



Aposta. Revista de Ciencias Sociales  
ISSN: 1696-7348  
apostadigital@hotmail.com  
Luis Gómez Encinas ed.  
España

Callejo Gallego, Javier  
Comensales sedentarios y extradomiliciarios: buscando las diferencias  
(y distinciones) en el paisaje social de la comida fuera de casa  
Aposta. Revista de Ciencias Sociales, núm. 75, 2017, Octubre-Diciembre, pp. 251-272  
Luis Gómez Encinas ed.  
España

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=495955634009>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org



Sistema de Información Científica Redalyc  
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal  
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso  
abierto

***COMENSALES SEDENTARIOS Y EXTRADOMICILIARIOS:  
BUSCANDO LAS DIFERENCIAS (Y DISTINCIONES) EN EL  
PAISAJE SOCIAL DE LA COMIDA FUERA DE CASA***

***SEDENTARY AND OUT-OF-HOME DINERS: LOOKING FOR DIFFERENCES  
(AND DISTINCTIONS) IN THE SOCIAL LANDSCAPE OF EATING OUT***

**Javier Callejo Gallego**

*Universidad Nacional de Educación a Distancia, España*

**Recibido:** 12/02/2017 - **Aceptado:** 4/04/2017

**Formato de citación:** Callejo Gallego, J. (2017). "Comensales sedentarios y extradomiciliarios: buscando las diferencias (y distinciones) en el paisaje social de la comida fuera de casa". *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, 75, 251-272, <http://apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/jcallejo.pdf>

**Resumen**

Comer fuera de casa es una actividad tan llena de matices sociales y sociológicos como el sabor de nuestros platos. El trabajo que aquí se presenta aborda la diversidad del comer fuera del hogar partiendo de varias preguntas: ¿cómo se come? ¿con qué frecuencia? ¿quiénes son los que más habitualmente comen fuera? ¿quiénes los que no comen nunca fuera de casa? Preguntas a las que ha de responderse articuladamente, desde la asunción de que quienes comen fuera de casa en determinadas condiciones, con determinada frecuencia, por determinadas razones, tienen, además de todo esto, determinadas características comunes y comparten posición en la estructura social.

**Palabras clave**

Estructura social, diversidad, sociología de la alimentación, distinción.

## **Abstract**

*Eating out is an activity as full of social and sociological nuances as the taste of our dishes. The work presented here addresses the diversity of eating outside the home based on several questions: how do you eat? how often? who are the ones who usually eat out? who never eat outside home? Questions that have to be answered articulately, from the assumption that those who eat away home under certain conditions, with certain frequency, for certain reasons, have, in addition to all of this, certain common characteristics and share position in the social structure.*

## **Keywords**

*Social structure, diversity, sociology of food, distinction.*

## **1. INTRODUCCIÓN**

El análisis de la práctica de comer fuera del hogar se ha mostrado siempre complejo, puesto que se cruzan en el fenómeno distintas dimensiones. En primer lugar, el amplio espectro del propio concepto, siendo muy distintas las maneras de concretar el comer fuera del hogar y, sobre todo, siendo casi infinitos los sentidos que pueden darse a tal práctica (Warde y Martens, 2000: 102). Por ejemplo y citando dos ilustrativos polos, comer fuera del hogar puede tener el sentido de una celebración social –una boda, un cumpleaños– o la expresión de la necesidad extrema de tener que acudir a comedores colectivos destinados a personas sin recursos, que no pueden comer en casa porque no tienen nada que comer. En medio, queda una pluralidad de concreciones que es difícil agrupar en categorías de manera que, cada una de ellas, nos hagan ver, al menos, un sentido específico dado a la práctica de comer fuera.

Por otro lado y muy relacionado con lo anterior, se encuentra la cuestión de las funciones que cumple esta práctica con relación a la dinámica y la estructura de la sociedad. Es decir, ya no sólo lo que significa, cada vez que se realiza, para los sujetos que la llevan a cabo, sino para la sociedad como un todo, como una unidad. Desde tal perspectiva, nos podemos preguntar por el sentido de los cambios en que se está concretando esta práctica, especialmente en comparación con tiempos anteriores o con

otras sociedades, u optar por el análisis de las posiciones que se crean o reproducen en la sociedad a partir de esa práctica. Por lo tanto, comer fuera se trata de una práctica que cabe considerar como, al menos, diversa. Diversidad a la que se aproxima este trabajo desde tres perspectivas.

- Inicialmente, observando tres maneras de comer fuera: 1º) la realizada en establecimientos especializados (restaurantes, cafeterías o bares); 2º) como invitado en hogares con cuyos anfitriones se tienen vínculos sociales de parentesco o amistad, y 3º) la que se lleva a cabo en espacios menos específicos, habiéndose preparado la comida en casa o comprándola, para comerla en lugares como, por ejemplo, la oficina, la fábrica o un parque. Hay que señalar que, salvo excepciones (Díaz y otros, 2013), ha dominado la asimilación de comer fuera con la primera de nuestras concreciones (Warde y Martens, 2000; Mennell, 1985; Scholliers, 2009; Grignon, 2001) [<sup>1</sup>], bien es cierto que motivados muchos de estos acercamientos por el hecho de centrar el análisis en el gasto en tales establecimientos especializados (Rama, 1997; Gimeno, 2000; Mutlu y Gracia, 2006) [<sup>2</sup>], dejando de lado otras maneras de comer fuera de casa. La diversidad apenas alcanza la existente entre comer en restaurantes, comer el menú de los restaurantes o comer en bares o cafeterías, categorías a las que atiende la Encuesta de Presupuestos Familiares, o, yendo un poco más allá y con estudios con encuestas específicas en determinadas ciudades, distinguir entre restaurantes que ofrecen comida local o restaurantes que ofertan comida de otras culturas, como hace brillantemente Warde (1997). Los matices a los que puede llegar el proceso de diferenciación del acto de comer fuera pueden extenderse casi hasta el infinito, como se ha apuntado: características de los restaurantes u ofertantes de comida para ser ingerida en el momento, diferenciar entre comida y cena, por tipo de localización de los establecimientos, etc. La agrupación con la que se trabaja aquí es resultado de elaboración propia a partir de la fuente utilizada.

---

<sup>1</sup> Es justo reconocer que casi todos estos autores apuntan la relevancia de otras formas de comer fuera –desde la comunitaria (*communal*), a la hecha en casa (*homemade*)– aun cuando sus análisis permanezcan en la comida fuera en establecimientos especializados.

<sup>2</sup> Este foco tiene algún que otro efecto perverso, ya que, al centrarse en el gasto en comer en estos establecimientos, las categorías que mayor probabilidad tienen de comer fuera son las que mayor capacidad de gasto tienen.

- En segundo lugar, desde la diversidad de la frecuencia con que se come fuera de casa, puesto que puede ser un comportamiento habitual, repitiendo la práctica a lo largo de distintos días de la semana, o, al contrario, ser un acontecimiento excepcional para los individuos. ¿Es igual el sentido de la práctica, según sea habitual o excepcional? ¿qué tipo de práctica de comida fuera de casa se sitúa en el polo de lo rutinario y cuál en el de lo excepcional? Para ello, se pone en relación una agrupación de distintas concreciones del acto de comer fuera de casa con la frecuencia con que se realiza y con las razones que llevan al mismo, según las respuestas de los entrevistados a un cuestionario.
- Por último, desde la diversidad derivada de la asunción de que las distintas formas de concretar la comida fuera del hogar diferencia a las distintas categorías sociales, asumiéndose aquí que no todas las categorías sociales tienen la misma probabilidad de comer fuera de casa de la misma manera. Es más, se observa cómo hay categorías sociales que tienen muy baja probabilidad de comer fuera de casa.

Para observar esta diversidad del comer fuera en la sociedad española, este trabajo se apoya principalmente en el estudio número 3.142 del Centro de Investigaciones Sociológicas, correspondiente al barómetro del mes de junio de 2016 y realizado mediante la aplicación de un cuestionario estandarizado con entrevista cara a cara en el hogar de los entrevistados. La muestra final está compuesta por 2.484 individuos con nacionalidad española mayores de 18 años [3]. El trabajo de campo tuvo lugar entre el 1 y el 11 del referido mes de junio.

## **2. LO RUTINARIO, LO EXCEPCIONAL Y RAZONES**

Empezamos por los que muestran un total desapego a comer fuera de casa o para quienes comer fuera de casa es algo realmente excepcional, ya sea porque no puedan, no quieran o, lo que suele ser más frecuente, por una mezcla de ambos aspectos. Pues bien,

---

<sup>3</sup> Seleccionados a través de un muestreo polietápico, estratificado por conglomerados, con selección de las unidades primarias de muestreo (municipios, un total de 255) y de las unidades secundarias (secciones) de forma aleatoria proporcional, mientras que las unidades últimas (individuos) fueron seleccionadas utilizando rutas aleatorias y, en el último peldaño, cuotas de sexo y edad.

el 9,7% no come nunca fuera de casa [4]. Es decir, casi uno de cada diez españoles mayores de 18 años dice que nunca come fuera de casa, pudiendo ser considerados comensales domiciliarios absolutos o comensales hipersedentarios.

En el otro polo, están los habituales practicantes de la comida fuera de casa, los que, por oposición a los primeros, podemos identificar como comensales extradomiciliarios frecuentes: la cuarta parte de los adultos consultados come fuera de casa al menos varias veces a la semana, con independencia de si lo hace en un local especializado (restaurante, cafetería o similar), en casa de un pariente o amigo, o en cualquier otro lugar. Una proporción que conduce a interpretar esta práctica de comer fuera de casa como un comportamiento socialmente relevante [5], relativamente extendido entre la población, aun cuando, como veremos, de forma muy distinta entre las distintas posiciones sociales. Es un comportamiento que forma parte de nuestro paisaje social, establecido como una característica identificadora de nuestra sociedad. Más, si se compara con la sociedad española de hace menos de un siglo y, concretando la metáfora de paisaje social en espacios urbanos, el importante número de locales especializados que sirven comida: 268.168 en todo el territorio nacional [6] o, lo que es lo mismo, unos siete locales por cada mil residentes en España mayores de 18 años.

En todo caso, en el estudio del CIS aquí utilizado, tenemos que un 33,1% come o cena fuera de casa en uno de esos locales especializados: en un restaurante, cafetería o similar, al menos varias veces al mes. Un 9,9% lo hace, como mínimo, varias veces a la semana. El 20,4% manifestó que nunca lleva a cabo tal práctica de comer en estos

---

<sup>4</sup> 14,7% si, a los que no comen nunca fuera de casa, se añaden los que lo hacen como mucho una vez al año, lo que seguiría situando esta práctica en lo excepcional.

<sup>5</sup> Ello, aun cuando en este estudio arroje un porcentaje algo menor que el presentado por otros estudios realizados con otra metodología, como las encuestas que preguntan por las actividades realizadas durante el día anterior al de la aplicación del cuestionario, pues, como ocurre en la Encuesta de Empleo del Tiempo de 2009-2010, el porcentaje de quienes comen algo mientras están fuera de casa asciende al 36%; aunque no se puede especificar si la ingesta llega a adquirir el sentido de actividades socialmente relevantes como *la comida* o *la cena*. Por otro lado, también es menor que la proporción que presenta el estudio que coordina Díaz (2013), con un 36,4% durante la semana y un 61,8% durante el fin de semana, aun cuando con una metodología distinta a la utilizada en el trabajo que aquí se presenta: la forma de aplicación del cuestionario es personal, cara a cara (frente a aplicación telefónica), se concretan períodos (frente a preguntar por lo que se hace *habitualmente*) y la forma de cálculo de los que comen fuera del hogar también es distinta (allí se deriva de los que no dicen no comer habitualmente nunca fuera de casa), lo que, además del tiempo transcurrido entre los trabajos de campo de un estudio y otro, los hace difícilmente comparables.

<sup>6</sup> En el año 2014, según la Encuesta Anual de Servicios que lleva a cabo el Instituto Nacional de Estadística.

locales especializados en servir comidas. Por lo tanto, parece que uno de cada cinco españoles adultos no paga a un establecimiento en el que le sirven comida para ser ingerida en el mismo. Ahora bien, más que de una especie de hostelerofóbicos, buena parte de la explicación hay que buscarla en los escasos recursos de este sector de la población, ya sean recursos económicos, ya sean recursos en clave de capital social, de relaciones sociales; aun cuando ambos tipos de recursos tienden a encontrarse bastante relacionados (Bourdieu, 1998).

Ahora bien, acudir a estos establecimientos tiene más función que reparar las fuerzas de los asistentes. Aun cuando depende enormemente de las culturas, en la nuestra puede decirse que son espacios societarios por excelencia, donde se produce y reproduce la sociedad. Es interesante anotar al respecto que, entre los que acuden a este tipo de locales al menos una vez al año –aun cuando no necesariamente a comer, pues puede ser a beber exclusivamente– y que suponen el 87,7% del total de los entrevistados: el 67,4% lo hace habitualmente con sus amigos, el 54,1% con su pareja, el 26,2% solo, el 23,5% con los hijos, el 20,3% con otros familiares y el 14,6% con los compañeros de trabajo. Es decir, parece que los vínculos sociales se imponen a la hora de entrar por la puerta de estos establecimientos. Bien sabido es que comer y beber son actos sociales; pero parece ponerse aún más de manifiesto cuando tales prácticas se llevan a cabo fuera del hogar. Se entra con los vínculos sociales, para hacer nuevos o reforzar los existentes vínculos sociales.

Su notable función social es la base del notable número de estos establecimientos en nuestro país, más allá de la importante demanda que supone la llegada de turistas. Siguiendo con los habituales a los locales que sirven comidas y bebidas y en coherencia con la amplia oferta de los mismos, hay que decir que el 83,5% tiene el restaurante, la cafetería o el bar a menos de un cuarto de hora de su hogar, estando la media en poco más de 10 minutos de distancia, lo que parcialmente explica que se vaya más con la red social cercana, de los socialmente próximos (amigos o con quien se vive, pareja, hijos u otros familiares), que con compañeros de trabajo. También esta amplia oferta explica que el 77% acuda a ellos caminando. Se puede decir que el bar está instalado en nuestra sociedad. Al menos, en sectores importantes de nuestra sociedad.

Se hace sociedad comiendo, bebiendo y, especialmente, hablando en estos locales, mientras se come o se bebe. La última vez que los entrevistados acudieron a los mismos, el 33,9% habló sobre trabajo, el 32,9% sobre política, el 26,9% sobre pareja o familia, el 22,1% sobre problemas personales, el 21,5% sobre deporte. En estos locales, se habla de casi todo, sin que ningún tema obtenga un dominio que pueda calificarse de absoluto. De hecho, el 17,7% dice que habla de todo, y salvo en los temas relacionados con consumo o moda (hablados más en mercados, tiendas de alimentación o superficies comerciales), con la cultura (hablados más en librerías, bibliotecas, museos o cines) y con el deporte (hablados más en polideportivos), bares, restaurantes y cafeterías son los espacios donde más se habla de *todo lo demás*.

Además de para comer, beber o hablar, se acude a estos establecimientos para: salir de casa, encontrarse con amigos o familiares o resolver cuestiones cotidianas, el 54,8% lo hace para desconectar de las rutinas habituales, el 39,3% consigue conocer gente nueva, el 25,6% dice que ha recibido consejos allí, el 14,3% ha recibido información importante o el 12% ha ayudado a otras personas. Así, es en estos locales donde se ha recogido mayor relevancia de la función de desconectar de las rutinas habituales; siendo los terceros (tras pub o discoteca y polideportivos) en los que en mayor proporción los entrevistados señalan que han conocido gente nueva, mostrando así su tradicional papel como espacios para la construcción de tejido social.

Volviéndonos a centrar en el comer fuera de casa, el 28,1% lo hace al menos varias veces al mes en casa de familiares o amigos. Un 7% lo hace varias veces durante la semana; mientras que un 19,2% no lo hace nunca, ni siquiera una vez al año, lo que puede estar apuntando tanto a un sector de aislados sociales, como de acogedores sociales, puesto que no van a casas de otros porque son los otros los que van a su casa. En este último caso, estaríamos ante los atractores de comensales.

Los que se llevan la comida de casa o la compran, para en todo caso comerla fuera de casa (lugar de trabajo o estudio, un parque, un centro comercial, etc.), representan el 16,2% de los entrevistados. Aquí el porcentaje de los que no lo hacen nunca aumenta considerablemente, hasta el 62,4%; mientras que un 4,2% lo hace casi todos los días y un 3,9% varias veces a la semana. Puede decirse que el comensal extraterritorial –come

en un lugar distinto a donde obtuvo la comida– o comensal nómada, de fiambarrera o “tupper” [7] tiene relevancia en España, comparado con las otras formas de comer fuera de casa y teniendo en cuenta el total de la población adulta (tabla 1); pero es aún una práctica minoritaria, con una extensión por debate a la de acudir a un restaurante a comer.

Tenemos ya el panorama de la frecuencia con que se practica el comer fuera de casa. Cabría realizar toda una serie de combinaciones, como la de señalar quiénes articulan varios de estos comportamientos con una frecuencia tan intensa como la de varias veces a la semana: 3,9% del total de la población combina al menos dos de nuestras concreciones de comer fuera, lo que nos pone sobre la pista de que no hay una única manera de comer fuera por los mismos individuos, de manera que unas veces comen fuera de una manera y, otras, de distinta manera. La coherencia absoluta en este comportamiento –como en otros (de Certeau, 1990; Lahire, 2004)– parece imposible, aun cuando sí parece que algunas formas de comer fuera de casa son claramente preferentes, por lo que es pertinente centrarse en los motivos para llevar a cabo cada una de las concreciones del comer fuera apuntadas.

Cuando se come en restaurante casi todos los días, el motivo son las obligaciones profesionales: el 79,4% de los que comen diariamente en restaurante lo hacen por esta razón, y el 19,1% de quienes lo hacen varias veces por semana (véase tabla 1). Por lo tanto, la realización más rutinaria de esta práctica se vincula, a su vez, con la rutina del trabajo. Entre quienes comen o cenan en restaurantes con una frecuencia menor (varias veces al mes o varias veces a la semana), la razón principal es encontrarse con amigos o familiares y, por lo tanto, las relaciones sociales. Así lo señala el 66,5% de los que lo hacen varias veces al mes y el 74,9% de quienes lo hacen una vez al mes. Es decir, al mismo tiempo que disminuye el peso relativo de los que comen por obligaciones profesionales según disminuye la frecuencia de esta concreción de comer fuera, aumenta el de quienes lo hacen por motivos meramente relacionales. La importancia de la motivación de las relaciones sociales aumenta según se dilata la frecuencia (del 51% de los que comen en restaurante varias veces a la semana, al 78% de los que lo hacen

---

<sup>7</sup> En referencia al recipiente, habitualmente de plástico, que se utiliza para transportar la comida desde el hogar al sitio donde se come, debido a la marca dominante de este tipo de envases: Tupperware.

varias veces al año). El encuentro con amigos o familiares empuja a salir de casa para comer, incluso a quienes apenas comen fuera de casa.

Por no tener tiempo para ir a comer a casa, lo que es otra prolongación del peso de la necesidad, también alcanza los máximos porcentajes en la rutina –todos los días o casi todos los días– pues algo más del 11% señala esta motivación entre los de mayor frecuencia temporal. Para no cocinar en casa, alcanza el mayor porcentaje (14,9%) entre los que comen o cenan en restaurante varias veces al mes. Pasa a ser una razón prácticamente insignificante entre quienes comen o cenan en restaurante o cafetería casi todos los días. Por lo tanto, parece que la comodidad de ser cocinado y servido es una especie de “alegría” que algunos –no muchos, en términos comparativos– realizan de vez en cuando.

<b>Tabla 1. Motivos para comer fuera entre los que más habitualmente (casi todos los días o varios días a la semana) lo hacen según la forma en que lo hacen</b>							
Porcentajes en horizontal (entre paréntesis, el porcentaje que supone sobre el total de la muestra)							
<b>Tipo de comida fuera</b>	<b>Frecuencia</b>	Obligaciones profesionales	Encuentro amigos o familiares	No cocinar en casa	No tener tiempo ir casa	Otros	No contesta
<b>Restaurante, cafetería</b>	Casi todos los días	79,4% (2,3%)	2,8% (0,1%)	4,2% (0,1%)	11,3% (0,3%)	4,2% (0,1%)	7,0% (0,2%)
	Varias veces semana	19,1% (1,3%)	51,4% (3,6%)	8,7% (0,6%)	11,6% (0,8%)	7,5% (0,5%)	1,7% (0,1%)
<b>Casa familiares o amigos</b>	Casi todos los días	5,9% (0,1%)	50,0% (0,7%)	17,6% (0,2%)	8,8% (0,1%)	14,7% (0,2%)	2,9% (0,0%)
	Varias veces semana	2,9% (0,1%)	87,7% (4,9%)	2,9% (0,2%)	2,2% (0,1%)	2,2% (0,1%)	2,2% (0,1%)
<b>Lleva o compra comida</b>	Casi todos los días	59,6% (2,5%)	1,0% (0,0%)	1,0% (0,0%)	28,8% (1,2%)	8,7% (0,4%)	1,0% (0,0%)
	Varias veces semana	35,1% (1,4%)	19,6% (0,8%)	3,1% (0,1%)	26,8% (1%)	13,4% (0,5%)	2,1% (0,1%)

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas, estudio n°. 3.142, y elaboración propia.

Es socialmente lógico que la motivación principal para ir a casa de un amigo o familiar a comer o cenar es para encontrarse con este amigo o familiar, alcanzando el 93,2% que llevan a cabo esta práctica –de comensal invitado en domicilio ajeno– varias veces al año. Esto supone que lo hace el 68% del total de la población adulta, lo que se proyecta

como un comportamiento bastante arraigado, desde la prudencia que conlleva tener en cuenta la moderada frecuencia que exige: varias veces al año.

Merece la pena resaltar que, entre los que comen casi todos los días en casa de familiares (o amigos, aun cuando esta situación se antoja más extraña), el 17,6% (tabla 1, lo que conlleva el 0,2% del total de la población adulta) lo hacen por no cocinar en casa. Hay relativamente muy poco “gorrones” por pereza culinaria. Es decir, la comodidad (o necesidad, por no saber cocinar, por ejemplo) lleva a reforzar las relaciones (familiares) alrededor de la comida.

El 59,6% de los que se llevan comida de casa o la compran para comerla fuera de casa casi todos los días –tres de cada cinco comensales extraterritoriales cotidianos– lo hace por obligaciones profesionales. Misma razón que señala el 35,1% de los que lo hacen varias veces a la semana. Hay que señalar que el 28,8% de los que se llevan comida para comerla fuera de casa casi todos los días, y el 26,8% de quienes lo hacen varias veces a la semana señala por motivación no tener tiempo para ir a comer a casa. Son constricciones estructurales –trabajo profesional-remunerado y horario-distancia– las que empujan a las mayores frecuencias en esta conducta. Sirva esta sucesión de porcentajes para resaltar la fuerte relación de esta comensalidad extraterritorial –ni en domicilio propio, ni ajeno, ni en establecimiento especializado– con la necesidad, más que con la comodidad o el placer de la compañía y las relaciones sociales.

### **3. DIVERSAS POSICIONES SOCIALES**

No come nunca o casi nunca fuera (lo hace como mucho una vez al año) el 16,1% de las mujeres, frente al 13,2% de los hombres. Diferencia que parece atravesada por otras variables, como la edad, debido a que la probabilidad de supervivencia y esperanza de vida es mayor entre las mujeres, pues los que no salen a comer, estos comensales sedentarios, son especialmente personas mayores. De manera que quienes viven solo o sola (19,9% de los que viven solos no comen nunca fuera de casa), son pensionistas o jubilados (28,7%) o se dedican al trabajo doméstico (27,8%) y tienen unos ingresos en el hogar por debajo de los 900 euros (29,1%) son los que marcan el perfil del comensal sedentario.

Para identificar el perfil de estos comensales sedentarios, nos vamos a servir de una técnica estadística multivariable, esperando que las posibles dificultades para comprender su lógica matemática por parte de algunos lectores, en las que no se va a entrar, se vean compensadas por la utilidad de aproximarnos a las razones del comensal sedentario. Así, llevando a cabo lo que se denomina regresión logística, puede conocerse en qué grado una determinada característica –ser hombre o mujer, pobre o rico, joven o viejo, etc.– hace variar la probabilidad de pertenecer a una específica categoría, dejando otras categorías o variables aparte, no contaminando la relación entre nuestra categoría explicativa y la categoría explicada. Por ejemplo, aquí, la categoría específica que se analizará es la pertenencia a la de comensal sedentario, puesto que es nuestra variable dependiente, lo que hay que explicar (tabla 2). Por otro lado y aquí es lo que más nos interesa, permite poner en relación las distintas categorías (sexo, clase social, edad, etc.) de una variable en función de su capacidad de incidir en la categoría dependiente, en *no comer fuera de casa*. Es decir, en qué grado ser hombre, en lugar de ser mujer; o ser joven, en lugar de ser viejo, condiciona el ser comensal sedentario. Pues bien, inicialmente, la convivencialidad se muestra como una variable importante para tal explicación: mayor posibilidad de no comer fuera de casa cuando aumenta el número de residentes en el hogar, estando la máxima probabilidad en los hogares con cinco miembros. Parece así que los que dan de comer a otros –el resto de miembros del hogar– no pueden (o no quieren) salir a comer fuera. Por otro lado, es 2,3 veces más probable que un jubilado o una persona que se dedique a los trabajos domésticos en exclusiva no coma fuera del hogar nunca, que una persona que esté ocupada de manera remunerada.

Pero la relación más relevante está en función del estatus, de la posición socioeconómica y, por lo tanto, de los recursos materiales. La probabilidad de que un obrero no cualificado sea un comensal sedentario es más de cuatro (4,2) veces superior a la de que lo sea una persona de clase media-alta o alta.

<b>Tabla 2: Regresión logística sobre la variable no salir nunca a comer fuera de casa: exponenciación del coeficiente B para cada predictor (<i>odds ratio</i>)</b>					
EDAD	1,039***		ACTIVIDAD	<b>Trabaja</b>	
SEXO	<b>Varón</b>		ESTATUS	Jubilado/pens	2,310***
	Mujer	0,892		Pensionista (no ha trabajado)	1,761
NÚMERO PERSONAS EN EL HOGAR	<b>Vive solo/a</b>			Parado	2,120***
	3 personas	1,960***		Trabajo doméstico	2,325***
	5 personas	3,524***	<b>Clase alta/media-alta</b>		
	6 personas	2,993**	Nuevas clases medias	2,774***	
NIVEL DE INGRESOS EN HOGAR	<b>Menos de 900 euros</b>		Viejas clases medias	3,174***	
	De 901 a 1800	0,569***	Obreros cualificados	3,331***	
	De 1801 a 3000	0,228***	Obreros no cualificados	4,167***	
	Más de 3000	0,175***			

En negrita: situación de referencia (salvo en el caso del sexo, sólo se traen las categorías con significación estadística relevante).  
 \*p<0,100; \*\*p<0,050; \*\*\*p<0,010; cuantos más asteriscos, mayor significatividad estadística  
 \*\*\*\* *Odds ratio*: la posibilidad de que una de las maneras de comer fuera en un sector de la población (jóvenes, ocupados, mayor ingresos, etc.) se presente con mayor probabilidad que otra categoría de la población a la que se tiene por referencia (categoría de referencia). Cuando la probabilidad es la misma, el *odds ratio* es igual a 1; cuando es menor, por debajo de 1 y, al contrario, cuando es mayor se presenta por encima de 1.  
 Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas, estudio n°. 3.942, y elaboración propia.

Según aumenta el ingreso mensual en el hogar, la probabilidad de no comer fuera del propio hogar disminuye considerablemente: casi seis veces menor la probabilidad de no comer fuera en los hogares de 3.000 o más euros de ingresos mensuales con respecto a los hogares de ingresos inferiores a los 900 euros. Parece que, en primer lugar, la necesidad –concretada como falta de recursos económicos– es lo que determina no comer fuera. Se es comensal sedentario más por obligación, que por devoción.

El fuerte condicionamiento de la situación socioeconómica a la hora de explicar si se come fuera de casa y de qué manera se come fuera de casa, se hace evidente a lo largo del análisis. Así, la mayor frecuencia en la visita a restaurantes se encuentra entre las clases medias-altas: el 39,3% de los miembros de esta clase social lo hace varias veces al mes; el 12,2%, varias veces a la semana; y el 5,8%, casi todos los días. Por lo tanto, el 57% de los miembros de esta clase social media-alta acude a comer a restaurantes al menos varias veces al mes.

La frecuencia temporal de comer en restaurantes, cafeterías o bares aumenta entre los hogares de clase media-alta y los de más ingresos: el 73% de los que superan los 3.000 euros de ingresos mensuales en el hogar lo hacen con una periodicidad de, al menos, varias veces al mes. Entre los que tienen de 901 a 1.800 euros de ingreso, el mayor porcentaje se encuentra entre los que acuden varias veces al año. Una periodicidad que hay que considerar un tanto pobre. Ahora bien, el 44,3% de los que tienen menos de 900 euros como ingresos, no van nunca a un restaurante. Comer o cenar en restaurantes está marcado por la clase social y los ingresos, de manera que para algunos sectores sociales sigue siendo un lujo, una forma muy extraordinaria de alimentarse.

En el caso de los comensales invitados, los que van a comer a casa de amigos o familiares, ya se partía de una periodicidad relativamente más baja que la de las otras concreciones de comer fuera. Es decir, son menos los habituales de esta práctica, porque se trata de una práctica menos habitual. Sin embargo, hay que considerar cómo el 43,9% lo hace, al menos, varias veces al mes. Un 9,5% al menos varias veces a la semana. Muy por encima de las frecuencias presentadas por las otras categorías de estatus. Algo que tiene su expresión prácticamente simétrica cuando se tienen en cuenta los ingresos: el 45% de los que ingresan más de 3.000 euros en el hogar comen en casa de un amigo o

familiar al menos varias veces al mes, siendo un 8,1% el que lo hace al menos varias veces por semana. 29,1% y 7,5% respectivamente entre los miembros de las nuevas clases medias; 22,5% y 5,3% entre los que pertenecen a las viejas clases medias; 22,4% y 6,2% entre los obreros cualificados; y 22,5% y 3,8% entre los obreros no cualificados. Es decir, entre la clase media-alta y el resto de categorías de estatus se aprecia un considerable diferencial arraigo de la práctica de comer en casa de amigos o familiares. La solidaridad comensal interdomiciliaria es mayor entre las clases sociales superiores, lo que puede interpretarse de muy distintas formas. Una de las explicaciones se centra en la parte superior de la estructura social. Para las clases medias –y especialmente las medias altas– el mantenimiento de las relaciones sociales con otros que viven fuera del hogar forma parte intrínseca de sus estrategias; y una manera de invertir en tales relaciones sociales es invitando a comer en casa y siendo invitado, traduciendo la lógica del regalo de Marcel Mauss (1950) hacia la lógica de la invitación: entre determinadas capas sociales, hay obligación de invitar a comer, aceptar la invitación y devolverla. Otra explicación focaliza su mirada en la parte inferior de la estructura social: menos recursos para poder invitar a comer a otros en la propia casa, pues el presupuesto está más ajustado, y, a la vez, la mayor tendencia a la existencia de varios núcleos familiares o varias generaciones (abuelos, padres, hijos-nietos) en los hogares de clases populares, por lo que los hijos o hijos-nietos *no van a* comer a casa de los padres o abuelos, porque comparten la misma casa.

Hay que hacer mención a una categoría social especialmente representada en el hábito de comer en casa de amigos o familiares. Es el de los parados que buscan su primer empleo y, en menor grado, de los estudiantes. Perfiles de jóvenes con escasa autonomía económica. El 37,5% de los parados lo hacen al menos varias veces al mes y un 12,5% al menos varias veces a la semana. Respectivamente, el 37% y el 7,9% de los estudiantes. La falta de autonomía económica parece empujar a adquirir con cierta periodicidad el papel de comensal invitado en casa ajena.

Cuando se analizan los que comen fuera llevándose la comida de casa o comprándola, los comensales extraterritoriales, inicialmente se observan menores diferencias relevantes entre categorías sociales, pareciendo estar repartida la práctica de manea más igualitaria entre las clases sociales. No obstante, hay algunas cuando se entra en el

análisis del papel de la actividad: el 23,8% de los ocupados lo hace al menos varias veces al mes y el 13,6% al menos varias veces a la semana; respectivamente el 33,3% y 12,5% de los parados que buscan su primer empleo o el 32,3% y 11% de los estudiantes. ¿Y la clase social o los ingresos no tienen relevancia alguna en esta concreción del comer fuera? El 10,1% de los que viven en hogares que tienen ingresos por encima de los 3.000 euros se lleva la comida de casa o la compra, para comérsela fuera, al menos alguna vez a la semana. Un porcentaje que desciende al 4,9% en los que viven en hogares de ingresos por debajo de los 900 euros. Comparación que puede llevar a engaño, si no se tiene en cuenta que el 22% de los que tienen menos ingresos no comen fuera nunca, mientras que no hay nadie con ingresos por encima de 3.000 euros que muestre tal comportamiento (1,9% entre los que cuentan con ingresos entre 1.801 y 3.000 euros, y el 8,5% entre quienes tienen ingresos entre 901 y 1.800 euros). Desde esta perspectiva, la condición socioeconómica parece operar a la inversa, siendo la comensalidad extraterritorial la solución de quienes tienen que comer fuera de casa y les resulta fuertemente oneroso hacerlo en un restaurante. No obstante, tanto para esa manera de comer fuera, como para las otras, conviene echar mano de técnicas analíticas más potentes para profundizar en nuestra observación. Sobre todo, para despejar la intrínseca relación entre variables, por ejemplo: ¿los estudiantes que, con cierta frecuencia, comen en casa de amigos o familiares, lo hacen en cuanto estudiantes o por el hecho de ser jóvenes?

Al igual que hicimos a la hora de intentar explicar las razones para el comensalismo sedentario, se realiza ahora un análisis de regresión logística tomando como variable dependiente o categoría a explicar la mayor frecuencia (al menos, varias veces al mes) en cada una de las concreciones de comer fuera que se han estado observando a lo largo de este trabajo: en restaurantes o cafeterías, yendo a casa de amigos o familiares o llevándose la comida de casa o comprándola (tabla 3).

**Tabla 3: Regresión logística sobre las variables de concreción del comer fuera casa, cuando se hace al menos varias veces durante el mes: exponenciación del coeficiente B para cada predictor (*odds ratio*\*\*\*\*)**

VARIABLES	Categorías	Restaurantes, cafeterías...	Casa de amigos o familiares	Lleva comida de casa o compra
EDAD		0,966***	0,953***	0,958***
SEXO (ref. hombre)	Mujer	0,689***	1,097	1,240*
PERSONAS VIVEN EN EL HOGAR (categoría de referencia: vive solo/a)	2 personas	0,646**	0,557***	1,189
	3 personas	0,472***	0,410***	0,921
	4 personas	0,417***	0,371***	0,799
	5 personas	0,272***	0,307***	0,644
	6 o más	0,160***	0,194***	0,383
ACTIVIDAD (categoría de referencia: trabaja)	Jubilado/a	0,643**	1,253	0,357***
	Pensionista	0,607	1,290	0,000
	Parado	0,448***	1,004	0,561***
	P. busca primer empleo	1,170	0,746	1,042
	Estudiante	0,750	0,554**	0,850
	T. doméstico	0,452***	0,624*	0,361***
ESTATUS (categoría de referencia: clase media-alta)	Nuevas c. medias	0,509***	0,571***	0,943
	Viejas c. medias	0,513***	0,617***	0,988
	Obreros cualif.	0,425***	0,498***	0,916
	Obreros no cual.	0,334***	0,434***	0,828
INGRESOS (categoría de referencia: menos de 900 euros)	901-1.800	1,761***	1,177	0,791
	1.801-3.000	3,470***	1,610**	0,864
	Más de 3.000	8,699***	1,998***	0,871

\*p<0,100; \*\*p<0,050; \*\*\*p<0,010, cuantos más asteriscos, mayor significatividad estadística  
 \*\*\*\* *Odds ratio*: la posibilidad de que una de las maneras de comer fuera en un sector de la población (jóvenes, ocupados, mayor ingresos, etc.) se presente con mayor probabilidad que otra categoría de la población a la que se tiene por referencia (categoría de referencia). Cuando la probabilidad es la misma, el *odds ratio* es igual a 1; cuando es menor, por debajo de 1 y, al contrario, cuando es mayor se presenta por encima de 1.

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas, estudio nº. 3.142, y elaboración propia.

Analizando la edad en las tres maneras de comer fuera, se observa que la probabilidad de hacerlo de manera habitual en todas ellas es ligeramente –aun cuando en términos estadísticos muy significativa– mayor entre los jóvenes. Cuanto más aumenta la edad, menor probabilidad de comer fuera de casa, sea cual sea la modalidad de esta práctica.

El sexo, por su lado, cobra especial relevancia cuando se trata de comer asiduamente en restaurantes o cafeterías, siendo los varones los que tienen mayor probabilidad (1,46 veces más que las mujeres) de llevar a cabo esta manera de comer fuera de casa. Sin embargo, son las mujeres las que tienen más probabilidad de comer fuera yendo a comer a casa de amigos o familiares o llevándose la comida hecha de casa o comprándola. Puede decirse que, en cuanto comensales, mientras los hombres tienden a ser más extradomiciliarios especializados; las mujeres son más extradomiciliarios invitados y extraterritoriales.

Cuando se trata del número de personas que viven en el hogar, los que viven solos tienen una significativa mayor probabilidad cuando se trata de comer asiduamente en restaurantes o casas de amigos o familiares. Una probabilidad que está alrededor del doble de los otros tipos de hogares y que apunta a la búsqueda de compañía en la comensalidad territorializada, en establecimientos o domicilios distintos al propio. Pero son los que viven en hogares con dos personas quienes tienen una ligera mayor probabilidad que los otros tipos de hogar, incluidos los que viven solos, de comer fuera llevándose la comida hecha de casa. La comensalidad extraterritorial parece estar relacionada con la vida en pareja, sin hijos. Lo que no quiere decir que sea una consecuencia de ésta.

Los parados que buscan su primer empleo tienen la mayor probabilidad de comer de manera habitual fuera de casa, especialmente cuando se concreta llevándose la comida fuera de casa (o comprándola) o comiendo en restaurantes. No obstante, su pequeño peso en la muestra de participantes en el estudio (24 individuos) impide valorar adecuadamente estos resultados. Le siguen los ocupados en estas dos maneras de comer fuera.

Los pensionistas y jubilados son los que tienen mayor probabilidad de ir a comer habitualmente a casa de amigos o familiares. Si a esto se une que también son los que viven solos, pertenecen a la clase social media-alta y tienen unos ingresos mensuales por encima de los 3.000 euros los que presentan una alta probabilidad en esta forma de comer fuera, tenemos no sólo el perfil de quienes lo hacen, sino posibilidades de apuntar el dominio del contenido emocional-relacional de esta práctica del comer fuera, como comensales invitados, cuando se realiza con cierta frecuencia, y discernir entre las dos explicaciones realizadas más arriba: las clases sociales superiores tienden más a la comensalidad interdomiciliaria como invitados, tanto por su dimensión emocional, ya que sus protagonistas viven solos, como por hacerlo probablemente entre miembros de su misma clase social, realimentando las relaciones sociales.








La clase media-alta es la que tiene mayor probabilidad de comer fuera habitualmente en cualquiera de sus concreciones, aun cuando en bastante menor grado cuando se trata de llevarse la comida de casa o comprarla. Ahora bien, el resultado más destacado se encuentra en el hecho de que los que tienen en sus hogares ingresos por encima de 3.000 euros tienen más de ocho veces (8,699) de probabilidad de comer asiduamente en restaurantes o cafeterías que los que ingresan por debajo de los 900 euros. Las probabilidades son menores, aunque favorables siempre a los ingresos superiores, cuando se trata de ir a comer en casa de sus relaciones sociales. Sin embargo, la cuestión se invierte ligeramente cuando se trata de llevarse la comida fuera de casa o comprarla: son los que ganan menos de 900 euros los que tienen mayor probabilidad de hacerlo habitualmente.

#### **4. A MODO DE CONCLUSIÓN**

Puede hablarse de cierto arraigo del comer fuera de casa en España, teniendo en cuenta que más de la cuarta parte de su población adulta lo hace asiduamente a lo largo de la semana. Especialmente, estos habituales de la práctica comen en restaurantes o cafeterías o se llevan de casa o compran la comida, para a los establecimientos especializados. En menor grado, lo hacen yendo a casa de familiares o amigos. La obligación o necesidad de comer fuera de casa –en restaurante, llevándola en una fiambarrera o “tupper”, o comprando la comida fuera– está vinculada con la rutina. La

concreción del comer fuera de casa haciéndolo en casa de un amigo o un familiar está más vinculada con el propio hecho del encuentro, de estar con esta persona-anfitriona, y, en segundo lugar aun cuando no deja de ser una razón relevante por lo que conlleva de reconocimiento de instrumentalización de *los otros cercanos*, para no cocinar en casa. Aún cuando situando ésta en el conjunto de la población, son minoría. La necesidad (obligaciones profesionales y, tal vez, el añadido de no tener tiempo para ir a comer a casa) se vincula a la rutina y el mantenimiento de las relaciones sociales a cierta excepcionalidad temporal, a cuando comer fuera es algo extraordinario. Se come fuera de casa habitualmente porque no se puede ir a comer a casa y, salvo en el caso de un 0,2% el total de la población adulta, que va a comer a casa de familiares o amigos por no cocinar en su propia casa, parece que la comida o cena es la excusa para la visita. De hecho, los que presentan mayores probabilidades para comer o cenar en casa de amigos y familiares son los jubilados o pensionistas, los que viven solos, son de clase media-alta y tienen unos ingresos mensuales por encima de los 3.000 euros.

Como sintético resumen de lo presentado en el trabajo, utilizando las denominaciones ofrecidas durante el mismo, cabe subrayar que de cada diez españoles mayores de 18 años:

	<b>Tipo de comensal</b>	<b>Definición</b>
	Hipersedentarios	nunca comen fuera de casa
	Sedentarios	nunca comen en restaurantes
	Débilmente extradomiciliarios	come fuera de casa algunas veces durante el año, en cualquiera de sus formas
	Interdomiciliarios invitados	comen en casa de amigos o familiares varias veces al mes
	Extradomiciliarios relativos	comen en restaurantes varias veces al mes
	Extraterritoriales o comensales “tupper”	se llevan la comida de casa o la compran (no en restaurantes o cafeterías) varias veces a la semana
	Extradomiciliarios	frecuentes en locales especializados en servir comidas, varias veces a la semana

La obligación laboral (ocupación profesional) y la obligación social (visitar amigos o familiares) llevan a comer fuera en restaurantes y casas de familiares o amigos. Por clase social, la media-alta y los ingresos altos tienen mayor probabilidad de desarrollar ambas maneras de comer fuera de casa, como ya habían puesto de relieve, para nuestro país: Gimeno (2000) y Mutlu y Gracia (2006). Comer asiduamente fuera es una práctica marcada por el estatus cuando se concreta en acudir a restaurantes (Warde, 1997). También por el sexo, ya que los hombres tienen casi un 50% más de probabilidad de ser frequentadores de los mismos que las mujeres, y el hecho de vivir solo. En medio y articuladas, la edad –con menos relevancia que la que subraya Warde (1997) y semejante a la apuntada por Díaz (2013– ya que los jóvenes presentan una ligera mayor probabilidad para comer fuera en las tres modalidades, y actividad, pues, uno de los resultados más interesantes apuntados [8] es que son los parados en busca del primer empleo, junto a los ocupados, cuestión más conocida, los que tienen mayores probabilidades de ser asiduos usuarios de los restaurantes. Muy lejos de ellos, con una probabilidad que se reduce a menos de la mitad: parados y dedicados al trabajo doméstico.

El comer en “modo tupper” está más distribuido entre las clases sociales, centrándose más también entre parados en busca del primer empleo y estudiantes o, cuando se concentra el análisis entre los habituales, los que tienen menos ingresos en el hogar y, de forma contraria a lo que ocurre con las otras maneras del comer fuera, en las mujeres. También, cuando comen fuera, las mujeres se hacen la comida. Al menos, tienen mayor probabilidad de hacerlo así que los hombres.

Por lo tanto, restaurante, casa de amigos o familiares o en cualquier sitio a partir de un “tupper” son tres formas de concretar la comida fuera de casa que apuntan necesidades distintas. Laborales o profesionales y de estatus, las primeras. Derivadas de la soledad y de la estrategia de reforzar las relaciones sociales, los que comen en casa de amigos o familiares asiduamente. Necesidades económicas o una preocupación por la salud o la dieta –lo que nos lleva a las condiciones materiales especiales de los sujetos, derivadas

---

<sup>8</sup> Con las precauciones metodológicas que han de tomarse a partir de un resultado que no alcanza los máximos umbrales de significatividad estadística, derivado del relativamente pequeño número de elementos (24) de esta categoría en la muestra.

de bajos ingresos o del hecho de que son los encargados –especialmente las encargadas– de la comida en hogares con muchos miembros.

En definitiva, apuntes diversos sobre los que habrá que seguir trabajando, con la señalización de que lo que aquí se pretendía era, por un lado, dibujar los perfiles fundamentales de los que menos comen fuera de casa y, por otro lado, lo que lo hacen con frecuencia, en sus diversas modalidades. Ahora bien, siendo conscientes de que se deja a un lado una categoría que exige otro tipo de aproximación, porque difícilmente son captados por las encuestas con cuestionario estandarizado, como es la de los que comen fuera de casa porque lo hacen en comedores sociales, porque no tienen nada que comer en casa.

## 5. BIBLIOGRAFÍA

Bourdieu, P. (1998). *La distinción*, Madrid, Taurus.

De Certeau, M. (1990). *L'invention du quotidien. I. Arts de faire*, París, Gallimard.

Díaz, C., García, I., Gutiérrez, R., y Novo, A. (2013). *Hábitos alimentarios de los españoles*, Madrid, Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

Gimeno, J.A. (2000). “Lujo y primera necesidad: definición y evolución en España”, en J.A. Gimeno (coord.), *El consumo en España: un panorama general*, Madrid, Visor-Fundación Argentaria, pp. 141-162.

Grignon, C. (2001). “Commensality and Social Morphology: An Essay of Typology”, en P. Schollier (ed.), *Food, Drink and Identity*, Oxford-Nueva York, Berg.

Lahire, B. (2004). *La culture des individus. Dissonances culturelles et distinction de soi*, París, La Découverte.

Mauss, M. (1950). *Sociologie et anthropologie*, París, Presses Universitaires de France.

Mennell, S. (1985). *All Manners of Food: Eating and Taste in England and France from the Middle Ages to the Present*, Oxford, Basil Blackwell.

Mutlu, S., y Gracia, A. (2006). "Spanish food expenditure away from home (FAFH): by type of meal", *Applied Economics*, 38, pp. 1.037-1.047.

Rama, R. (1997). "Evolución y características de la alimentación en el hogar y del consumo de alimentos en España", *Agricultura y Sociedad*, 84, pp. 107-140.

Scholliers, P. (2009). *Food Culture in Belgium*, Westport, Greenwood Press.

Warde, A. (1997). *Consumption, Food and Taste*, Londres, Sage.

Warde, A. y Martens, L. (2000). *Eating Out. Social Differentiation, Consumption and Pleasure*, Cambridge, Cambridge University Press.

\* \* \*

**Javier Callejo Gallego** es doctor en Sociología y licenciado en Sociología, Ciencias de la Información y Derecho por la Universidad Complutense. Tras su experiencia como investigador social de mercados en varias empresas, se dedica a la docencia. Ha publicado más de cien artículos en revistas científicas y capítulos de libros. Actualmente es Profesor Titular de Sociología en la UNED, donde imparte Técnicas de Investigación y Sociología de la Comunicación. Email: [mcallejo@poli.uned.es](mailto:mcallejo@poli.uned.es)