



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
EMPRESARIALES

INFLUENCIA DE LA CULTURA EN LOS HÁBITOS ALIMENTICIOS. COMPARATIVA ENTRE ESTADOS UNIDOS Y ESPAÑA.

Autor: Laura Sánchez Salguero
Director: Isabel Carrero Bosch

Índice

I. Resumen	5
II. Introducción	7
1. Presentación del tema	7
2. Propuesta y justificación del tema presentado.....	7
3. Objetivo general.....	8
4. Contribución.....	9
5. Metodología.....	9
6. Estructura	10
III. Marco teórico.....	11
1. Influencia y análisis del entorno cultural de la alimentación	11
2. Factores ambientales de la conducta alimenticia. ¿Qué incita a comer?	13
2.1 Factores Sociales y Personales en la comida.....	14
2.2 Factores Económicos	15
3. Influencia de la cultura y la globalización a la hora de comer	17
3.1 Cultura	17
3.2 Globalización.....	18
4. Costumbres alimenticias	19
4.1 Food Choice.....	19
4.1.1 ¿Qué se entiende por comida o "meal"?	20
4.1.2 Contexto y significados de la comida.....	21
4.1.3 ¿Qué influye en la elección de los alimentos?.....	22
4.2 Patrones de comida y su desarrollo.....	24
5. Diferencias entre EE. UU y España	25
5.1 Evolución de los hábitos alimenticios	26
5.2 Comparativa entre calidad y cantidad	28
IV. Trabajo Empírico.....	30
1. Propósito.....	30
2. Objetivos y preguntas de investigación	30
3. Metodología	30
A. SPSS.....	32
B. Diseño y descripción de las encuestas.....	32
V. Resultados	36
1. Descripción de la muestra	36
2. Análisis comparativo por países	37

3. Análisis de otras variables demográficas	45
3.1 Sexo	45
3.2 Nivel de ingresos	47
3.2.1 España.....	48
3.2.1 Estados Unidos.....	49
VI. Conclusiones.....	52
VII. Bibliografía	57
VIII. Anexo	65

Índice de gráficos y tablas

Figuras

Figura 1: (fuente: OECD Health Statistics 2019).....	12
Figura 2: Definiciones de comidas basadas en una disciplina científica o técnica. Adaptado de Meiselman, 2008).	22

Gráficos

Gráfico 1: (Fuente: elaboración propia a partir de los datos)	38
Gráfico 2: (Fuente: elaboración propia a partir de los datos)	38
Gráfico 3:(Fuente: elaboración propia a partir de los datos)	39
Gráfico 4: (Fuente: elaboración propia a partir de los datos)	40
Gráfico 5: (Fuente: elaboración propia a partir de los datos)	41
Gráfico 6: (Fuente: elaboración propia a partir de los datos)	42
Gráfico 7: (Fuente: elaboración propia a partir de los datos)	43
Gráfico 8: (Fuente: elaboración propia a partir de los datos)	44
Gráfico 9: (Fuente: elaboración propia a partir de los datos)	46
Gráfico 10:(Fuente: elaboración propia a partir de los datos)	47

Tablas

Tabla 1: (Fuente: elaboración propia basada en el FCQ de Steptoe et al. (1995)).....	34
Tabla 2: (Fuente: elaboración propia a partir de los datos)	48
Tabla 3: (Fuente: elaboración propia a partir de los datos)	49

I. Resumen

El presente Trabajo de Fin de Grado estudia la relación entre los hábitos alimenticios de las personas y la influencia que tiene la cultura sobre los mismos. Se trata de un tema que ha estado en auge durante los últimos años debido a la conciencia que se está tomando respecto a la salud y a las enfermedades cardiovasculares que se pueden desarrollar si se lleva un estilo de vida poco saludable. Es un tema que está teniendo mucha importancia y cada vez es más común ver personas más que se cuidan y compran productos bajos en calorías, algunas personas incluso cambian su dieta y pasan a ser veganas o vegetarianas.

Para estudiar cómo afecta la cultura en los hábitos alimenticios de las personas, se han planteado diversas preguntas de investigación, siendo algunas de ellas interpretar el valor que aportan los hábitos culturales a la comida, estudiar los motivos de consumo y los diferentes significados de la comida para la sociedad estadounidense y española, y ver cómo influye en sus hábitos alimenticios. Este trabajo da respuesta a dichas preguntas de investigación mediante un trabajo empírico, el cuál ha sido realizado a través de dos encuestas que han sido distribuidas en España y en Estados Unidos. Así mismo, mediante los resultados obtenidos se muestran las implicaciones que la cultura tiene en los hábitos alimenticios y cómo difieren en ambos países.

Palabras clave: hábitos alimenticios, cultura alimenticia, conocimiento, comida, estilo de vida, alimentación.

Abstract

This project studies the relationship between people's eating habits and culture's influence on them. This issue has been booming in recent years due to more people being aware of food consumption as well as health and cardiovascular diseases that can further appear when having an unhealthy lifestyle. This topic has been very important as it is increasingly common to see more people taking care of themselves and buying low-calorie products, some people are even changing their diet and are becoming vegetarian or vegan.

In order to study how culture affects people's eating habits, several key questions have been addressed, some of which include interpreting the value that cultural habits bring to food, studying the reasons for consumption and the different meanings of food for the American and Spanish societies, seeing how it influences their eating habits. This project provides answers to these research questions through an empirical study, which has been carried out through two surveys that have been distributed in Spain and in the United States. Likewise, the results obtained show the implications that culture has on eating habits and how they differ in both countries.

Key words: eating habits, food culture, awareness, food, lifestyle, diet.

II. Introducción

1. Presentación del tema

El presente Trabajo de Fin de Grado tiene como objetivo analizar la influencia que las distintas culturas tienen sobre el comportamiento de las personas respecto a la alimentación, cómo se come, cuánto se come y qué factores hacen que una persona tenga unos hábitos de alimentación o consumo u otros, centrado principalmente en Estados Unidos y en España. Se trata de estudiar, a través de la cultura, qué hace que una persona se alimente de una manera o de otra, y cómo influye en su estilo de vida.

2. Propuesta y justificación del tema presentado

El número de personas que se preocupa por tener y mantener un estilo de vida saludable ha aumentado notoriamente en los últimos años. La alimentación es un factor clave para llevar un estilo de vida saludable, pues cubre la mayoría de las necesidades fisiológicas de las personas, promueve la salud y favorece un estado de bienestar y satisfacción personal (del Grupo, Bellido et al., 2006). Sin embargo, llevar una alimentación adecuada supone un reto para muchas personas que prefieren disfrutar de la comida y de su sabor antes que cambiar sus malos hábitos alimenticios (Bolet y Socarrás, 2010).

Hoy en día, tener un estilo de vida saludable y llevar unos hábitos alimenticios adecuados o no es crucial, ya que, de no hacerlo, es posible que en el medio y largo plazo podamos padecer una serie de enfermedades crónicas, destacando la diabetes y la obesidad entre otras. Actualmente, tanto la obesidad como la anorexia y los trastornos alimenticios se consideran algunas de las enfermedades más importantes a nivel mundial tanto por términos de salud como por los gastos de atención médica que estos suponen (Drewnowski, y Darmon, 2005). Un consumo excesivo de productos procesados altos en grasas saturadas y azúcares, la falta de ejercicio físico y el consumo de alcohol y tabaco (Wärnberg et al, 2006) son factores que contribuyen a la obtención de dichas enfermedades. Por ello, es crucial llevar una buena alimentación y mantener unos hábitos alimenticios adecuados.

En la mayoría de las sociedades industriales, las normas sociales, producto de la evolución histórica de la sociedad, han constituido el modelo alimentario de las personas, que cambia al mismo tiempo que evoluciona una sociedad. Los hábitos alimenticios se

consideran pautas de comportamiento que han sido culturalmente establecidas (Díaz-Méndez, 2016). Estas pautas han ido evolucionando y adaptándose a las sociedades en las que se establecen de manera distinta dependiendo del lugar donde se den. Por ello, se puede afirmar que existe una estrecha relación entre los hábitos alimenticios de las personas y la cultura. Además, el comer no es solamente un hecho biológico, también es un hecho sociocultural (Contreras,1992).

Es importante comprender el papel que tiene la alimentación en el ser humano y cómo éste ha evolucionado para saber por qué existen los hábitos alimenticios actuales y por qué difieren tanto en un lugar u otro del mundo. Franco (2001) afirma que el gusto y las preferencias alimentarias son “formados culturalmente y controlados socialmente”. Esto quiere decir que los hábitos alimenticios de las personas están influenciados por algunos factores demográficos como pueden ser la raza, la clase social, la edad, la educación, la salud e incluso el ambiente social (dos Santos, Nunes, 2007).

Se puede observar que las personas que viven en un país comen de manera distinta que otras personas que habitan en un país lejano. Existen distintas formas de entender la comida y de alimentarse, distintas creencias sobre qué alimentos se deben comer, distintos lugares óptimos sobre dónde comer y cómo se sienten las personas cuando comen. Esto varía en distintas partes del mundo y es la base de los hábitos alimenticios, que reflejan la identidad y etnocentrismo de las personas (Woortmann, 2004).

3. Objetivo general

La diversidad cultural que actualmente hay en el mundo es indudable. Existen, por tanto, distintos estilos de vida, distintas costumbres, distintas creencias, distintos hábitos alimenticios... en definitiva, un sinfín de diferencias que constituyen la identidad cultural de cada país y de las personas que lo habitan.

Este trabajo propone estudiar la relación entre las culturas y los hábitos alimenticios, con el fin de concluir qué patrones y qué factores o costumbres influyen en el comportamiento alimenticio de las personas.

Se analizarán los hábitos alimenticios y estilos de vida de los países desarrollados, focalizando dicho estudio en Estados Unidos y en España, y su relación con la cultura de cada país.

4. Contribución

Este estudio pretende realizar una contribución social y académica. La contribución social se debe a una mayor concienciación de las personas sobre sus hábitos alimenticios y su estilo de vida. Además, los resultados existentes entre los motivos de consumo y la ingesta tienen implicaciones muy importantes en la práctica de unos hábitos alimenticios saludables. La contribución académica se debe a que es un tema muy interesante y poco estudiado, ya que la revisión literaria se ha visto limitada. Este estudio da paso a ser ampliado y a que se realicen futuras investigaciones.

5. Metodología

Este trabajo nace debido a la realización de diversos viajes al extranjero y a observación de los estilos de vida y hábitos alimenticios de las personas en distintas partes del mundo, especialmente en Estados Unidos y en España, despertando una curiosidad por determinar cómo influye la cultura en dichos hábitos alimenticios. Para realizar este trabajo se ha llevado a cabo en primer lugar una revisión de la literatura, con el objetivo de entender los factores que influyen en la alimentación de las personas. Esta revisión literaria se ha realizado fundamentalmente a través de la plataforma de Google Scholar. Entre las palabras clave utilizadas en la búsqueda, cabe destacar *eating habits*, *cultura alimenticia*, *food patterns*, etcétera.

Además, se ha realizado un trabajo empírico a través de metodología cuantitativa y mediante la distribución de dos encuestas en la que se estudiarán grupos homogéneos, una en Estados Unidos y otra en España, para estudiar en profundidad dichas diferencias culturales en la alimentación. La población meta serán estudiantes universitarios de entre 18 y 30 años, ya que son jóvenes y fácilmente influenciables en la adopción de hábitos más saludables. Asimismo, se valorará el grado de conocimiento que las personas encuestadas tienen sobre la problemática de tener unos malos hábitos alimenticios, y de la importancia y necesidad de adoptar un mejor estilo de vida.

Las encuestas se han realizado de forma online mediante la plataforma Online Encuesta debido a las grandes ventajas que supone este método, como la posibilidad de utilizar un contenido dinámico, la evaluación en tiempo real de los resultados y la obtención de obtener las respuestas en formato Excel entre otras (Online Encuesta, 2020). Mediante la

encuesta se han obtenido los resultados de forma sencilla y práctica en forma de datos y gráficos útiles para la investigación.

El análisis de los resultados obtenidos servirá de base para medir la influencia que la cultura en sus diferentes facetas tiene sobre los hábitos alimenticios. Finalmente, se realizarán recomendaciones e indicaciones a organismos públicos con objeto de influenciar e incrementar el nivel de vida mediante una mejora en la alimentación.

6. Estructura

El presente trabajo consta de tres partes. En la primera, se define el marco teórico, dentro del cual se incluye influencia y análisis del entorno cultural de la alimentación, factores ambientales de la conducta alimenticia ¿Qué incita a comer?, influencia de la cultura, religión y globalización a la hora de comer, costumbres alimenticias y diferencias entre EE. UU y España. La segunda parte consta del trabajo empírico realizado, en el que se explica la metodología empleada, así como los resultados obtenidos. Por último, la tercera parte trata una serie de conclusiones y sus explicaciones para entender el porqué existen las diferencias alimenticias entre estadounidenses y españoles y cómo la cultura influye en éstas.

III. Marco teórico

1. Influencia y análisis del entorno cultural de la alimentación

La alimentación es un factor clave en la evolución del ser humano, ya que como afirman Martínez Rincón y Rodríguez Cisneros (2002), una de las necesidades fundamentales del hombre es la alimentación, puesto que forma parte de su propio instinto de supervivencia. Ya en la era paleolítica, los homínidos tenían la necesidad de cazar, pescar, y recolectar frutos y vegetales silvestres, los cuales constituían su principal fuente de alimentación y que, aun en la actualidad, conforman la estructura base de la dieta del ser humano (Arroyo, 2008). Hace 10.000 años, en la era neolítica, se produce un desarrollo en la vida social con el descubrimiento del fuego y la fabricación de distintos utensilios, con los que aparece la agricultura, la ganadería y la cerámica; hechos que contribuyeron al desarrollo de la alimentación al permitir manipular los alimentos y elaborar distintas preparaciones. Este desarrollo no fue el mismo en los distintos grupos de homínidos asentados en África, Europa y Asia debido a sus diferentes condiciones climatológicas, sociales y ambientales. En los últimos 10.000 años se han desarrollado nuevas tecnologías que han hecho la producción de alimentos más eficiente, destacando nuevos métodos de almacenamiento y procesamiento. La cultura culinaria propia de cada población se ha ido enriqueciendo considerablemente durante todos estos años, pero sin duda alguna, el acontecimiento que más ha modificado la producción y la tecnología de los alimentos ha sido la revolución industrial, la cual ha hecho accesible el consumo de otros alimentos de forma más barata. (Arroyo, 2008).

La industrialización y el desarrollo económico han generado consecuencias en el patrón alimentario y en los estilos de vida de los individuos. Esta evolución y cambio alimenticio del ser humano ha variado en función tanto de la adaptación a los cambios climatológicos y a las condiciones ambientales propias de la ubicación geográfica, como al desarrollo cultural, económico y social de las poblaciones. Esto nos permite afirmar que la evolución alimenticia del ser humano es paralela al desarrollo cultural, económico y social de su entorno.

A pesar de la globalización, las diferencias existentes en los hábitos de alimentación entre las distintas áreas y zonas geográficas son muy notorias, existiendo de este modo

sobrepeso y altos grados de obesidad en unas zonas, y, por el contrario, un alto grado de desnutrición en otras. Así ocurre en algunos países desarrollados (EE. UU) y en países del continente africano respectivamente. En este sentido, Según la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), hay más de 1.000 millones de personas que padecen desnutrición en el mundo y más de 2000 millones de personas carecen de vitaminas y minerales esenciales en su alimentación (Bailen, 2012). Al mismo tiempo, el índice de sobrepeso y los problemas de obesidad van aumentando progresivamente en países desarrollados.

En relación con los países desarrollados, el alto consumo de alimentos ricos en calorías y la existencia de un estilo de vida cada vez más sedentario han contribuido al aumento de sobrepeso y obesidad anteriormente mencionados. (OECD Health Statistics 2019). Según un estudio sobre la obesidad en el mundo realizado en el 2017, el 58% de los adultos de estas regiones padecen sobrepeso u obesidad. En la siguiente figura se detalla el porcentaje total de sobrepeso y se hace una distinción entre mujeres y hombres. También se recoge como medida estándar los datos de la OCDE36 (Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos, con 36 países miembros). Como se ve a continuación, en Chile, México y los Estados Unidos más del 70% de los adultos padece sobrepeso, mientras que en Japón y en Corea menos del 35% lo sufren.

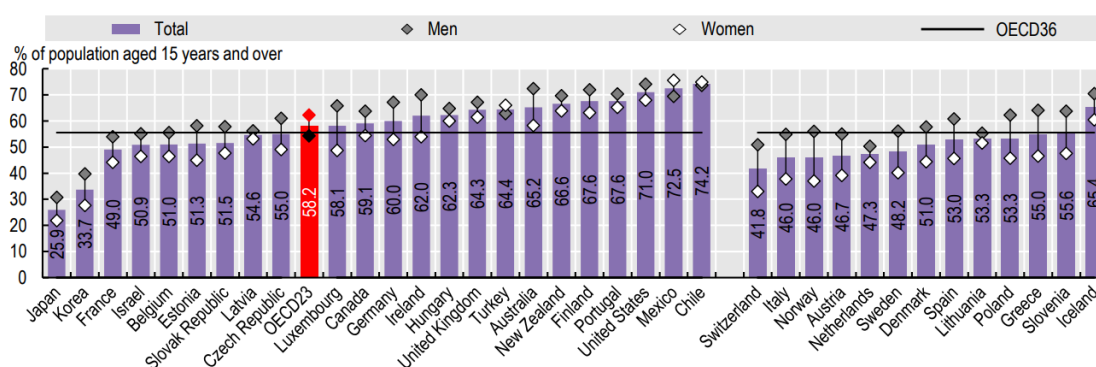


Figura 1: (fuente: OECD Health Statistics 2019)

2. Factores ambientales de la conducta alimenticia. ¿Qué incita a comer?

¿Cuántas veces comemos sin tener realmente hambre? Muchas veces al pasar por delante de una panadería, un restaurante, un bar, o un establecimiento de comida rápida tenemos la sensación de tener hambre. Así mismo, al percibir ciertos olores de comida, como el de las palomitas, el pan recién hecho o las castañas comenzamos a salivar. Estos son estímulos externos que nos producen la necesidad de ingerir los alimentos que hemos visto u oído sin tener hambre. Se ha demostrado en un estudio reciente realizado por Harrar et al., 2011, cómo el impacto visual de la comida tiene una influencia sobre nosotros y cómo actuamos a la hora de alimentarnos. En este estudio, hallaron una gran actividad cerebral al mostrar una variedad de imágenes agradables de comida. Este hecho, producía respuestas fisiológicas y psicológicas y se denominó como “Cerebro hambriento”. (Spence et al., 2016).

Como Murcott (1982) afirma, el impacto cultural que la comida tiene en los hábitos alimenticios se centra en diversos valores, como los sociales, en significados y en creencias. Dichos hábitos no solo satisfacen unas necesidades fisiológicas y psicológicas, también responden a necesidades culturales, pues las personas tienden a mostrar su estatus social, su nivel económico (sobre todo si es alto), sus valores etcétera. Por ejemplo, es muy común ver cómo hay mucha gente que saca fotos de la comida que han pedido, o del restaurante donde están comiendo para ponerla en sus redes sociales y mostrar un cierto estatus a los demás. Sin embargo, los significados que se atribuyen a este estatus no son inherentes a los alimentos, ya que dependen del contexto social en el que se desarrollen. La comida tiene pues un significado tanto material como simbólico.

Los distintos grupos sociales tienen hábitos y conductas diferentes, que presentan específicamente cuáles son las necesidades de cada grupo, sus condiciones culturales, sus vivencias, su historia entre otros, estableciendo así una distinción particular susceptible de ser reconocida (Aguilar, 2014). Desde una mirada antropológica: “los hábitos alimentarios son comportamientos estandarizados en relación a los alimentos, que un grupo de individuos han aprendido a través de una cultura determinada, es así como a partir de estos ellos eligen, consumen y distribuyen, considerando la disponibilidad existente” (Mead, 2008).

Cuando comemos, establecemos una relación directa entre nuestra cultura y los alimentos; por lo que se puede argumentar que la forma en la que las personas se alimentan y cómo se alimentan pueden reflejar su identidad social y su pertenencia a algún grupo social (Murcott, 1982). La cultura alimentaria o de los alimentos se define como el comportamiento a la hora de alimentarse que presentan en común un conjunto de personas que forman una sociedad, la cual incluye unos valores, costumbres, tradiciones, hábitos y significancias (Quezada, Camps et al, 2018). Las creencias alimentarias son nociones de los alimentos que se tienen a partir de experiencias y emociones, normalmente aprendidas en el ámbito social o familiar (Rolandi, 2014).

Los factores que condicionan la alimentación de cada individuo están asociados a la disponibilidad de alimentos, los recursos económicos, la localización geográfica, la capacidad de elección, la oferta, los medios de comunicación, la influencia de la publicidad y la cultura (Méndez, Cecilia Díaz, et al, 2007).

2.1 Factores Sociales y Personales en la comida

La familia es una entidad natural y primordial del ser humano compuesta por individuos que comparten los mismos valores, una misma economía, la misma vivienda y la misma alimentación (Sánchez, 2008). La familia tiene un rol fundamental en la adquisición de los hábitos alimentarios. Los niños observan la conducta de sus padres, qué hacen, cómo lo hacen, qué comen, cómo comen etcétera; imitan el comportamiento de sus padres y acaban adoptando sus propios hábitos, determinando sus gustos y preferencias por determinados alimentos. Por ello es importante inculcar a los niños desde pequeños el tener hábitos de alimentación saludables y consolidarlos con el tiempo para que puedan perdurar con el transcurso de los años (Contreras, 1995).

Los hábitos alimentarios se han visto influenciados debido a una serie de factores que han alterado la dinámica familiar al comer, ya que, en muchas ocasiones y por motivos laborales, los padres no disponen del mismo tiempo que antes para preparar la comida e inculcar a sus hijos el consumo de alimentos de calidad (Entrena-Durán, 2014).

Los medios de comunicación de masas tienen un papel socializador en las sociedades avanzadas actuales (Díaz, 2006), lo que hace que los hábitos alimenticios estén cada vez más condicionados por factores ajenos a la institución familiar, como por ejemplo las

campañas publicitarias, que tienen un papel muy importante en la formación social de las preferencias alimenticias de las personas (Harris, 1998). Existe una formación social de estas preferencias por determinados alimentos, porque el hecho de que éstos sean considerados como deseables, como el que existan aversiones hacia otros son el resultado de actitudes alimenticias socialmente construidas.

Comer es un comportamiento socializado ya que se come más cuando estamos con otras personas que cuando estamos solos (Redd y De Castro, 1992), y, aun así, nuestra elección de alimentos se ve influenciada por factores sociales, ya que se desarrollan hábitos y actitudes al interactuar a diario con otras personas (Bellisle 2006). Anna Riera Pi (2019) comenta que hoy en día la gente no va a un restaurante solo para comer o cenar, sino que acude para disfrutar de una experiencia determinada. Además, normalmente cuando nos relacionamos con otras personas para comer, tomar algo o cenar, la inmensa mayoría no suele pedir comida sana, sino que consumen comida alta en grasa y en azúcar.

Es preciso resaltar que el qué comemos, es decir, los alimentos con los que nos nutrimos, es muy importante, tanto como cómo lo comemos, es decir, la forma y la manera en la que comemos dichos alimentos. Esto se ve reflejado en que cuando comemos rápido, nuestro cerebro no se estimula lo suficiente, por lo que no llega a recibir las señales de completa saciedad y tendemos a comer más cantidad. Así mismo, se ha demostrado que, si comemos a la vez que realizamos alguna otra actividad como ver la televisión o leer, la sensación de saciedad se inhibe porque no prestamos tanta atención a la comida. (Pico, 2018).

Además, la falta de sueño genera estrés y esto hace que se incrementen las hormonas que provocan el hambre y apetito y se disminuyen las hormonas que provocan la saciedad, por lo que comemos más. (Pico, 2018).

2.2 Factores Económicos

Para entender el concepto denominado “socialización alimenticia” de las personas es necesario entender que éstas presentan desigualdades respecto unas de otras y tienen trayectorias distintas. Cada persona tiene una identidad individual y otra colectiva, ambas propensas a mantener determinadas actitudes hacia los hábitos alimentarios adquiridos (Entrena-Durán, 2014).

El nivel económico de cada familia u hogar, así como el coste de los alimentos influye de forma considerable en las decisiones que toman a la hora de hacer la compra, ir a algún establecimiento de comida o restaurante. Los alimentos que consumen las personas se ven influenciados y limitados por circunstancias económicas, sociales y culturales. Las personas menos pudientes compran alimentos baratos, comidas precocinadas y tienen una mayor tendencia a seguir una dieta poco equilibrada, baja en frutas y verduras (Bellisle, 2006). Esto es debido a que suelen ser menos críticos en cuanto a su alimentación (Klohe-Lehman, Deborah M., et al., 2007) y son fácilmente influenciados por mensajes publicitarios (Menéndez y Franco, 2009) ya que día a día vemos cómo la publicidad en los medios de comunicación fomenta el consumo de alimentos poco saludables. Sin embargo, los estratos más altos suelen ser más críticos en cuanto a la alimentación y los alimentos que consumen debido a su alto poder adquisitivo, que les proporciona facilidades para acceder a semanarios de prensa o revistas científicas con mensajes y discursos redactados por expertos en el tema.

La falta de conocimientos alimenticios y la escasa tenencia de habilidades culinarias pueden inhibir la compra y preparación de comidas. Por un lado, en este sentido, la obesidad es más común en los estratos bajos pues se ven abocados a consumir comida barata o también conocida como comida basura (Entrena-Durán, 2014). Los alimentos más sanos y nutritivos suelen ser más caros y no todo el mundo puede acceder a ellos. Estas personas que no pueden comprar estos productos compran unos sustitutivos que, como se ha mencionado anteriormente, son menos saludables (Bellisle 2006).

Por otro lado, en los sectores medios y altos, en donde se muestra un nivel cultural y un poder adquisitivo más elevado, el cual permite una mayor capacidad de elección, se observa una preocupación por la calidad del producto que se está comprando para luego ser consumido. Puede decirse pues, que los patrones que determinan la adquisición y el consumo de los alimentos están, de alguna manera, influenciados por valores de índole post-materialista (Inglehart, 2018). Para las familias más pudientes, con altos ingresos económicos, los hábitos alimenticios son diferenciadores en su identidad individual y colectiva en su vida cotidiana, lo que contribuye a un grado, más o menos alto de distinción social o de estatus (Bourdieu, 2016).

3 Influencia de la cultura y la globalización a la hora de comer

3.1 Cultura

Cada ser humano está influenciado por los factores sociales y culturales del país en el que vive, y por ello las personas tienen una dieta particular y diferente en la que predominan unos alimentos u otros. Según la RAE (Real Academia Española), la cultura se define como “el conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social” (ASALE, 2019). La cultura se manifiesta no solo en los hábitos alimenticios, sino también en otras normas de vida; por esta razón, las personas que tienen una cultura común se alimentan de forma similar, tienen costumbres similares y responden ante estímulos de forma similar.

La diversidad de culturas es tal, que una sociedad puede considerar ciertos alimentos o comidas como normales, atractivas a la vista o apetecibles, y otra sociedad puede considerar esos mismos alimentos o comidas como repugnantes, inaceptables y repulsivas y nunca aceptarían su consumición; pues el acto de comer es un hecho social que ha sido configurado por las preferencias alimenticias adquiridas culturalmente (Restrepo et al., 2005).

Un claro ejemplo de esto son los países asiáticos en los que las personas se deleitan con carne de monos, serpientes, perros y ratas. Sin embargo, otras personas que no pertenecen a estos países consideran poco apetecible y casi inconcebible consumir este tipo de alimentos. Además, consumen una gran variedad de insectos, en contraposición de las culturas occidentales, como en Europa y en América, donde no están bien vistos, no atraen, no incitan a ser comprados y nunca se consumirían; se consideran muy desagradables y repulsivos (Latham, 2002).

Por otro lado, cabe destacar que, en la gran mayoría de los países, el comer reunidos es símbolo de unidad y confraternidad, mientras que en países como en Melanesia y Polinesia el marido y la mujer viven separados y comen separados. En su cultura, no tienen permitido verse el uno al otro.

Geográficamente, las sociedades se han visto afectadas a la hora de alimentarse. Hay casos opuestos y dispares, puesto que no es lo mismo vivir en las regiones frías del norte donde los esquimales básicamente se alimentan de carne y grasa para tener la energía suficiente durante el día, que vivir en un país tropical donde abunda el arroz, frutas,

verduras y en general platos mas livianos. Frente a esto, también existe una homogeneidad cultural en ciertos países. Por ejemplo, en Europa, además de compartir ciertos valores y normas, la alimentación es más parecida, aunque luego cada país tenga alimentos característicos que predominen más o menos. Además, se encuentran también algunas discrepancias, pues los franceses consumen carne de caballo, pero los ingleses generalmente no.

3.2 Globalización

Está establecido que los hábitos alimenticios de las personas son muy difíciles de modificar. Sin embargo, la alimentación varía con el tiempo ya que los hábitos y costumbres cambian con el paso de los años, y se ven influenciada por otras culturas debido a la globalización (Latham, 2004). La globalización trae consigo una mayor conexión, comunicación e interdependencia entre los distintos países y conlleva una serie de cambios y tendencias que tienden a la pluralidad. Sociedades que nunca habían estado en contacto entre sí ahora pueden hacerlo, hecho que impulsa a una cultura menos arraigada en lo local, así como la necesidad de nuevas formas de identidad cultural. Gracias a la globalización existe un mayor conocimiento, permitiendo conocer cómo otras sociedades actúan ante una misma situación y cómo ido evolucionando en la toma de decisiones y desarrollándose durante años.

La globalización comenzó alrededor del siglo XV, época en la que tuvieron lugar numerosas expediciones y viajes a tierras desconocidas. En 1492, Cristóbal Colón descubre América, y nuevos alimentos que más tarde serían llevados a España y consecuentemente también al resto de países de nuestro entorno, formando parte de la alimentación de nuestro continente. Entre los nuevos alimentos que se importaron se encuentran las patatas, tomates, maíz, chocolate, pavo etc. Con estos nuevos alimentos se complementaron y mejoraron algunas comidas y se elaboraron nuevos platos que hoy en día son fundamentales en nuestra cultura. Así mismo, se exportaron alimentos y productos procedentes de España a América, como el trigo, el arroz, plátanos, café etcétera. A partir de este momento, se produce una revolución culinaria que ha mantenido su reflejo hasta la actualidad (Vargas, 2000).

4. Costumbres alimenticias

La importancia cultural de la comida y de la alimentación se centra en los valores, en los significados y en las creencias sociales que hoy en día se presentan en la sociedad. La elección de los alimentos no es aleatoria ni casual, ya que exhibe patrones y regularidades, por lo que son muchos los aspectos a tener en cuenta a la hora de hablar y de estudiar los hábitos o costumbres de las personas al comer (Murcott, 1982). Rozin (2007) comenta que la comida es universal y que existe en todas las sociedades, culturas y clases sociales, pero, sin embargo, sus significados simbólicos difieren entre individuos y grupos. Generalmente, todo ser humano sigue un patrón alimenticio y realiza tres comidas diarias, entendiendo dichas comidas como comidas principales o *meals*: el desayuno, la comida y la cena.

El contexto en el que tienen lugar las comidas, el horario establecido para comer y el tipo de comida, incluyendo lo que se considera una comida adecuada o no, difieren entre los distintos países del mundo y a su vez entre las diferentes regiones de cada país. Por ello, las personas muestran cómo las combinaciones de alimentos que escogen en cada comida o evento pueden tener distinta importancia y significado, aunque es preciso mencionar que dichas combinaciones dependen a su vez del nivel socioeconómico de cada individuo, entre otros (Fjellström, 2004). Además, los sociólogos se ven obligados a darse cuenta de que los hábitos alimenticios no son sólo una cuestión de satisfacer las necesidades fisiológicas y psicológicas, sino que también son resultado de una preferencia individual.

Se puede argumentar que lo que las personas están dispuestas a comer refleja su identidad social y su pertenencia a un grupo social. Entender los hábitos alimenticios como una manera de entender la cultura es comprender que son productos de códigos de conducta y de la estructura de las relaciones sociales de la sociedad de cada individuo (Murcott, 1982).

4.1 Food Choice

Las elecciones alimentarias sientan las bases de los hábitos alimenticios de las personas. Es por eso por lo que es tan importante que estas elecciones sean adecuadas; sin embargo, Rozin y Fallon (1980) explican que la elección de alimentos sigue siendo un tema complejo que no se logra entender bien en la actualidad. El proceso de elección de alimentos incluye no solo las decisiones basadas en la reflexión consciente del ser

humano, sino también aquellas reflexiones que son automáticas, habituales y subconscientes (Furst, Tanis, et al., 1996).

4.1.1 ¿Qué se entiende por comida o “meal”?

En las últimas décadas ha incrementado la preocupación por la desaparición de las comidas estructuradas en las sociedades occidentales. La mayoría de las personas consideran que entienden lo que es una comida, pero muchas veces no es así.

Las personas atribuyen ciertos significados a las comidas de manera consciente o inconsciente. Una forma de ejemplificar este hecho es observando cómo hay sociedades que dan una mayor importancia al desayuno o a la comida mientras que hay otras sociedades que esa importancia la atribuyen a la cena (Holm, Lotte et al., 2012). Fjellström (2004) establece que el término “comida” se define por las enciclopedias como una cierta cantidad de alimentos que se come en un momento concreto. Meiselman (2008) la define como una serie de perspectivas diferentes, y a su vez adapta los criterios utilizados por Oltersdorf, Schelettwein-Gsell y Winkler (1999) para definirla en más detalle. Para ello incluye y explica algunas de las características más importantes a tener en cuenta: la hora del día, el contenido energético de los alimentos que componen un plato, la interacción social de las personas al alimentarse, las combinaciones de los alimentos, o una combinación determinada de los criterios mencionados.

Rozin también establece una nueva definición de comida: “las personas realizan la mayoría de sus comidas en un periodo de tiempo relativamente corto, separados por otros periodos de tiempo en los que no se consume nada”. Meiselman (2009), y al mismo tiempo discute la perspectiva psicológica de la comida, la cual incluye la disponibilidad de alimentos, el esfuerzo para obtenerlos o consumirlos, el estado de ánimo, la variedad y saciedad, expectativa, factores sociales, estándar cultural, memoria y ubicación, etcétera (Rozin, 2007).

Por último, otra forma de definir las comidas es haciéndolo desde el punto de vista nutricional; es decir, diferenciando entre desayuno, media mañana, comida, merienda y cena (Gross, Rainer et al., 2000). Las comidas principales aportan más nutrientes y energía, y son más importantes que la media mañana o la merienda. Sin embargo, la preparación de los alimentos es otra de las preocupaciones actuales, ya que está perdiendo importancia debido al alto consumo de comidas prefabricadas y preparadas. Al consumir

estas comidas precocinadas, las personas pasan menos tiempo comiendo que antes y sociabilizan menos (Kahma, Nina, et al., 2014).

4.1.2 Contexto y significados de la comida

La mayoría de los alimentos que se compran en el supermercado suelen formar parte de una de las tres comidas principales; a excepción de productos normalmente altos en grasas saturadas, como las bolsas de patatas, aceitunas y similares. Aún así la manera en la que se combinan los alimentos es muy importante ya que puede conducir a unos hábitos alimenticios determinados. Los alimentos adquieren distintos significados según el contexto en el que se encuentren. La comida de un evento puede considerarse como una de las comidas principales dependiendo de si se emplea un criterio u otro de los mencionados anteriormente. Esto se ve ejemplificado de la siguiente manera: si para comer se requiere interacción social, el acto singular de comer nunca se consideraría como una comida principal (Meiselman, 2008).

La siguiente tabla muestra diferentes perspectivas que se pueden emplear para definir los distintos tipos de comida, dependiendo del tipo de información que se disponga. La comida es especialmente memorable cuando incluye la interacción con otras personas, ya sean familiares o amigos, y satisface la necesidad de socialización (Piqueras-Fiszman y Jaeger, 2015).

Perspective	Type of information
History	Meal patterns over time
Product development	Food combinations
Food service	Food sequences, food compatibilities, and sensory themes
Designer/artist	Meal locations, environments, and physical settings
Sensory	Combination of sensory experiences
Biology	Food intake timing and pattern (grazing vs. meals)
Physiology	Internal hunger and satiety signals
Nutrition/dietetics	Food intake and macro/micronutrients
Anthropology	Cultural differences
Sociology	Commensality and social rules
Psychology	Basic unit of eating
Marketing	Price/value, brand and satisfaction
Abnormal psychology/health	Undereating and overeating

Figura 2: Definiciones de comidas basadas en una disciplina científica o técnica. Adaptado de Meiselman, 2008).

Las perspectivas históricas y biológicas de una comida principal se discuten en (Meiselman, 2009); donde se demuestra cómo la historia ha tenido un papel importante en la dinámica de la comida y en la dimensión biológica, donde abarca aspectos fisiológicos, sensoriales y de saciedad. Por último, la perspectiva social que se atribuye a la comida es considerada como uno de los aspectos más importante de las comidas debido a que es el punto principal de interacción cultural y social. Así, esta perspectiva se utiliza para definir la comida como un hecho o evento social que está estructurado donde se ofrece y se consumen alimentos (Meiselman, 2009).

4.1.3 ¿Qué influye en la elección de los alimentos?

A la hora de elegir los alimentos, las personas están influenciadas por una serie de factores que tienen su origen en la propia persona, los denominados factores internos; como son los factores biológicos, emocionales, las creencias o las actitudes. Asimismo, existen factores sociales, económicos y físicos que también influyen en la elección de los alimentos; se trata de los factores externos (Bresson et al., 2008).

Asimismo, Lewin (1943) comenta que son varios los marcos que están involucrados en la elección de los alimentos, como el sabor, la salud, la motivación y la influencia televisiva. La investigación de los hábitos alimenticios ha presentado varios modelos que describen factores, influencias y patrones de alimentación (Sanjur, 1982), y se ha intentado desarrollar de forma más completa y específica el proceso de la elección de alimentos (Steptoe et al., 1995).

A la hora de comprar un alimento, hay varios puntos a tener en cuenta; los más importantes son la salud, es decir, si el alimento es saludable o no, el estado de ánimo que nos genera ese alimento, la conveniencia, el atractivo sensorial, el contenido natural, el precio, el control de peso, la familiaridad que tengamos con ese alimento y la preocupación ética, Asimismo también influyen la calidad del alimento que estamos comprando, y las percepciones que tenemos sobre ese alimento. Tras contemplar todos estos puntos, las personas dan una mayor prioridad a determinadas características, y toman la decisión de comprar el alimento que más les convenga y satisfaga.

Es preciso destacar que desde hace ya unos años ha incrementado el conocimiento y la importancia de adquirir y conllevar unos buenos hábitos saludables tanto por cuestión de salud, en cuanto a la prevención de enfermedades crónicas derivadas de una mala alimentación prolongada en el tiempo, como por estética y satisfacción personal. Hoy en día, es un hecho: las personas dedican más tiempo en la elección de los alimentos que más tarde va a consumir que antes. (Lee, Young-Mee et al., 2008).

4.2 Patrones de comida y su desarrollo

En las últimas décadas los cambios en los patrones de alimentación de la sociedad contemporánea, especialmente en los jóvenes, han sido objeto de estudio para muchos científicos e investigadores de la alimentación y la salud (Danesi, 2018). Asimismo, dichos científicos e investigadores cuestionan la posible desaparición de los patrones de comida “tradicionales”, que parecen haber sido sustituidos por la individualización (Fischler, 1979).

Un patrón de alimentación se define como el ritmo y el número de comidas de una persona, así como la alternancia de comidas frías y calientes (Kahma, Nina, et al., 2014). A principios del siglo XX, y desde la industrialización, las culturas occidentales han seguido el mismo patrón alimenticio: realizar tres comidas diarias, el desayuno, la comida y la cena. El horario colectivo de las comidas está definido por las reglas y normas sociales que varían de un país a otro. Sin embargo, hoy en día la escasez de tiempo conduce a la desregulación de las comidas y la ruptura de los lazos sociales (Southerton et al., 2012).

La gran variedad que encontramos hoy en día respecto a las opciones de alimentación y las formas de comer, dan paso a que los individuos puedan crear una imagen propia de sí mismos y de su propio estilo de vida, por ejemplo, mediante la elección de los alimentos que más se ajustan a su perfil y que posteriormente consumirán, así como de los patrones de alimentación que han establecido. Sin embargo, Holm, Lotte, et al., (2012) afirman que existen diversos estudios en los que se indica que las variables sociológicas más importantes como el género, la edad y la clase social son clave para determinar los patrones de alimentación de cada persona. Esto está demostrado en dichos estudios, en los que se establece que existe una relación estadísticamente significativa entre los patrones de alimentación y las variables anteriormente mencionadas (Holm, Lotte, et al., 2012; Germov y Williams, 2004).

De cierta manera, los seres humanos asocian algunos alimentos con ciertas emociones, por ejemplo, hay gente que asocia determinadas comidas con un estado de felicidad, por lo que se crea una motivación y deseo hacia esa comida o alimento. En un estudio realizado sobre las preferencias alimenticias de las personas, Peters, Rappoport, et al., (1995) afirman que los criterios de “salud” y “conveniencia” son las características más

importantes a la hora de elegir los alimentos que más tarde se consumirán en el desayuno, mientras que la característica del “gusto” es más importante para la comida y la cena. Asimismo, Rappoport, Downey y Huff-Corzine (2001) establecen que las personas perciben los desayunos como más baratos, convenientes, informales y más ligeros que otras comidas. En contraposición, el almuerzo o la cena son percibidos y considerados como más caros, formales y de mayor interacción que el desayuno.

Recientemente, lo que todos los individuos parecen experimentar es la comida en transformación (Meiselman, Herbert, 2008). La tendencia a picar entre horas y el miedo a la desaparición de la comida familiar, con sus consecuencias culturales y nutricionales, son parte de una discusión continua y el foco de muchos investigadores alimenticios (Warde, 1997). En este sentido, Warde (1997) afirma que en la sociedad de hoy en día existe una tendencia a picar entre horas y a realizar menos comidas familiares. Este comportamiento se puede interpretar como individualismo y el no-conformismo hacia la comida. De acuerdo con Gross, Rainer et al., (2000) las personas que admiten comer y beber continuamente en eventos sociales durante el día, muestran un patrón de alimentación irregular en comparación con aquellos que comen de forma moderada y estructurada durante el día, realizando las tres comidas principales: el desayuno, la comida y la cena. Visser (2015) menciona que una de las definiciones de la palabra familia es “aquellos que comen juntos”. Siguiendo a lo establecido por Visser (2015), si una familia deja de comer junta, sus miembros no interactúan tanto entre ellos como lo hacían antes y la conexión entre éstos se va atenuando.

5. Diferencias entre EE. UU y España

Existen diferencias sustanciales entre los ciudadanos españoles y los estadounidenses, sobre todo en cuanto a su alimentación y en el placer que encuentran en la comida. Esto es debido a que ambas sociedades son relativamente similares en muchos aspectos, y por ello, es posible establecer algunas distinciones en aquellas áreas donde no son tan similares.

Tanto los americanos como los españoles son conscientes de la importancia de llevar una vida sana y de mantener un peso adecuado; sin embargo, las diferencias entre ambos países van más allá de los hábitos alimenticios y de la comida. A continuación, se

mencionan algunas creencias y prejuicios que las personas tenemos y asociamos respecto a ambos países y sus hábitos alimenticios (Rozin et al, 2003):

- Los españoles tienen más valores alimenticios que los estadounidenses.
- Los españoles prefieren la calidad antes que la cantidad, al contrario que los americanos.
- Los americanos prefieren las celebraciones nacionales y los eventos en los que se ofrecen comida mientras que los españoles prefieren las comodidades y la sencillez.
- Los españoles prefieren comer de forma moderada mientras que los americanos prefieren la abundancia de comida.

Este último aspecto resulta evidente debido a la popularidad de muchos restaurantes americanos, conocidos por “eat all you can” (comer todo lo que se pueda) en Estados Unidos y la idea de que uno debe comer hasta estar lleno y saciado, poniéndose así de manifiesto en distintas fiestas nacionales como en Thanksgiving (Rozin, Fischler et al. 2011), en la Superbowl o en navidades, pero ¿son estas creencias realmente ciertas?

Debido a estos prejuicios, el interés sobre cómo las fuentes culturales modelan la mente y la vida humana se ha incrementado notoriamente en las últimas décadas, creando lo que se llama psicología cultural (Shweder y Sullivan, 1993). Stiger, Shweder et al., (1990) define la psicología cultural como “el estudio de la manera en que las tradiciones culturales y las prácticas sociales regulan, expresan y transforman la mente humana”. A través de esta psicología se pretende conocer por qué comemos de la manera en la que lo hacemos, qué afecta en el proceso, cómo comemos y con quién lo hacemos.

5.1 Evolución de los hábitos alimenticios

La historia de España es mucho más extensa que la de Estados Unidos, y entre otras cosas se caracteriza porque durante el transcurso de los años, se ha elaborado una forma de cocinar los alimentos más definida y más tradicional que en Estados Unidos. Un hecho que destaca es que en España no hay tantas micro-variaciones de un mismo alimento como ocurre en Estados Unidos. Un claro ejemplo de ello es cuando en un restaurante pides un filete con patatas. Los españoles asumimos que viene con patatas fritas, sin

embargo, los americanos saben que van a elegir entre patatas fritas o *French fries*, puré de patatas o *mashed potatoes*, patatas al horno o *baked potatoes* etcétera (Rozin 2006).

Estados Unidos es una nación de naciones, donde habitan personas procedentes de todas partes del mundo. Es un país tan grande que abarca un continente entero y es tan diverso, que conviven muchas culturas y tradiciones distintas a la vez. Por este motivo, es bastante común encontrar restaurantes procedentes de muchos lugares del mundo, pues pertenecen a personas procedentes de ese país. Por ejemplo, en la mayoría de las veces, un restaurante mexicano pertenece a una familia mexicana o a un grupo de amigos procedentes de México. Lo mismo pasa con los restaurantes italianos, los restaurantes españoles etcétera.

Hace un siglo, la preocupación que había en cuanto a la nutrición se centraba en el inadecuado consumo de vitaminas y minerales. A día de hoy, la preocupación se centra en los problemas nutricionales que son impulsados por el descubrimiento de fuertes vínculos entre los hábitos alimenticios y las enfermedades crónicas. Por esto es importante comprender el comportamiento de las personas y los factores que influyen en la elección de los alimentos.

Al vivir en un país desarrollado como en Estados Unidos, el acto de comer se convierte en un evento social, comercial, familiar, económico... en un acto de placer que va más allá de conseguir los nutrientes necesarios (Frazão, 1999). Asimismo, los valores que se atribuyen a los alimentos se pueden concebir de maneras distintas. Hay valores que son comunes en la mayoría de las personas, y en este caso se habla de la simbología social que tienen los alimentos. La comida se comparte, y es un acto de interacción y socialización entre individuos.

Según el Centro de Control de Enfermedades (CDC), aproximadamente el 64% de los adultos y el 15% de los niños y adolescentes que habitan en los Estados Unidos tienen sobrepeso. Esto se debe a un aumento en la ingesta de calorías y de alimentos con altos niveles en grasas saturadas y azúcares. Es por esta razón por la que hoy en día Estados Unidos es el país que lidera el ranking de mayor obesidad en el mundo (Evangelista et al., 2004). Recientes investigaciones científicas confirman que lo que comemos, cuánto comemos y cómo comemos tiene un impacto muy significativo en nuestra salud, calidad de vida y longevidad. En Estados Unidos, las altas ingestas de alimentos grasos y pocas ingestas de calcio y fibra están asociadas a varias enfermedades crónicas que afectan la

calidad de vida y pueden acelerar la mortalidad. Según McGinnis y Foege (1993), el 14% de las muertes en Estados Unidos se deben a malos hábitos alimenticios y vidas sedentarias.

En un estudio realizado por Quandt et al (1997) se evaluaron los patrones de alimentación de las personas de tercera edad en Estados Unidos, relacionando dichos patrones con algunas características sociodemográficas tales como la edad, el género, el hogar y el contexto social. En este estudio participaron 556 personas, de las cuales se concluyó que el 65% solamente realizaban 3 comidas diarias, el 15% dos comidas y el 6% menos de dos comidas al día (Quandt, 1997).

El ritmo de vida que se tiene en Estados Unidos junto con los hábitos alimenticios que desarrollan, favorece el aumento de peso, y en particular, la mayor prevalencia de sobrepeso en niños y adolescentes. Asimismo, este aumento de peso es un factor de riesgo y aumenta a su vez la prevalencia de problemas de salud crónicas tales como el cáncer, diabetes, hipertensión, ataques al corazón etcétera (Frazão, 1999).

5.2 Comparativa entre calidad y cantidad

A partir de los años sesenta España experimentó un aumento de la cantidad de alimentos, a diferencia de épocas anteriores donde para la mayoría de la población la escasez de alimentos era común, especialmente en los años posteriores a la guerra civil (Bertran, 2006). Los hábitos alimenticios actuales se han visto condicionados por el hambre que sufrieron generaciones anteriores. Debido a la abundancia de alimentos mencionado anteriormente, ahora se tiende a comer más que antes, aunque no en exceso en la mayoría de los países europeos.

Para muchas personas, la calidad es más importante que la cantidad. La dieta de los españoles es moderada en cuanto a cantidad, ya que prefieren la calidad de un alimento o comida antes que su abundancia; sin embargo, la dieta de los americanos se basa en la abundancia ya que la mayoría prefiere comer más cantidad y que lo que coma sea de menos calidad (Stearns, 2002). Levenstein (2003) afirma que para los estadounidenses la abundancia es el símbolo del éxito y la comida es la forma de medir dicha abundancia; solo hay que ver el tamaño de los supermercados en Estados Unidos.

La gastronomía ha tenido un papel importante en la alimentación, pues ha impactado la manera en la que las personas se alimentan. En el caso de Estados Unidos, los alimentos de mayor calidad como el pescado, la fruta y la verdura son importados desde países europeos, por lo que su precio es mayor y no todo el mundo puede permitirse comprarlos. Por eso, la gente se ve obligada a comprar alimentos con precios muy competitivos, conocidos como comida basura. Estos alimentos resultan muy atractivos tanto físicamente como económicamente. A la hora de hacer la compra lo podemos ver reflejado: un perrito caliente o un trozo de pizza atraen más a la vista y al olfato que una manzana, y además cuestan menos.

Las personas que visitan Estados Unidos remarcan el exceso de comida que hay en todas partes, desde aeropuertos hasta colegios e iglesias. También es sorprendente la cantidad de comida que se desperdicia, pues resulta llamativo que, como Rozin, Fischler et al., (2011) afirman, casi todas las personas extranjeras que visitan los Estados Unidos y escriben y comentan sobre los hábitos alimenticios de los americanos mostraron un gran asombro, shock e incluso disgusto y rechazo por la cantidad de comida consumida.

IV. Trabajo Empírico

1. Propósito

El presente estudio pretende investigar cómo la cultura afecta a los hábitos alimenticios y al estilo de vida de los seres humanos, más concretamente en Estados Unidos y en España y ver las diferencias que hay entre ambas culturas.

2. Objetivos y preguntas de investigación

- Interpretar el valor que aportan los hábitos culturales a la comida.
- Examinar los diferentes significados de la comida para la sociedad estadounidense y para la sociedad española y ver cómo influye en los hábitos alimenticios de éstas.
- Conocer los motivos de consumo de las personas y cómo difieren en ambos países.
- Estudiar si existen diferencias en los hábitos alimenticios entre hombres y mujeres.
- Examinar si el nivel de ingresos de una persona influye en sus hábitos alimenticios.

3. Metodología

Para responder a los objetivos, se ha realizado un trabajo empírico de tipo cuantitativo, en concreto, dos encuestas acerca de los hábitos alimenticios de las personas residentes tanto en Estados Unidos como en España. Esto se debe a la rapidez de la obtención de resultados y su practicidad, ya que se pueden dirigir a un público específico y se pueden establecer distintos tipos de preguntas dependiendo del contenido de estas. Las dos encuestas han sido enfocadas y adaptadas a jóvenes de entre 18 y 30 años de ambos países. Con estas encuestas se pretende estudiar qué factores determinan el estilo de vida y los hábitos alimentarios de los individuos, así como ver cómo la cultura influye en dichos hábitos.

Ambas encuestas se han realizado a través de Online Encuesta, y se han difundido a través de las redes sociales WhatsApp, Instagram, Facebook y Snapchat, tanto a ciudadanos españoles como a americanos. Para una mayor difusión, he usado mis cuentas personales en las redes sociales mencionadas anteriormente y, además, otros muchos usuarios procedentes de ambos países han difundido la encuesta respectivamente a sus amigos y conocidos mediante las mismas redes sociales, con el objetivo de llegar a un mayor número de encuestados y evitar tener una muestra sesgada.

El motivo por el que se ha decidido hacer el trabajo empírico mediante encuestas es por la rapidez con la que se recogen y obtienen los datos aplicado tanto a la codificación como en la tabulación y análisis de los resultados. Por un lado, el coste de este método es muy reducido debido a que no hay que imprimirlo, simplemente hay que mandarlo a través de redes sociales, lo que implica una gran simplificación en la comodidad y en la gestión logística. Por otro lado, las encuestas permiten llegar a personas muy dispersas, ya no solo dentro del territorio nacional, también en países ajenos como en este caso ha sido Estados Unidos. Además, los encuestados disponen de cierta flexibilidad, pues pueden responder desde cualquier dispositivo electrónico cuando mejor les venga (Alessi y Martin, 2010).

Gracias a esta difusión, la encuesta destinada a los ciudadanos españoles ha llegado a un gran número de ciudadanos, siendo respondida por personas que habitan en Galicia, Bilbao, Valladolid, León, Guadalajara, Madrid y Sevilla. De la misma manera, la encuesta destinada a los ciudadanos estadounidenses ha sido respondida por personas que habitan en los estados de California, Ohio, Texas, Tennessee, Pennsylvania, Carolina del Norte, Michigan y Louisiana. Gracias a esta disparidad, se ha evitado tener unos resultados sesgados, ya que, en ambos casos, la encuesta ha sido respondida en gran parte del territorio nacional.

Estas encuestas permanecieron abiertas durante 15 días, lo cuál permitió conseguir que un total de 381 participantes realizaran la encuesta. La encuesta que se ha difundido en España ha sido contestada por un total de 185 personas, de las cuales 152 la completaron hasta el final. En el caso de la encuesta que se difundió en los Estados Unidos, un total de 196 personas la contestaron, y 153 la completaron hasta el final. Una vez finalizadas ambas encuestas, los datos han sido descargados y juntados en único Excel para poder

estudiar posteriormente las diferencias entre ambos grupos. También se ha usado SPSS para realizar un análisis más detallado de los resultados. Para responder a los objetivos, se ha realizado un análisis descriptivo univariable en el que se ha analizado la correlación existente entre las variables estudiadas. También se ha llevado a cabo un análisis bivariante para conocer si existen diferencias significativas entre España y Estados Unidos, mediante diferencia de medias fundamentalmente y mediante análisis de correlaciones con las variables demográficas dentro de cada país.

A. SPSS

Para medir los resultados obtenidos en ambas encuestas se ha utilizado un programa estadístico llamado SPSS Statistics, en el que se han añadido y se han combinado los datos obtenidos en las ambas encuestas. En primer lugar, se han elaborado unas tablas en las que se comparan ambos países con los estadísticos descriptivos para poder analizar las variables usadas en la encuesta. Acto seguido, se ha realizado la prueba paramétrica T de diferencia de medias para comparar la media de las variables y determinar si dicha diferencia se debe al azar o no; es decir, si la media es o no estadísticamente significativa.

B. Diseño y descripción de las encuestas

En primer lugar, se realizará un análisis descriptivo de los resultados obtenidos en las encuestas sobre los tres bloques que la forman: estilo de vida, costumbres alimenticias y el *Food Choice Questionnaire* (FCQ). Ambas encuestas (ver anexo) están estructuradas en tres partes.

En la primera parte, se analiza el estilo de vida que tiene el encuestado, ya que se pretende saber si hay alguna influencia en su alimentación en su día a día o no. Por ejemplo, una persona que previamente haya estado a dieta puede estar influenciada, ya que es probable que haya adoptado unos hábitos a la hora de comer que antes de hacer la dieta no tuviera. Para ello, se plantearon diversas preguntas para entender de forma más detallada qué influencia tienen las personas al alimentarse de una manera o de otra. La primera pregunta planteada en el cuestionario es: “Con cuántas personas vives”, para la cual podían responder “vivo yo solo/a” o en el caso de vivir con más personas, el encuestado tenía la opción de insertar el número de personas con las que vive. También se realizaron las siguientes preguntas: “¿con cuántas personas de las que viven contigo comes o cenas?”, “¿qué es comer para ti?”, “¿has estado o estás a dieta?”, “¿cuántas veces haces ejercicio

a la semana?”. Además, en esta primera parte de la encuesta, también se realizaron dos preguntas correspondientes con *The Three Eating Factor Questionnaire*, (Stunkard, y Messick, 1985), donde 1 es raramente, 2 es a veces, 3 es a menudo y 4 es siempre.

En la segunda parte, costumbres alimenticias, se pretende conocer las diferencias que presentan ambas culturas y cómo difieren, así como entender porque en España se realizan más comidas al día que en Estados Unidos y el impacto que ese hecho tiene en el posterior desarrollo de Hábitos alimenticios. En este caso, se realizaron preguntas sobre el número de comidas que se realizan, la hora a la que comen, el tiempo que le dedican a una comida, el tipo de comida que prefieren, lo que suelen comer, qué consideran una porción, dónde comen, y con quién, notando varias diferencias significativas que se explicaran en el análisis comparativo de ambos países.

Por último, en la tercera parte del cuestionario, se usa el *Food Choice Questionnaire* (FCQ) de Steptoe, Pollard y Wardle (1998) para medir y analizar los motivos de consumo y la importancia de estos. Como ya se he mencionado anteriormente, el FCQ es un cuestionario que consta por 36 enunciados, agrupados por factores y que parten de la afirmación “Es importante para mí que la comida que tomo en un día normal...”.

- 1 = No importante
- 2 = Poco importante
- 3 = Razonablemente importante
- 4 = Muy importante

Los factores que componen el FCQ son: Salud, que hace referencia a la motivación de elegir alimentos sanos y que favorecen el bienestar, Estado de Ánimo, haciendo referencia a las emociones que produce alimentarse, Conveniencia, referenciando el acceso de los alimentos, Atractivo Sensorial, que hace referencia a cómo se perciben los alimentos según se aspecto, Contenido Natural, respecto a la composición de los alimentos, Precio, respecto al nivel económico, Control de Peso, haciendo referencia a la preferencia por alimentos bajos en grasas y calorías, Familiaridad, si el individuo conoce un alimento y le gusta, y finalmente Preocupación Ética, haciendo referencia a alimentos orgánicos y de comercio justo. A continuación, que se muestra el FCQ de forma más visual y sencilla de entender.

Los motivos han sido omitidos y en su lugar se han denominado “Bloque 1”, “Bloque 2”, así hasta “Bloque 9”. A su vez, se han mezclado los contenidos de estos para evitar el sesgo en las respuestas, ya que, si no se hubieran mezclado, al tratar el mismo tema, las respuestas se hubieran visto condicionadas.

Es importante para mí que la comida que tomo en un día normal sea...	
Factor 1: Salud	Factor 2: Estado de ánimo
Contiene muchas vitaminas y minerales	Me ayuda a sobrellevar el estrés
Me mantiene sano	Me ayuda a sobrellevar la vida
Es nutritivo	Me ayuda a relajarme
Es alto en proteínas	Me mantiene despierto/alerta
Es bueno para mis pies/pelo/uñas/dientes	Me anima
Es alto en fibra	Me hace sentir bien
Factor 3: Conveniencia	Factor 4: Atractivo sensorial
Es fácil de preparar	Huele bien
Cocinado de manera sencilla	Agradable a la vista
No necesita tiempo para prepararse	Tiene una textura agradable
Se puede comprar en tiendas cercanas a donde vivo/trabajo	Sabe bien
Está fácilmente disponible en tiendas y supermercados	
Factor 5: Contenido Natural	Factor 6: Precio
No contiene aditivos	No es caro
Contiene ingredientes naturales	Es barato
No contiene ingredientes artificiales	Buena relación calidad/precio
Factor 7: Control de peso	Factor 8: Familiaridad
Es bajo en calorías	Es lo que habitualmente como
Me ayuda a mantener mi peso	Es familiar
Es bajo en grasas	Es como la comida que comía de pequeño/a
Factor 9: Preocupaciones éticas	
Proviene de países que apruebo políticamente	
Tiene el país de origen claramente marcado	
Está empaquetado responsablemente con el medio ambiente	

Tabla 1: (Fuente: elaboración propia basada en el FCQ de Steptoe et al. (1995))

El FCQ es considerado como una de las mejores herramientas a la hora de predecir el comportamiento de las personas en el proceso de elección de los alimentos (Fotopoulos et al., 2009). Además, Renner et al (2012) comenta que el FCQ es el cuestionario más útil

a la hora de conceptualizar los motivos que las personas tienen para consumir un alimento u otro.

Las encuestas acaban con preguntas sociodemográficas, estas siendo el sexo, la edad, el peso, la altura, el país en el que viven y su poder adquisitivo. Sin embargo, en el posterior análisis se han omitido las variables “Peso” y “Altura” ya que el hecho de que los americanos contestaran respectivamente en libras (lbs) y en pies (ft) suponía un problema a la hora de calcular el IMC y poder comparar ambas muestras, ya que SPSS no reconocía dichas medidas.

Para un estudio más preciso en el análisis de la encuesta, se han eliminado los valores nulos, es decir aquellas personas que comenzaron la encuesta pero que no se hallaban en el rango de edad de estudio; es decir, su edad no estaba comprendida entre los 18 y los 30 años. En conjunto, un total de 291 forman la muestra de estudio ya que son las personas que contestaron la encuesta hasta el final. En general, muchas más mujeres que hombres contestaron a la encuesta en ambos países, ya que como se puede observar en los datos obtenidos, el 72,85% son mujeres y el 27,15% son hombres. De este 72,85% de mujeres, el 52,36% son españolas y el 47,64% son americanas. En el caso de los hombres, el 43,04% del total son españoles y el 56,96% son estadounidenses. La media de edad en los encuestados españoles está entre los 21 y 24 años, ya que las edades del 49% de los encuestados se encuentran en ese rango. Esto coincide con los resultados obtenidos en la encuesta enviada a los ciudadanos americanos, ya que el 56,2% de los que contestaron tenían entre 21 y 24 años.

V. Resultados

Tras la obtención de los resultados de ambos cuestionarios, el proceso de análisis de resultados consta de tres partes. En primer lugar, se va a llevar a cabo una descripción de la muestra de ambas encuestas. Acto seguido se realizará un análisis comparativo entre los hábitos alimenticios de las personas encuestadas tanto en España como en Estados Unidos. Finalmente, se realizará un análisis correlacional de otras variables demográficas, dentro de las cuales se analizarán principalmente la variable “sexo”, para conocer si hay diferencias significativas en los hábitos alimenticios en hombres y mujeres por país, y la “variable nivel de ingresos”, aunque en este caso esta variable se analizará dentro de cada país y no en la muestra global.

1. Descripción de la muestra

Como se ha mencionado con anterioridad, las dos encuestas han sido enfocadas y adaptadas a jóvenes de entre 18 y 30 años de ambos países. Con estas encuestas se pretende estudiar qué factores determinan el estilo de vida y los hábitos alimentarios de los individuos, así como ver cómo la cultura influye en dichos hábitos. De esta manera se ha permitido obtener información sobre las percepciones y significados propios de un determinado grupo social, por un lado, el español y por otro lado el americano. Además, también se ha podido observar si existen similitudes o diferencias entre ambas sociedades, que serán objeto de estudio.

Un total de 185 personas contestaron la encuesta que se distribuyó en España, y de éstas, 152 la completaron hasta el final. El 76,7% de mujeres completaron la encuesta, mientras que el 23,3% fueron hombres. La media de edad de los españoles encuestados es de 23 años. Respecto al poder adquisitivo, el 77,9% de los encuestados afirmaron tener un poder adquisitivo medio, frente al 16,6% que afirmaron tener un poder adquisitivo alto y un 5,5% un poder adquisitivo bajo.

En el caso de Estados Unidos, fueron 153 personas las que completaron la encuesta hasta el final; el 69,2% siendo mujeres y el 30,8% hombres. Similarmente a los españoles, la media de edad de los estadounidenses encuestados también es de 23 años. El 54,8% de los encuestados afirmaron tener un poder adquisitivo medio, el 36,3% un poder adquisitivo alto y el 8,9% un poder adquisitivo bajo. Cabe comentar que Estados Unidos

es una nación de naciones y está habitada por personas procedentes de todas las partes del mundo. Por ello, en esta encuesta se decidió añadir dos preguntas a cerca de la procedencia de la madre y del padre de los encuestados para saber si sus hábitos alimenticios podrían estar influenciados por alguna otra cultura. La mayoría de las madres de los encuestados nacieron en Estados Unidos (71,9%); el 9,6% en América del Sur y el 8,2% en Asia. En cuanto a sus padres ocurre algo similar; la mayoría nacieron en Estados Unidos (69,2%), seguidos del 9,6% que nacieron en Europa del norte y el 9,6% que nacieron en Asia.

2. Análisis comparativo por países

Se ha llevado a cabo una prueba de diferencia de medias por país con las variables del cuestionario, para comprobar si existen diferencias significativas entre ambos países. Hay variables como el número de personas con las que se come o cena, el tiempo que se le dedica a una comida, o qué cantidad se considera una porción, que no presentan diferencias significativas y por lo tanto se han excluido con el objetivo de dar una visión más clara de los resultados.

Sin embargo, comer es un comportamiento socializado ya que se come más cuando estamos con otras personas que cuando estamos solos (Redd y De Castro, 1992). En los resultados obtenidos en los siguientes gráficos, se aprecia que mucha más gente come sola en Estados Unidos, con un 45%, que, en España, con un 32%. También cabe destacar que en ambos países se dedica más o menos el mismo tiempo a una comida.

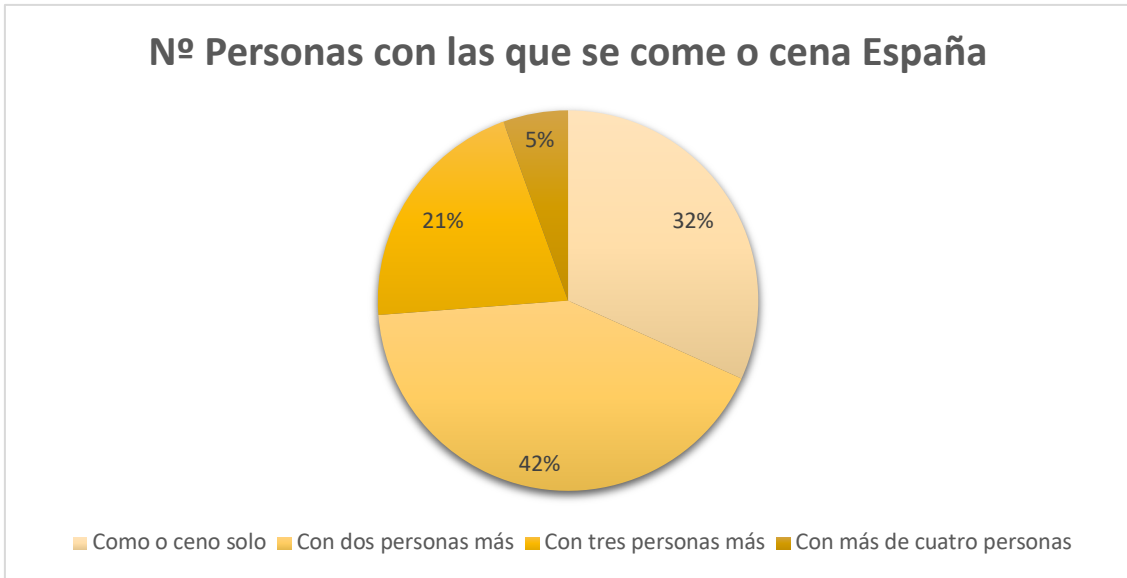


Gráfico 1: (Fuente: elaboración propia a partir de los datos)

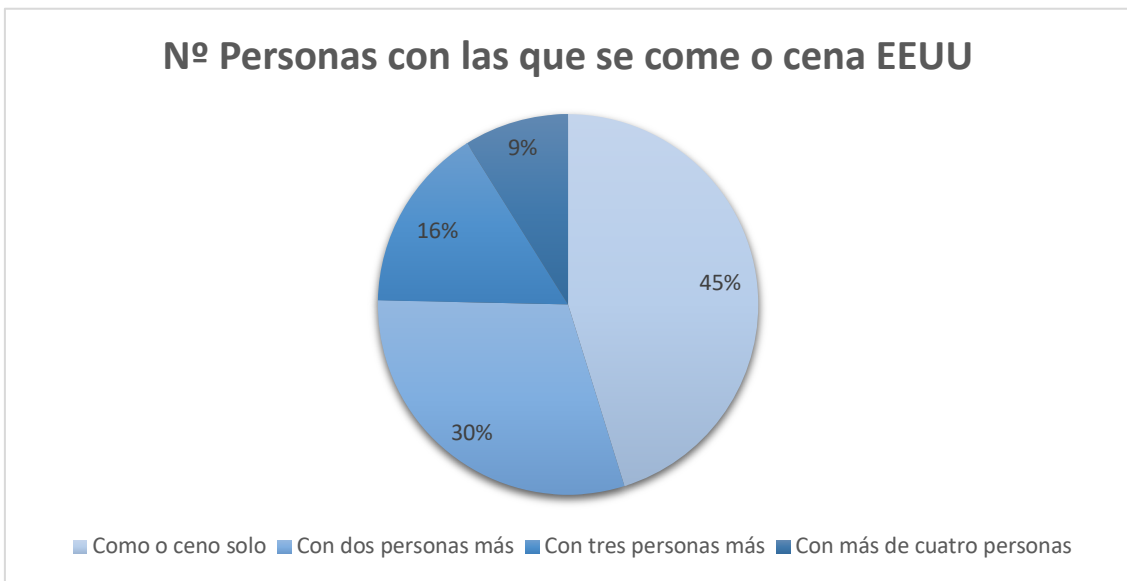


Gráfico 2: (Fuente: elaboración propia a partir de los datos)

Así mismo, para ambas culturas una ración es más o menos la misma. Las variables que sí presentan diferencias significativas son objeto de estudio y se explicarán ordenadamente siguiendo la estructura del cuestionario.

Con respecto al estilo de vida, se han encontrado cinco diferencias significativas. En el siguiente gráfico se puede observar cómo la variable “Significado de la comida” presenta diferencias significativas al 95% en **socializar y compartir con otros**, así como en **me**

da pereza y una manera de celebrar. En este gráfico es preciso comentar que los resultados muestran similitudes en ambas culturas, por ejemplo, en variables que no muestran ninguna diferencia significativa, como en el caso de Nutrirme, puesto que para ambos países alimentarse es nutrirse.

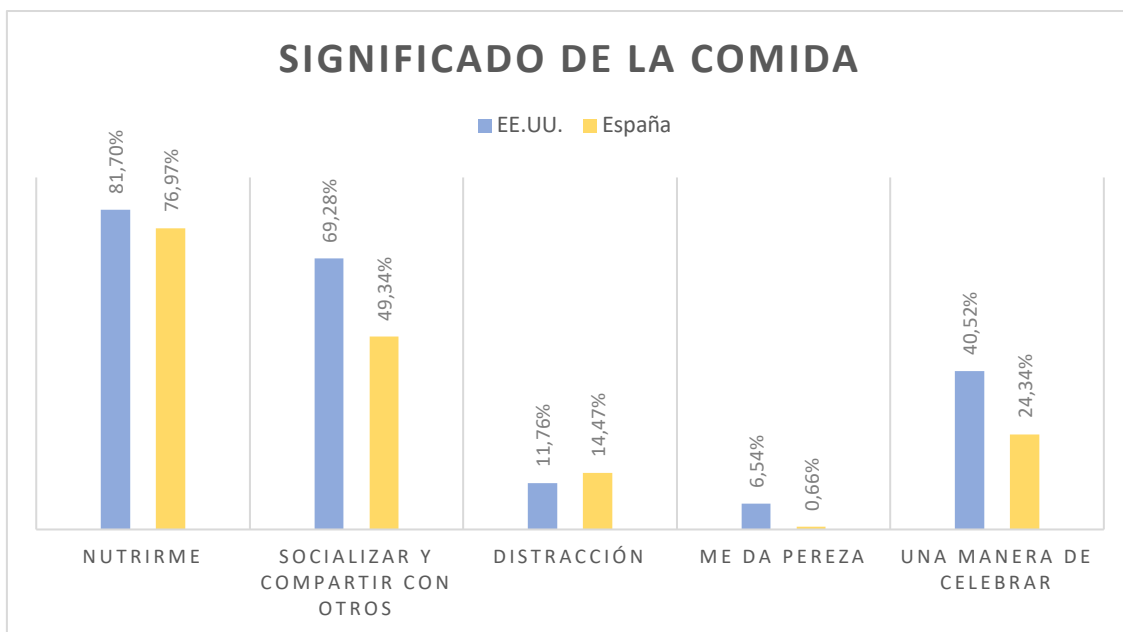


Gráfico 3: (Fuente: elaboración propia a partir de los datos)

A partir de los datos obtenidos, se observa que para el 69,28% de los americanos encuestados comer significa, entre otras cosas, relacionarse con otros, socializar y compartir. Como se ha comentado anteriormente, Frazão, (1999) establece que el comer va más allá de la nutrición y que también se trata de un evento social, comercial, familiar, económico. Sin embargo, esto no siempre es igual en todos los países desarrollados. En este caso, hay que resaltar una diferencia cultural. A pesar de que en todas las ciudades españolas se observan gran cantidad de restaurantes y bares con terrazas tanto en invierno como en verano, hecho que facilita la socialización con otros, los españoles (49,3%) no ven la comida tanto como una manera de socializarse y compartir con los demás. Al contrario que en España, en Estados Unidos apenas hay restaurantes o bares que en los que se pueda comer algo en alguna terraza, lo que resulta paradójico ya que no incita tanto a sentarse y comer fuera como en España.

Asimismo, se observa que a los americanos les da más pereza comer que a los españoles. Esto no significa que los americanos tengan mejores o peores hábitos alimenticios, pero

sí explica que coman de forma más moderada que los españoles y por ello realicen menos comidas al día como se verá más adelante. El gráfico muestra que los americanos (40,52%) ven la comida como una manera de celebrar, al contrario que los españoles (24,34%). Por último, resaltar lo mencionado anteriormente, que lo que la mayoría de la población asume sobre la afirmación “Los americanos prefieren las celebraciones nacionales y los eventos en los que se ofrecen comida mientras que los españoles prefieren las comodidades y la sencillez” (Rozin et al, 2003), es cierta y tras este análisis ha quedado demostrada.

Se han hallado diferencias significativas al 95% en el *The Three Eating Factor Questionnaire* adaptado de Stunkard, y Messick, (1985), donde 1 es raramente, 2 es a veces, 3 es a menudo y 4 es siempre. Este gráfico muestra que, a diferencia de los americanos, con una media más baja que los españoles en ambos casos, los españoles tienen una mayor concienciación sobre la comida y lo que alimentarse de manera adecuada supone. Asimismo, el hecho de tener una diferencia de 5 kilos tiene un mayor impacto en la vida diaria de los españoles, hecho que explica y corrobora la afirmación “los españoles tienen más valores alimenticios que los americanos” (Rozin et al, 2003).

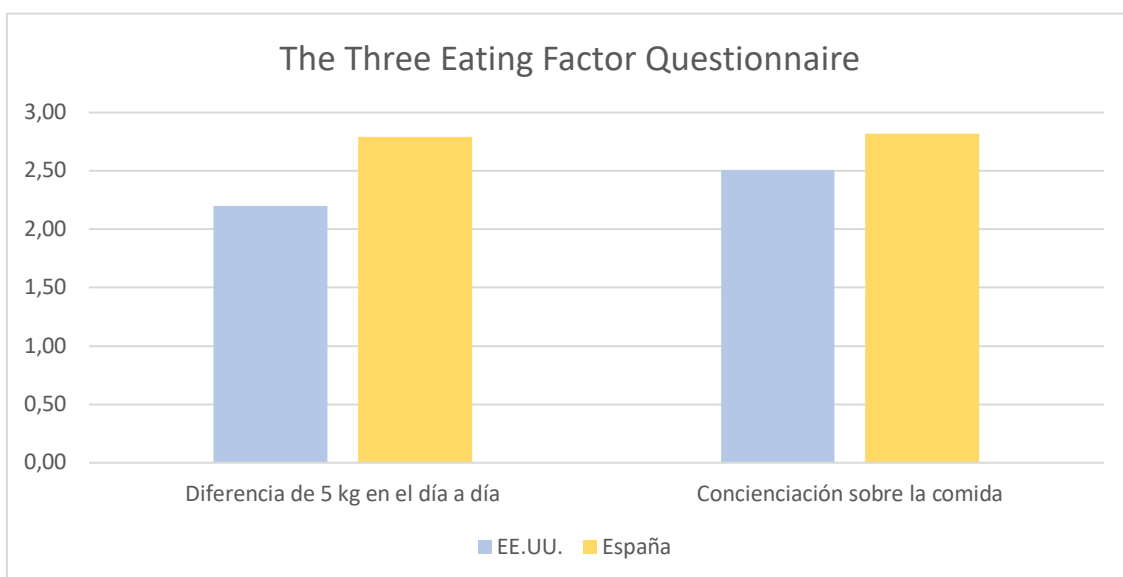


Gráfico 4: (Fuente: elaboración propia a partir de los datos)

Es importante resaltar que los americanos, que son menos conscientes de lo que comen, son precisamente a los que una diferencia de 5 kilos no les afectaría en su día a día. El

hecho de comer en exceso y comer comida basura no lo ven como un problema tanto como los españoles; porque, como muestran los resultados, esto no tendría un gran impacto en su día a día. Esto es uno de los motivos que explica que Estados Unidos sea el país con más obesos del mundo (González, 2005).

Otras de las variables a destacar con las variables **estar a dieta** y **cantidad de ejercicio físico a la semana**, que presentan diferencias significativas del 95% y del 10% respectivamente. Frente a la pregunta ¿has estado o estas a dieta?, El 47,3% de los americanos afirman haberlo estado, en contraposición a un 35,2% de los españoles. Esto quiere decir que en general, los americanos tienen una mayor necesidad de ponerse a dieta, que puede ser debido a unos malos hábitos alimenticios prolongados en el tiempo. Del mismo modo, el 38,4% de los americanos realizan una media de ejercicio entre tres y cinco días por semana, mientras que el 39,3% de los españoles realizan de media entre uno y dos días de ejercicio a la semana.

En la segunda parte del cuestionario, *costumbres alimenticias*, también se han hallado cinco diferencias significativas. En la variable **número de comidas diarias** existe una diferencia significativa al 95% y también encontramos una diferencia significativa del 10% **en el horario** de estas.

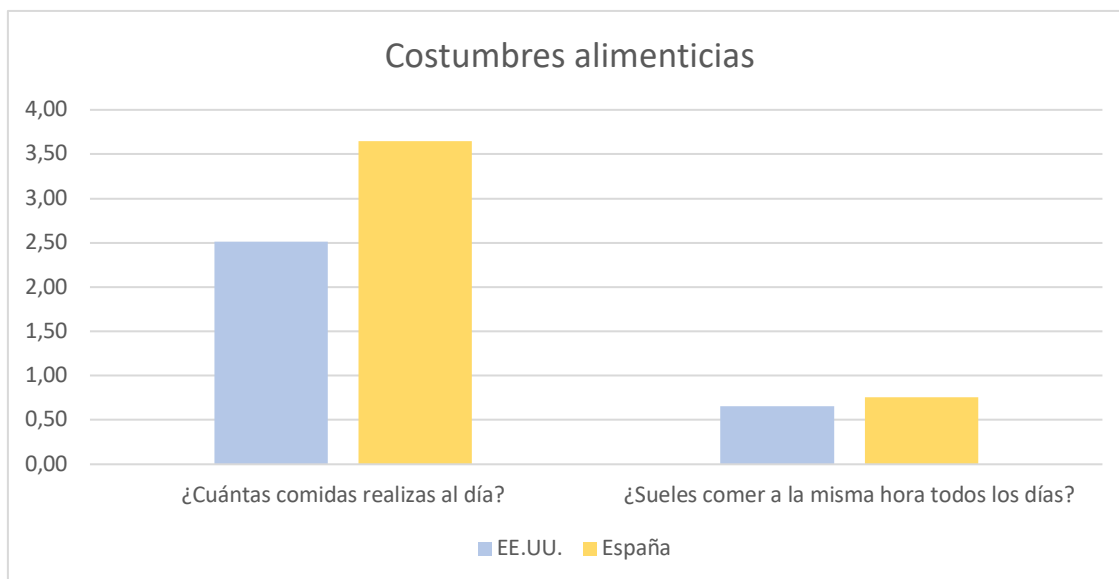


Gráfico 5: (Fuente: elaboración propia a partir de los datos)

Los españoles realizan una media de 3,65 comidas al día mientras que los americanos realizan una media de 2,51 comidas al día. Al mismo tiempo, se observa que el 76% de

los españoles afirman comer más o menos a la misma hora frente al 65,8% de los estadounidenses.

Para tener un mayor entendimiento acerca de las distintas culturas, los encuestados fueron preguntados que dónde comían, si en su casa o fuera de ella. El lugar en el que se come es importante debido a que presenta muchas connotaciones. Una persona que acostumbre a comer más fuera de casa seguramente tenga una dieta más descontrolada y probablemente menos saludable que la de alguien que coma más veces en su casa que fuera de ella. A su vez, las personas que comen más fuera de casa muestran tener un poder adquisitivo más elevado, que las que comen en su casa, aunque no siempre es cierto. En el siguiente gráfico se observan ciertas diferencias entre españoles y estadounidenses al respecto.

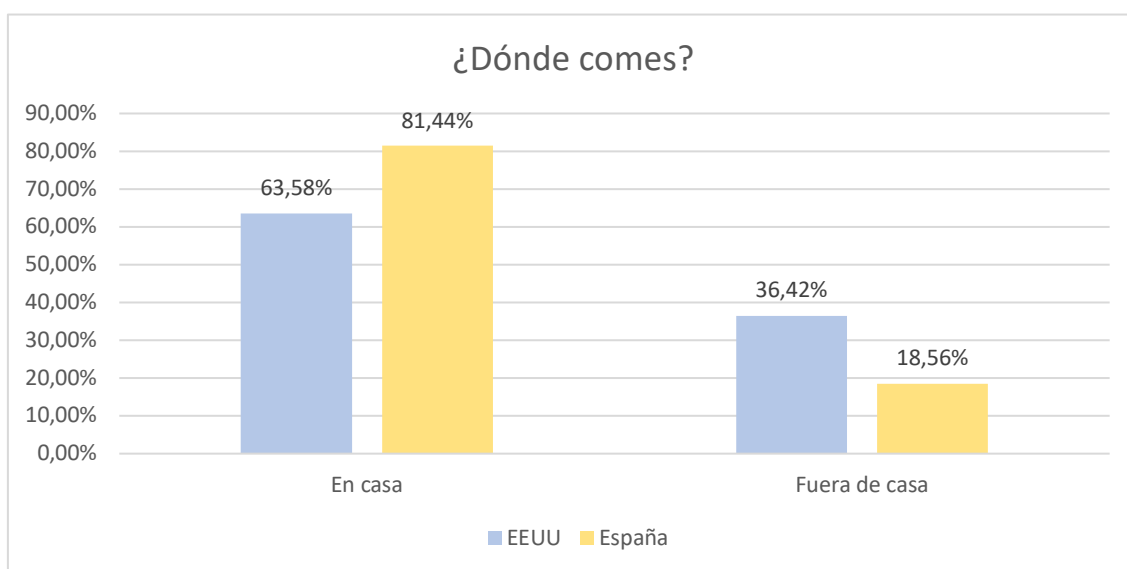


Gráfico 6: (Fuente: elaboración propia a partir de los datos)

Como se puede apreciar, el 81,44% de los encuestados españoles comen en su casa y tan solo un 18,56% lo hace fuera de ella. Ocurre lo mismo en el caso de los encuestados americanos, puesto que, un 63,58% come en su casa frente a un 36,42% que come fuera. Es preciso mencionar que en ambos países la gente come más en su casa que fuera, sin embargo, la proporción de los españoles que lo hacen es de un 17,86% mayor que los americanos que comen en sus casas, casi el 20%. De la misma manera, el porcentaje de americanos que come fuera es un 17,86% mayor que los españoles. En ambos casos,

existen diferencias aproximadamente del 20%, los españoles comen más en casa y los americanos comen más fuera de casa. Por ello, también se les preguntó en qué lugares comen cuando comen fuera de casa, para lo que se les dio las siguientes opciones de respuesta: en establecimientos de comida rápida, en la universidad, en restaurantes y en casa de un amigo.

Dicha variable, **lugar**, presenta diferencias significativas al 95% en la universidad como lugar donde se come y al 10% en establecimientos de comida rápida. El gráfico 10 muestra que los americanos comen bastante más en la cafetería de su universidad, al contrario que los españoles. Una de las razones es que en Estados Unidos las Universidades tienen un campus, y muchos estudiantes viven en él, por lo que realizan sus comidas diarias en la cafetería de la universidad (Salaburu, Pello, et al., 1996). En España, por el contrario, las universidades no tienen un campus en el que la gente se quede a vivir; las personas viven en sus casas, residencias o colegios universitarios y por ellos, no realizan tantas comidas en la cafetería de la universidad como los americanos.

Asimismo, se aprecia que los americanos acuden a más establecimientos de comida rápida que los españoles. Esto puede ser debido a que en América existen una cantidad considerada de establecimientos de comida rápida o *fast food*. Por ejemplo, en el caso de McDonald's existen 130.368 establecimientos (Díaz 2019). Siendo los precios tan competitivos y habiendo la gran variedad de establecimientos de comida basura resulta difícil no acudir a ellos.

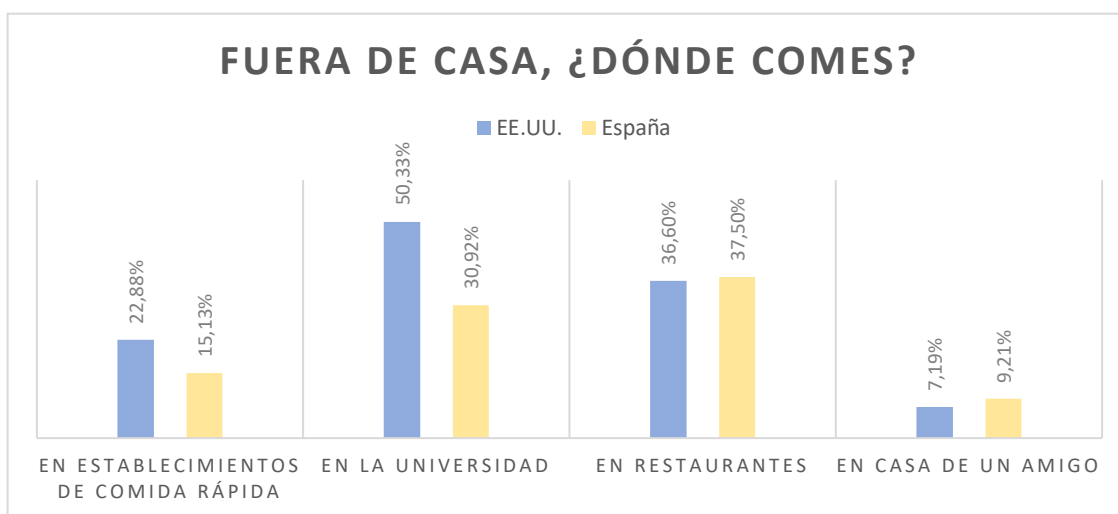


Gráfico 7: (Fuente: elaboración propia a partir de los datos)

A pesar de esto, resulta paradójico que al preguntar a los encuestados por el **tipo de comida que comen fuera de casa**, el 62,1% de los españoles admite comer comida basura, mientras que tan solo el 44,5% de los americanos lo hace, mostrando así una diferencia significativa al 95%. Esto puede ser debido a que cuando un grupo de amigos se reúne en un bar o restaurante, se tiene una mayor tendencia a comer comida menos saludable.

Con respecto a los motivos de consumo que presenta el *Food Choice Questionnaire* (FCQ), se han encontrado tres diferencias significativas precisas de comentar en varias variables.

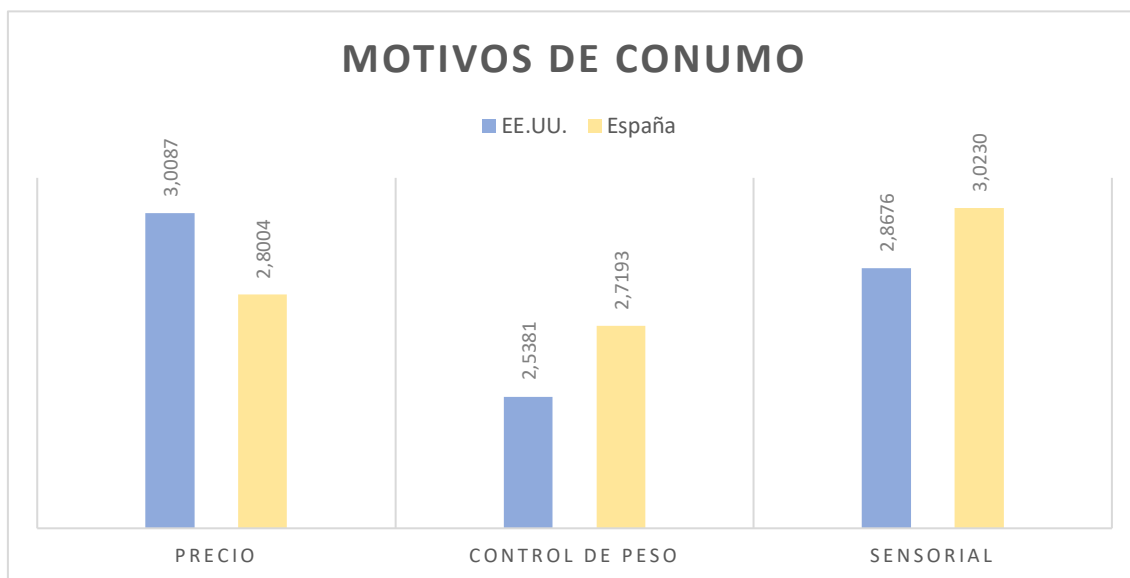


Gráfico 8: (Fuente: elaboración propia a partir de los datos)

El gráfico muestra diferencias significativas al 95% en el factor **Precio** y diferencias significativas al 10% en **Control de Peso** y en **Sensorial**. El Precio, con una media de 3,0087 en Estados Unidos es considerado como razonablemente importante e influye mucho más a la hora de comprar un alimento que en España.

Esto puede explicar que los americanos que no tengan un nivel económico alto y no puedan acceder a productos sanos y nutritivos se vean en la necesidad de comprar alimentos sustitutivos, que normalmente coinciden con que son mucho más altos en calorías y grasas saturadas (Bellisle, 2006). En España, por el contrario, el Precio no

parece influir tanto en el motivo de compra, ya que presenta una media menor de 2,8004 y es considerada a su vez como razonablemente importante.

Como se ha comentado anteriormente, los españoles tienen una mayor concienciación sobre lo que comen y sobre la alimentación que llevan que los americanos, lo que explica que los españoles quieran cuidarse y llevar un estilo de vida saludable, por lo que prefieren optar por alimentos bajos en grasas y calorías. Los americanos, por el contrario, que tienen una menor concienciación y no conocen o no tienen presentes los peligros de conllevar malos hábitos alimenticios, como el desarrollo de enfermedades crónicas tales como el sobrepeso, la obesidad o la diabetes Mellitus tipo II (Milagro y Martínez, 2013), por ello, y compran alimentos altos en calorías.

Ambas variables, **Precio** y **Control de Peso**, están correlacionadas, pues el precio tiene una gran influencia en la decisión de compra, que determinará qué alimentos se consumirán. En Estados Unidos, una persona que solo pueda acceder a los alimentos de bajo coste estará comprando los menos nutritivos y los más altos en grasas y calorías. Por tanto, el factor Precio afecta considerablemente en la elección de compra de los estadounidenses, y consecuentemente en sus hábitos alimenticios.

Respecto al factor **Atractivo Sensorial**, que mide cómo el aspecto, el olor, el sabor y la textura de un alimento influyen en el consumo de este, es preciso comentar que los españoles presentan una media mayor que los americanos, lo que significa que este factor influye más en el motivo de compra para los españoles que para los estadounidenses. Es decir, es más probable que, por ejemplo, al pasar por una panadería y oler el pan recién hecho, los españoles se sientan incitados a entrar y puedan acabar comprando algo. En este mismo ejemplo, la gráfica indica que los americanos no se van a ver tan influenciados por el olor del pan y puede que no pasen a la panadería.

3. Análisis de otras variables demográficas

3.1 Sexo

Esta vez, se ha llevado a cabo una prueba de diferencia de medias por sexo con las variables del cuestionario, para comprobar si existen diferencias significativas entre hombres y mujeres. Renner et al. (2012) establecen que las mayores diferencias se hallan

entre hombres y mujeres, dado a que éstas se preocupan más por la comida y la alimentación que los hombres (Tapper y Pothos, 2010).

Al comparar hombres y mujeres, se han hallado tres diferencias significativas al 95%. La primera de ellas es respecto al **cambio de peso**, la segunda es respecto al **ejercicio físico por semana**, y la tercera es respecto a lo que se **considera una porción**.

Como se puede apreciar en el siguiente gráfico hallado a partir de los datos, tener una diferencia de 5 kilos afecta más a las mujeres en su día a día que a los hombres. Sin embargo, como se puede apreciar, éstas realizan menos ejercicio físico que los hombres, con una media de 2,27 días por semana mientras que los hombres realizan una media de ejercicio de casi 3 días por semana. Existen discrepancias en cuanto a lo que se considera una porción, ya que las mujeres consideran que la porción ideal de comida es equivalente a casi un puño. Los hombres por el contrario consideran que una porción es menor a un puño.



Gráfico 9: (Fuente: elaboración propia a partir de los datos)

Con respecto a los motivos de consumo que presenta el *Food Choice Questionnaire* (FCQ), se han encontrado tres diferencias significativas al 95% en los factores **Conveniencia, Salud, Control de Peso y Contenido Natural**. Como se ha mencionado con anterioridad, Peters, Rappoport, et al., (19995) afirman que los criterios de **Salud y Conveniencia** son las características más importantes a la hora de elegir los alimentos. Por ello, resulta evidente que estos factores tengan las medias más elevadas en ambos

grupos con respecto a los factores de Control de Peso y Contenido Natural. El gráfico 13 indica que para tanto hombres como mujeres el motivo más importante a la hora de elegir un alimento es la Salud, es decir, cómo de sano es ese alimento y si consumirlo contribuye a un posterior grado de bienestar o no.

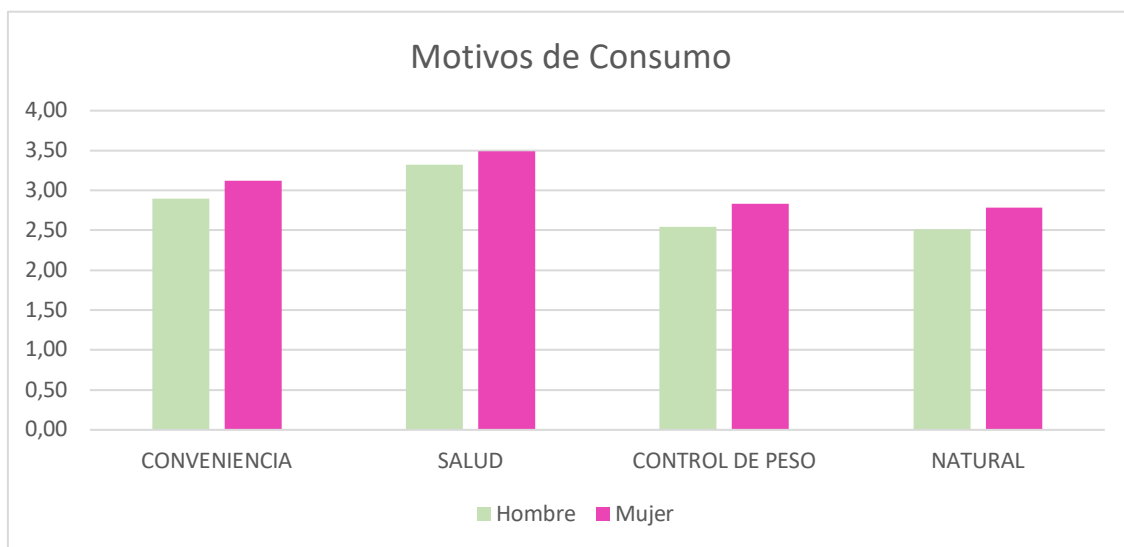


Gráfico 10: (Fuente: elaboración propia a partir de los datos)

En general, el análisis muestra que las mujeres tienen una mayor concienciación sobre la alimentación, puesto que en todos los motivos de consumo mostrados en la gráfica las medias de las mujeres son siempre más elevadas que las de los hombres. Como se ha comentado anteriormente, es importante inculcar a los niños desde pequeños y enseñarles a tener hábitos de alimentación saludables (Contreras, 1995). Restrepo y Maryori (2005), mencionan que en muchos casos la mujer suele tener un rol doméstico, y cumple un papel fundamental en la nutrición familiar ya que es quien hace la compra y cocina. Por ello, es bueno que las mujeres den más importancia a los motivos de consumo estudiados en esta gráfica que los hombres.

3.2 Nivel de ingresos

Por último, se ha realizado un análisis de correlaciones en cuanto al nivel de ingresos por país y no en la muestra global ya que resulta más interesante de esta manera. Con este análisis se pretende saber si el nivel de ingresos de una persona o familia influye en los hábitos alimenticios o no y en el caso de que influya, cómo y de qué forma lo hace.

Como se ha mencionado anteriormente, los alimentos que consumen las personas se ven influenciados y limitados por circunstancias económicas, sociales y culturales (Menéndez y Franco, 2009). Por esa razón, el nivel económico de cada familia influye de forma considerable en las decisiones que toman a la hora de realizar la compra, al acudir a algún establecimiento de comida y ver el menú e incluso al ir a bares y restaurantes. Por lo general, las personas menos pudientes compran alimentos baratos, comidas precocinadas y tienen una mayor tendencia a seguir una dieta poco equilibrada, baja en frutas y verduras (Bellisle, 2006), aunque siempre hay excepciones a la regla. Esto es debido a que estas personas suelen ser menos críticos en cuanto a su alimentación, se preocupan menos (Klohe-Lehman, Deborah M., et al., 2007) y son fácilmente influenciados por mensajes publicitarios (Menéndez y Franco, 2009) ya que día a día vemos cómo la publicidad en los medios de comunicación fomenta el consumo de alimentos poco saludables. Sin embargo, los estratos más altos suelen ser más críticos en cuanto a la alimentación y los alimentos que consumen debido a su alto poder adquisitivo, que les proporciona facilidades para acceder a semanarios de prensa o revistas científicas con mensajes y discursos redactados por expertos en el tema.

3.2.1 España

En el caso de España, se ha encontrado una única variable significativa con respecto al nivel de ingresos de las familias de los encuestados, el **tiempo** que se le dedica a una comida.

Variable	Correlación de Pearson	Sig. (bilateral)	N
¿Cuánto tiempo sueles dedicarle a cada comida?	,255 ^{**1}	0,002	145

Tabla 2: (Fuente: elaboración propia a partir de los datos)

La tabla elaborada a partir de los resultados obtenidos incluye la Correlación de Pearson, la sigma y el tamaño de la muestra. Como se puede observar, existe una correlación

¹ **. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

positiva entre el tiempo que se le dedica a la comida y el nivel de ingresos de las familias españolas. Esto quiere decir que, en España, cuando el nivel de ingresos es mayor, la gente dedica más tiempo a las comidas. La gente con un poder adquisitivo medio o alto, tiene más posibilidades de salir a comer y a cenar fuera, ya sea con su familia o amigos, y por tanto se convierte en una actividad de ocio, dedicando más tiempo a una comida.

3.2.2 Estados Unidos

Las variables que serán objeto de estudio serán las mostradas en la tabla elaborada a partir de los resultados obtenidos, ya que son significativas al 95% y al 10%. La siguiente tabla muestra las correlaciones halladas en Estados Unidos:

	Correlación de Pearson	Sig. (bilateral)	N
Distracción	-,167*	0,557	146
¿Cómo de consciente eres de lo que comes?	,179*	0,030	146
¿Cuántas veces haces ejercicio a la semana?	,220** ²	0,008	146
En establecimientos de comida rápida	-,198*	0,016	146
¿Qué tipo de comida sueles comer fuera?	,243**	0,003	146
SALUD	,254**	0,002	146
CONTROL DE PESO	,223**	0,007	146
NATURAL	,172*	0,038	146

Tabla 3: (Fuente: elaboración propia a partir de los datos)

Existe una correlación negativa y significativa en el nivel 0,05 entre las variables **distracción** y el **nivel de ingresos**. Las personas con un poder adquisitivo bajo pueden

² **. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

ver la comida como una manera de distraerse; sin embargo, según va aumentando el poder adquisitivo, esta percepción cambia y no se entiende la comida como una distracción.

La tabla muestra que hay una correlación positiva y significativa al 95% entre el **poder adquisitivo** y la **consciencia** que los americanos tienen sobre lo que comen. Esto quiere decir que cuanto más bajo sea el poder adquisitivo, las personas son menos conscientes de los alimentos que consumen y de las repercusiones que tiene conllevar unos malos hábitos alimenticios. Anteriormente se ha demostrado que para muchos estadounidenses el precio es uno de los motivos que más influyen a la hora de comprar alimentos. Esto quiere decir que cuando los americanos se ven obligados a comprar alimentos altos en grasas, calorías y azúcares, no son conscientes de lo que están consumiendo realmente. Debido a que sus recursos económicos son limitados, continúan consumiendo alimentos de baja calidad nutricional y desarrollando así unos malos hábitos alimenticios que más tarde dan lugar a enfermedades crónicas. Por tanto, queda más que demostrado que aquellos que tienen un poder adquisitivo bajo en Estados Unidos tienen malos hábitos alimenticios.

Asimismo, se observa que existe una correlación positiva y significativa al 95% entre las variables **nivel de ingresos** y **cantidad de ejercicio físico a la semana**. Esto quiere decir que, al tener más dinero, se hace más ejercicio y se mejora el bienestar psicológico, aumentando así el estado de ánimo (Zafra, Ortega y Madrid, 2008). Las personas que tienen un poder adquisitivo más alto pueden permitirse pagar y acudir a un gimnasio, obligándose a ir regularmente. Las personas que no puedan pagarlo no tienen la “obligación” de ir, y por lo tanto realizan menos ejercicio.

Las variables **nivel de ingresos** y **preferencia de lugar al comer** están correlacionadas negativamente. Esto demuestra que las personas con un nivel económico alto no prefieren comer en establecimientos de comida rápida, sino en restaurantes donde la calidad de la comida es bastante mayor. Por el contrario, aquellas personas que tienen un nivel económico menor prefieren comer en establecimientos de comida rápida ya que el coste que supone comer allí es bastante más bajo y al mismo tiempo satisfacen sus necesidades alimenticias.

En cuanto a la variable **lugar al comer fuera**, se observa que cuanto mayor sea el poder adquisitivo, más sana es la comida que se consume al estar fuera de casa. Por lo tanto, existe una correlación positiva, significativa al 95%. Esto se debe a que, como se ha comentado anteriormente, las personas con un poder adquisitivo medio y alto tienen una mayor capacidad de elección y tienen cierto grado de preocupación sobre los alimentos que se van a consumir (Bellisle 2006).

Finalmente, con respecto a los motivos de consumo destacados en la tabla, se han encontrado tres correlaciones positivas. Por un lado, es preciso mencionar que **Salud** y **Control de Peso** son significativas al 95%, y, por otro lado, que **Atractivo Sensorial** es significativa al 10%. Los resultados demuestran que aquellas personas que tienen un mayor poder adquisitivo tienen un mayor conocimiento y se preocupan más por elegir y consumir alimentos saludables, y que favorezcan un estado de bienestar. Por esta misma razón, eligen alimentos bajos en grasas saturadas y en calorías, puesto que al comer más sano se lleva un mejor control del peso. Asimismo, el factor Atractivo Sensorial tiene una mayor influencia sobre las personas que presentan un mayor poder adquisitivo, ya que al ver un alimento y querer comprarlo, pueden hacerlo.

El caso contrario ocurre con las personas que tienen un poder adquisitivo bajo, pues queda demostrado que consumen productos de baja calidad y poco saludables debido a los recursos económicos de los que disponen. Además, el hecho de tener un poder adquisitivo bajo influye en los hábitos alimenticios, y por consiguiente en el Control de Peso, ya que los alimentos de mayor calidad y precio no están al alcance de éstos. Es evidente que las personas con un nivel adquisitivo más bajo están menos influenciadas por el factor Atractivo Sensorial, ya que a pesar de ver un alimento apetitoso puede que no se lo puedan permitir.

VI. Conclusiones

El presente trabajo se ha realizado con la finalidad de dar respuesta a las preguntas de investigación: comprender y profundizar en las relaciones que tienen las personas con los alimentos, presentar la problemática de la alimentación desde distintas culturas, entornos y formas de vida, interpretar el valor que aportan los hábitos culturales a la comida, entender la importancia que tienen los valores culturales en los hábitos alimenticios de las sociedades, examinar los diferentes significados de la comida para la sociedad estadounidense y para la sociedad española y ver cómo influye en los hábitos alimenticios de éstas. Dichas preguntas han necesitado de un estudio empírico debido a la escasez de información acerca de los objetivos planteados.

La problemática de la alimentación es un hecho real del día a día independientemente de la cultura que se tenga y de dónde se vive. Es notable la diferencia en la percepción de la alimentación entre Estados Unidos y España. La baja importancia que Estados Unidos otorga a la alimentación indica la baja concienciación sobre la importancia que ésta tiene para la salud y para la esperanza de vida. En los resultados obtenidos se ha demostrado que el estilo de vida de las personas encuestadas en ambos países es distinto. Para los americanos la comida significa celebrar, socializar y compartir con los demás, hecho que se pone de manifiesto en múltiples ocasiones donde hay una gran cantidad de comida y bebida como en Halloween, Thanksgiving, o en Navidad; llama la atención que incluso muchos de ellos celebran la Quinceañera (Rozin, Fischler et al. 2011), que es una fiesta mexicana que se le hace a una chica cuando cumple 16 años en donde hay una gran celebración con comida y bebida.

En muchas ocasiones en Estados Unidos se come por comer, en el sentido de que cuanta más cantidad mejor. Además, los americanos comen menos veces al día, realizando de media dos comidas y media, mientras que los españoles realizan una media de casi 4 comidas al día. Encontramos pues, una diferencia cultural que afecta de forma considerada a los hábitos alimenticios, pues no es lo mismo realizar dos comidas al día que realizar cuatro (Elliot, 1975). Desde el punto de vista nutricional es mejor hacer más comidas de menor cantidad que pocas comidas de mucha cantidad de comida. Al hacer lo primero se activa el metabolismo y se queman más grasas. Además, de esta manera se

consigue evitar picar entre horas. Por el contrario, al realizar dos comidas al día y al haber tanto tiempo entre ellas, la glucemia disminuye y provoca un estado de ansiedad (Rizo-Baeza et al., 2014).

En los análisis que se han llevado a cabo se puede concluir que algunos de los prejuicios que las sociedades tienen a cerca de algunos países, en este caso de Estados Unidos y de España, son ciertos, sin embargo, hay muchos otros que no lo son. Los españoles encuestados tienen mejores hábitos alimenticios que los americanos, y esto es debido a diversos factores, pero fundamentalmente a la concienciación y al precio de los alimentos. Según muestran los resultados, los españoles encuestados tienen una mayor concienciación sobre la alimentación y sobre las consecuencias que implica llevar malos hábitos alimenticios que los americanos; de hecho, se ha comprobado que una diferencia de 5 kilos afecta más a los españoles que a los americanos, y en especial a las mujeres.

Las consecuencias de llevar hábitos alimenticios inadecuados son el sobrepeso y problemas de salud. El estudio realizado muestra que existe un 12,1% más de personas que afirman haber estado a dieta en Estados Unidos que en España; por ello, no sorprende que, en un afán corrector, los estadounidenses hagan más del doble de ejercicio por semana que los españoles e intenten remediar el posible sobrepeso que puedan tener. La prevalencia de acciones correctivas sobre las preventivas da como resultado que los americanos están más preocupados por su cuerpo que los españoles, como lo constata el mayor porcentaje en personas a dieta y el ejercicio medio por semana.

En el análisis realizado vemos como en Estados Unidos es más frecuente comer en establecimientos de comida rápida que en España. La frecuencia es directamente proporcional al precio de los alimentos y al nivel de ingresos. El precio influye de forma considerada en los motivos de consumo y es condicionante de los hábitos alimenticios poco saludables. Aquellos que no tengan un nivel económico alto, tienen menor acceso a productos sanos y, al ser más baratos, están abocados a comprar alimentos altos en calorías y grasas saturadas (Bellisle, 2006). En el caso de los españoles, donde el nivel de ingresos también es condicionante, se muestra que aquellas personas con un poder adquisitivo bajo tienen hábitos alimenticios más saludables. Esto es debido a que los precios son más asequibles, y hay un mayor acceso a los alimentos básicos como lácteos, huevos, carnes, pescados, etc.

En España, las mujeres se preocupan más por comer comida saludable y natural mientras que los hombres por hacer más ejercicio. En ambos, la realización de deporte varias veces a la semana y el hecho de tener unos hábitos alimenticios razonables, hacen que España sea un país con una de las mayores esperanzas de vida del mundo, como indica un reciente estudio de la Universidad de Washington en el que se establece que España será líder mundial en la esperanza de vida para el año 2040 (El País, 2018).

Queda, por tanto, patente la influencia del nivel de ingresos como factor clave al quedar demostrado que cuanto más elevado sea éste, más consciencia hay sobre la calidad alimenticia y sobre la realización de ejercicio físico; el cuál mejora el bienestar psicológico, y aumenta el estado de ánimo, aspecto muy importante para la salud. (Zafra, Ortega y Madrid, 2008).

Ha quedado constatado que las personas que poseen un menor nivel económico acuden a más establecimientos de comida rápida debido al bajo coste; por el contrario, las personas que tienen un nivel de ingresos más elevado acuden con mayor frecuencia a restaurantes, donde la comida es de mayor calidad. En este sentido, como Entrena-Durán (2014) explica, la obesidad es más común en los estratos bajos pues se ven abocados a consumir comida basura y, explica que aproximadamente el 64% de los adultos y el 15% de los niños y adolescentes que habitan en los Estados Unidos tengan sobrepeso. Es por esta razón por la que hoy en día Estados Unidos es el país que lidera el ranking de mayor obesidad en el mundo (Evangelista et al., 2004) y es más fácil padecer, diabetes y enfermedades cardiovasculares.

Por lo mencionado anteriormente, es necesario que los medios de comunicación de mayor divulgación colaboren en la educación para el consumo alimenticio mediante campañas publicitarias que llamen la atención del consumidor y creen consciencia de los riesgos a los que se exponen. Estas campañas deberían ser soporte y plataforma para la divulgación y prevención de determinados trastornos alimenticios y enfermedades derivadas de los mismos, tales como la obesidad, la diabetes, la anorexia... (Martín y Linares, 2006).

Al mismo tiempo, estas campañas publicitarias han de concienciar a los ciudadanos de la importancia de buscar ayuda de los profesionales de la salud para atajar los posibles problemas, consecuencia de trastornos alimenticios ocasionados por la publicación de

imágenes corporales irreales. La gente busca alcanzar determinados físicos puesto que es lo que se establece en la sociedad como “perfección corporal” (Behar, 2010).

Las diferencias alimenticias que existen entre España y Estados Unidos muestran cómo se han formado los hábitos alimenticios de las personas, constituyendo así identidades tanto individuales como colectivas. Estos hábitos y estilos de vida están influenciados por factores sociales, económicos, políticos y culturales, y como se ha visto previamente, la manera de lograr que gran parte de la población tenga buenos hábitos alimenticios requiere una transformación de las estructuras socioeconómicas y una mayor concienciación en las personas.

Cabe destacar que el tamaño de la muestra de este estudio es limitado, puesto que se ha realizado en una franja de edad de 18-30 años y en tan solo 305 individuos han realizado la encuesta. Aunque se trata de un tamaño adecuado para realizar el estudio, hubiera sido mejor haber obtenido un mayor tamaño muestral para obtener más variedad de datos, así como estadísticos más precisos y reflejar mejor la realidad.

En la realización del presente trabajo el mundo entero está viviendo la tragedia del COVID-19. Este hecho, sin duda, priorizará la salud ante todo lo demás e influirá, entre otras cosas, en los hábitos alimenticios. Así mismo habrá que buscar modelos económicos sostenibles tanto para el medio ambiente como para la salud. El acceso a una alimentación saludable ha de ser universal y no estar tan condicionada por los factores mencionados anteriormente, sobre todo los económicos.

Es importante que la población sea consciente de los alimentos que ingiere, las consecuencias que esto tiene y cómo se podría remediar. Como se ha mencionado con anterioridad, la familia tiene un rol fundamental en el desarrollo de los más pequeños de la casa, y es la base donde se forman los hábitos alimenticios; por esta razón, es de gran importancia inculcar a los niños desde pequeños el tener hábitos de alimentación saludables (Contreras, 1995). Por lo anterior, sería interesante otra línea de investigación que valorase el grado de conocimiento nutricional de los padres en ambos países y por tanto su concienciación sobre la alimentación para poder, posteriormente, mejorar los hábitos alimenticios de los más pequeños en caso de que fuera necesario.

Por otro lado, futuras líneas de investigación deberían realizar el mismo estudio con una muestra mayor para obtener unos resultados más y que reflejasen mejor la realidad. De

esta manera se podría comprobar si los resultados obtenidos en el presente trabajo se mantienen, o si, por el contrario, varían. Además, extrapolar este estudio a distintos países y continentes sería otra línea de investigación interesante, pues permitiría estudiar y conocer de manera más precisa la influencia que tiene la cultura en los hábitos alimenticios de las personas.

Finalmente, otra línea de investigación podría relacionar dicho estudio con el tipo de dieta que consumen las personas encuestadas; es decir, estudiar si las personas que habitan en el sur de Europa tienen una dieta mediterránea o no, o por ejemplo en el caso de los asiáticos, si llevan la dieta asiática o no, etcétera. De esta manera se verían patrones de alimentación similares en algunas regiones de un mismo continente y cómo las diferentes culturas presentan similitudes o diferencias entre sí.

VII. Bibliografía

- Aguilar, P. (2014). "Cultura y alimentación. Aspectos fundamentales para una visión comprensiva de la alimentación humana". *Anales de Antropología*. Vol 48-I, 11-31, ISSN: 0185-1225
- Alessi, Edward J., and James I. Martin. "Conducting an internet-based survey: Benefits, pitfalls, and lessons learned." *Social Work Research* 34.2 (2010): 122-128.
- Asale, R. (2019). cultura | Diccionario de la lengua española. [online] «Diccionario de la lengua española» - Edición del Tricentenario. Available at: <https://dle.rae.es/cultura> [Accessed 11 Dec. 2019].
- Ashley, Bob, et al. *Food and cultural studies*. Routledge, 2004.
- Arroyo, Pedro. "La alimentación en la evolución del hombre: su relación con el riesgo de enfermedades crónico-degenerativas." *Boletín médico del Hospital Infantil de México* 65.6 (2008): 431-440.
- Bailen, S. (2012). ¿Cuál es la realidad sobre el hambre en el mundo? [online] Sensibilidad Artificial. Available at: <https://sensibilidadartificial.wordpress.com/2012/12/14/cual-es-la-realidad-sobre-el-hambre-en-el-mundo/> [Accessed 8 Dec. 2019].
- Behar, Rosa. "La construcción cultural del cuerpo: El paradigma de los trastornos de la conducta alimentaria." *Revista chilena de neuro-psiquiatría* 48.4 (2010): 319-334.
- Bellisle, F., et al. "Contribution of snacks and meals in the diet of French adults: a dietary study." *Physiology & behavior* 79.2 (2003): 183-189.
- Bertran, Miriam. "Significados socioculturales de la alimentación en la ciudad de México." *Antropología y nutrición. México DF: Fundación Mexicana para la Salud, Universidad Autónoma Metropolitana* (2006): 221-235.
- Bresson, Jean-Louis, et al. "The setting of nutrient profiles for foods bearing nutrition and health claims pursuant to Article 4 of the Regulation (EC) No 1924/2006: Scientific Opinion of the Panel on Dietetic Products, Nutrition and Allergies." *EFSA Journal* 6.2 (644) (2008).
- Bolet Astoviza, Miriam, and María Matilde Socarrás Suárez. "Alimentación adecuada para mejorar la salud y evitar enfermedades crónicas." *Revista Cubana de medicina general integral* 26.2 (2010): 0-0.
- Bourdieu, Pierre. *La distinción: criterio y bases sociales del gusto*. Taurus, 2016.

Contreras, Jesús, ed. *Alimentación y cultura: necesidades, gustos y costumbres*. Vol. 3. Edicions Universitat Barcelona, 1995.

Contreras, Jesús. "Alimentación y cultura: reflexiones desde la Antropología." *Revista chilena de Antropología* 11 (1992).

Danesi, Giada. "A cross-cultural approach to eating together: Practices of commensality among French, German and Spanish young adults." *Social Science Information* 57.1 (2018): 99-120.

del Grupo, Diego Bellido Guerrero Miembros, et al. "Bases científicas de una alimentación saludable." *Rev Med Univ Navarra* 50.4 (2006): 7-14.

Díaz, A. "Ranking Mundial De Cadenas De Comida Rápida Por Valor De Marca 2019." Statista, 19 July 2019, es.statista.com/estadisticas/680401/ranking-de-cadenas-de-restaurantes-de-comida-rapida-por-valor-de-marca-en-el-mund/.

Díaz, Verónica Marín. "Medios de comunicación, educación y realidad." *Comunicar* 26 (2006): 193-197.

Dlugoszewski, C. (2016). Alimentación y cultura, un desafío para los profesionales de la salud

dos Santos, Cristiane Nunes. "SOMOS LO QUE COMEMOS. identidad cultural, hábitos alimenticios y turismo." *Estudios y perspectivas en turismo* 16.2 (2007): 234-242.

Drewnowski, Adam, and Nicole Darmon. "The economics of obesity: dietary energy density and energy cost-." *The American journal of clinical nutrition* 82.1 (2005): 265S-273S.

Efe. "España será el país del mundo con mayor esperanza de vida en 2040". EL PAÍS, Ediciones EL PAÍS SL, 16 de octubre de 2018, elpais.com/sociedad/2018/10/16/actualidad/1539678495_813483.html.

Elliott, J. M. "Number of meals in a day, maximum weight of food consumed in a day and maximum rate of feeding for brown trout, *Salmo trutta* L." *Freshwater Biology* 5.3 (1975): 287-303.

Entrena-Durán, Francisco, and José Francisco Jiménez-Díaz. "Desigualdades y cambios en los hábitos alimenticios: del influjo prioritario de la familia de la socialización mediática." *Historia y Comunicación Social* 18 (2014): 151-161.

Evangelista, Arlene M., et al. "USA the fast food nation: Obesity as an epidemic." *Los Alamos National Laboratory* (2004).

Fjellström, Christina. "Mealtime and meal patterns from a cultural perspective." *Scandinavian Journal of Nutrition* 48.4 (2004): 161-164.

- Fischler C (1979) Gastro-nomie et gastro-anomie. *Communications* 31(1): 189–210
- Franco, Areovaldo. *De caçador a gourmet: uma história da gastronomia*. Thesaurus Editora, 2001.
- Frazão, Elizabeth, ed. *America's Eating Habits: Changes & Consequences*. No. 750. US Department of Agriculture, Economic Research Service, Food and Rural Economics Division, 1999.
- Fotopoulos, Christos, et al. "Food Choice Questionnaire (FCQ) revisited. Suggestions for the development of an enhanced general food motivation model." *Appetite* 52.1 (2009): 199-208.
- Furst, Tanis, et al. "Food choice: a conceptual model of the process." *Appetite* 26.3 (1996): 247-266.
- Germov, John, and Lauren Williams, eds. *A sociology of food and nutrition: The social appetite*. Oxford: Oxford University Press, 2004.
- González, Marta Nieves Montero. "El Lenguaje Emocional". *El Lenguaje Emocional*, 24 de mayo de 2015, <https://acordeconlavidablog.blogspot.com/2015/05/el-lenguaje-emocional.html?m=1>.
- Gross, Rainer, et al. "The four dimensions of food and nutrition security: definitions and concepts." *SCN News* 20.20 (2000): 20-5.
- Greeno, Catherine G., and Rena R. Wing. "A double-blind, placebo-controlled trial of the effect of fluoxetine on dietary intake in overweight women with and without binge-eating disorder." *The American journal of clinical nutrition* 64.3 (1996): 267-273.
- Harris, Marvin. *Good to eat: Riddles of food and culture*. Waveland Press, 1998.
- Huerta, Gloria Cabezuelo, and Pedro Frontera Izquierdo. *Enséñame a comer: Hábitos, pautas y recetas para evitar la obesidad infantil*. Vol. 24. Edaf, 2007.
- Holm, Lotte, et al. "The modernisation of Nordic eating. Studying changes and stabilities in eating patterns." *Anthropology of food* S7 (2012).
- Inglehart, Ronald. *Culture shift in advanced industrial society*. Princeton University Press, 2018.
- Johnson, Elizabeth O., et al. "Mechanisms of stress: a dynamic overview of hormonal and behavioral homeostasis." *Neuroscience & Biobehavioral Reviews* 16.2 (1992): 115-130.
- Kahma, Nina, et al. "Associations between meal complexity and social context in four Nordic countries." *Anthropology of food* S10 (2014).

Klohe-Lehman, Deborah M., et al. "Low-income, overweight and obese mothers as agents of change to improve food choices, fat habits, and physical activity in their 1-to-3-year-old children." *Journal of the American College of Nutrition* 26.3 (2007): 196-208.

Latham, Michael C. "Factores sociales y culturales en la nutrición." *Alimentación y Nutrición*. No. 29. FAO, 2002. 35-41.

Lee, Young-Mee, et al. "Mothers' perceptions of children's food behaviors: use of focus group interview study."

Levenstein, Harvey. *Paradox of plenty: A social history of eating in modern America*. Vol. 8. Univ of California Press, 2003.

Lewin, Kurt. "Forces behind food habits and methods of change." *Bulletin of the national Research Council* 108.1043 (1943): 35-65.

López-Valcárcel, B. González. "La obesidad como problema de salud y como negocio." *Gestión Clínica y Sanitaria* 7.3 (2005).

Martín, Carmen Ávila, and Francisco Linares Ales. "Léxico y discurso de la moda." *Comunicar* 27 (2006): 35-41.

McGinnis, J. Michael, and William H. Foege. "Actual causes of death in the United States." *Jama* 270.18 (1993): 2207-2212.

Mead, Margaret. The Problem of Changing Food Habits. En: Counihan, C y P. Van Esterik, eds. *Food and Culture. A Reader*. New York, USA: Tylor y Francis; 2008.p.17-27. Obtenido de: <http://www.nap.edu/read/9566/chapter/6>

Meiselman, Herbert L., et al. "Demonstrations of the influence of the eating environment on food acceptance." *Appetite* 35.3 (2000): 231-237.

Meiselman, Herbert L. "Dimensions of the meal." *Journal of foodservice* 19.1 (2008): 13-21.

Meiselman, Herbert L., ed. *Meals in science and practice: Interdisciplinary research and business applications*. Elsevier, 2009.

Melo Mariano, Ari, et al. "Factores que determinan la compra por impulso en ambientes virtuales: un estudio a través de las ecuaciones estructurales." *Universitas. Gestão e Tecnologia* 6.1 (2016).

Méndez, Cecilia Díaz, et al. "Food, consumption and health." *Social Studies Collection* 24 (2007).

- Méndez, C. Díaz. "Estabilidad y cambio en los hábitos alimentarios de los españoles." *Acta Pediatr Esp* 74.1 (2016).
- Menéndez García, R. A., and F. J. Franco Díez. "Publicidad y alimentación: influencia de los anuncios gráficos en las pautas alimentarias de infancia y adolescencia." *Nutrición Hospitalaria* 24.3 (2009): 318-325.
- Milagro, Fermín I., and J. Alfredo Martínez. "Epigenética en obesidad y diabetes tipo 2: papel de la nutrición, limitaciones y futuras aplicaciones." *Rev Chil Endocrinol* 6.3 (2013): 108-14.
- Moreno, Arturo, and Luis Toro. "La televisión, mediadora entre consumismo y obesidad." *Revista chilena de nutrición* 36.1 (2009): 46-52.
- Murcott, Anne. "The Cultural Significance of Food and Eating." *Proceedings of the Nutrition Society*, vol. 41, no. 2, 1982, pp. 203–210., doi:10.1079/PNS19820031
- OECD (2019), "Overweight and obesity among adults", in Health at a Glance 2019: OECD Indicators, OECD Publishing, Paris
- Oliver, Georgina, Jane Wardle, and E. Leigh Gibson. "Stress and food choice: a laboratory study." *Psychosomatic medicine* 62.6 (2000): 853-865.
- Oltersdorf, U., D. Schlettwein-Gsell, and G. Winkler. "Assessing eating patterns—an emerging research topic in nutritional sciences: introduction to the symposium." *Appetite* 32.1 (1999): 1-7.
- Online Encuesta (2020) ¿Cómo funciona Online Encuesta? [online] Disponible en: <https://www.onlineencuesta.com/crear-encuesta>
- Péneau, Sandrine, et al. "Sex and dieting modify the association between emotional eating and weight status." *The American journal of clinical nutrition* 97.6 (2013): 1307-1313
- Peters, George R., et al. "Food preferences in daily life: Cognitive, affective and social predictors." *Ecology of food and nutrition* 33.3 (1995): 215-228.
- Piqueras-Fizman, Betina, and Sara R. Jaeger. "What makes meals 'memorable'? A consumer-centric exploration." *Food Research International* 76 (2015): 233-242.
- Pollard, Tessa M., A. N. D. R. E. W. Steptoe, and J. A. N. E. Wardle. "Motives underlying healthy eating: using the Food Choice Questionnaire to explain variation in dietary intake." *Journal of biosocial science* 30.2 (1998): 165-179.
- Quandt, Sara A., et al. "Meal patterns of older adults in rural communities: life course analysis and implications for undernutrition." *Journal of Applied Gerontology* 16.2 (1997): 152-171.

- Quezada, Ariadna Campos, and Héctor Favila Cisneros. "CULTURAS ALIMENTARIAS INDÍGENAS Y TURISMO. Una aproximación a su estudio desde el control cultural." *Estudios y perspectivas en turismo* 27.2 (2018): 194-212.
- Rappoport, Leon, Ronald G. Downey, and Lin Huff-Corzine. "Conceptual differences between meals." *Food Quality and Preference* 12.1 (2001): 9-17.
- Redd, Marie y John M. De Castro. "Facilitación social de la alimentación: efectos de la instrucción social en la ingesta de alimentos". *Fisiología y comportamiento*, vol. 52, no. 4, 1992, págs. 749-754., Doi: 10.1016 / 0031-9384 (92) 90409-u.
- Renner, Britta, et al. "Why we eat what we eat. The Eating Motivation Survey (TEMS)." *Appetite* 59.1 (2012): 117-128.
- Restrepo, Sandra Lucía, and Maryori Maya Gallego. "La familia y su papel en la formación de los hábitos alimentarios en el escolar. Un acercamiento a la cotidianidad." *Boletín de antropología* 19.36 (2005): 127-148.
- Rigotti, Francesca. *La gula: Pasión por la voracidad*. Antonio Machado Libros, 2015.
- Rizo-Baeza, M. M., Nadia Gabriela González-Brauer, and E. Cortés. "Calidad de la dieta y estilos de vida en estudiantes de Ciencias de la Salud." *Nutrición hospitalaria* 29.1 (2014): 153-157.
- Rolandi, María Carolina. "Creencias, prácticas alimentarias maternas y estado nutricional de niños de 6 a 24 meses." (2014).
- Rozin, Paul. "El significado de la comida en nuestras vidas: una perspectiva intercultural sobre la alimentación y el bienestar". *Revista de educación y comportamiento nutricional* 37 (2005): S107-S112.
- Rozin, Paul, et al. "Attitudes towards large numbers of choices in the food domain: A cross-cultural study of five countries in Europe and the USA." *Appetite* 46.3 (2006): 304-308.
- Rozin, Paul, et al. "The ecology of eating: smaller portion sizes in France than in the United States help explain the French paradox." *Psychological science* 14.5 (2003): 450-454.
- Rozin, Paul, and April Fallon. "The psychological categorization of foods and non-foods: A preliminary taxonomy of food rejections." *Appetite* 1.3 (1980): 193-201.
- Rozin, Paul, Abigail K. Remick, and Claude Fischler. "Broad themes of difference between French and Americans in attitudes to food and other life domains: personal versus communal values, quantity versus quality, and comforts versus joys." *Frontiers in psychology* 2 (2011): 177.

Rozin, Paul. "Food choice: an introduction." *Understanding consumers of food products* (2007): 3-29.

Rozin, Paul. "Food and eating." *Handbook of cultural psychology* (2007): 391-416.

Rutledge, Thomas, and Wolfgang Linden. "To eat or not to eat: Affective and physiological mechanisms in the stress–eating relationship." *Journal of Behavioral Medicine* 21.3 (1998): 221-240.

Salaburu, Pello, et al. *La universidad en la encrucijada: Europa y EEUU*. Vol. 1980. 1996.

Sánchez, C. "La familia: concepto, cambios y nuevos modelos." *Revista La Revue du REDIF*, 2 (1), 15-22 (2008).

Sanjur, Diva. *Social and cultural perspectives in nutrition*. Prentice-Hall, 1982.

Shweder, Richard A., and Maria A. Sullivan. "Cultural psychology: Who needs it?." *Annual review of psychology* 44.1 (1993): 497-523.

Sociología del sistema alimentario. (2016). Cristianismo – Sociología del sistema alimentario. [online] Available at: <https://sociologiadelasistemaalimentario.wordpress.com/tag/cristianismo/> [Accessed 10 Dec. 2019].

Southerton, Dale, Cecilia Diaz-Méndez, and Alan Warde. "Behavioural Change and the Temporal Ordering of Eating Practices: A UK-Spain Comparison." *International Journal of Sociology of Agriculture & Food* 19.1 (2012).

Spence, Charles David, et al. "Eating with our eyes: From visual hunger to digital satiation." 2016.

Stearns, Peter N. *Fat history: Bodies and beauty in the modern west*. NYU Press, 2002.

Stephens, Andrew, Tessa M. Pollard, and Jane Wardle. "Development of a measure of the motives underlying the selection of food: the food choice questionnaire." *Appetite* 25.3 (1995): 267-284.

Stephens, Andrew, Zara Lipsey, and Jane Wardle. "Stress, hassles and variations in alcohol consumption, food choice and physical exercise: A diary study." *British Journal of Health Psychology* 3.1 (1998): 51-63.

Stigler, James W., Richard A. Shweder, and Gilbert Ed Herdt. "Cultural psychology: Essays on comparative human development." All but three of the chapters in this book are revised versions of presentations from two symposia held by the University of Chicago Committee on Human Development: "Culture and Human Development" (Oct 23-25, 1986) and "Children's Lives in Cultural Context" (Nov 5-7, 1987). Cambridge University Press, 1990.

Stunkard, Albert J., and Samuel Messick. "The three-factor eating questionnaire to measure dietary restraint, disinhibition and hunger." *Journal of psychosomatic research* 29.1 (1985): 71-83.

Tapper, Katy, and Emmanuel M. Pothos. "Development and validation of a food preoccupation questionnaire." *Eating behaviors* 11.1 (2010): 45-53.

Tylka, Tracy L. "Development and psychometric evaluation of a measure of intuitive eating." *Journal of Counseling Psychology* 53.2 (2006): 226.

Vargas, Luis Alberto. "Factores culturales en la alimentación." *Cuadernos de nutrición* 7.4 (1984): 17-32.

Vargas, Luis Alberto. "El Mestizaje de la Alimentación en América Latina." *Historias de la Nutrición en América Latina*. (2000): 46.

Visser, Margaret. *The rituals of dinner: The origins, evolution, eccentricities, and meaning of table manners*. Open Road Media, 2015.

Warde, Alan. *Consumption, food and taste*. Sage, 1997.

Wärnberg, J., et al. "Estudio AVENA (Alimentación y valoración del estado nutricional en adolescentes). Resultados obtenidos 2003-2006." *Pediatr Integral* 1 (2006): 50-55.

WOORTMANN, Klaas. "O sentido simbólico das práticas alimentares." *Gastronomia: cortes e recortes. Brasília: SENAC* (2004): 01-43.

Zafra, A. Olmedilla, E. Ortega Toro, and J. Madrid Garrido. "Variables sociodemográficas, ejercicio físico, ansiedad y depresión en mujeres: un estudio correlacional." *Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y del Deporte/International Journal of Medicine and Science of Physical Activity and Sport* 8.31 (2008): 224-243.

VIII. Anexo

Impacto de las diferencias culturales en los hábitos alimenticios: EEUU y España

Page 1

¡Hola!

Este cuestionario es parte del Proyecto de Fin de Grado titulado "El papel y el valor de la cultura en los hábitos alimenticios: Estados Unidos y España".

Por favor, tómate tu tiempo y contesta con sinceridad las preguntas, recuerda que esta encuesta es completamente anónima y serán solo unos minutos.

¡Gracias!

¿Tienes entre 18 y 30 años? *

- Sí
- No

Estilo de vida

¿Con cuántas personas vives? Indica el número de personas que viven contigo sin contarte a tí *

- Vivo yo solo
-

¿Con cuántas de las personas que viven contigo comes o cenas? *

- Como o ceno yo solo/a
- Con 2 personas
- Con 3 personas
- Con más de 4 personas

¿Qué es comer para tí? *

- Nutrirme
- Socializar y compartir con otros
- Distracción
- Me da pereza
- Una manera de celebrar

Adaptado de The Three Eating Factor Questionnaire. Responde las siguientes preguntas *

	Raramente	A veces	A menudo	Siempre
¿Una diferencia de 5 kg afectaría en tu vida diaria?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Cómo de consciente eres de lo que comes?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Has estado o estás a dieta? *

- Sí, he estado
- Sí, estoy
- No, no he estado
- No, pero quiero

¿Cuántas veces haces ejercicio a la semana? *

- No hago ejercicio
- 1 o 2 días
- 3 o 5 días
- Más de 5 días

Costumbres alimenticias

¿Cuántas comidas realizas al día? *

 ▾

¿Sueles comer a la misma hora todos los días? *

- Sí
- No

¿Cuánto tiempo sueles dedicarle a cada comida? *

- Menos de 30 mins
- 30 mins
- 1h
- 2 horas o más

Prefieres *

- Comida casera
- Comer comida pre cocinada
- Pedir comida a domicilio (Uber eats, Deliveroo etc)

Sueles comer *

- Comida casera
- Comida pre-cocinada
- Pedir comida a domicilio (Ubereats, Deliveroo etc)

¿Qué consideras una porción? *

- Un puño
- Más de un puño
- Menos de un puño

Page 4

Durante la semana (L-V), sueles comer: *

- En casa
- Fuera de casa

Si es fuera de casa...¿Dónde?

- En establecimientos de comida rápida
- En la universidad
- En restaurantes
- En casa de un amigo

¿Con quién?

- Con amigos
- Con mi pareja
- Con compañeros de trabajo

¿Qué tipo de comida sueles comer fuera?

- Comida sana (ensaladas, verduras, pollo, pescado...)
- Comida rápida (hamburguesa, pizza, burrito...)

En relación a los motivos de consumo, test basado en FCQ

ES IMPORTANTE PARA MÍ QUE LA COMIDA QUE TOMO EN UN DÍA NORMAL SEA...

Del 1 al 4, siendo:

1 = no importante

2 = poco importante

3 = razonablemente importante

4 = muy importante

Bloque 1 *

	1	2	3	4
Es lo que habitualmente como	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Es nutritivo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Contiene muchas vitaminas y minerales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Bloque 2 *

	1	2	3	4
Es familiar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Me mantiene sano	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
No contiene ingredientes artificiales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Es alto en proteínas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Es bueno para mi piel/pelo/uñas/dientes, etc	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Puede ser cocinado de manera sencilla	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Bloque 3 *

	1	2	3	4
Huele bien	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Está empaquetado de una manera responsable con el medio ambiente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Me ayuda a relajarme	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
No contiene aditivos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Page 6

Bloque 4 *

	1	2	3	4
Es como la comida que comía de pequeño	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Contiene ingredientes naturales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Me anima	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Bloque 5 *

	1	2	3	4
Me ayuda a sobrellevar el estrés	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Agradable a la vista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
No necesita mucho tiempo para prepararse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Es alto en fibra	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Me ayuda a mantener mi peso	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Me hace sentir bien	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Bloque 6 *

	1	2	3	4
Proviene de países que apruebo políticamente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Es barato	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Me mantiene despierto/a	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Bloque 7 *

	1	2	3	4
Me ayuda a sobrellevar la vida	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tiene el país de origen claramente marcado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Buena relación calidad/precio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Page 7

Bloque 8 *

	1	2	3	4
Es bajo en calorías	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tiene una textura agradable	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Está fácilmente disponible en tiendas y supermercados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Bloque 9 *

	1	2	3	4
Es fácil de preparar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
No es caro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Es bajo en grasas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Se puede comprar en tiendas cercanas a donde vivo o trabajo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sabe bien	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Sobre tí

Indica tu sexo *

- Hombre
- Mujer

¿Cuántos años tienes? *

- 18-20
- 21-24
- 25-30

¿Cuánto pesas (aproximadamente)? Indícalo en Kgs *

¿Cuanto mides? (Indícalo en cm) *

¿Dónde vives? *

- Estados Unidos
- España

Indica tu poder adquisitivo (o el de tu familia) *

- Bajo
- Medio
- Alto

¡Ya has terminado!

¡Muchas gracias por responder esta encuesta!

¡Sigue manteniendo unos buenos hábitos alimenticios!

How culture affects eating habits: a focus in the US and Spain

Page 1

Hi!!

This questionnaire is part of the Final Degree Project called "How culture affects eating habits, a specific look in the US and in Spain".

I would like you to answer a few questions sincerely, please remember that this survey is completely anonymous and it will only take you a few minutes.

Thanks for your help!

Are you between 18-30 years old? *

Yes

No

Lifestyle

How many people do you live with? Indicate the number of people who live with you (excluding yourself) *

I live by myself

With how many of the people living with you do you have lunch or have dinner? *

I have lunch/dinner by myself

With 2 people

With 3 people

With more than 4 people

What is eating for you? *

- Nutrition
- Socializing and sharing with others
- Distraction
- Laziness
- A way to celebrate

Adapted from The Three Eating Factor Questionnaire. Please answer the following questions *

	Not so much	A little bit	A lot	100% sure
Would a difference of 5 lbs affect your daily life?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
How conscious are you of what you eat?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Have you ever been or are you planning on being on a diet? *

- Yes, I have been on a diet
- Yes, I am on a diet
- No, I haven't been on a diet
- No, but I wanna be on a diet

How many days do you exercise per week? *

- I don't exercise
- 1 or 2 days
- 3 or 5 days
- More than 5 days

Eating habits

How many meals do you have per day? *

Do you usually eat each meal around the same time? *

- Yes
- No

How long does it take you for each meal? *

- Less than 30 min
- 30 min
- 1hr
- 2 hrs or more

Do you prefer: *

- Homemade food
- Pre cooked food
- Ordering food (Uber eats etc)

You usually eat: *

- Eat homemade food
- Eat pre cooked food
- Order food (Uber eats, etc)

What do you consider a portion? *

- A hand full of something
- More than a hand full of something
- Less than a hand full of something

Page 4

During the week (M-F), You usually eat... *

- At home
- Somewhere else

If it's not at home... where?

- In fast food restaurants
- At my University
- In restaurants
- In a friends' house

With whom?

- With friends
- With your partner
- With work colleagues

What kind of food do you usually eat when not eating at home?

- Healthy food (salads, vegetables, chicken, fish...)
- Fast food (hamburgers, pizza, burritos...)

In relation to the reasons for consumption, test based on FCQ

IT IS IMPORTANT FOR ME THAT THE FOOD I TAKE IN A NORMAL DAY IS ...

From 1 to 4, being:

1 = not important

2 = unimportant

3 = reasonably important

4 = very important

Block 1 *

	1	2	3	4
Because it is what I usually eat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
It's nutritious	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
It contains many vitamins and minerals	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Block 2 *

	1	2	3	4
It's familiar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
It's good for my health	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
It does not contain artificial ingredients	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
It is high in protein	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
It is good for my skin / hair / nails / teeth, etc.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
It can be cooked simply	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Block 3 *

	1	2	3	4
It smells good	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
It is packaged in a responsible way with the environment	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
It helps me relax	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Does not contain additives	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Page 6

Block 4 *

	1	2	3	4
It's like the food I ate as a child	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
It contains natural ingredients	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
It motivates me	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Block 5 *

	1	2	3	4
It helps me cope with stress	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Appealing	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
It doesn't take long to prepare	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
It's high in fiber	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
It helps me maintain my weight	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
It makes me feel great	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Block 6 *

	1	2	3	4
It comes from countries that I respect politically wise speaking	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
It's cheap	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
It keeps me awake	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Block 7 *

	1	2	3	4
It helps me cope with life	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Has the country of origin clearly marked	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Good Quality/price relationship	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Page 7

Block 8 *

	1	2	3	4
It's low in calories	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
It has a nice texture	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
It is easily available in stores and supermarkets	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Block 9 *

	1	2	3	4
It is easy to prepare	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
It's not expensive	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
It's low in fats	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I can buy it in shops or stores close to where I live	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tastes good	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

About yourself

Indicate your sex *

- Male
- Female

How old are you? *

- 18-20
- 21-24
- 25-30

How much do you weigh (approximately)? Indicate in lbs *

How much do you measure? (Indicate it in feet) *

Where do you live? *

- USA
- Spain

Where was your mother born? *

- In the South of Europe (Spain, Portugal, France, Italy, Greece)
- In other European countries
- In Asia
- In the USA
- In South America

Where was your father born? *

- In the South of Europe (Spain, Portugal, France, Italy, Greece)
- In other European countries
- In Asia
- In the USA
- In South America

Please Indicate your purchasing power (or your family's) *

- Low
- Medium
- High

Your are done! Thank you! Your help is really appreciated!

Remember the importance of having good eating habits!