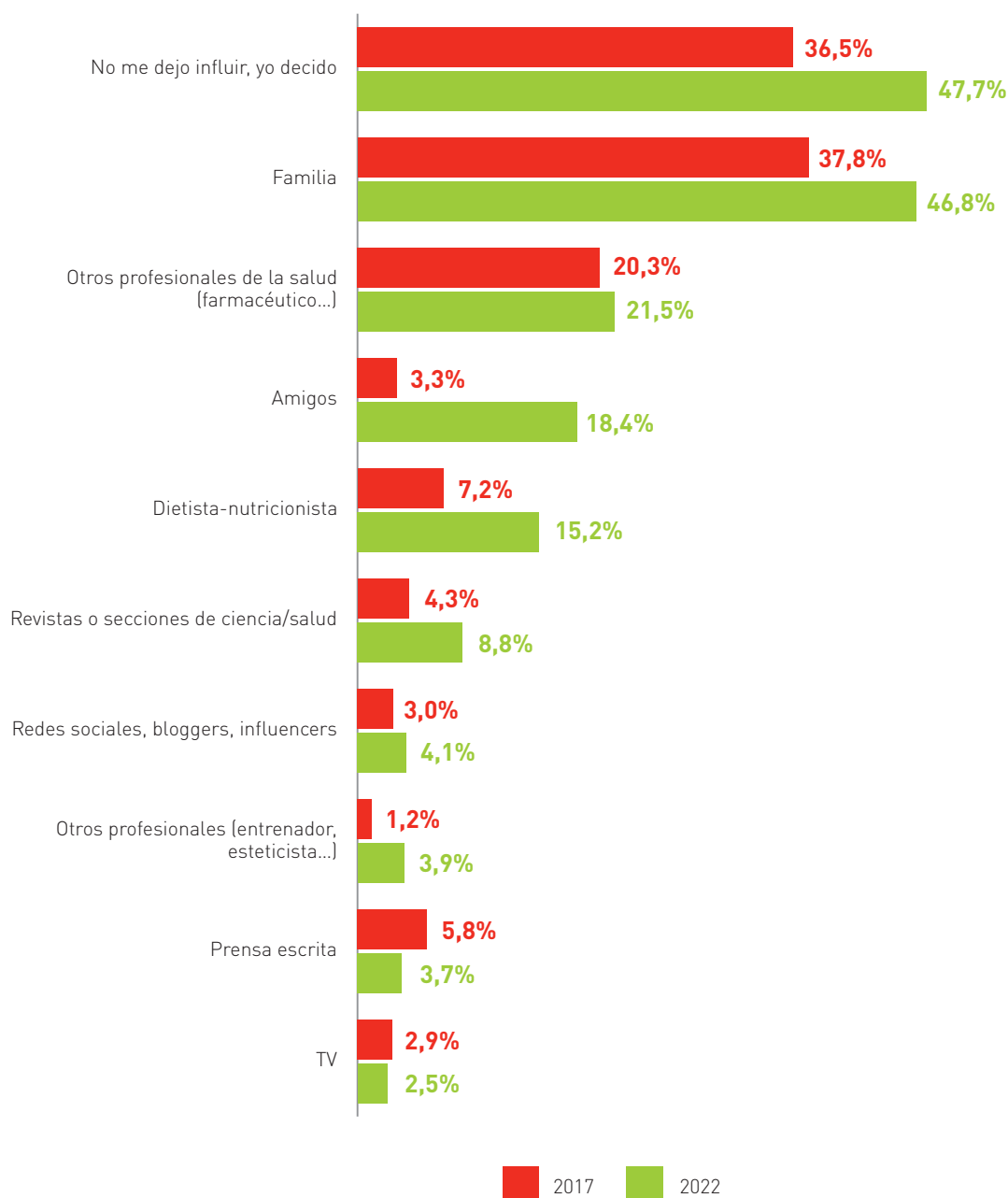
Gráfico 70. Evolución en los factores de decisión de compra (años 2017,2022).



En lo que respecta a quien o quienes influyen en las decisiones de compra, se observa que la mayoría de los consumidores indican que no se dejan influenciar a la hora de tomar decisiones de compra de alimentos o, se dejan influir por sus familiares. De hecho, se observa una tendencia

creciente en estas dos respuestas en el estudio actual, frente a los resultados del año 2017 (Gráfico 71). Asimismo, al comparar los resultados de 2022 vs. 2017, destaca también el aumento observado en la influencia de los amigos y del dietista-nutricionista:

Gráfico 71. Evolución en los factores y determinantes que influyen en la decisión de compra (años 2017 y 2022)



4.7.3. Ritmos alimentarios

Los españoles siguen mayoritariamente haciendo las tres comidas principales, pero desde el 2017 se ha apreciado un aumento del 10% en el tiempo que dedican a las diferentes comidas. Además, en su

mayor parte siguen comiendo en familia, al menos las comidas principales (desayuno, comida y cena), aunque desde 2017 a 2022 se observa un incremento, en torno al 5%, en el número de personas que hacen las comidas principales solos, especialmente en los días de a diario.

4.7.4. Sostenibilidad

El interés por la sostenibilidad de la dieta en la población ha disminuido (gráfico 72) pese a que, en general, se puede afirmar que los conocimientos sobre el impacto de los diferentes alimentos sobre la misma ha mejorado.

En el año 2022, se ha reducido el porcentaje de encuestados que considera que una dieta sostenible

es sinónimo de dieta saludable, mientras que aumenta sensiblemente la proporción de quienes piensan que se trata de conceptos similares, pero no iguales (gráfico 73).

En relación al desperdicio alimentario, se observa que ha aumentado el porcentaje de participantes que asegura no tirar nunca alimentos, aunque también aumenta la tasa de los que tiran en mayor proporción (gráfico 74).

Gráfico 72. Interés por la sostenibilidad de dieta por parte de la población encuestada (años 2017 y 2022)

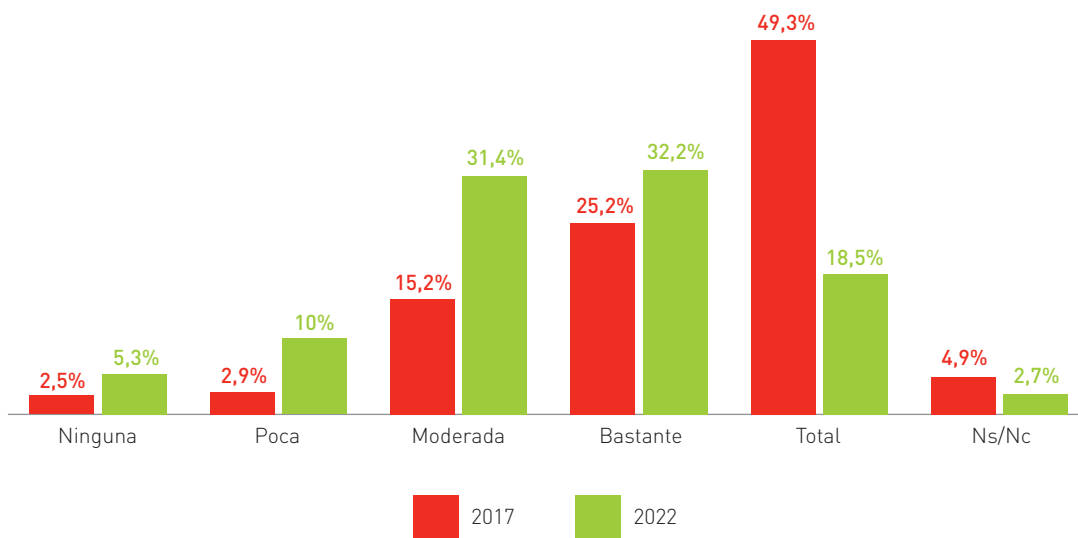


Gráfico 73. Proporción de población que consideran el concepto de dieta sostenible y dieta saludable como similares (años 2017 y 2022)

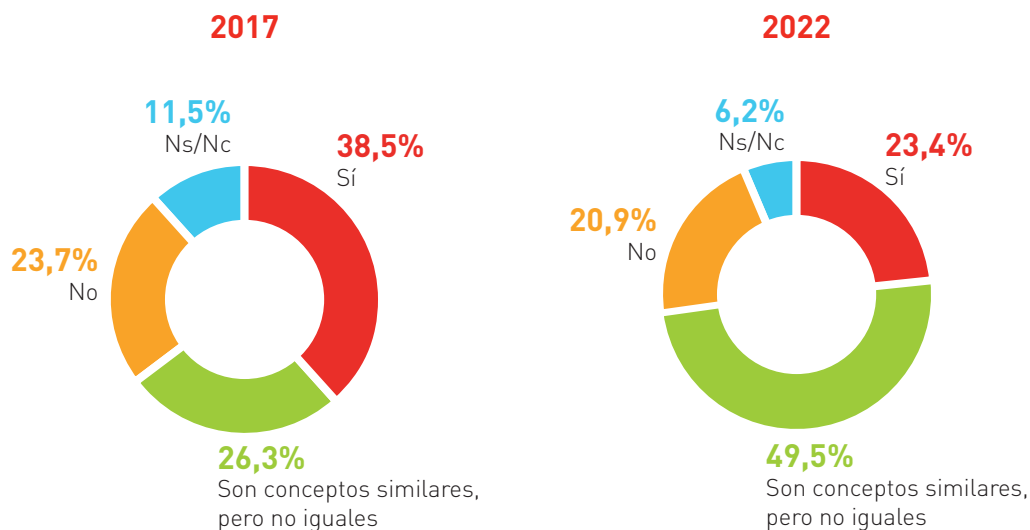
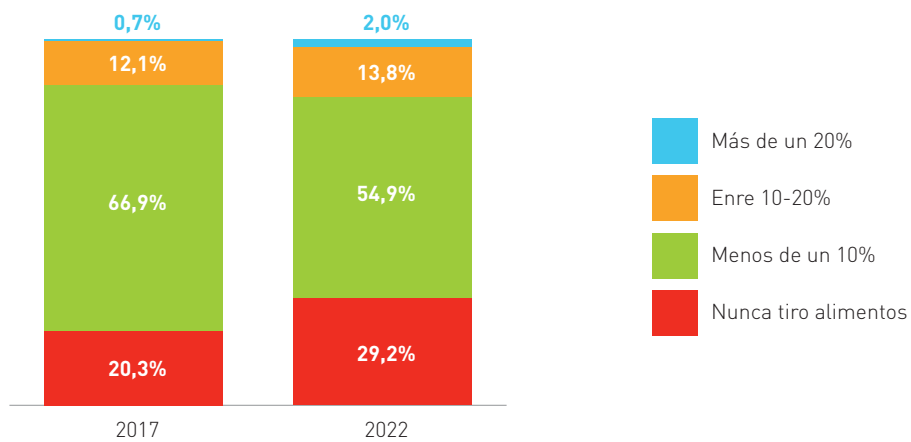


Gráfico 74. Porcentaje de alimentos que la población dice desperdiciar en relación a lo que compran (años 2017 y 2022)



5. Resumen e ideas clave

5.1. Resumen

Introducción: Actualmente, vivimos una época de importantes cambios en la sociedad, acentuados por la actual pandemia de Covid-19 y sus consiguientes efectos. A todo ello hay que añadir las posibles consecuencias de una creciente vulnerabilidad alimentario-nutricional asociada a la crisis económica. Otros factores socioculturales son la influencia de otras personas en la elección de alimentos, el conocimiento y la percepción de la alimentación y la nutrición, el nivel educativo, la publicidad y el marketing, y el estatus social.

Objetivos: Conocer el impacto de los estilos de vida a través de sus determinantes sociales y económicos, sobre la decisión alimentaria, realizar un seguimiento de los mismos, así como del conocimiento y percepción sobre la sostenibilidad alimentaria.

Métodos: Encuesta transversal a una muestra representativa nacional de adultos (>18 años) residentes en España (excepto Ceuta y Melilla), tras encuestas previas en población similar en los años 2015 y 2017. La encuesta se administró mediante entrevista telefónica asistida por ordenador (CATI): participaron un total de 1921 encuestados (945 mujeres y 976 hombres).

Resultados: La mayoría de la población española adulta realiza las tres comidas principales, aunque ha disminuido el % comparativamente al año 2017. En 2022, por otro lado, ha aumentado el tiempo dedicado a cada comida, y más tiempo aún los fines de semana. De manera preocupante, aumenta el número de personas que comen solas, mientras que disminuye igualmente el de las que comen sentadas y conversando con alguien. El teletrabajo ha influido en varios aspectos, como con quién, cómo se come o incluso qué se come: se observa una tendencia a comportamientos dietéticos más saludables (más producto fresco y técnicas culinarias más recomendables en la población que teletrabaja).

La mayoría de la población cocina (más en comparación con encuestas anteriores), pero sobre todo las mujeres, y se ha incrementado el porcentaje de población masculina que asume dicha responsabilidad en exclusiva, pero también el de población femenina, manifestando que esta responsabilidad se comparte menos que antes. Es preocupante que para más del 35% de la población estudiada, su situación económica haya empeorado tras la pandemia, modificando su decisión alimentaria. Más aún, si se considera que la peor situación se observa en los hogares con un mayor número de miembros, así como en los que soportan una renta más baja, impactando de manera significativa en la calidad alimentaria y nutricional de su dieta. Por último, los aspectos relacionados con la sostenibilidad presentan fortalezas y debilidades: por un lado, una mejor actitud y percepción, aunque se sigue considerando de importancia media, y la disposición a pagar más por alimentos sostenibles es baja/moderada: indudablemente, aspectos como las consecuencias de un mayor miedo postpandemia (ej. uso de plástico) o la crisis económica pueden influir en los resultados obtenidos

Conclusiones: Los resultados muestran cambios importantes en los aspectos sociales de la alimentación, en general hacia una menor sociabilidad, que parecen haberse acentuado por la pandemia de Covid-19 y la crisis económica.

5.2. Ideas Clave

- **La mayoría de la población realiza las tres comidas principales** (más de 9 de cada 10). No obstante, ha disminuido el porcentaje que realiza cada comida respecto al año 2017. En relación con los otros momentos de ingesta, poco más de una de cada tres personas (37,3%) come a media mañana y cerca de la mitad (47,5%) merienda, siendo esta última la que cada vez toma más protagonismo.

- **Se dedica más tiempo a las distintas comidas:** En el año 2022, ha crecido el tiempo medio de cada comida frente al año 2017. Los fines de semana se dedica más tiempo que los de diario. Así, el tiempo medio dedicado al desayuno es de algo más de 17 minutos a diario, y alcanza casi los 22 minutos en el fin de semana; a la comida del mediodía se le dedican unos 37 minutos a diario vs. casi 44 en el fin de semana; por último, la cena supone algo más de 30 minutos a diario, y casi 35 en el fin de semana.
- **Crece el porcentaje que come solo y desciende el que lo hace en familia, tanto a diario como en fin de semana:** El desayuno, la comida de media mañana y la merienda suelen hacerse a diario de forma solitaria; la comida y la cena, en familia. En los días de descanso o fines de semana, sin embargo, todas las comidas suelen hacerse en familia.
- **Desciende de manera marcada el porcentaje de población que come sentado conversando con alguien:** así, el desayuno suele hacerse de pie o sentado prestando atención a la comida, mientras que la comida y cena, muy habitualmente viendo la TV o dispositivo tecnológico.
- **Al hacer la compra nos fijamos en** la fecha de caducidad, el precio, que sean alimentos saludables y las promociones y, por el contrario, se tiene menos en cuenta el origen, listado de ingredientes, declaraciones sobre ausencia de ciertos ingredientes. Lo que menos se considera: marca comercial, valor añadido, etiquetado nutricional, que sea sostenible, o las declaraciones sobre ausencia de alérgenos.
- **La familia es la principal influencia en las decisiones de compra y hábitos alimentarios,** aunque casi la mitad asegura que no se deja influir por nadie. En los adultos más jóvenes, se reconoce mayor influencia de los amigos, las redes sociales y profesionales (dietista-nutricionista entrenador, esteticista, coach, etc.).
- **En relación a la decisión de compra y consumo, para mejorar la salud,** destacan fundamentalmente el interés en reducir el consumo de alimentos con elevado contenido en azúcares y alimentos ricos en grasas saturadas y de los denominados ultraprocesados.
- **La mayoría de la población adulta come alguna vez fuera de casa,** ya sea los días de diario o los fines de semana: 3 de cada 4 come alguna vez fuera de casa los días de diario, y cerca de 9 de cada 10 los fines de semana. Quienes comen fuera de casa por trabajo lo hacen ocasionalmente, mientras que quienes lo hacen por ocio, suele ser ocasionalmente o 1 o 2 días por semana. Entre las razones esgrimidas, a diario la principal es la falta de tiempo para poder ir a comer al hogar; en el caso de los fines de semana, se reparten entre ocio (60,8%), relaciones sociales (41,5%), y por comodidad (38,6%).
- **La mayoría de la población cocina, y siguen siendo las mujeres quienes lo hacen en mayor medida.** Así, 9 de cada 10 personas tiene la responsabilidad de cocinar, ya sea de forma exclusiva o compartida: las mujeres (73,7%) se encargan en exclusiva de la elaboración de la comida en el hogar, en mayor medida que los hombres (36,8%). Se ha incrementado el porcentaje de hombres que se encargan por completo de dicha responsabilidad, pero también el de mujeres, lo cual implica que se comparten menos las responsabilidades, en este sentido. Por otro lado, la media de tiempo dedicada a cocinar es de 7,22 horas semanales.
- **Los españoles se autocalifican con una nota media bastante alta (6,91) en cuanto a su capacidad para cocinar:** las mujeres refieren tener una mayor capacidad frente a los hombres, lo cual es esperable habida cuenta que son las que se encargan mayoritariamente de esta actividad. Respecto al gusto por cocinar, la puntuación media es de 6,55, y el 72,3% lo valora con 6 o más. En 2017 el promedio era 6,94 y en 2015, suponía una nota de 6,95. Con relación a los criterios que se tienen en cuenta a la hora de cocinar, se priorizan los gustos de las personas con las que se convive, la salud cada vez más, y los gustos propios. Por último, las preparaciones más aceptadas son la plancha, cocción y horno.
- Para el 35,5% de la población analizada, su **situación económica ha empeorado tras la pandemia**, para un 51,7% no ha variado, y en un 12,9% habría mejorado. En aquellos en los que ha empeorado, de manera mayoritaria, **se compran más productos de marca de distribución, productos más económicos y en general de peor calidad nutricional (menos alimentos frescos), y se buscan establecimientos más económicos.**
- **La sostenibilidad tiene una importancia media (6,2 sobre 10) y la disposición a pagar más por**

alimentos sostenibles es baja (4,7 sobre 10). Sobre la producción de alimentos, los de origen animal se asocian con más gasto de agua y los de origen vegetal con mayor ocupación de tierra, siendo más significativa cuando la importancia que se da al consumo de alimentos con producción sostenible se incrementa en la población, los más jóvenes.

- **El concepto de dieta sostenible se asocia con:** respeto a la biodiversidad y los ecosistemas, generación de pocos residuos, basada en alimentos de origen local, poco procesada, sin aditivos o ingredientes artificiales, y basada en productos ecológicos. De manera específica, los alimentos de origen vegetal son los más asociados con una dieta sostenible: frutas, verduras y frutos secos.
- Un porcentaje significativo de la población analizada indica que **dieta saludable debe asimilarse a dieta sostenible**, pero algo menos de la mitad (44,7%) considera que su dieta es sostenible. Entre las acciones que se priorizan para hacer la dieta más sostenible, destacan no tirar comida y reciclar envases. De hecho, evitar el desperdicio alimentario es un valor muy considerado, y para ello destacan acciones como el
 - a) *reaprovechamiento de las sobras (refrigerar y/o congelar para más tarde; hacer recetas con los restos, o hacer ensaladas), planificación de las comidas, o el consumo rápido de los alimentos perecederos.*
- El **teletrabajo** representa una parte importante de las jornadas de la población ocupada, siendo un 45,6% los que lo hacen regularmente: un 17,7% desde antes de la pandemia, y el 27,8% a partir de ella. Quienes teletrabajan, lo son en mayor medida las personas más jóvenes, con mayores niveles de renta, y residentes en municipios grandes. El teletrabajo ha impactado en los hábitos y estilos asociados a la alimentación, con hechos relevantes como:
 - a) *Con quién se come: Se come más en familia.*
 - b) *Cómo se come: en mayor medida frente a la TV/dispositivos y se dedica más tiempo a comer.*
 - c) *Qué se come: más frutas y verduras y legumbres, y menos fritos, precocinados, y bebidas alcohólicas.*
 - d) *Se cocina más.*

6. Bibliografía de referencia

1. Rueda García, F. y Martínez de Victoria Muñoz, E. (2017). "Antropología de la alimentación". En: Tratado de Nutrición. Tomo III. 3.ª ed. Ángel Gil, Ed. Editorial Médica Panamericana, pp. 1-20.
2. Burlingame, B. y Dernini, S. (2012). "Sustainable Diets and Biodiversity: Directions and Solutions for Policy, Research and Action". International Scientific Symposium, Biodiversity and Sustainable Diets United Against Hunger, FAO Headquarters, Rome, Italy, 3-5 November 2010. Rome: Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO).
3. Díaz Méndez y Cardon (coord.) (2021). La transformación de la alimentación en el sur de Europa. Tirant Humanidades. Valencia. ISBN: 978-84-18802-72-0.
4. Vidal DM, Moreno Arribas MV, Bartolomé Sualdea MB, ...Díaz-Méndez C. (2021). "For healthy diet in a global and sustainable World" in Del Castillo Bilbao y Martínez Alvarez (coord.) Challenge F. New Foundations for a sustainable global society, Moyano Estrada and García Azcárate, Volume 1. CSIC. Pp. 227 y ss.
5. Díaz-Méndez, C. García-Espejo, I. y Otero-Estévez, S. (2020). New and old forms of poverty in Spain: exploring food consumption during the crisis. *British Food Journal*. DOI: 10.1108/BFJ-07-2019-0527.
6. Díaz-Méndez C. y García-Espejo I. (2018). Homogeneidad y fragmentación en los hábitos alimentarios de los españoles: una respuesta a través del análisis de los horarios, las relaciones y las normas alimentarias. *Revista Internacional de Sociología*. 76 (3) e102. Disponible en: <https://doi.org/10.3989/ris.2018.76.3.17.360>.
7. Grupo Colaborativo de la Sociedad Española de Nutrición Comunitaria (SENC) Dietary Guidelines for the Spanish Population (December 2016); The New Graphic Icon of Healthy Nutrition. [[accessed on 15 September 2017]]; *Nutr. Hosp.* 2016 33(Suppl. S8):1-48. Available online: <http://revista.nutricionhospitalaria.net/index.php/nh/article/view/827/497>. - PubMed.
8. Achón M., Serrano M., García-González Á., Alonso-Aperte E., Varela-Moreiras G. Present Food Shopping Habits in the Spanish Adult Population: A Cross-Sectional Study. *Nutrients*. 2017;9:508. doi: 10.3390/nu9050508. - DOI - PMC - PubMed.
9. García-González, Á.; Achón, M.; Carretero Krug, A.; Varela-Moreiras, G.; Alonso-Aperte, E. Food Sustainability Knowledge and Attitudes in the Spanish Adult Population: A Cross-Sectional Study. *Nutrients* 2020, 12, 3154. <https://doi.org/10.3390/nu12103154>.
10. Willett, W.; Rockström, J.; Springmann, M.B.L.; Lang, T.; Vermeulen, S.; Garnett, T.; Tilman, D.; DeClerck, F.; Wood, A.; Jonell, M.; et al. Food in the anthropocene: The EAT-lancet commission on healthy diets from sustainable food systems. *Lancet* 2019, 393, 447-492.
11. Dernini, S.; Berry, E.M. Mediterranean Diet: From a healthy diet to a sustainable dietary pattern. *Front. Nutr.* 2015, 2, 15.
12. European Parliament. Resolución del Parlamento Europeo, de 19 de Enero de 2012, Sobre Cómo Evitar el Desperdicio de Alimentos: Estrategias Para Mejorar la Eficiencia de la Cadena Alimentaria en la UE (2011/2175(INI)). Available online: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+TA+P7-TA-2012-0014+0+DOC+PDF+V0//ES>.
13. Food and Agriculture Organization of the United Nations. Global Initiative on Food Loss and Waste Reduction. Available online.

14. Ministerio de Agricultura Pesca Alimentación y Medio Ambiente. Más Alimento, Menos Desperdicio Estrategia 2017–2020; Ministerio de Agricultura Pesca Alimentación y Medio Ambiente, Ed.; Ministerio de Agricultura Pesca Alimentación y Medio Ambiente: Madrid, Spain, 2017; p. 58.: <http://www.fao.org/3/a-i4068e.pdf>
15. Achón, M.; Serrano, M.; García-González, Á.; Alonso-Aperte, E.; Varela-Moreiras, G. Present food shopping habits in the Spanish adult population: A cross-sectional study. *Nutrients* 2017, 9, 508.
16. European Public Health Alliance. Unavoidable Transition Towards Sustainable Healthy Diets. Available online: https://epha.org/wp-content/uploads/2016/05/Agriculture-and-Public-Health_EPHA_May2016-2.pdf.
17. Partearroyo, T.; Samaniego-Vaesken, M.L.; Ruiz, E.; Aranceta-Bartrina, J.; Gil, Á.; González-Gross, M.; Ortega, R.M.; Serra-Majem, L.; Varela-Moreiras, G. Current Food consumption amongst the Spanish ANIBES study population. *Nutrients* 2019, 11, 2663.
18. Carretero-Krug, A.; García-Gonzalez, A.; Achón, M.; Alonso-Aperte, E.; Varela-Moreiras, G. Alimentación, Sociedad y Decisión Alimentaria en la España del Siglo XXI. Available online: http://www.ub.edu/campusalimentacio/ca/documents/Informe_Alimentacio_Espanya_XXI.pdf.
19. Aranceta-Bartrina, J.; Partearroyo, T.; López-Sobaler, A.M.; Ortega, R.M.; Varela-Moreiras, G.; Serra-Majem, L.; Pérez-Rodrigo, C. Updating the food-based dietary guidelines for the Spanish population: The Spanish society of community nutrition (SENC) proposal. *Nutrients* 2019, 11, 2675.
20. Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición. Recomendaciones dietéticas saludables y sostenibles, complementadas con recomendaciones de actividad física para la población española. Ministerio de Consumo, Gobierno de España (2022). NIPO: 069-22-008-2. https://www.aesan.gob.es/AECOSAN/web/noticias_y_actualizaciones/noticias/2022/come_sano.htm
21. SOCIEDAD ESPAÑOLA DE NUTRICIÓN COMUNITARIA (SENC). Guía de la alimentación saludable para atención primaria y colectivos ciudadanos. Recomendaciones para una alimentación individual, familiar o colectiva saludable, responsable y sostenible. Editorial Planeta, España, 2019. <https://www.nutricioncomunitaria.org/es/noticia/guia-alimentacion-saludable-ap>
22. The European Consumers Organization. (BEUC). One bite at a time: consumers and the transition to sustainable food. Analysis of a survey of European consumers on attitudes towards sustainable food (2020). Disponible online en https://www.beuc.eu/sites/default/files/publications/beuc-x-2020-042_consumers_and_the_transition_to_sustainable_food.pdf

ANEXO

(Cuestionario del estudio)

A. VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

P.1. Sexo: (NO PREGUNTAR)

1. Hombre
2. Mujer

P.2. ¿En cuál de los siguientes tramos se encuentra su edad? Indicar la edad exacta y agrupar:

1. De 18 a 30 años
2. De 31 a 49 años
3. De 50 a 64 años
4. De 65 a 74 años
5. 75 años y más

P.3. Y ¿cuál es su provincia de residencia? (NO PREGUNTAR)

Provincia: _____

Municipio de residencia: _____

(Codificación automática del tipo de zona, según municipio)

TAMAÑO HABITAT	
< 2.000 habitantes	1
De 2.001 a 10.000	2
De 10.001 a 100.000	3
De 100.001 a 500.000	4
> 500.000	5

P.4. ¿Me podría decir cuál es su nacionalidad?

NACIONALIDAD	
Española	1
Otra (especificar)	2

P.5. ¿Y su situación laboral?

SITUACIÓN LABORAL	
Trabaja	1
Trabajo doméstico no remunerado (Ir P8)	2
Desempleado (Ir a P.5.1 y luego a P8)	3
Estudiante (Ir P8)	4
Jubilado (Ir P8)	5
En ERTE Indicar tiempo (Ir a P.5.1 y luego a P8)	6
Otros (especificar) (Ir P8)	7

P.5.1. ¿Cuánto tiempo lleva desempleado/ERTE?

1. Menos de 1 año
2. Entre 1 y 2 años
3. Más de 2 años

P.6. ¿En la actualidad, teletrabaja?

No (Ir P.8)	1
Sí, y ya lo hacía antes de la pandemia	2
Sí, y no lo hacía antes de la pandemia	3

P.7. ¿Qué porcentaje de la jornada semanal teletrabaja?

1. >10%
2. Entre 10% y 25%
3. Entre 25% y 50%
4. Entre 50% y 75%
5. Entre 75% y 99%
6. Jornada completa

B. ORGANIZACIÓN ALIMENTARIA

B.1. Ritmos

P.8. ¿Podría decirme qué comidas realiza los días laborables /días de diario y los días de descanso / fin de semana o festivos? ¿Cuánto tiempo les dedica?

P.5= 2, 3,4,5,6 y 7 P.5= 1	DÍAS DE DIARIO			FIN DE SEMANA O FESTIVOS		
	DÍAS LABORALES			DÍAS DE DESCANSO		
	Sí	No	Tiempo (min)	Sí	No	Tiempo (min)
Desayuno	1	0		1	0	
Media mañana	1	0		1	0	
Comida	1	0		1	0	
Merienda	1	0		1	0	
Cena	1	0		1	0	

Solo preguntar por las comidas que hace, ya sea en día laborable o en fin de semana

B.2. Sociabilidad y hábitos alimentarios.

Establecer filtro en P.8 Solo las comidas que señala que hace.

P.9. ¿Con quién suele realizar cada una de las siguientes comidas?

P.5= 2, 3, 4, 5, 6 y 7 DÍAS DE DIARIO P.5= 1 DÍAS LABORABLES					
	Desayuno	M. Mañana	Comida	Merienda	Cena
Solo	1	1	1	1	1
Con mi familia	2	2	2	2	2
Con amigos	3	3	3	3	3
Con compañeros de trabajo	4	4	4	4	4
Otros	5	5	5	5	5
P.5= 2, 3, 4, 5, 6 y 7 FIN DE SEMANA O FESTIVOS P.5= 1 DÍAS DE DESCANSO					
	Desayuno	M. Mañana	Comida	Merienda	Cena
Solo	1	1	1	1	1
Con mi familia	2	2	2	2	2
Con amigos	3	3	3	3	3
Con compañeros de trabajo	4	4	4	4	4
Otros	5	5	5	5	5

P.10. De las siguientes opciones, señale aquella/as con las que se identifique respecto al momento de la comida en el hogar (en el caso de que sienta indificado/a con varios modos, indique el predominante)

	DESAYUNO	COMIDA	CENA
Como de pie	1	1	1
Como viendo la TV	2	2	2
Como mirando el móvil/ordenador/leyendo	3	3	3
Como mientras hablo por teléfono	5	5	5
Como sentado, prestando atención a la comida	6	6	6
Como sentado, conversando con alguien	7	7	7

B.3. Pandemia, teletrabajo y hábitos alimentarios.

P.6 = 2 y/o 3

P.11. ¿En qué medida considera que el TELETRABAJO ha implicado cambios ...?

	Más	Igual	Menos
Tiempo dedicado a comer			
Frecuencia con la que cocina			
Consumo de bebidas alcohólicas			
Consumo de alimentos precocinados			
Consumo de fritos			
Consumo de legumbres			
Consumo de frutas y verduras			
Frecuencia con la que come con la familia			
Frecuencia con la que come frente a la TV			

P.12. Valore del 1 al 10 su grado de identificación con las siguientes afirmaciones tras el confinamiento y la pandemia:

	Nada		Poco		Moderada-mente		Bastante		Totalmente		NS/NC
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
He vuelto a mis hábitos alimentarios prepandemia											
He dejado de comer en el lugar de trabajo											
He suprimido el café con los compañeros de trabajo											
Me llevo la comida de casa al trabajo											
Elijo siempre comer al aire libre (ej terrazas)											
He dejado de salir a comer fuera de casa											
Evito compartir platos/picar del mismo plato											
Solo comparto mesa con personas vacunadas											
Recurso a opciones y apps de comida a domicilio, o que recojo (Delivery/ Take away)											
Me gustaría comer en casa más a menudo											
Me gustaría volver a comer con mi familia/convivientes											
Me estoy planteando perder peso											
Me estoy planteando hacer más actividad y ejercicio físico											

B.4. Comida fuera del hogar

P.13. Cuando come fuera de casa, ¿cuál es el motivo? (Respuesta múltiple).

P.5= 2, 3,4,5, 6 y 7	DÍAS DE DIARIO	FIN DE SEMANA O FESTIVOS
P.5= 1	DÍAS LABORALES	DÍAS DE DESCANSO
Porque el horario de trabajo no me permite ir a comer a casa	1	1
Por comodidad	2	2
Por obligaciones familiares	3	3
Por ocio	4	4
Por relaciones sociales	5	5
Por comidas de negocios	6	6
Por salud	7	7
Por economía	8	8
Otras causas (especificar)	9	9
Nunca como fuera de casa	10	10

Si P.13 laborable \neq 10 o P.10 diasdescanso \neq 10, Pasar a P.14
Si P.13 laborable= 10 y P.10 diasdescanso =10, Pasar a P.15

P.14. ¿Con qué frecuencia sale a comer por ocio fuera de casa? ¿Y por trabajo?

	OCIO	P.5= 1 TRABAJO
Todos los días	1	1
1-2 días por semana	2	2
3-5 días por semana	3	3
Fines de semana y festivos	4	4
Ocasionalmente	5	5

C. PREPARACIÓN DE LOS ALIMENTOS

P.15. ¿Es el encargado de la elaboración de la comida en su hogar?

1. Sí
2. Comparto la responsabilidad
3. No

Si P.15= 3 Ir a P.20

P.16. De una escala de 1 a 10. ¿Cómo puntuaría su capacidad para cocinar, siendo 1 no sé cocinar y 10 sí sé cocinar?

No sé cocinar		Cocino algunos platos		Me defiendo		Cocino casi todo		Sé cocinar todos los platos	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

P.17. De una escala de 1 a 10. ¿Cómo puntuaría su **gusto por cocinar**, siendo 1 “no me gusta nada” y siendo 10 “me gusta mucho”?

No me gusta nada		Me gusta poco		Ni me gusta ni me disgusta		Me gusta bastante		Es lo que más me gusta	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

P.18. A la hora de organizar las comidas, ¿qué tiene en cuenta principalmente? (Respuesta múltiple).

Sus gustos	1
Los gustos de la/s persona/s con quien/es convive	2
La salud	3
El precio	4
La facilidad de preparación	5
Seguir la dieta	6
El número de comensales	7
Otros (especificar)	8

P.19. ¿Cuánto **tiempo** aproximadamente dedica a cocinar por semana? (ponerlo siempre según el formato hh:mm)

Hh:mm

P.20. ¿Cuáles son las preparaciones alimentarias más habituales en su hogar? (Respuesta múltiple)

Plancha	1
Horno	2
Vapor	3
Cocción	4
Fritura	5
Microondas	6
Otros (especificar)	7

D. HÁBITOS DE COMPRA

P.21. Indique si tras la pandemia ha variado su situación económica ...

1. Sí, ha empeorado
2. Sí, ha mejorado Ir P.23
3. No Ir P.23

P.22. Indique si, como consecuencia de su situación económica postpandemia ha variado usted los siguientes comportamientos

	SI	NO
Compro productos de menor precio	1	0
Compro más productos de marca blanca de distribución	1	0
Busco establecimientos más baratos	1	0
Me llevo la comida preparada de casa	1	0
He disminuido la cantidad de alimentos frescos (frutas, verduras, hortalizas) que consumo	1	0
Consumo menos carne y pescado	1	0
He acudido a programas de ayuda alimentaria	1	0
Compro más comida preparada para llevar	1	0

P.23. ¿Compra alimentos diferentes dependiendo de si es a primeros o a finales de mes? ¿Y en lugares diferentes?

	ALIMENTOS	LUGARES
No	0	0
Sí	1	1

P.24. ¿Con qué frecuencia compra productos frescos? ¿Y no perecederos?

	FRESCOS	NO PERECEDEROS
Todos los días	1	1
Tres o cuatro veces por semana	2	2
Dos o tres veces por semana	3	3
Un día de la semana (de lunes a viernes)	4	4
Normalmente, los fines de semana	5	5
Cada quince días	6	6
Una vez al mes Mensualmente	7	7
Esporádicamente	8	8

P.25. ¿Dónde suele realizar, principalmente, la compra de alimentos frescos y no perecederos? (Respuesta simple).

	FRESCOS	NO PERECEDEROS
Mercado tradicional	1	1
Tiendas de barrio	2	2
Supermercados	3	3
Hipermercados	4	4
Tiendas 24 horas	5	5
Compra on-line	6	6
Directamente de agricultores o ganaderos	7	7
De tiendas de productos ecológicos	8	8
Mercadillos locales	9	9
Producción propia	10	10
Otros (Especificar)	11	11

P.26. ¿Cuál es el motivo por el que usted elige este tipo de establecimiento para los productos frescos? ¿Y para los alimentos no perecederos? (Respuesta múltiple).

	FRESCOS	NO PERECEDEROS
La calidad del producto	1	1
La variedad	2	2
El precio	4	4
El frescor	5	5
La disponibilidad	6	6
La proximidad al domicilio	7	7
La comodidad (envío a casa...)	8	8
El origen de los productos	12	12
Otros (especificar)	13	13

P.27. ¿Qué información tiene usted en cuenta, cuando decide comprar o comer un alimento o bebida?

	Sí	No
El origen del producto (alimentos locales, de cercanía)	1	0
La fecha de caducidad	1	0
El etiquetado nutricional o frontal (clasificación por colores)	1	0
Las promociones	1	0
El precio	1	0
La marca comercial	1	0
El listado de ingredientes	1	0
Declaraciones sobre la ausencia de determinados ingredientes alimentarios (aceite de palma, sal, etc.)	1	0
Declaraciones sobre la ausencia de determinados y/o alérgenos	1	0
Busca productos que sean respetuosos/sostenibles con el medio ambiente	1	0
Busca que sean alimentos saludables	1	0
El valor añadido (omega 3, probióticos, calcio, vitaminas, declaraciones sobre beneficios nutricionales...)	1	0
Otros (especificar)	1	0

P.28. A raíz del confinamiento, ¿se ha esforzado por llevar a cabo alguna de las siguientes acciones con el objeto de mejorar su salud?

	Comenzó antes de la pandemia	Comenzó a raíz de la pandemia	No lo está haciendo	No está seguro
Reducir calorías bebiendo agua y bebidas hipocalóricas en lugar de otras bebidas más calóricas	1	2	3	4
Reducir alimentos con elevado contenido en azúcares añadidos	1	2	3	4
Comer más alimentos integrales	1	2	3	4
Consumir raciones más pequeñas	1	2	3	4
Reducir la ingesta de sal/sodio	1	2	3	4
Reducir la ingesta de alimentos ricos en grasas saturadas	1	2	3	4
Reducir lácteos enteros y sustituirlos por desnatados o semidesnatados	1	2	3	4
Disminuir el consumo de alimentos ultraprocesados	1	2	3	4
Reducir el impacto de mi dieta sobre el medio ambiente	1	2	3	4

P.29. ¿Quién o quiénes influyen más en sus decisiones y hábitos alimentarios? Múltiple Máximo tres respuestas, las que considere más importantes

No me dejo influir, yo decido	0
Familia	1
Amigos	2
Prensa escrita	3
Revistas o secciones de ciencia/salud	4
Dietista-Nutricionista	5
Otros profesionales de la salud (farmacéutico, médico, enfermera...)	6
Otros profesionales (entrenador, esteticista, coach...)	7
Redes sociales, bloggers, influencers	8
TV	9

E. SOSTENIBILIDAD, DESPERDICIO Y SEGURIDAD ALIMENTARIA

P.30. ¿Qué grado de importancia le concede usted al hecho de que los productos que consume (o su cesta de la compra) sean producidos de forma sostenible? Escala de 1 a 10, donde 1 es ninguna importancia y 10 total importancia

Ninguna importancia		Poca importancia		Moderada importancia		Bastante importancia		Total importancia		No sabe lo suficiente como para formarse una opinión
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	99

P.31. ¿En qué medida está dispuesto a pagar más dinero por productos alimenticios y bebidas que se producen de forma sostenible?

Nada dispuesto		Poco dispuesto		Medianamente dispuesto		Bastante dispuesto		Totalmente dispuesto	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

P.32. ¿Cuáles de las siguientes características cree usted que definen una Dieta sostenible? Elija 3, las que considere prioritarias.

Dieta que se basa en alimentos de origen local	
Dieta que respeta la biodiversidad y los ecosistemas	
Dieta que en su producción genera una cantidad de gases con efecto invernadero limitado	
Dieta que genera pocos residuos	
Dieta que contribuye a la seguridad alimentaria y nutricional	
Dieta sin aditivos o ingredientes artificiales	
Dieta poco procesada	
Dieta basada en productos de cultivo Orgánico/Ecológico	
Dieta rica en alimentos de origen vegetal	
Dieta económicamente asequible	

P.33 ¿Cree usted que una dieta sostenible es sinónimo de dieta saludable?

Sí	1
Son conceptos similares, pero no iguales	2
No	0
Ns/Nc	99

P.34. ¿Considera usted que su dieta es sostenible?

Sí	1
No	0
Ns/Nc	99

P.35. Evalúe en qué medida cree usted que los siguientes alimentos forman parte de una dieta sostenible siendo 1 "muy poco sostenible" y 10 "muy sostenible"

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	NS/NC
Carne roja											
Carne de ave											
Pescado											
Lácteos											
Huevos											
Verduras											
Frutas											
Frutos secos											
Alimentos precocinados											
Bebidas											

P.36. Según su opinión

	Los de origen animal	Los de origen vegetal	NS/NC
Los alimentos requieren mayor gasto de agua para su producción, son ...			
Los alimentos que requieren mayor ocupación de tierra para su producción son			

P.37. ¿Qué hace usted para que su dieta sea más sostenible?

	Sí	No
Limito el consumo de alimentos cuya producción supone un mayor impacto medioambiental	1	0
Solo compro fruta y verdura de temporada	1	0
Me he cambiado a una dieta vegetariana	1	0
Compro a granel para evitar envases	1	0
Reciclo los envases de los alimentos convenientemente	1	0
Me preocupo más de no tirar comida cocinando menos cantidad	1	0
Me preocupo más de no tirar comida comprando menos cantidad	1	0
Acudo más a los mercadillos locales	1	0
Compruebo el origen de los alimentos para priorizar los productos de proximidad	1	0

P.38. ¿Con qué frecuencia aplica alguna de las siguientes medidas destinadas a disminuir los desperdicios alimentarios? Escala de 10, donde 1 es nunca y 10 siempre

	Nunca		Pocas veces		De vez en cuando		Bastantes veces		Siempre		Ns/ Nc
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Se lleva a su casa las sobras de comida del restaurante (<i>doggy bag</i>)											
Planifica sus comidas y/o hace listas de la compra											
Consume los alimentos perecederos rápidamente											
Cocina la cantidad justa de comida y no le quedan sobras											
Ni usted y ni sus familiares se dejan comida en el plato											
Intenta moderar el consumo de agua en la cocina											
Reaprovecha las sobras											
Elabora abono orgánico (compost)											
Dona los alimentos a instituciones que los necesitan											

Filtro: Solo si en P.38 la opción Reaprovecha las sobras >5

P.39. Cuando reaprovecha los alimentos que le sobran, ¿cómo lo hace?

Acciones para reaprovechar las sobras	Sí	No	Ns/Nc
Los refrigera y los come más tarde	1	0	99
Los congela y los come más tarde	1	0	99
Incorpora los alimentos en recetas de aprovechamiento, como purés, croquetas, ensaladas, salsas, empanadas, etc.	1	0	99
Hace ensaladas combinando alimentos (garbanzos, tomates, pasta...)	1	0	99
Los mezcla con tomate frito, bechamel...	1	0	99
Otros (especificar)	1	0	99

P.40. ¿Qué porcentaje de los alimentos que usted compra acaba tirando a la basura?

Menos de un 10%	1
Entre 10-20%	2
Más de un 20%	3
Nunca tiro alimentos	4

F. VARIABLES DE CLASIFICACIÓN

P.41. ¿Me podría decir cuál es su nivel de estudios máximo finalizado?

NIVEL DE ESTUDIOS	
No sabe leer o escribir	1
Menos que primarios	2
EGB, ESO...	3
BUP, COU, Bachillerato...	4
FP	5
Universitarios medios (diplomado)	6
Universitarios superiores (grado, licenciado...)	7

P.42. ¿Cuántas personas, incluyéndose usted, viven en su hogar?

TAMAÑO DEL HOGAR
Nº personas (incluyendo al entrevistado):

P.43. ¿Me podría decir cuál es su situación familiar?

TIPO DE HOGAR	
Solo	1
En pareja sin hijos / ni ascendientes dependientes	2
Solo o en pareja con descendientes y/o ascendientes dependientes	3
Otros (especificar)	5

P.5=1 Ir P.44
P.5 Distinto 1 Ir a P.46

P.44. ¿Cuál es su **ocupación actual**?

OCUPACIÓN ACTUAL
(Especificar) La codificaremos según CNO 3 dígitos. Ver anexo 1.

P.45. ¿Cómo es tu **jornada laboral**?

(Sólo para los que trabajan actualmente) JORNADA LABORAL	
Jornada partida	1
Jornada continua (mañanas)	2
Jornada continua (tardes)	3
Jornada continua (noches)	4
Trabajo a turnos	5
Media jornada	6
Otros (especificar)	7

P.46. ¿Me podría decir su **talla y su peso**?

ANTROPOMETRÍA	Talla	Peso
Peso (kg) / Talla (m)		

P.47. ¿Y los **ingresos aproximados de su hogar al mes**?

INGRESOS NETOS DEL HOGAR (MES)	
Menos de 1.000 euros	1
De 1.000 a 2.000 euros	2
De 2.001 a 3.000 euros	3
De 3.001 a 4.000 euros	4
Más de 4.000 euros	5
NS/NC	6

ANEXO 1 - Ocupaciones

1. Directores y gerentes
2. Profesionales científicos e intelectuales
3. Técnicos y profesionales de nivel medio
4. Personal de apoyo administrativo
5. Trabajadores de los servicios y vendedores de comercios y mercados
6. Agricultores y trabajadores calificados agropecuarios, forestales y pesqueros
7. Oficiales, operarios y artesanos de artes mecánicas y de otros oficios
8. Operadores de instalaciones y máquinas y ensambladores
9. Ocupaciones elementales
10. Ocupaciones militares

Fundación **MAPFRE**

www.fundacionmapfre.org

Paseo de Recoletos, 23

28004 Madrid