



PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
DE CHILE

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
INSTITUTO DE SOCIOLOGÍA  
DOCTORADO EN SOCIOLOGÍA

## ¿QUÉ VAMOS A COMER?

Estudio de la relación entre condiciones socioeconómicas y

consumo de alimentos en Colombia

por

GISELLE TORRES PABÓN

Tesis presentada al Instituto de Sociología de la  
Pontificia Universidad Católica de Chile,  
para optar al título de Doctor en Sociología

Comisión de tesis:

Luis Maldonado, Marie Plessz, Beatriz Fernández

Junio 2020  
Santiago de Chile

## Tabla de contenido

Índice de tablas .....	4
Índice de figuras .....	5
I. INTRODUCCIÓN.....	6
1.1. Contexto espacial y temporal.....	8
1.1.1. América Latina y el consumo de alimentos.....	9
1.1.2. Colombia y el consumo de alimentos.....	11
1.2. Delimitación temática de esta tesis .....	16
1.3. La tesis: Estructura, datos y metodología .....	25
1.4. Hipótesis .....	32
1.4.1. Presupuesto en alimentos .....	35
1.4.2. Lugares de abastecimiento de alimentos .....	37
1.4.3. El cambio en el consumo de alimentos .....	40
1.5. Contribuciones .....	44
II. MODELO TEÓRICO SOCIOECONÓMICO Y SISTÉMICO PARA EL ANÁLISIS DEL CONSUMO DE ALIMENTOS .....	46
2.1. Resumen .....	46
2.2. Introducción .....	46
2.3. Consumo de alimentos y posición en el sistema económico y social.....	48
2.4. Consumo de alimentos y su aspecto racional o funcional .....	54
2.5. Consumo de alimentos y su cambio en el tiempo y en el espacio .....	59
2.6. Modelo teórico socioeconómico y sistémico para el análisis del consumo de alimentos.....	64
III. ¿EN QUÉ GASTAMOS PARA COMER Y CUÁNTO? ESTUDIO DE LA RELACIÓN ENTRE CONDICIONES SOCIOECONÓMICAS Y GASTO PARA EL CONSUMO DE ALIMENTOS EN COLOMBIA .....	75
3.1. Resumen .....	75
3.2. Introducción .....	76
3.3. Datos y Metodología.....	83
3.4. Resultados .....	90
3.5. Discusión .....	107
3.6. Conclusiones .....	116

IV. ¿A DÓNDE VAMOS? CONDICIONES SOCIOECONÓMICAS Y MODALIDADES FRECUENTADAS POR LOS HOGARES COLOMBIANOS PARA LA COMPRA DE ALIMENTOS.....	119
4.1. Resumen .....	119
4.2. Introducción .....	119
4.3. Marco Analítico .....	121
4.4. Datos y metodología .....	129
4.5. Resultados .....	132
4.6. Discusión .....	137
4.7. Conclusiones .....	141
V. ¿SALIMOS A COMER? UN ANÁLISIS DE LA RELACIÓN ENTRE CONDICIONES SOCIOECONÓMICAS Y CONSUMO DE ALIMENTOS FUERA DEL HOGAR EN COLOMBIA .....	144
5.1. Resumen.....	144
5.2. Introducción .....	145
5.3. Revisión de la literatura .....	146
5.4. Contexto del Sector Servicio de Alimentos en América Latina y Colombia .....	149
5.5. Datos y metodología .....	155
5.6. Resultados .....	160
5.7. Discusión .....	166
VI. CONCLUSIONES.....	173
REFERENCIAS .....	177
ANEXO 1. Metodología de la encuesta .....	190
ANEXO 2. Frecuencia de las formas de abastecimiento no comercial, 1993-2014 .....	193
ANEXO 3. Frecuencia de las formas de abastecimiento comercial, 1997-2014 .....	194
ANEXO 4. Modelo multinomial de cambio.....	195

## Índice de tablas

Tabla 1.1. Estructura de la tesis: capítulo, contenido, variables dependientes e independientes .....	28
Tabla 1.2. Lugares de abastecimiento .....	39
Tabla 3.2. Modelo saturado por grupos de alimentos .....	104
Tabla 3.3. Modelos por total y grupos de alimentos, por años.....	105
Tabla 4.1. Modalidades usadas por los hogares, 1993-2014 (porcentaje).....	133
Tabla 4.2. Formas no comerciales de abastecerse, 1997-2014 (porcentaje) .....	133
Tabla 4.3. Formas comerciales de abastecerse, 1997-2014 (porcentaje) .....	134
Tabla 4.4. Modelo multinomial .....	136
Tabla 5.1. Análisis de la Varianza (ANOVA): Comparación de medias por conglomerado. Promedio en porcentaje (1993-2014) .....	162
Tabla 5.2. Modelo saturado y por años .....	165

## Índice de figuras

Fig. 1.1. Contexto temático de la tesis.....	21
Fig. 1.2. El consumo de alimentos en los hogares.....	23
Fig. 2.1. Modelo teórico sistémico, socioeconómico y estratificado en el tiempo y el espacio .....	65
Fig. 2.2. Modelo teórico sistémico, socioeconómico y estratificado en el tiempo y el espacio cuyo vínculo es la práctica.....	66
Fig. 2.3. Modelo teórico sistémico, socioeconómico y estratificado en el tiempo y el espacio para el consumo de alimentos, cuyo vínculo es la práctica .....	74
Fig. 3.1. Mapa de Colombia .....	87
Fig. 3.2. Proporción del gasto por grupos de alimentos .....	92
Fig. 3.3. Proporción del gasto en verduras por grupo educativo y año .....	93
Fig. 4.1. Modelo teórico sistémico y socioeconómico para la comprensión del uso de las modalidades de abastecimiento de alimentos.....	122
Fig. 4.2. Mapa de Colombia .....	127
Fig. 4.3. Esquema de análisis teórico y empírico .....	129
Fig. 5.1. Empresas que ofertan bienes alimenticios (Miles).....	152
Fig. 5.2. Mapa de Colombia .....	158

## I. INTRODUCCIÓN<sup>1</sup>

Esta tesis busca contribuir teórica y empíricamente al estudio del consumo de alimentos. Como objetivo amplio y general la investigación se propone aportar al estudio de la relación entre condiciones socioeconómicas y consumo de alimentos. El punto de partida del examen asume que el consumo de alimentos está moldeado por un conjunto de condiciones materiales y no materiales; de nivel micro y de nivel macro; que son dinámicas en el tiempo y en el espacio; y que se comportan de manera sistémica.

Hasta ahora el análisis de la relación entre condiciones socioeconómicas y consumo de alimentos se ha realizado desde diferentes y aisladas perspectivas, ciencias y/o disciplinas. En el campo de las Ciencias Sociales y Humanas, los trabajos sobre la temática advierten la existencia de múltiples caminos, teóricos y metodológicos, para comprender y explicar esta relación. Sin embargo, la mayor parte de la literatura ha sido elaborada en Europa y otros países industrializados como Estados Unidos o Canadá y se orienta, principalmente, al examen de dichas realidades, mientras que en otras latitudes el estudio del consumo de alimentos aún permanece en un lugar marginal dentro de la producción científica.

Especialmente en América Latina<sup>2</sup> se observan grandes vacíos teóricos y empíricos en torno a este objeto de investigación. A ello se suma que la realidad regional es altamente diversa y manifiesta múltiples problemas alrededor del consumo de alimentos, que incluyen las muertes por hambre, la desnutrición, inseguridad alimentaria, enfermedades derivadas de una mala alimentación, así como altos niveles de obesidad —que a su vez producen otras enfermedades como el hígado graso, afecciones cardíacas, diabetes, hipertensión, entre otras—, tanto en adultos, como en menores de edad. Así pues, esta investigación intenta ejecutar, por el momento, un ejercicio analítico en el ámbito académico, que aspira —en un

---

<sup>1</sup> La realización de esta tesis fue posible gracias a la Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica: CONICYT-PCHA/Beca Doctorado Nacional/2017-21170258 y al Instituto de Sociología de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Agradezco al *Centre Maurice Halbwachs (Centre National de la Recherche Scientifique, École Normale Supérieure, École des Hautes Études en Sciences Sociales)* donde me dieron la oportunidad de realizar mis estancias de investigación. Y especialmente quiero agradecer a los investigadores Séverine Gojard, Marie Plessz, Anne Lhuissier, Nicolás Arenas Deleon y Coline Ferrant por el tiempo, las discusiones y los valiosos comentarios brindados para el desarrollo de este trabajo.

<sup>2</sup> En América Latina los estudios sobre participación política (sistemas de partidos, movimientos sociales, guerrillas, violencias y dictaduras) han ocupado una posición central en las Ciencias Sociales, Políticas y Humanas.

futuro— aportar en la creación e implementación de políticas públicas y en la elaboración de documentos gubernamentales, que ayuden a comprender y resolver los problemas asociados al consumo de alimentos en la región.

Se examina el caso colombiano. Este se considera especial porque son muchas las paradojas existentes en el país. A partir de la Constitución de 1991, Colombia inició un largo camino de transformación en sus estructuras institucionales, que afectó las esferas políticas, económicas y sociales. En este proceso, el país revela altos niveles de desigualdad, pobreza, violencia; mientras apuesta a la apertura económica y la estandarización de procesos con miras a ingresar al mercado mundial, ya no mediante la venta del grano de café —como lo hiciera durante la primera mitad del siglo XX—, sino en términos institucionales u organizacionales (OCDE) y a través de acuerdos de libre comercio (como el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos).

Todos esos cambios se aprecian en distintos aspectos de la vida cotidiana. Un aspecto relacionado con la vida cotidiana es el consumo de alimentos. El consumo de alimentos ha cambiado debido a esas transformaciones institucionales, las cuales modificaron las regulaciones sobre los mercados y la salubridad. De tal forma, la oferta de bienes alimentarios como la leche, las carnes (pescado, cerdo y pollo) o las bebidas alcohólicas deben cumplir determinados estándares de procesamiento y calidad. A su vez, los lugares de abastecimiento de los alimentos también deben respetar lineamientos específicos de almacenamiento, especialmente si trata de productos rápidamente perecederos.

Igualmente, la apertura económica que subyace en la nueva Carta Política fomentó la importación y exportación de bienes y servicios en el periodo analizado. Por ende, la población y los mercados de abastecimiento tuvieron nuevos lineamientos y nuevas ofertas de bienes y servicios para ejecutar el consumo de alimentos. Así pues, aunque estos aspectos son perceptibles en la vida cotidiana, este trabajo intenta mostrar, mediante el rigor científico, los diferentes aspectos en los que el consumo de alimentos mantuvo continuidades o experimentó rupturas; problematizando principalmente alrededor de los aspectos socioeconómicos de los hogares colombianos. La pregunta general de esta tesis es: ¿Cómo las condiciones socioeconómicas moldearon el consumo de alimentos en Colombia? El marco teórico en el que esta tesis se circunscribe es en la intersección entre la Sociología del

Consumo y la Sociología Económica. O, en términos más precisos, en la intersección entre la Sociología del Consumo de Alimentos y la Sociología del Mercado.

Para responder esta pregunta se emplea la metodología cuantitativa y se utilizan la Encuesta Nacional de Calidad de Vida y la Encuesta de Ingresos y Gastos, ambas desarrolladas por el Departamento Nacional de Estadística colombiano (DANE). La tesis se compone de cuatro artículos: 1. Modelo teórico sistémico para el análisis del consumo de alimentos; 2. Análisis del gasto en alimentos por parte de los hogares; 3. Análisis del gasto en consumo de alimentos por fuera del hogar; y 4. Lugares de abastecimiento de alimentos. El artículo teórico pretende constituirse en un aporte a la discusión sobre el tema, mediante la integración de múltiples aspectos y variables que explican el consumo de alimentos en la Sociología del Consumo y la Sociología Económica. Los artículos empíricos procuran contribuir a la comprensión de los usos de las variables como el presupuesto y los lugares de abastecimiento alimentario, las cuales no habían sido aún analizadas ni en la perspectiva teórica, ni metodológica, ni en la temporalidad, ni en el espacio geográfico (Colombia y América Latina) que esta tesis propone.

Con todo lo anterior en mente, esta primera parte, como sección introductoria, tiene como propósito presentar al lector: 1. el contexto espacial y temporal en que se enmarca esta investigación; 2. la delimitación temática en que se ejecuta este ejercicio analítico; 3. el esquema de la tesis y las preguntas que se propone responder; 4. las hipótesis que guían este trabajo; y, finalmente, 5. las contribuciones de esta tesis doctoral.

### **1.1. Contexto espacial y temporal**

En América Latina, se manifiestan una pluralidad de condiciones que afectan el consumo de alimentos. La diversidad de tradiciones culinarias, condiciones socioeconómicas, políticas públicas, entre otras, hacen de cada país un objeto particular de análisis. Por eso, esta sección presenta, en primer lugar, un breve balance del consumo de alimentos en América Latina, para luego exponer el contexto colombiano en el que se circunscribe esta investigación.

De acuerdo con la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) en su *Anuario Estadístico de América Latina y el Caribe*, para el año 2017, en América Latina y el Caribe había 645.593.000 personas. De ellas, la mayor cantidad se ubicó en los rangos de edades entre 0 y 34, por lo que se puede decir que la región es mayoritariamente joven, aunque el incremento de la vejez es también una realidad.

Por otra parte, aunque la mayor parte de las personas son asalariadas o tienen empleo por cuenta propia (independientes), las tasas de desempleo son mayores a dos dígitos en los grupos etarios más jóvenes (14,0), y las mujeres son las principales desempleadas (18,6). Y de la población de 25 a 59 años, más del 50% de la población tiene entre 0 y 9 años de escolaridad.

Adicionalmente, la situación de pobreza extrema es del 10% de la población —7,4% en las zonas urbanas y 21,7% en las zonas rurales— y la de pobreza es del 30,7% —26,9% en las áreas urbanas y 48,0% en las rurales—. Las mujeres, los jóvenes y quienes habitan las zonas rurales son los principales afectados por este flagelo y los niveles de desigualdad son altos en la región, principalmente en Guatemala (con un coeficiente de Gini de 0.535), Colombia (0.521) y Brasil (0.511). Y Ecuador, Perú, Bolivia y Chile con un coeficiente entre 0.418 y 0.456 (CEPAL, 2017).

De modo que estamos hablando de una región con diferentes problemas socioeconómicos, como la desigualdad, la pobreza, la pobreza extrema y una condición de vulnerabilidad en mujeres, jóvenes y personas de zonas rurales.

#### *1.1.1. América Latina y el consumo de alimentos*

La Organización Mundial de la Salud (OMS), en el documento *Panorama de la Seguridad Alimentaria y Nutricional en América Latina y el Caribe* publicado en el año 2017, afirma

que la región presenta diversos problemas de mal nutrición asociados al consumo de alimentos: desnutrición, subalimentación<sup>3</sup>, sobrepeso y obesidad.

Las tasas más altas de desnutrición y subalimentación se dan principalmente en el Caribe, y Haití es el país que concentra mayor población desnutrida o subalimentada. Luego se encuentra Mesoamérica y Sudamérica, donde las tasas de subalimentación se han incrementado especialmente en Argentina, Ecuador, El Salvador, Granada, Perú y Venezuela. Asimismo, existen países del continente donde la obesidad y el sobrepeso son un problema grave por resolver, como en México, Chile y Barbados.

Por otra parte, la relación entre consumo de alimentos e infancia en América Latina requiere de mucha atención, porque se detecta desnutrición crónica de menores en algunos países como Guatemala, Nicaragua y Honduras; y también se puede encontrar sobrepeso y obesidad infantil principalmente en Barbados, Paraguay, Chile y México. La desnutrición, el sobrepeso y la obesidad infantil se consideran un problema para el crecimiento de la población infantil, y propicia la presencia de enfermedades cardíacas o cardiovasculares. Y en los adultos el panorama no es más alentador, ya que dicha población se enfrenta a las mismas dificultades alimentarias.

Por lo tanto, de acuerdo con los datos de la OMS (2017), es posible decir que, por una parte, en América Latina el consumo de alimentos se asocia a la escasez de alimentos, nutrientes y cantidades mínimas para el sostenimiento de un cuerpo. Y, por otra parte, se observa en el continente un exceso en el consumo de alimentos, ya sean grasos, procesados o de otras características que, además, después de ser consumidos por un cuerpo, no son totalmente gastados. Es decir que la cantidad de energía consumida por intermedio de la ingesta de alimentos es superior a la cantidad de energía gastada, lo que se traduce en sobrepeso y obesidad. Y junto con lo anterior, paradójicamente, la región tiene un buen rendimiento en materia agrícola; tal que para 2016 la región exportó 205.222 millones de dólares en productos alimentarios, principalmente de frutas, cereales y oleaginosas (OMS, 2017). Así que, en América Latina, al menos en lo que corresponde al consumo de alimentos en un nivel

---

<sup>3</sup> Las personas no cuentan con los nutrientes o alimentos necesarios para completar los requerimientos energéticos diarios.

macro, se identifican problemas de acceso, cantidades, calidades, distribución y prácticas saludables de consumo de alimentos.

Ahora bien, respecto a las posibilidades de gestión de los hogares<sup>4</sup>, la situación tampoco es más alentadora. La relación salario mínimo y costo de la canasta básica alimentaria familiar es alta, en promedio: 64,4% en Chile, 65,0% en Costa Rica y 287,8% en México (OMS, 2017). Otra medición que permite comprender y comparar la relación ingreso y gasto en alimento es la proporción del ingreso dedicado al consumo de alimentos. Por ejemplo, para el primer quintil de ingresos se encuentra que las personas dedican a los alimentos 95,1% en Colombia, 70,4% en Bolivia y 61,3% en Ecuador. Mientras que, en el mayor quintil: 57,8% en Colombia, 40,0% en Bolivia y 32,7% en Ecuador (OMS, 2017). Estos datos revelan una economía de subsistencia de los hogares latinoamericanos. Y si los hogares tienen una economía de subsistencia es probable que el acceso a los alimentos sea problemático en calidad y cantidad. Así que, todo en conjunto, muestra un contexto regional vulnerable en lo que corresponde al consumo de alimentos.

### *1.1.2. Colombia y el consumo de alimentos*

De acuerdo con el Banco Mundial, para el año 1991 Colombia tenía una población de 34.27 millones y para el año 2014 un total poblacional de 48.23 millones. La desigualdad medida en el Coeficiente de Gini fue 51,32 para el año 1990 y 53,5 para el 2014. Adicional, de acuerdo con la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Colombia se ha caracterizado por ser un país con altos niveles de desigualdad e, incluso, después de impuesto el Coeficiente sólo disminuye casi un punto. Por otra parte, también de acuerdo con el Banco Mundial, el porcentaje de la población nacional que vive con 1,9USD al día es

---

<sup>4</sup> En los casos de las comparaciones entre Colombia y otros países latinoamericanos, se utilizaron los datos reportados por la Organización Mundial de la Salud (OMS) en su informe *Panorama de la Seguridad Alimentaria y Nutricional en América Latina y el Caribe* (2017). La mención exclusiva de algunos países se debe a que no existen datos para todos y de los países que se nombran no todos tienen los mismos indicadores construidos. En este texto se utilizaron dos indicadores informados por la OMS: 1. La relación salario mínimo y costo de la canasta básica alimentaria familiar y 2. La proporción del ingreso dedicada al consumo de alimentos. Para Colombia se reporta el segundo. A pesar de las dificultades en la escasez de datos, el objetivo de esta sección es que el lector tenga un breve panorama del estado del consumo de alimentos en la región.

3,78% para 1991 y 2,31% para 2014. Así que, entre 1990 y 2014, los niveles de desigualdad incrementaron y se mantuvo la pobreza.

Adicionalmente, en perspectiva política, es importante señalar que, a partir de 1948, después del asesinato de Jorge Eliécer Gaitán, candidato presidencial por el Partido Liberal, Colombia se volcó a un largo y sangriento conflicto interno armado. Hubo exclusión en el sistema de partidos de diferentes grupos políticos que no fueran los tradicionales Liberales y Conservadores, como el Partido Comunista y otros grupos de izquierda. Incrementó la persecución política, la desaparición y el desplazamiento forzados. Este tipo de problemas se presentaron principalmente en las zonas rurales, donde la ausencia del Estado permitió el surgimiento de grupos armados guerrilleros y paramilitares, y de actividades ilegales como el narcotráfico. Que todo esto se diera en las zonas rurales fue algo bastante problemático, y más para un país principalmente agrario y cuya economía se concentra en el sector primario.

Así que confluyen la desigualdad, la pobreza, un conflicto armado que compromete al principal sector económico, la violencia política y el narcotráfico. Este contexto propició las condiciones y las oportunidades políticas (McAdam *et al.*, 2003) necesarias para crear una nueva Constitución Política, capaz de resolver los problemas económicos, políticos y sociales en los que Colombia estaba inmerso. Esto dio lugar a la convocatoria de una Constituyente en el año 1991. Con la Constitución Política de 1991, actualmente vigente, Colombia se nominó como un ‘Estado Social de Derecho’, y se presumió que comenzaría a marchar en el camino de la transformación social, cultural, política y económica.

En los documentos del Departamento de Ciencia Política de la Universidad de los Andes de Colombia, se hizo un balance sobre los cambios vividos por Colombia después de la Constitución de 1991. En el texto *Constitución de 1991, 20 años: Logros y Pendientes*, se exponen bondades, limitaciones y problemas que trajo consigo la nueva Carta Política. Sobre la esfera económica, Guillermo Perry Rubio (2011) en su artículo afirma:

A 20 años de expedida la Constitución de 1991, no hay acuerdo sobre su impacto en materia económica y social. Mientras unos consideran que abrió el camino hacia una sociedad más igualitaria, otros señalan que no logró un mejoramiento significativo en la cobertura y calidad de la

educación, la salud o la vivienda, ni una reducción apreciable del nivel de pobreza o desigualdad. (p.38)

El disenso que propone el autor surge porque se puede aceptar que la Constitución empoderó a los ciudadanos en la gestión de oportunidades y derechos en diferentes aristas de la vida cotidiana, pero eso no fue suficiente para eliminar la excesiva desigualdad y los altos niveles de pobreza de la sociedad colombiana. También, los defectos del diseño constitucional se acentuaron con los altos niveles de corrupción, violencia y narcotráfico que fueron imposibles de predecir. Sin embargo, a pesar de lo anterior, el autor afirma que sin lugar a duda se beneficiaron el sector empresarial y la capacidad adquisitiva de los asalariados (Perry Rubio, 2011, p.39).

En resumen, la nueva Constitución y sus resultados son una paradoja. Las condiciones sociales, políticas y económicas colombianas son un conjunto de *ires* y *venires* entre la amplitud de derechos, la apertura económica, el crecimiento empresarial, la violencia, la desigualdad y la pobreza. Por lo que, en la paradoja, se encuentran bondades sociales como las garantías de derechos para el libre culto, la multiplicidad de partidos políticos, el reconocimiento de las llamadas ‘minorías étnicas’ y la equidad de género para la mujer. A su vez se dan condiciones para la libertad económica y la iniciativa privada, el dinamismo del consumo en los hogares, se modernizan y se facilitan las operaciones bancarias y el comercio exterior se impulsa. Pero todo lo anterior se produce en un contexto político, social y económico desigual, violento y convulsionado. Bajo dicho contexto, se puede asegurar que esta tesis es una gran posibilidad para completar la literatura existente hasta hoy sobre el estudio del consumo de alimentos.

De tal forma, se está frente a un caso donde hay problemas de desigualdad, pobreza, violencia política y diversas transformaciones institucionales. A la vista de ello, surgen algunas primeras preguntas generales: ¿cómo todo esto se refleja en el consumo de alimentos? o en otras palabras ¿cómo las condiciones sociales, políticas y económicas moldean el consumo de alimentos? y, a su vez, ¿cómo las transformaciones de dichas condiciones se asocian con el consumo de alimentos?

En principio, aunque son escasos los datos y las mediciones del consumo de alimentos en la región, los datos reportados por la Organización Mundial de la Salud (2017), permiten

afirmar que en Colombia las personas destinan más del 50% del ingreso al consumo de alimentos en todos los quintiles de ingresos: 95,1 (Q1), 83,7 (Q2), 73,8 (Q3), 71,5 (Q4) y 57,8 (Q5). Cuando se comparan<sup>5</sup> los porcentajes para cada quintil con lo que sucede en otros países del continente como Bolivia<sup>6</sup>, Ecuador<sup>7</sup>, México<sup>8</sup> y Perú<sup>9</sup>, se reconoce que los hogares colombianos son los que destinan mayor proporción de sus ingresos para el consumo de alimentos. De los gastos alimentarios, la mayor parte se orienta a la compra de cereales y tubérculos y la menor proporción para la adquisición de frutas y verduras (OMS, 2017).

Por otra parte, respecto a los productos y bienes alimentarios se puede afirmar que hay cambios en los tipos de productos, disponibilidades, marcas, orígenes, entre otros. A partir de la Constitución de 1991, se procesaron modificaciones en torno a las regulaciones de importaciones y exportaciones de bienes alimentarios. En materia de importación de productos, de acuerdo con el Departamento Nacional de Estadística colombiano, se destacan productos alimenticios que se encuentran en la canasta familiar colombiana como cereales, grasas y aceites animales o vegetales, legumbres, hortalizas, tubérculos, pescados y crustáceos, moluscos e invertebrados acuáticos, azúcares y artículos de confitería y pastelería, cacao y sus preparaciones, semillas y frutos oleaginosos, leche y productos lácteos, huevos, miel, sal, líquidos alcohólicos, vinagres; provenientes de Argentina, Austria, Bélgica, Bolivia, Canadá, Chile, Ecuador, Estados Unidos, Irlanda, Malasia, Perú, Reino Unido, Trinidad y Tobago, Turquía o Vietnam.

Tercero, los modos de abastecimiento de alimentos han cambiado y se han diversificado. Estos pueden ser comerciales o no comerciales, de alimentos para preparar o de alimentos preparados, ya sea por medio de servicios de cadena o independientes. Dentro de las modalidades no comerciales está la autoproducción, el intercambio o trueque y el regalo. Y, entre las modalidades comerciales, las más tradicionales son los mercados móviles, las galerías, y los graneros y depósitos, mientras que los más modernos son los hipermercados y

---

<sup>5</sup> Se comparan los países que comparten el mismo indicador disponible.

<sup>6</sup> 70,4 (Q1), 65,5 (Q2), 60,3 (Q3), 56,2 (Q4) y 40,0 (Q5) (OMS, 2017).

<sup>7</sup> 61,3 (Q1), 57,4 (Q2), 52,6 (Q3), 46,0 (Q4) y 32,7 (Q5) (OMS, 2017).

<sup>8</sup> 42,6 (Q1), 38,0 (Q2), 35,6 (Q3), 31,1 (Q4) y 22,1 (Q5) (OMS, 2017).

<sup>9</sup> 60,3 (Q1), 51,3 (Q2), 46,6 (Q3), 41,5 (Q4) y 31,2 (Q5) (OMS, 2017).

grandes superficies, y los supermercados y pequeños supermercados, ya sean de cadena o independientes.

En Colombia existió el primer formato de supermercado en 1904, a partir de la apertura de Carulla (Silva, 2011). Luego, entre 1922 y 1975, surgieron otros competidores en el sector de supermercados y abastecimiento, todos de origen nacional. Entre ellos destacan Ley, Olímpica, Éxito y Pomona, algunos de los cuales, tras su creación, se fusionaron para hacer frente a la competencia en el sector minorista. Posteriormente, a partir de las condiciones institucionales para la apertura económica, el sector de abastecimiento minorista también se produjeron cambios: ingresaron Makro (1994); Carrefour, Casino y Sodimac-HomeCenter (1999); Falabella (2006) y Zara (2007) (Silva, 2011). En resumen, de acuerdo con Silva (2011), la apertura de establecimientos de consumo minorista —ya sea para alimentación u otros bienes de consumo— tuvo ciclos de crecimiento principalmente en la última década del siglo XX y a principios del siglo XXI.

Cuarto, en lo que se relaciona con el sector de Servicio de Alimentos también se producen modificaciones. En Colombia, el sector Servicio de Alimentos se puede dividir en Servicios Alimentarios de Cadena<sup>10</sup> (Nacionales o Internacionales) o Servicios Alimentarios Independientes. Los servicios que se brindan pueden ser: *delivery*, restaurantes (*full service*), comidas rápidas, cafeterías (autoservicio), puestos callejeros, pizzerías, entre otros (Euromonitor Internacional, 2018a). De tal modo, son muchas y variadas las formas en que los hogares pueden abastecerse de alimentos.

En oposición a los países europeos —donde el sector minorista está ampliamente establecido y diversificado, y por tanto esta variable ha perdido el interés por parte de los investigadores—, en Colombia el sector de abastecimiento minorista y de servicio de alimentos es mucho más reciente, y sigue transformándose y en crecimiento, lo que hace esta variable atractiva para continuar aportando al estudio de las prácticas y el consumo alimenticio (Larmet, 2002).

Finalmente, como quinto punto, se debe entender que hay un gran interés por parte del gobierno colombiano en modificar el sector informal que ofrece productos alimentarios.

---

<sup>10</sup> McDonald's Corp., Crepes & Waffles S.A., Grupo Nutresa S.A., Sandwich Qbano S.A., Telepizza Group, etcétera.

Estos cambios se relacionan con regulaciones sobre el uso del espacio público, la salubridad y el servicio de almacenamiento para productos perecederos y comestibles (Euromonitor Internacional, 2018b).

A manera de resumen, se tiene:

- Cambios en los productos y bienes alimentarios que pueden adquirir los hogares colombianos.
- Transformaciones en los lugares de abastecimiento de alimentos, ya sean comerciales o no comerciales, formales o informales, de cadena o independientes.
- Modificaciones en el sector Servicio de Alimentos: comidas por fuera del hogar y sus diferentes tipos.
- Un nuevo marco normativo para la oferta y demanda de bienes y servicios alimentarios.
- Una economía de los hogares que se basa en la subsistencia y, por lo tanto, que destina una gran proporción del gasto al consumo de alimentos.

Todas estas condiciones socioeconómicas de América Latina y Colombia, en relación con el consumo de alimentos, hacen necesario iniciar estudios que permitan comprender el consumo de alimentos, respecto a presupuestos, productos y lugares; sus continuidades y rupturas; y las condiciones socioeconómicas de los hogares que inciden en ellas.

## **1.2. Delimitación temática de esta tesis**

Esta sección busca presentar la delimitación temática de esta tesis. Tal como lo plantea Immanuel Wallerstein (2006), uno de los grandes problemas a trabajar en la comprensión del mundo a través de las Ciencias Sociales está en superar las separaciones científicas artificiales entre las esferas política, económica y social (Wallerstein, 2006, pp. 82-83). Según el autor, estas separaciones se originaron por el afán de especialización de los programas universitarios y disciplinares. Pero una vez se comience a transitar en la unificación de dichas esferas académicas, se podrán construir nuevas formulaciones, teóricas y empíricas, que permitan comprender al mundo, sus complejidades y las múltiples

realidades que en él habitan. En esto consiste *Abrir las Ciencias Sociales*: proponer nuevas formulaciones que hagan posible aprehender la realidad en perspectivas más amplias. Su propuesta es ambiciosa: la convergencia entre Ciencias Sociales y Ciencias Naturales, entre lo general y lo particular, entre el pasado y el presente, y entre otras dicotomías presentes en la Ciencia. Este reto requiere de múltiples esfuerzos: estudiantes, docentes e instituciones que estén dispuestos a replantear los modos en que hoy en día está pensada la Ciencia. Por eso esta tesis no pretende ir tan lejos en la invitación que hace Immanuel Wallerstein (2006) a los científicos sociales. Sólo como un primer paso en este camino, en esta tesis se busca aportar con la intersección entre la Sociología del Consumo y la Sociología Económica. Y, en términos más precisos, entre la Sociología del Consumo de Alimentos y la Sociología del Mercado.

El punto de partida de la intersección temática propuesta es la invitación a problematizar la construcción de la Ciencia como herramienta, amplia y diversa, para comprender los fenómenos sociales. Aunque se hayan levantado barreras analíticas, la realidad en sí misma no tiene barreras. Los humanos transitan por todas las esferas, con sus limitaciones y posibilidades, con sus ventajas y sus desventajas, con sus saberes y desconocimientos. Es decir, los humanos van y vienen en las esferas política, económica y social de acuerdo con la práctica: sus formas de actividades corporales, sus formas de actividad mental, las ‘cosas’ y sus usos, el conocimiento, el saber-hacer y la comprensión, estados emocionales y motivaciones (Reckwitz, 2002, p.249).

Así pues, aceptando la invitación de Wallerstein (2006) y tomando como herramienta la plasticidad teórica de la propuesta de Reckwitz (2002), esta tesis integra aspectos que han estado dispersos en la Sociología del Consumo de Alimentos y la Sociología del Mercado.

Pero ¿en qué consisten estos campos analíticos? Una de las principales preguntas de la Sociología del Consumo es comprender cómo el rol y la pertenencia social influyen en las elecciones y las prácticas de consumo de los individuos (Heilbrunn, 2015; Herpin, 2004). Por tanto, la Sociología del Consumo es un terreno amplio y de múltiples posibilidades analíticas, pues estas pueden estar dirigidas al consumidor (el producto consumido, su gusto, su religión, su pertenencia política, su familia); al objeto, sus símbolos, sus representaciones o rituales; o a las relaciones sociales de consumo e intercambio (Heilbrunn, 2015). De modo que en la

Sociología del Consumo las prácticas de consumo revelan un sistema social, un orden social o las tensiones y los consensos de quienes consumen, en términos de posibilidades o limitaciones materiales, identidades, creencias, saberes, ritos, estrategias, ciclos de vida, necesidades o placeres.

Pero, a pesar de su amplitud, los estudios de la Sociología del Consumo se pueden clasificar en tres grandes ¿grupos? (Herpin, 2004). El primero, el consumo en la vida doméstica: la alimentación, el vestido, la renta (o alquiler), el transporte, la salud o el ocio. Este primer grupo se plantea preguntas del tipo: ¿Cómo se explica el fundamento de los usos, las maneras y los valores del consumo en los hogares? ¿Cómo es el comportamiento presupuestario de los hogares? ¿Qué explica los cambios o las continuidades de los gastos presupuestarios? ¿Cómo estos cambios o continuidades develan el espacio social y los modos de vida? ¿Por qué los hogares consumen lo que consumen? o ¿Cómo el consumo devela la pertenencia a un grupo social? Entre los autores más clásicos de este eje está Ernst Engel (Zimmerman, 1932), Karl Marx (2007[1932]), Maurice Halbwachs (1912, 1933) y Max Weber (1969[1922]).

Dentro de los estudios más clásicos, se encuentra el análisis de los coeficientes presupuestarios destinados al consumo de alimentos, la renta, el vestido o el tiempo libre con relación a la estructura social y los estilos de vida (Halbwachs, 1933; Le Play, 1855; Zimmerman, 1932). Esta investigación se ubica principalmente en esta tradición cuantitativa. Y, posteriormente, el análisis de la relación consumo y el estilo de vida fue examinada por Pierre Bourdieu (1998), quien clasifica la alimentación, el vestido y el consumo cultural como los grandes reveladores de la distinción.

El segundo grupo en la Sociología del Consumo se pregunta por el consumo de masa, justamente el contexto de los múltiples cambios de los modos de producción y la configuración de sociedades industriales: ¿la difusión de productos industriales son un factor de cohesión social en las sociedades industriales? Esta pregunta es muy importante para los sociólogos americanos de los años 1950 y 1970: Talcott Parsons (1951) y Robert K. Merton (1966). Bajo esta pregunta, se supone que el consumo de masa constituye un mecanismo regulador, original y propio de la sociedad industrial, que contribuye a estabilizar el sistema social. Como hipótesis más puntuales, se afirma que el consumo de masa: 1. Refuerza la

integración social<sup>11</sup>; 2. Contribuye a la culturización; y 3. Corrige desfases<sup>12</sup> institucionales (Herpin, 2004, p.44).

El tercer grupo de estudios busca comprender cómo el orden social toma forma y existencia a partir de los usos colectivos de los objetos que dan nacimiento al consumo de masa: ¿Cómo los valores colectivos dan forma a los patrones de consumo? Esta pregunta surge en el contexto de los movimientos sociales respecto al consumo y las decepciones que trajeron consigo los múltiples cambios en los modos de producción, comercialización y apropiación de los bienes y servicios comerciales (Gadrey, 1996; Hirschman, 1983; Inglehart, 1977; 1990, 1997; Scitovsky, 1986).

Así que estas tres líneas de investigación de la Sociología del Consumo muestran que pueden ser muchas las preguntas y diversos los objetos de investigación. Por lo tanto, a partir de lo anterior, es necesario precisar que esta tesis se ubica, principalmente en el análisis de los consumos de la vida doméstica, y de manera puntal en el consumo de alimentos: presupuestos y lugares de abastecimiento alimentario.

Como segundo punto, el análisis del consumo de alimentos puede realizarse desde diversas perspectivas (Régner *et al.*, 2006). Esta tesis se ubica entonces en la Sociología de la Alimentación (Poulain, 2002; Régner *et al.*, 2006). Y, si aún fuera necesaria más precisión, podría decirse que esta tesis parte de la Sociología del Consumo de Alimentos (Holm, 2013). Lotte Holm (2013), en su texto *Sociology of Food Consumption*, presenta un recorrido en torno a la construcción de este campo analítico. En este texto se exponen tres principales líneas. Una primera proveniente de la economía y la psicología social; una segunda que contiene una perspectiva histórica y tiene bases empíricas; y una tercera que corresponde a la diferenciación social en consumo de alimentos.

La primera problematiza los factores que influyen en la aceptación, las preferencias y las elecciones de alimentos. Aquí se analizan el producto (marca, apariencia) y el consumidor (valores, creencias, normas, *background* social y económico). Pero estos trabajos se desplazan al estudio del consumo de alimentos como práctica (Reckwitz, 2002), donde ya no

---

<sup>11</sup> En la medida que el acceso a diferentes mercados y servicios de masa son un instrumento para disimular las desigualdades.

<sup>12</sup> “Disfunciones” o anomalías.

solo las características de los productos y las elecciones son las prioridades, sino que ahora es importante situar al consumo de alimentos como un fenómeno que hace parte de la vida cotidiana. Y en esa concepción, el consumo de alimentos integra: adquisición, preparación, ingesta y desecho de los alimentos. De modo que hay un cambio al analizar el consumo de alimentos no como una elección individual, sino como una situación en la que la comida es comprada, cocinada, servida y comida; en la que se integran múltiples aspectos de la vida cotidiana y, por lo tanto, está condicionada al tiempo, al espacio y al contexto material, social e institucional (Warde, 1997, 2005, 2014).

En perspectiva temporal o histórica, la pregunta que surge es: ¿cuáles son las características que dan forma al consumo de alimentos en el tiempo, en el espacio y en los respectivos contextos sociales e institucionales? En el Capítulo 2, que corresponde a la revisión de la literatura de esta tesis y a la presentación del modelo teórico que guía esta tesis, se presentarán algunos autores que buscaron responder esta pregunta (Fischler, 1979; Halbwachs, 1933; Grignon y Grignon, 1999; Mennell, 1987; Warde, 1997).

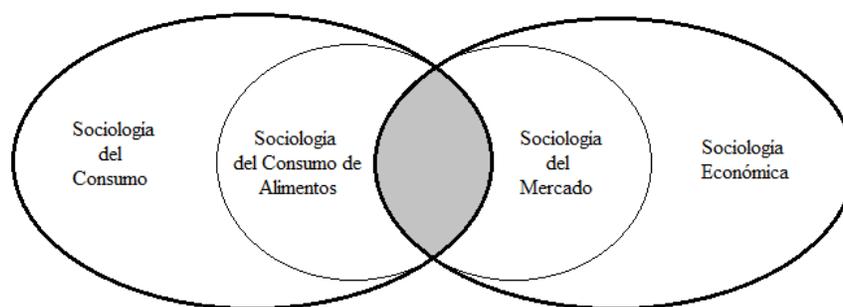
Por otra parte, en lo que corresponde a las diferencias sociales en el consumo de alimentos, se tienen en cuenta variables como: género, edad, etnia, religión y clase social. Es diferente el consumo de alimentos en niños y ancianos, en mujeres y en hombres, en locales y migrantes, en obreros o personal administrativo o judíos o musulmanes. Las diferencias son en productos, cantidades, calidades y frecuencias (Bourdieu, 1998; Darmon y Drewnowski, 2008; Hellman, 2008; Holm, 2013). De modo que el lector no debe perder de vista que la Sociología del Consumo de Alimentos es un espacio analítico amplio en variables, metodologías y enfoques teóricos.

Por otra parte, como tercer punto, dado que esta tesis tiene en cuenta aspectos materiales y no materiales, de nivel micro y macro, dados un tiempo y espacios específicos del consumo de alimentos; entonces aquí se utilizan herramientas de la Sociología del Mercado, que está —al mismo tiempo— contenida en la Sociología Económica y en la Sociología del Consumo (Heilbrunn, 2015).

La Sociología del Mercado se preocupa por las relaciones sociales que se forjan en las relaciones de intercambio (Granovetter, 1985; Le Velly, 2012). Es decir, en perspectiva sociológica, el consumo y las diferentes formas en las que se supe ese consumo

transversaliza, entonces, el análisis de las relaciones sociales de intercambios, ya sean mercantiles o no (Mauss, 1971[1923]). La Sociología del Mercado problematiza y cuestiona que los intercambios sean puramente cálculos interesados y racionales de maximizaciones de beneficios. Sin negar que hay cálculos<sup>13</sup>, lo que se propone la Sociología del Mercado es analizar las relaciones sociales que existen, se construyen o se destruyen en el intercambio; y las condiciones o los contextos socioeconómicos en los que el intercambio toma existencia: ¿quiénes participan de dichos intercambios? ¿cómo lo hacen? ¿dónde lo hacen? ¿cuándo lo hacen? ¿por qué intercambian? ¿qué se intercambia? ¿por qué intercambian lo que intercambian? En esta tesis no se indaga en dichas profundidades sociológicas de las relaciones mercantiles, pero debe ser claro que la intersección entre la Sociología del Consumo de Alimentos y la Sociología de Mercado es un esfuerzo por seguir el hilo de una actividad llena de finos detalles (Fig. .1.).

Fig. 1.1. Contexto temático de la tesis



Fuente: Elaboración propia.

Por otra parte, debe ser claro que en esta tesis el consumo de alimentos se propone como un sistema y un conjunto de actividades que configuran la práctica alimentaria. Por eso, el consumo de alimentos se compone de etapas y procesos y/o subprocesos. En términos muy generales, las etapas y los procesos se dan en: aprovisionamiento, almacenamiento, preparación, ingesta y desechos. Es decir, si una persona decide abastecerse de alimentos: ¿de cuánto dinero o de qué dispone para abastecerse? ¿tiene dinero disponible o lo hace

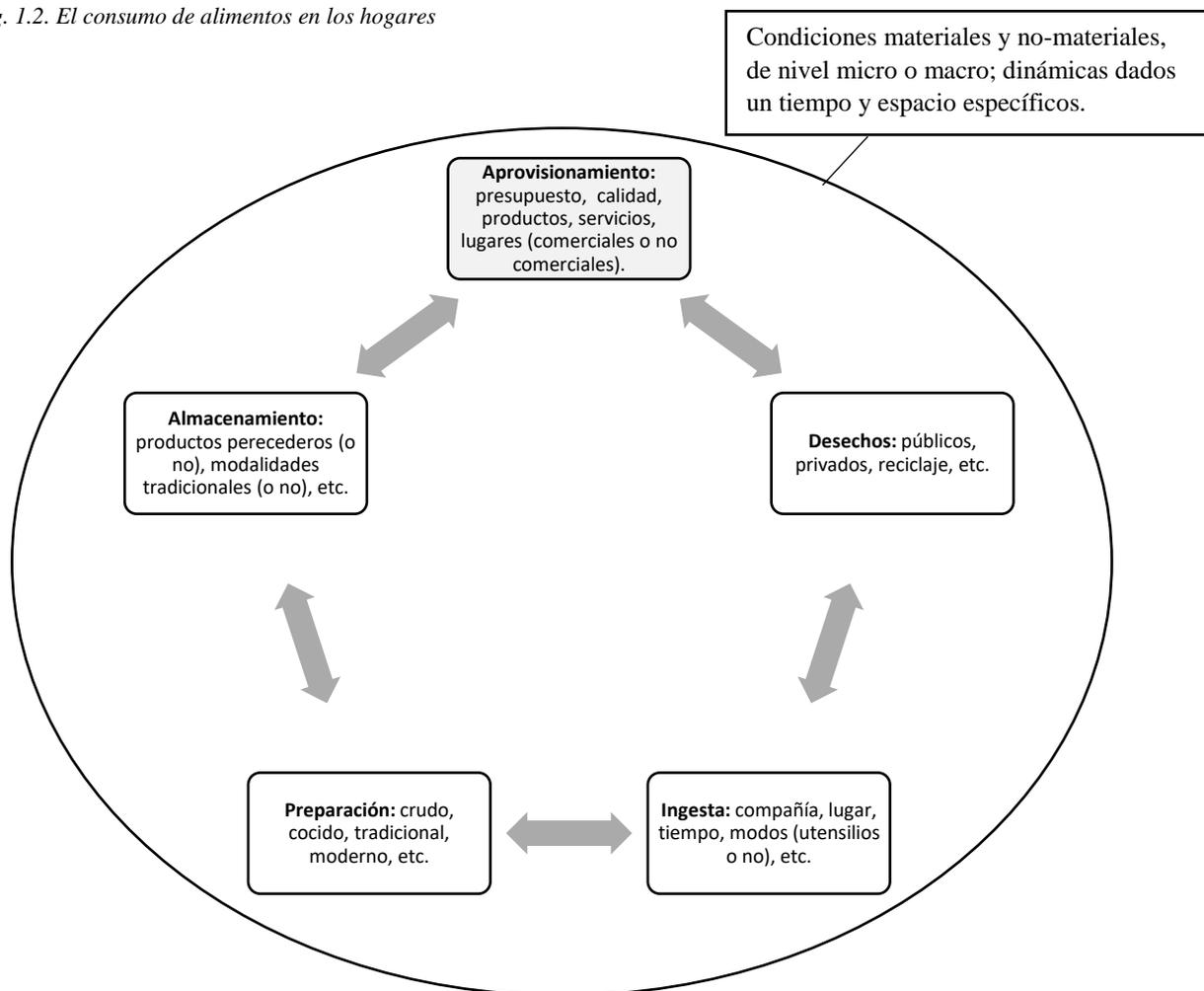
<sup>13</sup> Es decir, hay cálculos, pero pueden ser sociales, culturales, entre otros. En otras palabras, los cálculos son múltiples y van más allá de un movimiento económico.

mediante el crédito o la autoproducción? ¿qué productos adquiere? ¿de dónde los obtiene? Pero después de abastecerse: ¿cómo almacena sus provisiones? ¿utiliza modos tradicionales, como la sal en el pescado? ¿o utiliza métodos más novedosos y tecnológicos, como un refrigerador? (Shove y Southerton, 2000).

Y cuando decide prepararlos: ¿cómo los hace? ¿por qué los hace de esa manera? O cuando los ingiere: ¿dónde lo hace? ¿con quién lo hace? ¿de cuánto tiempo dispone para hacerlo? Y si quiere desecharlos: ¿dónde lo hace? ¿por qué lo hace de esa forma? Lo que aquí se quiere decir, en otras palabras, es que el consumo de alimentos como principal proceso se compone de otros procesos o subprocesos; y las etapas y los procesos o subprocesos están interconectados.

Ahora bien, el consumo de alimentos como sistema y proceso toma existencia bajo determinadas condiciones materiales y no materiales, de niveles micro o macro, que son dinámicas en el tiempo y el espacio específicos (Fig. 1.2.Fig. ). Cada una de estas etapas, procesos y/o subprocesos contiene múltiples elementos, que pueden ser analizados bajo diferentes perspectivas, ya sean científicas (ciencias sociales, ciencias naturales, ciencias económicas, psicológicas), temáticas (religión: dieta judía o musulmana, la conmemoración del Ramadán; política: veganos, vegetarianos; seguridad alimentaria; ciclo de vida: infancia, vejez, embarazo; migratoria: nacional o internacional; sexo: mujer, hombre; etnia: indígena, afro, entre otras) y/o metodológicas (cualitativas o cuantitativas). De modo que, el consumo de alimentos como objeto de investigación es amplio y profundo, a pesar de que el consumo de alimentos en los hogares como actividad de la vida cotidiana ha sido naturalizado. Pero es real que requiere de múltiples elementos para ser ejecutado, ya sean elementos relacionados con los agentes o las estructuras. Por lo anterior, la pregunta más amplia y general que da origen a esta investigación es: ¿cómo las condiciones socioeconómicas se asocian con el consumo de alimentos?

Fig. 1.2. El consumo de alimentos en los hogares



Fuente: Elaboración propia.

Por lo tanto, como cuarto punto, debe ser claro que este trabajo se ubica principalmente en la etapa de aprovisionamiento para el consumo de alimentos: Presupuestos de los hogares, productos y lugares. El aprovisionamiento es diferente en cada lugar donde se ejecuta. Porque éste no depende solo de los hogares, ni tampoco solo de los agentes. Es decir, no depende solo de quienes ejecutan la práctica: los practicantes, y sus posibilidades o limitaciones materiales o no materiales para ejecutarla. El aprovisionamiento depende también de las condiciones materiales y no materiales, de nivel micro y macro, correspondientes a un lugar y un tiempo específicos. Y, además, el aprovisionamiento y las modalidades de ejecución no son estáticos. Estos se modifican conforme cambian las estructuras económicas, políticas, y la vida social en la que se producen (Fischler, 1979; Halbwachs, 1933; Mennell, 1987). En

otras palabras, el aprovisionamiento y las modalidades pueden cambiar por distintas razones. Algunas de esas razones pueden estar asociadas a regulaciones, políticas públicas, tecnologías o, en otros casos, desastres naturales o guerras. Así pues, como tesis en Sociología, en términos teóricos y empíricos, la intersección en la que se encuentra este trabajo concibe los aspectos agenciales y estructurales del consumo de los alimentos. Por lo tanto, la pregunta general que guía esta investigación es: ¿Cómo las condiciones socioeconómicas moldean el consumo de alimentos en Colombia?

Se enfoca principalmente en la etapa del aprovisionamiento porque es el proceso, subproceso o etapa en el que se devela la fragilidad (o no) del consumo de alimentos en los hogares. Sus posibilidades de acceder (o no) a ellos: los productos a los que acceden, las cantidades presupuestarias y las formas o modalidades en que lo hacen. En esta investigación se considera que las diferencias sociales y económicas entre los hogares, que pueden ser percibidas a partir del estudio del consumo de alimentos, se comienzan a delinear desde el momento en que inicia la búsqueda y obtención de un producto vital como los alimentos. Mientras que las otras etapas (almacenamiento, preparación, ingesta, desechos) dependen necesariamente de ese punto de partida.

Es decir que, antes de que un alimento llegue a la etapa de la ingesta, primero se debe asegurar la posibilidad de tener un alimento: buscarlo (modalidades-lugares), conseguirlo (modalidades-lugares y presupuestos) y comprarlo u obtenerlo (modalidades-lugares y presupuesto). Como se planteó al inicio de esta introducción, esta tesis busca ser una aportación teórica y empírica al análisis de la relación entre condiciones socio-económica y consumo de alimentos; que quizá pueda incidir en políticas públicas relacionadas con el tema. Por lo tanto, se considera que es necesario explorar cómo los hogares se aprovisionan de los alimentos, para poder incidir desde sus propias posibilidades. Sería un despropósito sugerir soluciones sin saber qué consumen los hogares, con cuánto cuentan para abastecerse y de qué posibilidades disponen los hogares para aprovisionarse, para poder subsanar las limitaciones en las que se encuentran (si las tienen).

Finalmente, se debe saber que se entiende como condiciones socioeconómicas : “the social and economic factors that influence what positions individuals or groups hold within the structure of a society” (Galobardes et al., 2006a y 2006b). En ese sentido, aplicado a este

trabajo, se entendería la noción “condiciones socioeconómicas” como los factores sociales y económicos en los que se circunscribe el consumo de alimentos en los hogares (Tabla 1.1.).

A manera de resumen:

- Este trabajo se ubica en la intersección entre Sociología del Consumo y la Sociología Económica. Y acotando aún más el campo de análisis, se puede afirmar que se posiciona en la intersección entre la Sociología del Consumo de Alimentos y la Sociología de Mercado.
- Esta investigación se ubica entre las líneas más clásicas del análisis sociológico del consumo: análisis de proporciones de gasto en alimentos de los hogares y sus modalidades de abastecimiento.
- Las condiciones socioeconómicas son los factores sociales y económicos que influyen en la posición que ocupan los individuos o grupos sociales dentro de la estructura de una sociedad y que, para los propósitos de esta investigación, se considera que se relacionan con el consumo de alimentos.

### **1.3. La tesis: Estructura, datos y metodología**

Así pues, en línea con el contexto espacial, temporal y temático presentado en la sección anterior, la pregunta que se busca responder en esta tesis es: ¿cómo las condiciones socioeconómicas se asocian el consumo de alimentos en Colombia? Por lo tanto, el objetivo general es analizar la relación entre condiciones socioeconómicas y consumo de alimentos en Colombia. Para responder dicha pregunta y lograr el objetivo general, primero, en términos teóricos, se busca aportar con un modelo teórico socioeconómico y sistémico que haga explícita la complejidad subyacente en la ejecución del consumo de alimentos. Luego, segundo, en términos empíricos, como se ha señalado, el consumo de alimentos se compone de diferentes etapas y procesos: aprovisionamiento, almacenamiento, preparación, ingesta y desechos. Por lo que, por una parte, los artículos empíricos se enfocan principalmente en la etapa del aprovisionamiento alimentario y sus diferentes variables: presupuestos, lugares y

condiciones socioeconómicas. Ahora bien, en términos metodológicos, los artículos buscan encontrar patrones de lo que implica la práctica alimentaria en los hogares colombianos: ¿en qué gastan? ¿cuánto gastan? ¿a dónde van? ¿cómo ha sido en el tiempo? controlando por las condiciones socioeconómicas de los hogares.

Este trabajo se compone de cuatro capítulos, además de esta sección introductoria. Cada capítulo corresponde a un artículo: Capítulo 2 - Modelo teórico sistémico socioeconómico para el análisis del consumo de alimentos; Capítulo 3 - Análisis del gasto en alimentos por parte de los hogares; Capítulo 4 - Análisis de los lugares de abastecimiento; y Capítulo 5 - Análisis del gasto en consumo de alimentos por fuera del hogar.

El segundo capítulo presenta un modelo sistémico para el estudio del consumo de los alimentos. El origen de este modelo está en la revisión de literatura que se enfoca en el análisis del consumo de alimentos. La revisión de literatura tiene tres líneas: 1. Consumo de Alimentos y posición en el sistema económico y social; 2. Consumo de Alimentos y su aspecto racional y funcional y 3. Consumo de Alimentos y su cambio en el tiempo y en el espacio. A partir de estas líneas se encontraron diferentes variables y/o constructos que ayudan a comprender el comportamiento del consumo de alimentos en los hogares teniéndose como eje las condiciones socioeconómicas. Estas condiciones se conciben desde escalas de nivel micro y macro. Y el modelo también tiene en cuenta la temporalidad y el espacio donde toma existencia el consumo de alimentos. El objetivo del modelo es mostrar de manera sistémica la relación entre las múltiples variables encontradas en la revisión de la literatura que inciden en el consumo de alimentos.

Luego, a partir de dicho modelo, se plantean tres artículos empíricos bajo metodología cuantitativa, que pretenden estudiar y modelar las condiciones socioeconómicas de los hogares respecto a las variables dependientes (presupuesto del hogar destinado al consumo de alimentos, lugares de abastecimiento y consumo de alimentos por fuera del hogar).

El tercer capítulo, sobre presupuesto destinado al consumo de alimentos, tiene como objetivo describir y examinar el coeficiente presupuestario destinado al consumo de alimentos. Las preguntas que subyacen en este capítulo son: ¿cuál es la proporción de gasto destinada a los alimentos? ¿cómo esta proporción refleja niveles de calidad de vida en un país

latinoamericano? ¿cómo los cambios en el coeficiente presupuestario reflejan cambios en la estructura social?

El cuarto capítulo analiza los lugares de abastecimiento de alimentos. La pregunta general de este capítulo es: ¿cómo las condiciones socioeconómicas afectan las chances (*odds*) de escogencia de los lugares de abastecimiento? y ¿qué razones pueden explicar las escogencias de los hogares? Y el quinto se centra en el coeficiente presupuestario destinado al consumo de alimentos por fuera del hogar. En línea con los cambios en las prácticas alimentarias: ¿cómo ha cambiado el consumo de alimentos, especialmente en lo que corresponde al consumo de alimentos del hogar? ¿cómo las condiciones socioeconómicas se relacionan con el consumo de alimentos por fuera del hogar? y ¿cuáles son las posibles explicaciones para comprender los resultados?

Ahora bien, la metodología es cuantitativa. Se utilizan la Encuesta Nacional de Calidad de Vida y la Encuesta de Ingresos y Gastos (Presupuestos familiares). Estas encuestas son realizadas por el Departamento Nacional de Estadística (DANE). Estas encuestas tienen información de las características de los hogares: lugar del hogar (región y sector: urbano o rural), cantidad de personas en el hogar, niveles educativos de los integrantes del hogar, condiciones materiales de los hogares o acceso a subsidios. Y en lo que corresponde al consumo del hogar se tiene información de: presupuestos, productos, lugares, frecuencias, cantidades o precios. A partir de esta información, se construyeron variables dependientes (presupuesto en alimentos, presupuestos por productos y lugares de abastecimiento) y variables independientes (sector del hogar: urbano/rural, presencia de mujeres en el hogar, nivel educativo máximo del hogar, cantidad de personas del hogar, condiciones materiales del hogar o región a la que pertenece). Con esta metodología se pretende encontrar: 1. De manera descriptiva, el comportamiento de las variables dependientes, 2. De manera inferencial, las variables que inciden en la práctica alimentaria, y 3. De manera descriptiva e inferencial, los cambios y/o continuidades que se puedan encontrar en ambas (Tabla 1.1.).

Tabla 1.1. Estructura de la tesis: capítulo, contenido, variables dependientes e independientes

Capítulo	Contenido	Variables dependientes	Variables independientes
I. Introducción	Presentación general de la tesis	NA	NA
II. Modelo teórico	Proponer modelo teórico sistémico para el análisis del consumo de alimentos (integrar variables socioeconómicas).	Consumo de alimentos (aprovisionamiento, almacenamiento, preparación, ingesta, desechos).	Condiciones socioeconómicas de los hogares.
III. Presupuesto	Análisis del balance del gasto en alimentos por parte de los hogares colombianos (presupuesto distintivo).	<b>Proporción:</b> $\frac{\text{Gasto total mensual del hogar en alimentos}}{\text{Gasto total mensual del hogar}}$	Operacionalización de las condiciones socioeconómicas de los hogares.
V. Lugares	Análisis de los lugares de abastecimiento de alimentos que usan los hogares colombianos (lugares distintivos).	<b>Tipologías:</b> 1. Comercial: Novedosas y tradicionales. 2. No-comercial: intercambio, trueque, regalo, autoproducción. 3. Ambas: Comerciales y no comerciales.	<b>Social / Cuerpo humano, habilidades, ciclo de vida</b> - Presencia de mujeres, grupo etario, nivel educativo.
VI. Consumo de alimentos por fuera del hogar	Análisis del presupuesto destinado al consumo de alimentos por fuera del hogar (presupuesto distintivo).	<b>Proporción:</b> $\frac{\text{Gasto total mensual del hogar para consumo fuera del hogar}}{\text{Gasto total mensual del hogar en alimentos}}$	<b>Materiales y económicas</b> - Material del piso de la vivienda del hogar, cantidad de personas, sector (urbano/rural), región.

Fuente: Elaboración propia.

Las variables que operacionalizan el concepto ‘condiciones socioeconómicas’ tienen en común que son los “factores sociales o económicos” que pueden influir en la posición que ocupan los individuos y sus hogares en una estructura social. Y lo que dicha posición les permite acceder en el espacio y tiempo al que pertenecen, en especial, respecto al aprovisionamiento de alimentos.

La variable presencia de mujeres en el hogar, se considera relevante para el análisis porque en la literatura sobre el consumo de alimentos se encuentra que ella sigue siendo la encargada de la producción de los alimentos, el cuidado en la alimentación e incluso de otras actividades de la vida doméstica; en contraste con el hombre, quien no se preocupa por los parámetros nutricionales de los alimentos, e incluso dispone de poco tiempo a las actividades del hogar, al punto que se ha comprobado que un hombre que comparte el hogar con una pareja destina 3 horas y 10 minutos menos en las tareas del hogar, en comparación con un hombre que vive solo porque son las mujeres que dedican tiempo al cuidado, sostenimiento y mantenimiento del hogar (Bianchi *et al.*, 2012; Brousse, 2015; Beagan *et al.*, 2018; Gojard *et al.*, 2017). A partir de lo anterior, las preguntas que se busca responder en la tesis son: ¿cuál es la relación de la variable presencia de una mujer en el hogar con las proporciones de gasto en alimentos en el hogar? ¿La mujer en Colombia tiene una correlación positiva (o negativa) con actividades del hogar, como lo es el consumo de alimentos? ¿ya sea porque su presencia tendría una correlación negativa en el consumo de alimentos por fuera del hogar, o por el contrario que su presencia daría como resultado una correlación positiva el consumo de alimentos en el hogar? La presencia de mujeres en el hogar puede ser medida mediante una variable *dummy* (si/no ó 1/0): presencia de mujer en el hogar (1-si) (0-no) Y se espera que tenga una asociación positiva con el presupuesto alimentario (total y grupos de alimentos para preparar), justamente porque —a pesar de su ingreso al mercado laboral y al sistema educativo— ella sigue estando relacionada con el cuidado del hogar, entre esas actividades, la alimentación.

La variable edad se considera relevante en el estudio del consumo de alimentos porque dependiendo de la etapa (ej. infancia, adolescencia, juventud, adultez o vejez/embarazo/enfermedades) o puntos de inflexión (ej. empleo/desempleo) del consumidor podrían relevarse características especiales de las prácticas alimentarias (productos, presupuestos, lugares, preparaciones o tiempo de consumo). Por ejemplo, en la infancia se pueden tener presentes las normas o prescripciones alimentarias que se le hacen a los bebés y niños (Gojard, 1998; Gojard, 2000). Mientras que, en la edad adulta, generalmente población económicamente activa, existen diferencias entre del consumo por fuera o dentro

del hogar, o las actividades del hogar (no remuneradas) y actividades remuneradas y la relación de dichas situaciones con el consumo de alimentos: ¿se compran alimentos para preparar? ¿alimentos preparados? ¿se consume por fuera del hogar? ¿quién tiene una tendencia mayoritaria a consumir alimentos por fuera del hogar o dentro de él? Son preguntas que surgen de la relación edad-consumo de alimentos (Díaz-Méndez y García-Espejo, 2017). Finalmente, en la vejez, por ejemplo, se halla que en el retiro de la vida laboral se incrementa el tiempo de las actividades del hogar, porque permanecen más en el hogar, por lo tanto, incrementa el tiempo destinado a la producción de alimentos en el hogar y disminuye el gasto en consumo de alimentos por fuera del hogar (Brzozowski y Lu, 2010). De modo que las preguntas que se buscan responder con esta variable son: ¿cómo afecta el curso de la vida en el consumo de alimentos en Colombia? ¿En Colombia ocurre que las personas mayores tienen una correlación negativa con el gasto de consumo de alimentos por fuera del hogar? La edad como constructo del ciclo de vida en metodología cuantitativa puede ser medida por variables categóricas o la edad y su forma cuadrática. Por facilidad interpretativa, en esta tesis se usó una variable categórica.

La variable nivel educativo del hogar tiene por objetivo capturar la relación de los conocimientos (Galobardes *et al.*, 2006a) con el consumo de alimentos. La variable ‘conocimiento’, en el estudio del consumo de alimentos, puede estar direccionada hacia conocimiento de nutrientes (Darmon y Drewnoski, 2008), preparaciones (Gojard y Véron, 2018), consumo amigable con el medio ambiente (Plessz *et al.*, 2014), administración de presupuestos (Larmet, 2002), identificación de lugares de abastecimiento (precios, ofertas, productos) (Gojard y Véron, 2018). En esta variable se plantean preguntas tales como: ¿qué tipo de productos/alimentos se consumen? ¿saludables o no? ¿amigables con el medio ambiente o no? ¿qué lugares se frecuentan para el abastecimiento? ¿qué motiva dichos usos? Para el caso colombiano, por ejemplo, se buscará saber ¿cuál es la relación del nivel educativo con los productos, los presupuestos y los lugares de abastecimiento? ¿se comporta de acuerdo con la literatura? ¿Qué diferencias (o similitudes) hay con la literatura, si sabemos que mayoritariamente esta literatura ha sido producida bajo otros contextos y tradiciones culinarias?

Las características materiales del hogar, o si se prefiere, las características materiales de la vivienda del hogar, mide aspectos de las circunstancias socioeconómicas del hogar. Puede ser medida por propiedad de la vivienda, acceso a calefacción, o materiales de construcción de la vivienda. En esta tesis, esta aproximación material será medida mediante el material del piso de la vivienda del hogar. Según Galobardes *et al.* (2006a), la vivienda es generalmente el componente clave de la mayoría riqueza de las personas y representa una gran proporción de las salidas de ingresos (Galobardes *et al.*, 2006a, p. 9). Por dicha razón, sólo después de suplir una necesidad básica y vital como la alimentación, se podría esperar que las personas gastaran parte de sus ingresos en las condiciones materiales de la vivienda (Maslow, 1943). En otras palabras, aquí se entiende que incluso si los ingresos varían en el tiempo (por transferencias del Estado, donaciones o por lo que sea), al final los hogares hacen con los ingresos lo que estos les permiten en diferentes gastos (alimentación, educación, ocio o vivienda), pero sólo después de suplir una necesidad vital (Maslow, 1943; Zimmerman, 1932), tendrían la posibilidad de pensar y suplir otras necesidades como el piso de la vivienda, u otras necesidades o bienes de consumo (Maslow, 1943; Zimmerman, 1932). Así pues, con la variable proporción de gasto en alimentos en Colombia se quiere responder: ¿el material del piso puede ser revelador de las formas en que las personas gastan en alimentos? ¿acaso una persona con un tipo de material de piso de la vivienda como tierra no estaría más relacionada con proporciones altas en gasto de consumo de alimentos, si se tiene en cuenta que solo después de suplir una necesidad básica y vital se puede pensar en suplir otras necesidades? En ese sentido, se esperaría que la proporción del presupuesto destinado en alimentos disminuyera cuando se tienen las posibilidades para destinar el presupuesto (los ingresos del hogar, sin importar cómo estos sean obtenidos y en sus cantidades) en otras necesidades o bienes de consumo (Bigot y Langlois, 2011), porque la idea final que subyace es que con los ingresos disponibles las personas hacen lo que pueden en las diferentes dimensiones de la vida cotidiana (Maslow, 1943; Zimmerman, 1932). O, en un sentido más amplio, es la caracterización de las prácticas alimentarias de hogares con determinadas condiciones materiales del hogar (Cardon y Gojard, 2011).

La variable sector Urbano/Rural busca hallar la relación entre la ubicación del hogar y la práctica alimentaria. Se sabe que la ubicación del hogar puede influir en los hábitos de consumo alimentario de múltiples maneras (Bayet *et al.*, 1991). Por ejemplo, en las zonas

rurales se destinarían gastos de sostenimiento del terreno (Bayet *et al.*, 1991), pero también los alimentos y/ servicios que se puedan encontrar en las zonas rurales o urbanas son distintos, aunque a medida que pasa el tiempo la masificación/popularización de determinados productos puede hacer que las diferencias entre los consumos urbanos o rurales disminuyan (Le Play, 1855). Pero más aún, en términos de lugares o disposiciones materiales para el consumo de alimentos, se debe decir que la cadena de abastecimiento, las posibilidades de autoproducción, como las prácticas de obtención de alimentos difieren entre las zonas urbanas y rurales (Harvey *et al.*, 2004). Por supuesto, entonces, en las zonas urbanas, la disponibilidad de una amplia diversidad de productos alimentarios, de servicios de consumo por fuera del hogar y la disposición de diferentes tipos de modalidades comerciales son mecanismos explicativos importantes para comprender las diferencias entre las zonas rurales y urbanas en el tiempo.

La variable cantidad de personas en el hogar tiene por objetivo controlar el tamaño del hogar o el número de miembros del hogar, pues es esperable que a mayor cantidad de personas en el hogar, la proporción del gasto en alimentos sea mayor, especialmente en el contexto colombiano (Burney y Khan, 1992; Davis *et al.*, 1983, Deaton y Paxson, 1998; Gibson y Kim, 2007; McCracken y Brandt, 1987, US Department of Agriculture, 1955). La variable región es una variable de control.

#### **1.4. Hipótesis**

A partir de la breve revisión de la literatura se identificó que hay diferentes variables que se asocian al consumo de alimentos. Es decir, en palabras muy amplias, el ‘consumo de alimentos’ es una práctica que conjuga materialidades corporales y del mundo, ideas, representaciones, discursos, motivaciones y acciones. Dentro de las materialidades corporales, se puede afirmar que el consumo de alimentos se asocia a un componente biológico y fisiológico de satisfacción de necesidades corporales (Aymard *et al.*, 1993); y también tiene componentes socioeconómicos, materiales y no materiales, de niveles micro y macro, disponibles en tiempos y espacios específicos.

Así pues, el consumo de alimentos depende, entonces, en términos macro y materiales, por ejemplo, de los recursos propios de un espacio en un tiempo determinado; como de sus tecnologías, de sus políticas públicas respecto a la salud, entre otros elementos de nivel macro (Counihan y van Esterik, 2008; Darmon y Drewnowski, 2008; Fischler, 1979; Flandrin y Montanari, 2011; Grignon y Grignon, 1999; Halbwachs, 1933; Harris, 2009; Murcott, 1998; Poulain, 2002; Régnier *et al.*, 2006; Warde, 1997).

En términos micro y materiales del consumo de alimentos se puede decir, también, que aspectos como el salario o la renta, el dinero disponible para el consumo, la disposición de los lugares de abastecimiento de alimentos, los precios, la publicidad y la información<sup>14</sup> disponible por parte de los consumidores, los modos de acceso y otras condiciones del mercado de alimentos posibilitan o limitan su consumo (Alkon *et al.*, 2013; Holm *et al.*, 2015; Koch y Sprague, 2014; Marx, 2007[1932]; Muñoz, 2000; Prättälä *et al.*, 1992; van Lenthe *et al.*, 2016; Young *et al.*, 1998).

Entre los aspectos no materiales de nivel macro y micro del consumo de alimentos están los aspectos culturales y religiosos, la tradición, los valores, la configuración del hogar, las calificaciones que se le dan a los alimentos y a la práctica en sí misma. El ciclo de vida: eventos, etapas, transiciones o punto de inflexión; el lugar de origen (urbano, rural, nacional, internacional), los niveles educativos y saberes condicionan los modos en los que se da el consumo de alimentos (Grignon y Grignon, 1981; Johnston, 2011; Wills *et al.*, 2011; Wingens y Reiter, 2012).

La estratificación en niveles Alto/Medio/Bajo del consumo en los alimentos, responde a las diferentes condiciones materiales y no-materiales de los agentes en la realidad social, que en palabras tradicionales de la literatura ha sido llamado como clase o *status*, (Bourdieu, 1998; Grignon y Grignon, 1981; Marx, 2007[1932]; Muñoz, 2000; Weber, 1969[1922]). Los alimentos, su calidad y su presentación, los lugares de obtención, entre otras características que dialogan con los estilos de vida y modos de existencia de los agentes, en sus respectivas estructuras.

---

<sup>14</sup> Se considera de nivel micro por la asimetría *intrínseca* y subyacente en la circulación de información.

La estratificación hace manifiesta una jerarquía social. Cada elemento micro o macro, social o económico, dialoga entre sí, tanto en términos productivos (alta, media o baja gama), como en términos de consumo, que han sido nominados de la siguiente manera: ‘popular’ o ‘dominante’, ‘urbano’ o ‘rural’, ‘popular’ o ‘burgués’, ‘obrero’ o ‘campesino’, ‘saludable’ o ‘no saludable’, ‘alto’, ‘medio’ o ‘bajo’ (Grignon y Grignon, 1980, 1981; Régnier *et al.*, 2006). En otras palabras, las unidades productivas o empresas, desde las gamas (alta, media o baja) que pretenden suplir, crean productos alimentarios correspondientes a la gama de población objetivo que buscan llegar y —al mismo tiempo—, en sus lugares productivos crean posiciones laborales con sus respectivos niveles de ingresos, compensaciones y/o beneficios. Quienes acceden a los productos y servicios alimentarios desde sus propias posibilidades. Lo que se convierte en un sistema de producción, consumo, ingresos y/o gastos. Así pues, se puede decir que existe una relación de correspondencia entre las unidades productivas, la ubicación de sus bienes y servicios en el mercado de oferentes, y los demandantes o consumidores de dichos bienes y servicios alimentarios (Bernoux, 2009; Le Velly, 2012).

De esta manera, los bienes y servicios alimentarios producidos responden a determinados niveles de consumo de alimentos, que en muchas ocasiones son correspondientes a la gama laboral o la clase a la que se pertenece o, incluso, puede ocurrir que el consumidor trata de llegar a una gama superior a la que pertenece o intenta crear un nuevo nicho de consumo para su clase, en el afán de distinguirse o separarse de las clases o grupos socioeconómicos inferiores que anhelan llegar a sus modos de consumo (Bourdieu, 1998; Le Velly, 2012; Ritzer, 2001; Veblen, 2000[1899]).

Todos los diferentes elementos presentados aquí son dinámicos en el tiempo y en el espacio. Los recursos no son infinitos, las tecnologías cambian, así como las formas de sentir, pensar y vivir en el mundo. Las competencias por las distinciones y la construcción de nuevos nichos y mercados se traducen en transformaciones en las prácticas alimentarias y, derivado de esto, en cambios en el consumo de alimentos (Fischler, 1979; Halbwachs, 1933; Holm, 2013; Holm y Kjaernes, 2006; Holm *et al.*, 2015; Mennell, 1987; Poulain, 2002; Veblen, 2000[1899]; Warde, 1997).

De modo que, teniendo presente este panorama de lo que implica pensar el consumo de alimentos, se proponen las siguientes hipótesis a comprobar en esta tesis. Las preguntas que

dan origen a las hipótesis son: ¿acaso toda esta literatura, que ha sido producida principalmente en Europa y otros países industrializados, como Estados Unidos y Canadá, aplica para otros países donde las condiciones de acceso a los alimentos y las tradiciones culinarias son diferentes, como en América Latina, África o Asia? O, en otro caso, ¿qué aplica o qué no? y ¿es necesario comenzar a problematizar los orígenes de estos marcos interpretativos, al menos en lo que corresponde al consumo de alimentos? Recuérdese que esta tesis se enfoca en: presupuesto, lugares y productos alimentarios; por eso, las preguntas y las hipótesis que se presentan en las siguientes subsecciones están dirigidas especialmente a las variables empíricas que esta tesis se propone analizar.

#### *1.4.1. Presupuesto en alimentos*

A partir de las encuestas de ingresos y gastos —que han sido realizadas desde siglo XVIII en Inglaterra, Francia o Alemania; y de manera posterior en otros países europeos y en Estados Unidos—se han desarrollado variados estudios que analizan la distribución del presupuesto de los hogares, desde perspectivas y finalidades diferentes: económicas, demográficas, sociológicas, comparadas, entre otras (Desrosières, 2003). En Sociología, los modos en que los hogares distribuyen su presupuesto<sup>15</sup> son una de las fuentes más clásicas para el análisis del orden y las diferencias sociales (Chai y Moneta, 2013; Halbwachs, 1912, 1933; Herpin, 2004; Le Play, 1855; Lhuissier, 2017; Marx, 2007[1932]; Zimmerman, 1932). Y el presupuesto destinado al consumo de alimentos, como necesidad básica y vital, constituye un signo importante de distinción social (Bourdieu, 1998; Grignon y Grignon, 1980, 1981) y de las desigualdades sociales (Andrieu *et al.*, 2006; Bigot y Langlois, 2011; de Saint Pol, 2017), aunque no haya ocupado un lugar central ni en las Ciencias Sociales, ni en la Sociología (Lhuissier, 2017).

Por lo tanto, ¿qué puede revelar el análisis del patrón de la proporción del gasto en alimentos en América Latina u otras regiones como África y Asia? ¿quiénes destinan cuánto? y ¿por qué eso es así? O, específicamente, sobre el presupuesto destinado al consumo de alimentos:

---

<sup>15</sup> Alimentación, vestido, renta, salud, educación, ocio, entre otros.

¿acaso el estudio de la proporción del gasto en alimentos está superado en lugares de altos niveles de pobreza y desigualdad? (Caillavet *et al.*, 2005-2006)

La hipótesis de la proporción del gasto en alimentos busca analizar el contexto en el que toma lugar el consumo de alimentos: ¿es acaso la proporción del gasto en alimentos una revelación de la pobreza y la desigualdad? o ¿es una herramienta de medición de la calidad y los modos de vida? (Andrieu *et al.*, 2006). Es decir, ¿qué puede revelar el patrón de la proporción del gasto en alimentos en Colombia? ¿qué puede revelar sobre los modos de vida? ¿y sobre la calidad de vida? ¿qué puede revelar sobre los consumos de lujo o necesidad?

Por el momento, en línea con los datos de la OMS (2017), América Latina es una región con altos niveles de pobreza y desigualdad; por eso es esperable que en Colombia una gran parte de los gastos se destine al consumo de alimentos. Y también en esta tesis se espera demostrar que: 1. a menores niveles de ingresos, condiciones materiales o menores niveles educativos existen mayores proporciones de gastos en el consumo de alimentos. Y dado que las personas con mayores niveles de ingresos y educativos se encuentran en las zonas urbanas, entonces 2. es mucho más esperable que en las zonas urbanas las personas destinen menos proporción del gasto a alimentos. Pero más aún, por regiones, 3. la capital de Colombia, Bogotá D.C., se espera que sea la zona urbana y regional donde los hogares destinan menos proporción del gasto a alimentos, porque en esta zona se concentra la mayor cantidad de personas con más altos niveles educativos y de ingresos, por lo que puede haber una correlación positiva a que los hogares de la capital del país destinen más proporción de gasto a otros consumos. También se espera que 4. la presencia de mujeres en el hogar afecte positivamente el gasto en alimentos, porque ella se asocia al cuidado del hogar y, en consecuencia, a la ejecución de esta actividad, como se explicó en el apartado anterior. Y, otra vez, se esperaría que la edad tuviera una relación positiva con consumo de alimentos para preparar, en contraste con el consumo de alimento por fuera del hogar, dada las condiciones del retiro, la pensión, la vejez o el paso a la población económicamente inactiva, por ende, la permanencia de un tiempo mayor en el hogar.

#### *1.4.2. Lugares de abastecimiento de alimentos*

Es muy poca la literatura de la Sociología del Mercado y/o de la Sociología de la Alimentación que se ha dedicado a analizar los lugares de abastecimiento de alimentos. Sin embargo, a partir de la literatura existente (Koch y Sprague, 2014; Larmet, 2002) y bajo la perspectiva de la Sociología del Mercado se puede afirmar que hay diferentes sistemas y modelos de intercambio que develan las relaciones sociales y la jerarquía que subyace en ellas. Los diferentes sistemas y modelos pueden ser formales o no formales, comerciales o no comerciales, y bajo diferentes modalidades o reglas de intercambio (papel-moneda, trueque, especies, ofertas, entre otras). Estos sistemas de intercambio son posibles dadas las condiciones materiales en las que el intercambio toma lugar (estructuras de mercados, posibilidades de acceso a dichos lugares, infraestructuras, regulaciones). Y, a su vez, las razones por las que los agentes utilizan determinados sistemas de intercambio son diversas (edad, género, etnia, tradición, pertenencia a una zona rural o urbana) (Le Velly, 2012). Dado lo anterior, entre los intercambios, el mercado y quienes ejercen la práctica se conectan toda una serie de dispositivos materiales y no materiales que la permiten (Dubuisson-Quellier, 2006).

Por ejemplo, de acuerdo con la Encuesta Anual de Comercio realizada por el Departamento Nacional de Estadística de Colombia, desde 1997 hasta el presente hubo un incremento promedio de los lugares comerciales de abastecimiento de alimentos y de la comercialización de bienes y servicios de alimentos en Colombia. Por lo tanto, se esperaría que exista un incremento de los usos de las modalidades comerciales por parte de los hogares colombianos.

Adicional, se espera entonces que este uso fuera principalmente en las zonas urbanas, si se tiene presente que en Colombia en las zonas rurales permanece la producción para el autoconsumo. Y dado que en las zonas rurales existen menores niveles educativos, que son las zonas donde se supone hay menos consumos comerciales, en contraposición a mayores niveles educativos se utilizaran más consumos comerciales. En esa misma línea, se plantea como hipótesis que mayores niveles de condiciones materiales incrementen las posibilidades de utilizar modalidades comerciales porque en las zonas urbanas de Colombia, donde están

ubicados los hogares con altos niveles de condiciones materiales, tendrían más opciones de usos comerciales.

Por otra parte, de acuerdo con CEPAL (2019), en América Latina y el Caribe las mujeres trabajan principalmente en el sector informal, tienen menor participación en el empleo asalariado y mayores dificultades para desarrollar emprendimientos productivos. Además, en la región latinoamericana, CEPAL (2019) afirma que el 26,9% de las mujeres entre 20 y 59 años se encuentran en la pobreza y el 11,4% en la pobreza extrema, y además la tasa de pobreza extrema incrementó en las mujeres desde 2014 hasta el 2018 de manera continua. Pero más aún, de acuerdo con CEPAL (2019), entre los hombres y mujeres asalariados de 25 a 59 años que trabajan 20 o más horas a la semana, independientemente de las características socioeconómicas de ambos, las mujeres tienen una remuneración inferior. Pero incluso reportan que más del 60% de las mujeres latinoamericanas, entre 15 y 34 años no cuentan con ingresos propios. Así pues, por la imposibilidad de generar sus propios ingresos es esperable que la variable presencia de al menos una mujer en el hogar tendría una mayor relación con modalidades no comerciales o de autoproducción.

Mientras que, por el ciclo de vida, por las dificultades físicas para trabajar la tierra y por los esfuerzos que el trabajo no comercial implica, como la autoproducción alimentaria, se espera que a mayor edad exista una relación negativa entre la variable edad y el uso de las modalidades no comerciales. Si se tiene en cuenta que en el contexto colombiano se habla principalmente de trabajo de la tierra para las modalidades no comerciales. Sin embargo, si se tiene en cuenta que hay otras modalidades no comerciales que implican otros mecanismos de intercambio no comercial, en línea con la literatura presentada anteriormente, se supone que, a mayor edad, hay más chances de utilizar tanto modalidades comerciales como no comerciales. Esto es: se debe tener presente que en este trabajo no se desconocen otras actividades no comerciales que vayan más allá del trabajo de la tierra.

A partir de lo anterior, la hipótesis que aquí se quiere plantear es que el acceso a determinados lugares de abastecimiento de alimentos es estratificado y corresponde a las características específicas del sector y modalidades de intercambio (mercado) en el que se desarrolla la práctica alimentaria. Es decir, además de que se supone un orden social que puede ser develado por medio del intercambio; también se asume que las tipologías de intercambio

toman otras características, en comparación con los sistemas de intercambio de Europa, Estados Unidos u otros países industrializados donde se ha desarrollado la literatura.

Por lo que en esta tesis se busca aportar a la literatura sociológica a partir del estudio de los lugares de abastecimiento de alimentos y la diferenciación existente entre ellos, desde América Latina y sus respectivas tradiciones y condiciones materiales, analizando el caso colombiano.

*Empíricas: Caso colombiano*

En Colombia se pueden identificar diferentes modalidades de intercambio y/o lugares de abastecimiento. Las modalidades y los lugares de intercambio en Colombia pueden ser comerciales o no comerciales; algunas son tradicionales, pero otras más modernas; algunas locales y otras extranjeras; algunas más rurales y otras más urbanas; algunas especializadas pero otras masivas; entre otras formas y/o características que permiten construir una tipología para el análisis de los lugares de abastecimiento (

Tabla ).

*Tabla 1.2. Lugares de abastecimiento*

<b>Comerciales</b>	<b>No comerciales</b>
Almacenes de cadena o hipermercados (Makro, Ley, Exito, Carrefour, etc.)	Finca, huerta, mar, río
Supermercados o tiendas de barrio (no de cadena)	Pago en especie
Cajas de compensación (Colsubsidio, Cafam, Comfamiliar)	Regalo
Comisariatos o cooperativas	Intercambio o trueque
Plaza de mercado o galería (Tradicional)	
Graneros o depósitos (Tradicional)	
Mercados móviles (Tradicional)	

Fuente: Departamento Nacional de Estadística (DANE).

Estos lugares y modalidades hacen presencia en diferentes sectores del país y son utilizados por diferentes tipos de consumidores dadas sus condiciones socioeconómicas (sexo, edad, nivel educativo o condiciones materiales). Ahora bien, aunque en la literatura no se han definido hipótesis empíricas sobre esta variable, aquí se proponen algunas:

- Modalidades comerciales: Grandes y pequeñas superficies: Se espera que las chances (*odds*) del uso de esta modalidad se den principalmente en los hogares de las zonas urbanas, con altos niveles de condiciones materiales y niveles educativos, y que haya una relación positiva de los hogares compuestos principalmente por hombres. Esta caracterización se propone porque se intuye que los hogares con estas características son los que pueden acceder a este tipo de intercambios.
- Modalidades comerciales: Tradicionales: Contrario a lo anterior, las formas comerciales más tradicionales (Plazas de mercado o galerías, Graneros o depósitos y Mercados móviles) se considera que tendrán más chances (*odds*) en las zonas rurales, en hogares con más bajos niveles de condiciones materiales y educativos, y con un efecto positivo de las mujeres en la escogencia de este tipo de abastecimiento.
- Modalidades no comerciales: Las modalidades no comerciales se considera que tendrán chances (*odds*) mayores en las zonas rurales, en hogares con más bajos niveles de ingresos y educativos, y con una relación positiva de las mujeres en la escogencia de este tipo de abastecimiento.

#### *1.4.3. El cambio en el consumo de alimentos*

Algunas preguntas sociológicas importantes son ¿cómo analizar el cambio? y ¿qué cambia o qué permanece? En la literatura que se dedica a analizar el cambio en el consumo de alimentos se plantean dos visiones sobre esto. Por una parte, que las prácticas alimentarias no presentan fuertes cambios en el tiempo por los efectos de la tradición, la clase y las normas sociales en el consumo de alimentos. Mientras que, en completa oposición, otra literatura afirma que con la llegada de la modernidad (la tecnología, los nuevos productos, los nuevos

servicios, las nuevas formas de uso del tiempo) las prácticas alimentarias presentan fuertes cambios (Fischler, 1979; Grignon y Grignon, 1999; Mennell, 1987; Poulain, 2002; Warde, 1997). A esto se le llamó ‘diversificación’ alimentaria: nuevos modos de comer (salir a comer, comer solo, comer en el trabajo, en la oficina, comer en el medio de transporte); nuevos productos (alimentos procesados, alimentos importados); nuevos servicios alimentarios (restaurantes de diferentes lugares del mundo, *delivery*) y nuevos lugares de abastecimiento (mercados, ferias, hipermercados, supermercados).

A partir de lo anterior, lo que se quiere proponer aquí —a diferencia de estas dos posturas— es que se deben tener en cuenta la temporalidad, los eventos y los contextos que afectan las prácticas alimentarias, para poder definir el cambio (las rupturas o continuidades) en las prácticas alimentarias (Sztompka, 1993). Es decir, es necesario analizar el cambio en las prácticas alimentarias en el corto, mediano o largo plazo. Por ejemplo, un evento (una guerra, un desastre natural, una regulación gubernamental) puede tener un efecto a corto, otro a mediano y otro a largo plazo, o incluso puede no tener ningún efecto. Y los efectos pueden ser en la distinción (a lo que accede la clase dominante o popular), o en la diversificación, o en ambas, o en ninguna de estas dos, sino en otros aspectos. Lo que se debate en esta tesis es la afirmación ‘las prácticas tienden a la diversificación’, como se plantea en una de las posturas (Fischler, 1979; Grignon y Grignon, 1999; Mennell, 1987;). Y se cuestiona la estabilidad y el poco cambio de las prácticas alimentarias, como lo plantea otra literatura (Poulain, 2002, Warde, 1997). Lo que se busca afirmar aquí es que el cambio depende de la temporalidad en la que se observe el fenómeno.

Por ejemplo, en el momento en que abre un McDonald’s, un Starbucks o un KFC en algún país de América Latina, en el corto o mediano plazo se pueden evidenciar fuertes cambios en la práctica alimentaria: la gente está dispuesta a conocer ‘lo novedoso’. Y, en esos primeros momentos, se puede hablar de ‘diversificación’. Pero en el largo plazo, cuando cesa la apertura de lugares, cuando la capacidad instalada está al límite (el sector alimentario no presenta fuertes variaciones) o cuando las personas han hecho de un consumo que fue novedoso algo habitual, es probable que la práctica alimentaria tienda a la estabilidad. Por eso, las temporalidades en las que se produzca el ejercicio analítico son muy enriquecedoras para la comprensión del cambio en la práctica alimentaria.

Es preciso resaltar que de acuerdo con Euromonitor (2018a), como se señaló al inicio de esta introducción, los servicios de alimentos (consumo por fuera del hogar) en Colombia han incrementado en unidades vendidas, transacciones y valores de ventas, tanto en cadenas de comidas como en servicios de alimentos independientes, sean estos cafés, bares, restaurantes, comidas rápidas, pizzerías o similares. Por lo tanto, en esa línea, se espera un aumento en las proporciones del gasto de consumo de alimentos por fuera del hogar en el periodo analizado, y especialmente en las zonas urbanas, porque es donde más se encuentran este tipo de consumos (Euromonitor, 2018a). También, de acuerdo con la literatura de las variables presentadas, se supone entonces que el consumo de alimentos por fuera del hogar sea diferenciado por las características socioeconómicas de los hogares de la siguiente manera: ante una presencia de mujer en el hogar, disminuya la correlación dado que las mujeres estarían asociadas más al tipo de productos para preparar, por su rol de cuidadoras del hogar, de trabajos domésticos no remunerados y mayor disposición de tiempo para actividades del hogar. También se espera una relación negativa de la edad, porque la población retirada consumiría más en el hogar. Y a altos niveles educativos o de condiciones materiales se plantea como hipótesis una relación positiva con el consumo de alimentos por fuera del hogar, porque cuentan con los recursos para acceder a este tipo de consumo, asociados más al ocio y al placer, y a la disposición de tener nuevas experiencias.

#### *Empíricas: Caso colombiano*

Dado lo anterior, la hipótesis del cambio que en esta tesis se quiere comprobar es que las reformas colombianas, en lo que concierne a los bienes y servicios alimentarios (importaciones, exportaciones, regulación por salubridad, tecnificación del campo), tuvieron efectos en los patrones de consumo de alimentos (presupuestos, productos y lugares) en los hogares colombianos.

A manera de resumen, las hipótesis son:

- En Colombia, las condiciones socioeconómicas de los hogares condicionan su consumo de alimentos.

- En Colombia, las condiciones socioeconómicas modelan el presupuesto total del hogar destinado al consumo de alimentos.
  - Consumo alimentario: De necesidad, porque es un país pobre con altos niveles de desigualdad. Por lo tanto, la proporción total del gasto en alimentos en los hogares disminuye a más altas condiciones de vida (categoría de referencia: material tierra del piso de la vivienda), porque se destinan gastos a otros tipos de consumos a los que pueden acceder.
  - Desigualdad alimentaria: Desigualdad y diferenciación social, porque se plantea como hipótesis que las características socioeconómicas de los hogares tienen diferentes correlaciones con las variables dependientes. Por lo tanto, se buscará probar si a mayor edad hay una correlación positiva con la proporción del gasto en alimentos para preparar porque son quienes estarían más tiempo en casa, dado que son retirados y destinarían más tiempo a la producción de alimentos en el hogar. Y respecto a la presencia de mujeres en el hogar una correlación positiva porque son quienes tradicionalmente están asociadas al cuidado del hogar, entre diferentes actividades, la de la alimentación
  - Diversificación alimentaria: Cambios en el consumo, porque de acuerdo con Euromonitor (2018a), la Encuesta Anual de Comercio y el Departamento Nacional de Estadística, son cada vez más los productos alimentarios importados y cada vez son más y diferentes los bienes y servicios alimentarios en el periodo de análisis.
  - Sobre los grupos de alimentos a estudiar, no se proponen direcciones de las correlaciones (positivas o negativas) porque en el proceso de investigación se busca saber cómo se comportan las correlaciones.
- En Colombia, las condiciones socioeconómicas afectan las modalidades de abastecimiento de alimentos de los hogares colombianos.
  - Comercial: Novedosos – Grandes superficies, supermercados, mercados y lugares especializados más chances en zonas urbanas, porque son las zonas donde más se encontrarían este tipo de servicios, con mayores condiciones de vida porque son quienes podrían acceder por recursos a

estos bienes y servicios, con mayores niveles educativos porque son quienes posiblemente buscarían productos especializados o de mayores calidades, en hogares compuestos de hombres porque son quienes más cuentan con ingresos propios para hacer transacciones monetarias y comerciales, con una relación positiva de la edad adulta (población económicamente activa), porque son quienes más dinamismo de consumo tienen.

- No comercial: Autoproducción, regalos, intercambios o trueques – Con más chances en zonas rurales, en hogares con menores condiciones materiales, menores niveles educativos, con una relación positiva de la presencia de las mujeres en el hogar, con una relación negativa de la edad.
- En Colombia, las condiciones socioeconómicas condicionan el consumo de alimentos por fuera del hogar.
  - Diversificación alimentaria: porque el incremento de la oferta de diferentes bienes y servicios alimentarios estimularía el aumento de consumo de nuevos bienes y servicios alimentarios de los hogares.
  - Manifestación de consumo de lujo, por lo tanto, se espera una correlación positiva con altos niveles educativos y de calidad de vida; en las zonas urbanas, porque es donde se encuentra principalmente el mercado del sector servicio de alimentos, en los hogares masculinos porque no destinarían tiempo a actividades de consumo alimentario en el hogar y porque son quienes cuentan con ingresos propios para acceder a servicios alimentarios.

## **1.5. Contribuciones**

Finalmente, como se trató de explicar y mostrar en esta introducción, la tesis busca ser una contribución teórica y empírica al estudio del consumo de alimentos. En términos teóricos, porque apuesta a integrar aspectos —que hasta hoy estuvieron dispersos— de la literatura que se enfoca en el análisis de la relación entre consumo de alimentos y condiciones

socioeconómicas. En términos empíricos, porque ninguna de las variables analizadas en esta tesis (presupuestos, productos y lugares) fue examinada desde esta perspectiva teórica, ni desde esta metodología, ni en esta temporalidad, ni en Colombia, ni en América Latina. Así pues, cada capítulo de esta tesis doctoral es un aporte. Pero, sin ninguna duda, este trabajo es sólo un primer paso en un mundo analítico tan amplio y profundo como lo es el consumo de alimentos; porque es necesario seguir construyendo datos, aplicando otras metodologías y aproximarse desde otras perspectivas que permitan su comprensión, ya sea en América Latina o en otras latitudes.

## II. MODELO TEÓRICO SOCIOECONÓMICO Y SISTÉMICO PARA EL ANÁLISIS DEL CONSUMO DE ALIMENTOS

### 2.1. Resumen

El objetivo del artículo es presentar una propuesta teórica socioeconómica y sistémica que permita un análisis robusto de la relación entre condiciones socioeconómicas y consumo de alimentos. Son múltiples las posibilidades y limitaciones que afectan el consumo de alimentos. Y aunque esto no se desconoce en la literatura que analiza esta relación, exponerlo como un modelo socioeconómico y sistémico es en lo que este apartado se propone aportar.

**Palabras clave:** Consumo de alimentos, condiciones socioeconómicas, habitus, status, práctica, elección racional, cambio, teoría.

### 2.2. Introducción

Este artículo busca presentar un modelo socioeconómico y sistémico para el análisis del consumo de alimentos. A partir de la literatura revisada, se concluyó que una posible aportación a la Sociología de la Alimentación es tratar de unificar perspectivas económicas y sociales hasta ahora dispersas y que se orientan al análisis del consumo de alimentos. En ese sentido, las siguientes líneas buscan explicar en qué consiste la propuesta.

El artículo se compone de una revisión de literatura, un balance que presenta las variables identificadas en la revisión de la literatura y la presentación del modelo teórico. El diseño del artículo busca mostrar el camino argumentativo, teórico y empírico, que lleva a la construcción del modelo propuesto. La literatura que se ha enfocado específicamente en el análisis de esta relación (condiciones socioeconómicas y consumo de alimentos) viene de las ciencias sociales, humanas, médicas o económicas. Así pues, dado que es amplia la producción que se ha concentrado en dicho fenómeno, la literatura revisada fue ordenada en tres categorías interpretativas, en línea con los enfoques analíticos predominantes de los textos seleccionados para este trabajo. Cada categoría de la revisión sigue una dimensión

cronológica, desde autores clásicos, hasta llegar otros más contemporáneos; algunos con enfoques más teóricos que empíricos o viceversa. Los textos escogidos y presentados se consideran buenos exponentes en sus intenciones por explicar la relación entre las condiciones socioeconómicas y el consumo de alimentos. Se reconoce que hay otros trabajos que no fueron incluidos en esta revisión, pero se considera que el lector podrá encontrar una amplia y relevante cantidad y variedad de autores en este campo del conocimiento.

El artículo está dividido en cinco secciones: las tres primeras corresponden a la revisión de la literatura. La primera problematiza el consumo de alimentos desde la posición que ocupa el consumidor en el sistema social. La segunda se sitúa sobre el aspecto racional y funcional en el consumo de alimentos. Y la tercera analiza el cambio en la relación entre condiciones socioeconómicas y consumo de alimentos. Luego, una vez concluida la revisión de la literatura, en la cuarta sección se presenta el balance general que da origen a este texto. El balance es un esfuerzo por sintetizar las lecturas realizadas, exponer de manera conjunta los diferentes elementos que afectan las decisiones en el consumo de alimentos y clasificar dichos elementos encontrados en categorías. Y en la quinta sección se presenta el modelo teórico socioeconómico y sistémico con el que se pretende aportar.

Las motivaciones que dan origen a este texto son: 1. es amplia la literatura que se dedica a esta temática; 2. son múltiples las variables socioeconómicas que restringen o posibilitan la práctica alimentaria; y 3. la práctica alimentaria es un fenómeno complejo; por lo que hacer el esfuerzo de sintetizar y conectar algunos de los textos más relevantes se considera una ayuda para alguien que quiera iniciar el estudio de este fenómeno, sin perder de vista su complejidad.

En diferentes investigaciones se plantea que son distintas las razones que incentivan (o no) el consumo de determinados productos alimentarios dadas las diferentes condiciones socioeconómicas de quienes ejecutan la práctica. Pero las preguntas que guían este texto son: ¿en conjunto y en resumen cuáles son esos elementos? ¿cuáles han sido tenidos en cuenta en la literatura? ¿cómo podrían clasificarse dichos elementos para un lector principiante? Son en estas respuestas que este artículo se propone aportar.

En principio, debe decirse que las prácticas alimentarias dependen y se componen de diferentes elementos tales como el presupuesto del ingreso o la renta destinado para el

abastecimiento, los lugares de abastecimiento alimenticio, los productos, el origen de los productos, los tiempos que componen la práctica (el tiempo de preparación de los alimentos, consumo, digestión, desechos), los modos en que se preparan, las personas quienes preparan o consumen los alimentos (edad, género, origen, nivel educativo, ocupación), el lugar donde se consumen, las personas con quienes se comparte ese consumo, entre muchas otras características (Counihan y van Esterik, 2008; Fischler, 1979; Warde, 1997). Así pues, aunque la práctica alimentaria es altamente naturalizada como condición vital, hay diversos elementos que restringen o posibilitan este accionar, por lo que es preciso reconocer que no es fácil definir qué se va a comer o por qué (Counihan y van Esterik, 2008). Por eso, este texto se enfoca principalmente en lo que concierne al consumo de alimentos y su relación con las condiciones socioeconómicas.

### **2.3. Consumo de alimentos y posición en el sistema económico y social**

Sobre el primer grupo de obras, un autor importante que problematizó el *yo*, la estructura y las condiciones materiales del consumo alimentario fue Karl Marx en los *Manuscritos de Economía y Filosofía*. Sin ser el ánimo de Marx y su obra reflexionar en completitud acerca del consumo alimentario; vale decir que en el reconocimiento que hace el autor de las diferentes dimensiones humanas, problematiza la intersección de estas con los diferentes modos de existencia, en los que la necesidad, el beber y el comer no escapan a sus ojos, a su reflexión.

Para Marx el cuerpo es la herramienta del obrero, y el alimento produce y conserva al cuerpo del hombre y su familia (Muñoz, 2010). Cuando el Hombre —ontológicamente hablando— se convierte en Obrero, en Máquina, él “no conoce otra necesidad que la de comer, y para ser exactos, la de comer patatas, y para ser más exactos aún, sólo la de comer patatas enmohecidas, las de peor calidad” (Marx, 2007[1932]). Dicha frase contiene profundos y múltiples signos y significados. Ante ojos desprevenidos, *comer* es una práctica tan naturalizada que puede ser tildada de simple. Hay mucho de erróneo en esa idea. Al interpretar dicha frase a la luz del consumo de los alimentos y las condiciones socioeconómicas, el *comer* materializa la realidad humana en su más vasta definición: ¿Quién

come? ¿quién puede comer? ¿qué come? ¿qué puede comer? ¿cómo es lo que come?. Así pues, en ese *comer* se materializa la complejidad de la realidad social, política y/o económica. Y en el caso de los obreros del contexto de Marx, la existencia es el límite y la medida del Hombre convertido en Obrero. Bajo estas condiciones, el Obrero no solo debe privarse de sus sentidos inmediatos como comer, sino también de intereses generales y/o sentidos prácticos (Marx, 2007[1932]).

Pero incluso Marx no pierde de vista el hambre<sup>16</sup> y la muerte por hambre. Primero, el Hombre fue convertido en Obrero; luego, es convertido en Mercancía. Segundo, entonces, el Hombre oferta su fuerza de trabajo, su cuerpo, su vida. Tercero, el Obrero puede o no ser demandado en el mercado del trabajo. Y quienes son demandados en el mercado del trabajo pueden existir o —mejor— subsistir bajo las condiciones de precariedad que relata Marx. Pero ¿qué ocurre con quienes no son demandados en el mercado del trabajo? Dice Marx:

*La demanda de hombres regula necesariamente la producción de hombres, como la de cualquier otra mercancía. Si la oferta es mucho mayor que la demanda, entonces una parte de los trabajadores caerá en la mendicidad o morirá de hambre. De modo que la existencia del trabajador se halla reducida a las mismas condiciones que la existencia de cualquier otra mercancía. El trabajador se ha convertido en una mercancía, y para él es una suerte poder encontrar a quien venderse. (Marx, 2007[1932])*

Así pues, en la relación consumo de alimentos y condiciones socioeconómicas, teniéndose como punto de partida a Karl Marx, se encuentran elementos de ¿quién?, ¿qué?, ¿cómo?, ¿cuáles?, ¿por qué?, ¿cuándo?, ¿cuántos?, entre otras preguntas que surgen de las reflexiones del autor sobre este tópico a lo largo de una obra llena de amplios, ricos y finos detalles<sup>17</sup>.

---

<sup>16</sup> El hambre sin dudas es un tópico tangencial muy importante cuando se habla de consumo de alimentos y condiciones socioeconómicas. Pero el hambre, por definición, es contrario al consumo de alimentos. Es ausencia de consumo de alimentos. Si el lector se interesa por la temática del hambre, se le sugiere revisar Chapman y Macbeth (1990), Devereux (1993), Rotberg y Rabb (1985) y Sen (1982), autores que quizá pueden dar más pistas sobre el fenómeno de la alimentación o —en sentido contrario— sobre la ausencia de alimentación en los humanos.

<sup>17</sup> Revisar Muñoz (2000).

Este punto de partida es importante porque en su obra, en términos ontológicos y materiales, Marx plantea diversas problemáticas respecto al consumo y las analiza a la luz de la alimentación, el comer y el beber, por parte del obrero y su familia. En la tensión entre las condiciones materiales y no materiales; el consumo alimentario es una necesidad vital, natural, fisiológica, un medio de vida para la conservación del cuerpo y la vida misma. Un medio para la conservación del obrero y, por consiguiente, para su familia. Dichos argumentos, por un lado, entran en diálogo con las líneas funcionales y fisiológicas de la alimentación. Pero, por otro lado, se conectan con las reflexiones de la ubicación de la alimentación de manera correspondiente a la posición del sujeto en el sistema de producción y, por ende, de consumo.

El acercamiento materialista al consumo alimentario entra en diálogo con aquellas aproximaciones ponderan el *status*. Bourdieu (1998) es un gran exponente del análisis del consumo y de la conexión entre la posición social y económica de ese *yo*, presente en Marx, que ahora es llamado agente. Ese agente, en Bourdieu, puede ser analizado y entendido mediante el consumo y no únicamente a partir de los ingresos. Si bien el ingreso permite más movimiento de consumo (necesidad-privación/lujo-libertad), este *per se* no es condición suficiente y necesaria para moldear las decisiones de consumo.

Para Bourdieu (1998) es importante reconocer que hay otros aspectos que moldean las decisiones de consumo como el *habitus* y el gusto. Es decir, interpretando al autor, en términos del consumo de alimentos, comprar, comer o compartir determinados productos alimenticios presupone un conjunto de símbolos, códigos y hábitos heredados y/o compartidos por un grupo social. En este sentido, el ingreso es una condición de posibilidad, pero no es condición suficiente y necesaria para definir los estilos de vida; lo que define al impulso de compra es el gusto y el *habitus*.

Lo importante de esta aproximación es que el consumo y sus mecanismos subyacentes son considerados como una expresión de las posiciones socioeconómicas y de los estilos de vida del agente o sus prácticas de la vida cotidiana; por lo tanto, un espacio legítimo para comprender la sociedad. Reflexionar sobre los hábitos de consumo, los gastos y las

necesidades como práctica social es una línea de pensamiento analítica cercana a Maurice Halbwachs<sup>18</sup>.

En términos operativos, Bourdieu propone a la alimentación como estructura distintiva entre los gustos de lujo y/o necesidad, donde se puede diferenciar entre lo fino-magro-refinado-ligero y salado-graso-pesado-fuerte, lo exótico-rebuscado-sano-natural-azucarado y lo fuerte-graso-salado-rico, respectivamente, que son categorías analíticas utilizadas en otros trabajos que profundizan en las preferencias alimentarias desde esta perspectiva (Flemmen *et al.*, 2017 y Kamphuis *et al.*, 2015).

La reflexión y las categorías anteriores fueron cuestionadas por Grignon y Grignon (1980): ¿Acaso es posible pensar la vida popular de manera autónoma o esta no es más que una imitación torpe y retrasada del estilo de vida dominante? ¿cómo explicar que las clases populares tienen también sus gustos? Con estas preguntas, a lo que apelan los autores es a la autonomía en la configuración del gusto, en la que operan un sistema de recursos y decisiones. El consumo alimentario de las clases populares tiene autonomía, vida propia; y no necesariamente tiene que estar adherido y/o correlacionado con los gustos de las clases dominantes. Los gustos populares, en los que se presuponen unas características socioeconómicas en los límites inferiores, no son un reflejo burdo, ni ‘pasado de moda’ de las clases dominantes. En estos gustos se ponderan otros factores como el tiempo y la tradición en los modos de selección y manipulación de los alimentos.

Para desarrollar el argumento, los autores construyen diferentes categorías socio-profesionales (agricultores, obreros, cuadros medios y superiores, grandes comerciantes) y grupos de alimentos por sus características físico-bio-químicas, que posteriormente fueron agrupados interpretativamente como alimentos ‘populares’, ‘obrerros’, ‘dominantes’, *entre otros*. Un hallazgo relevante es que los gustos en el consumo de alimentos de los grupos socioeconómicos más bajos son la expresión directa del poder de adquisición o poder de compra. Sin embargo, esto no significa que exista una relación directa entre la jerarquía social del consumo y la jerarquía de las necesidades; porque, para los obreros, comer ‘bien’ es casi un deber, una obligación por su trabajo corporal y manual.

---

<sup>18</sup> Este autor será presentado en la tercera sección de este documento, por la amplitud de sus aportes.

Las propuestas de Bourdieu y Grignon y Grignon son importantes porque las dos reconocen que hay diferencias entre los niveles socioeconómicos existentes en una sociedad y los productos alimenticios consumidos. Por esto, la invitación de ambos trabajos sería: ¿Cómo entender las diferencias en el consumo de alimentos que comparten un mismo espacio y tiempo definido? Sin embargo, en esta pregunta reluce una tensión entre ambos autores: ¿Acaso el consumo de alimentos es un modo de ver la relación dominados-dominantes? ¿Se debe observar el consumo de alimentos en los grupos socioeconómicos bajos como algo a lo que están ‘destinados’ y en los grupos altos como algo a lo que acceden más por ‘poder de decisión’? o ¿podría decirse que las clases menos elevadas imitan los modos de pensar y actuar de las clases más elevadas, o su consumo de alimentos responde a mecanismos autónomos de decisión e interacción y existencia socioeconómica?

Así pues, además de las construcciones teóricas e interpretativas de la relación entre el consumo de alimentos y la posición en el sistema económico y social, se encuentran también trabajos más empíricos. Alkon *et al.* (2013) buscan comprender dónde, cómo compran y qué motiva las elecciones alimentarias de las personas de bajos ingresos. Los autores realizan un estudio cualitativo, entrevistas y grupos focales, con el ánimo de conocer los hábitos alimentarios y las preferencias en los alimentos. El estudio entrega como resultado que las elecciones responden a deseos de ‘fresco’ y ‘calidad’ de los alimentos, correspondientes al mismo tiempo, con un ‘buen precio’, siendo el precio el factor más importante en las elecciones. Para lograr estos tres elementos, en especial el precio deseado, las personas de bajos ingresos desarrollan estrategias de compra en una amplia variedad de lugares de abastecimiento de alimentos. En este trabajo se resaltan las restricciones y posibilidades de las condiciones materiales y no materiales que moldean la práctica alimentaria. Para los propósitos de esta revisión de la literatura, dichos resultados invitan a seguir cuestionándose cómo explicar el consumo de alimentos y la posición económica y social que se ocupa, no sólo en términos de ingresos o gustos, sino también en términos espaciales y contextuales.

Las dimensiones sociales y económicas de las elecciones en alimentos también son analizadas por Koch y Sprague (2014) en *Economic sociology vs real life: The case of grocery shopping*. El artículo busca descubrir qué recursos moldean el pensamiento y las prácticas del consumo de alimentos. Según los autores, hay dimensiones materiales y no-

materiales que afectan las elecciones en el consumo de alimentos. Entre las dimensiones no-materiales están el tiempo, los discursos, los saberes, las habilidades, las emociones. Mientras que, en las dimensiones materiales, están el presupuesto de los hogares, el precio de los alimentos, los actores económicos o gubernamentales o la producción. Bajo este panorama, la elección de los productos alimenticios y, en consecuencia, la compra de estos son acciones en el nivel del hogar, pero al mismo tiempo a nivel del gobierno y la industria. De modo que se puede afirmar que las decisiones de compra de alimentos son una dimensión analítica compleja, con constreñimientos y posibilidades, que transversaliza diferentes dimensiones de la vida cotidiana.

Ahora bien, desde una perspectiva económica, Young *et al.* (1998) exponen que la restricción presupuestaria es a lo que más atención se le presta en el análisis económico de la elección del consumidor. Sin embargo, los autores consideran que es importante tener presente que hay otras restricciones que en la mayoría de los análisis se omiten o se asumen como invariantes en el periodo de análisis como: el tiempo en el que se forman las preferencias y las decisiones, la tecnología, las reglamentaciones y/o los aspectos socioculturales. En otras palabras, los autores afirman que el modelo básico de la elección del consumidor incluye: conjunto de preferencias, elecciones, precios de los bienes e ingresos. A pesar de lo anterior, no se debe perder de vista la importancia de reconocer las diferentes variables que restringen la elección. Para esta revisión, este artículo es relevante porque reconoce la importancia de problematizar variables micro y macroeconómicas que afectan la formación de preferencias y elecciones en la alimentación.

Por otra parte, desde la perspectiva bourdesiana<sup>19</sup>, el artículo *Understanding the food preferences of people of low socioeconomic status* (Baumann *et al.*, 2017) se pregunta cómo los gustos alimenticios difieren por *status* socioeconómico (SSE). Para responderla, en términos teóricos, en el artículo se utiliza como herramienta el concepto de ‘gustos de necesidad’ de Pierre Bourdieu y, en términos empíricos, se emplearon datos canadienses que investigaban la influencia del SSE y el contexto de las familias en las prácticas alimentarias, urbanas y rurales, de 2008 a 2010. Entre los hallazgos más importantes se encuentra una

---

<sup>19</sup> Esta perspectiva es amplia en los estudios de consumo de alimentos, por lo que se remite al lector a revisar otros artículos (Beagan *et al.*, 2016; Johnston *et al.*, 2011; Wills *et al.*, 2011).

nueva tipología en los motivos que incentivan determinados tipos de alimentos, que surge a partir de la tipología bourdesiana. Los ‘gustos de necesidad’ o los gustos alimenticios que reportan los grupos socioeconómicos en este artículo oscilan en: 1. la abundancia, 2. marcas corporativas, 3. alimentos familiares étnicos y 4. comida saludable. Los tres primeros tipos están asociados a valores y placeres en la comida de bajo costo y accesibles. La tipología construida permite asumir al consumo de alimentos como un canal vital para la salud, el placer, el ocio y la pertenencia a un grupo social. No obstante, el texto resalta la importancia de la conjunción de condiciones estructurales y de desigualdades que moldean y constriñen la formación del gusto por ciertos alimentos. Esta reflexión es relevante para la revisión de la literatura, porque descubre nuevos caminos y/o tipologías para comprender y explicar la formación del gusto en el consumo de alimentos, sin olvidar el conflicto entre la agencia y la estructura. De modo que la escogencia de alimentos grasos, salados, dulces, magros, de cadena o sin marca, o de otras características, depende de los niveles de ingreso, la tradición, la guía familiar, el origen, entre otras variables explicativas.

Hasta aquí, la literatura propone entender al consumo de alimentos desde la posición social y económica del consumidor; y a su vez invita a: 1. la construcción de categorías sociales analíticas para los alimentos, más allá de sus propiedades físico-bio-químicas; 2. la definición de los posibles factores sociales y económicos que moldean el consumo de alimentos; 3. la explicación de los factores agenciales o estructurales que posibilitan o constriñen las prácticas alimenticias. Dichas invitaciones demuestran la complejidad que subyace en el consumo de alimentos y su análisis. Lo que significa, al menos hasta esta sección, una posibilidad amplia de estudios en esta perspectiva.

#### **2.4. Consumo de alimentos y su aspecto racional o funcional**

El segundo grupo de referencias analiza el consumo alimentario desde una perspectiva nutricional, racional y/o funcional. Esto significa observar al consumo de alimentos bajo el lente de temáticas como salud y elección racional. Esto se traduce en pensar en características prescriptivas, preferencias y/o maximización de la utilidad del consumo de alimentos.

Los aportes se dirigen a un aspecto normativo del consumo de alimentos, donde las categorías analíticas se remiten a nominaciones del consumo de alimentos como ‘saludable’ (bueno) o ‘no-saludable’ (malo) para el cuerpo. Sin embargo, a pesar de la aproximación normativa, este grupo de literatura es importante porque estas reflexiones han ocupado un espacio bastante relevante y significativo en las pesquisas sobre el consumo de alimentos y, además, porque buscan entender la relación entre condiciones socioeconómicas y consumo de alimentos.

Por ejemplo, para conjugar el análisis de los hábitos alimenticios el *status* y el estilo de vida, Johansson *et al.* (1999) relacionan indicadores de hábitos alimenticios saludables (frutas y vegetales, fibra, grasa e índice de Hegsted) con sexo, edad, educación, el acto de fumar y la atención prestada a sostener una dieta ‘saludable’ en la población noruega entre 1993-1994. Como conclusión, los autores identifican la educación como un indicador asociado a la dieta ‘saludable’: la educación es una variable empírica relevante para comprender la relación entre alimentos y condiciones.

Por su parte, Giskes *et al.* (2005) bajo un modelo multinivel analizan la influencia de características individuales y niveles de áreas socioeconómicas en el comportamiento de la elección alimentaria en la población alemana en 1991. Las características socioeconómicas individuales son la educación y el ingreso del hogar. El nivel de las áreas socioeconómicas se construyó por medio de un índice que incluye la educación, la ocupación y el status del empleo de los residentes. Por su parte, la elección alimentaria se mide a través del consumo del desayuno, el consumo de frutas, grasas saturadas y grasas totales. Los resultados encontrados demuestran que las características socioeconómicas individuales juegan un rol más importante en la configuración de la dieta ‘saludable’ o ‘no-saludable’; donde la educación, igualmente, presupone un conjunto de conocimientos y habilidades respecto al consumo de alimentos. Por lo que la educación como variable analítica y empírica, se va configurando como un elemento nodal para la comprensión del consumo de alimentos.

Lallukka *et al.* (2007) asocian un grupo de seis indicadores de circunstancias socioeconómicas (educación del encuestado, educación de los padres, dificultades económicas en la infancia, ocupación, ingreso del hogar, tenencia de casa) y hábitos de alimentación saludable (vegetales, frutas, pan integral, pescado, grasas vegetales en panes o

aceite al cocinar) en Finlandia, entre 2000-2002. Entre los principales hallazgos, el equipo encuentra que los hábitos alimenticios difieren entre los grupos socioeconómicos alto y bajo. Aquellos quienes están en posiciones económicas más bajas son menos propensos a reportar hábitos alimenticios ‘saludables’. Estas conclusiones dan indicios para entender la desigualdad y la estratificación social desde otra parte: desde el consumo de alimentos.

En esta misma línea, Darmon y Drewnowski (2008) buscaban probar si a niveles socioeconómicos más bajos, las dietas son energéticamente densas y ‘pobres’ en nutrientes; mientras que las dietas de los niveles socioeconómicos más altos son de ‘alta calidad nutritiva’. Los resultados les permiten concluir que las dietas de ‘mejor calidad’ son, en general, consumidas por personas mejor educadas y más acomodadas. Por el contrario, las dietas de menor calidad tendían a ser consumidas por grupos de *status* socioeconómico más bajos y medios económicos más limitados.

Por otra parte, Boylan *et al.* (2011) analizaron los hábitos alimenticios con relación a las circunstancias socioeconómicas en República Checa, Rusia, Polonia y Finlandia entre 2000 y 2005. En ese trabajo se estudia la relación entre varios indicadores socioeconómicos, como la edad, el sexo, el nivel educativo (primaria, secundaria, terciaria), la ocupación (obrero, profesional, gerencial), y el consumo de siete alimentos predefinidos como saludables (frutas, hortalizas, pan integral, grasa vegetal, verduras, leche baja en grasa y queso bajo en grasa). Los investigadores concluyen que los hábitos de comida ‘saludable’, por lo general, están positivamente asociados con altos niveles educativos, altos niveles en la ocupación y bajas dificultades económicas. Este artículo es relevante porque conjuga características físico-bioquímicas de los alimentos, ocupaciones y condiciones socioeconómicas en el consumo de alimentos.

De los textos anteriores, se concluye que hay un patrón diferencial entre las condiciones socioeconómicas y el consumo de alimentos. Aunque tienen una aproximación normativa, nutricional y/o epidemiológica, vale resaltar como aspecto positivo que los artículos presentados en esta sección ofrecen luces de que hay algo que está ocurriendo en la relación entre las condiciones socioeconómicas y el consumo de alimentos; entonces, ¿cómo explicar y entender esta relación? ¿por qué comemos lo que comemos? Quizá, por el momento, no es posible definir efectos de causalidad, pero, sin duda, son variables que están relacionadas

entre sí. Comparándose estas obras con la de la primera sección de la revisión de la literatura, es plausible pensar al consumo de alimentos como la manifestación o materialización de diferentes aspectos de la vida cotidiana, en donde dialogan esferas médicas, económicas y sociales.

En esta línea, dado el amplio consenso en la literatura respecto a que los grupos socioeconómicos más bajos toman elecciones alimentarias menos ‘saludables’, la pregunta que surge es: ¿Por qué ocurre esto? van Lenthe *et al.* (2015) se preguntan por qué las personas de los grupos socioeconómicos más bajos hacen elecciones alimentarias menos ‘saludables’. Para responder a la pregunta, los autores tienen como punto de partida la pirámide de Maslow, que pretende jerarquizar el modo en que las personas satisfacen sus necesidades. Esta pirámide de necesidades tiene en su base y en primer nivel las necesidades fisiológicas básicas, como la cantidad suficiente para vivir (comer, beber, dormir, vestido). Luego, en segundo nivel y superior, están las necesidades de seguridad, que se supone vendrán a ser satisfechas cuando las fisiológicas fueron satisfechas (seguridad física, mental y emocional); a través de empleo, la educación, seguro médico, vivienda. En un tercer nivel, están aquellas relacionadas con el amor y la pertenencia (familia, amigos, compañeros). En cuarto nivel, las que están asociadas a la auto-estima y auto-valía (fama, reconocimiento, reputación) y, finalmente, en quinto nivel, están las necesidades de auto-realización (deporte, arte, entre otros) (Maslow, 1943).

Así pues, respecto a las necesidades y las posibilidades alimentarias, Frank van Lenthe *et al.* (2015) se preguntan cómo la gente prioriza unas necesidades sobre otras. Como primer supuesto, proponen que los grupos con bajos niveles socioeconómicos, ingreso o nivel educativo, luchan más frecuentemente por satisfacer necesidades de niveles más bajos. En esta situación, cierto tipo de alimentos considerados como más saludables son percibidos como costosos y menos asequibles y además el conocimiento que se tiene sobre los alimentos, sus propiedades y beneficios nutritivos incrementan con el nivel educativo. Pero más aún, en un nivel más amplio, la competencia o ponderación que se da entre los diferentes niveles de necesidades, se convierten en retos para cada dominio de la vida, donde lo que se quiere en un dominio, deja de ser para otro y viceversa. Para los autores, los individuos con altos niveles de educación o ingreso satisfacen más necesidades básicas y, por ende, están en

los niveles más altos en la jerarquía de las necesidades; por lo tanto, consumir los alimentos necesarios, en términos de propiedades y/o beneficios nutritivos sólo se hace prioritario cuando las otras necesidades son satisfechas.

En una línea cercana se encuentra Ellyn Satter, quien construyó una pirámide de la jerarquía en las necesidades alimentarias. La pregunta que Satter (2007) se propone responder es cómo aplicar los principios de jerarquía de necesidades de Maslow para el manejo de alimentos. El punto de partida de la autora es problematizar la selección de alimentos, las porciones, las oportunidades de comer y su estructura; bajo las limitaciones y posibilidades del individuo.

En este sentido, en el alimentarse como en las otras necesidades de la pirámide en Maslow, cada nivel debe ser satisfecho antes del siguiente nivel más alto que puede ser experimentado. Es decir, las necesidades se suplen de abajo hacia arriba y no se puede llegar a un nivel superior, hasta que el inmediato anterior no haya sido satisfecho. Para los alimentos, la autora plantea que hay seis niveles en la jerarquía de las necesidades alimentarias. Uno que va desde la cantidad alimentaria suficiente para vivir, pasando por aquellos niveles que están en diálogo con valores y normas sociales, preferencias marcadas por la estética y el gusto, hasta llegar a aquellos alimentos que son preferidos por los deseos físicos, espirituales o cognitivos, que será el nivel más superior y que en la pirámide de Maslow se asocia a necesidades de auto-realización.

De modo que para entender por qué en los niveles socioeconómicos más bajos se hacen elecciones menos ‘saludables’, se puede afirmar que hay un grupo de la literatura que plantea un conflicto entre las necesidades alimentarias, su satisfacción y las diferentes necesidades de la vida cotidiana. Este conflicto presente en el argumento ubica la reflexión en una perspectiva de elección racional, de tal forma que la selección de los alimentos puede estar asociada a aquellos que resulta más fácil y benéfico acceder, ya sea por conocimiento o dinero disponible.

En el argumento que considera el consumo de alimentos como una elección pensada y/o calculada a partir de las posibilidades y limitaciones del comensal y su entorno, Marvin Harris (2009) en *Bueno para comer*, y en contraposición con Lévi-Strauss (1965), plantea que los alimentos son, primero, buenos para comer y, después, buenos para pensar. Los alimentos “buenos para comer” son aquellos que tienen una relación de costes y beneficios

más favorables que los alimentos que se evitan y que serán nominados como “malos para comer”. Para el autor, los ejes nodales de la elección alimentaria son los costes y beneficios de la nutrición, la ecología o el dinero disponible. Específicamente, estos costes o beneficios están asociados más a las limitaciones y oportunidades ecológicas y/o monetarias, al coste de oportunidad en el tiempo de producción (mucho o poco) o los efectos positivos o negativos de la producción sobre el suelo, la flora y/o la fauna.

Todos los autores de esta sección problematizan el consumo de alimentos con relación a 1. la utilidad nutritiva que los alimentos reportan, y 2. la capacidad de obtenerlos para satisfacer necesidades. Esto es lo que se llamó una perspectiva racional o funcional del análisis del consumo de alimentos. Este grupo de literatura conlleva dos retos. Por una parte, nuevamente, definir de qué hablamos cuando hablamos de nivel socioeconómico. Y, por otra parte, identificar los objetivos (funciones y utilidades) de los alimentos para el consumidor.

De esta sección se extraen tres problemas a solucionar. El primero está relacionado a la definición de las ‘circunstancias socioeconómicas’, un problema presente en ambos grupos de la literatura. El segundo problema es decidir el mejor camino para operacionalizar lo llamado ‘circunstancias socioeconómicas’. Y el tercer problema es una disputa disciplinar: ¿cuándo adherirse a un aspecto normativo (‘saludable’ o no) o funcional en el consumo de los alimentos? O ¿por qué no perder de vista el aspecto social o de la tradición que subyace en el consumo de alimentos, revisado en la primera sección? En este sentido, preguntarnos qué y por qué comemos lo que comemos, conlleva detenerse en dimensiones sociales, culturales o modos de vida, como se presentó en la primera sección; pero al mismo tiempo, como lo sugiere este apartado, significa pensar en aspectos fisiológicos y/o racionales del consumo de alimentos.

## **2.5. Consumo de alimentos y su cambio en el tiempo y en el espacio**

En este apartado se estudian las diferentes formas de comprender la relación entre condiciones socioeconómicas y consumo de alimentos en dimensión temporal. El primero que reflexionó desde esta perspectiva fue Maurice Halbwachs. En el artículo *Des dépenses*

*alimentaires aux niveaux de vie: La contribution de Maurice Halbwachs à la statistique des consommations* (Lhuissier, 2017) se evidencia la importancia de los múltiples trabajos de Halbwachs en los estudios del consumo alimentario. Sin embargo, a pesar de lo amplio y profundo de su aporte, como se puede constatar en dicho texto, en esta revisión de literatura solo se hace alusión a la obra que se concentra en la evolución de las necesidades de las clases obreras.

Halbwachs (1933) en el texto *L'évolution des besoins dans les classes ouvrières* se pregunta si es posible conocer cuáles son las necesidades de las familias obreras en un país y en una época o durante un periodo. Esta pregunta es absolutamente pertinente y es un gran punto de partida para comprender la relación entre: 1. consumo de alimentos; 2. posición social; 3. espacio o país y 4. un periodo o época.

La conjunción de estos cuatro elementos y la pregunta general que motiva la investigación de Halbwachs inducen a otras preguntas: ¿Cómo los obreros usan los ingresos? ¿qué necesidades van a satisfacer, en qué orden y en qué grado? ¿qué ocurre con estos elementos en el tiempo? Para responder las preguntas, el autor analiza el presupuesto familiar destinado a alimentación, vestido, vivienda y otros (salud, distracción, cultura). Para el autor las necesidades nacen y evolucionan con las tendencias de la vida social. Las necesidades no existen solamente desde sus condiciones intrínsecas, sino que también son construidas en el tiempo y en el espacio.

Este trabajo es relevante porque aborda las necesidades desde el cambio en la dimensión social; lo que permite evidenciar rupturas y continuidades en las necesidades y, en consecuencia, en los gastos en alimentos de la clase obrera, con relación a sus ingresos. En este caso, el consumo de alimentos era lo más importante para la clase obrera, en concordancia con la literatura marxista y otras perspectivas fisiológicas de la sección dos.

Otro clásico importante en esta línea es Ernst Engel, cuyo estudio del gasto en los hogares<sup>20</sup> está basado en la jerarquía de las necesidades materiales (bienes y servicios) en los hogares. Las necesidades definidas por Engel son la alimentación, el vestido, la calefacción, la educación, la salud o la recreación.

---

<sup>20</sup> Su distribución y comportamiento en el tiempo con relación al ingreso del hogar.

Engel encontró que existe una jerarquía de necesidades en los hogares<sup>21</sup> y que a medida que incrementa el ingreso en los hogares (Zimmerman, 1932): a) la proporción del gasto en alimentos disminuye; b) la proporción del gasto en vestido permanece aproximadamente igual; c) la proporción del gasto en renta y servicios permanece aproximadamente igual; y d) la proporción del gasto en artículos diversos incrementa.

Pero qué ocurre en contextos más recientes. Chai y Moneta (2013) estudiaron el patrón y la estructura de gastos de los hogares en el Reino Unido, en el periodo 1960 y 2000, a partir de la Encuesta de Gastos de los hogares. Su referente teórico y empírico es Ernst Engel y su pregunta: ¿cómo las diferentes necesidades afectan la estructura y el patrón de gasto de los hogares? Los autores encontraron que existe evidencia consistente con los patrones observados por Engel: la proporción del gasto en alimentos es mucho mayor en las clases más bajas u obreras que en las más altas. Tanto Halbwachs como Engel y otros estudios recientes, encuentran relación entre el consumo de alimentos y las necesidades; pero incluso en el tiempo, quienes más disponen de sus ingresos para el consumo de alimentos son las clases con un nivel socioeconómico bajo.

Pero ¿cómo más explicar el cambio?<sup>22</sup> ¿es acaso una consecuencia de las condiciones materiales<sup>23</sup> o de las no-materiales<sup>24</sup>? Flandrin y Montanari (1996), desde un marco europeo, argumentan los diferentes motivos por los que cambia el consumo de alimentos desde enfoques históricos, demográficos o dietéticos. Dichos motivos se explican desde el incremento de la población, las modificaciones tecnológicas, las coyunturas económicas, las variaciones en los precios, entre otros.

Este grupo de literatura tiene un consenso: hay rupturas y continuidades en las prácticas alimentarias. Sin embargo, hay propuestas analíticas que resaltan más los cambios y rupturas que las continuidades o permanencias. Por ejemplo, Claude Fischler (1979), bajo la tesis de la modernidad, planteó un colapso de la tradición y las normas sociales en el consumo de

---

<sup>21</sup> Cuando una familia no tiene suficientes recursos, ésta tiende a sacrificar la satisfacción de necesidades más elevadas con el fin de satisfacer necesidades más básicas. Mientras que cuando incrementa sus recursos, diversifica el gasto en necesidades más altas y el gasto en necesidades básicas disminuye.

<sup>22</sup> Se le sugiere al lector revisar Elias (2016) y Mennell (1987).

<sup>23</sup> Condiciones de producción, distribución, adquisición, elementos productivos o de aprovisionamiento, entre otros.

<sup>24</sup> Psicológicas, culturales, religiosas, políticas, entre otras.

alimentos, para argumentar que cada vez son más fuertes las manifestaciones del individuo, la autonomía y la anomia. Pero ¿por qué ocurre el cambio en el consumo de alimentos en los hogares? –según el autor– porque el cambio en el sistema tecnológico y productivo hace que el alimento, antes difícil de obtener, ahora sea variado y esté más fácilmente disponible para su consumo. Paralelo a lo anterior, la autonomía, la anomia y las manifestaciones del individuo en las prácticas alimentarias, son también el resultado de otros fenómenos socioeconómicos como el ingreso de la mujer al mercado laboral, los procesos de urbanización y las migraciones campo-ciudad, las redefiniciones de los roles de género, los movimientos sociales o el aumento del nivel de vida de modo generalizado (Poulain, 2002). La alimentación se convierte en un objeto de decisiones cotidianas de la esfera individual; pero, al mismo tiempo, la decisión de la alimentación se hace posible, se limita o toma forma en diferentes esferas de la vida cotidiana, a veces conflictivas o en tensión entre sí; y esto es lo que le da las múltiples y atomizadas formas de existencia de prácticas alimentarias; pero, al mismo tiempo, todas enmarcadas en conjuntos de normas, acuerdos y consensos societales, con continuidades y rupturas en el tiempo y en el espacio<sup>25</sup>.

En este sentido, el hecho de que la alimentación comparta diferentes dimensiones de la vida cotidiana de los agentes, sumado a que hay esferas que son conflictivas con el consumo de alimentos, permite afirmar que el consumo de alimentos es constreñido y delimitado. Debido a esos constreñimientos, no es tan sencillo creer que el consumo de alimentos se ve afectado fácilmente por esos otros elementos con los que dialoga, ni es fácil pensar que el consumo de alimentos puede cambiar rápidamente. Hay tres argumentos que abogan por las continuidades y/o permanencias en las prácticas alimentarias. Estos tres son: 1. la permanencia de la clase social y la distinción; 2. la fuerza de la tradición; y 3. la permanencia de la norma y la regla, aunque en otros modos.

Hablar de ‘otros modos’ de la norma posibilita abrir la puerta a pensar el cambio (Warde, 1997; Warde, 2014; Warde *et al.*, 2007): ¿en qué sentido esos ‘otros modos’ posibilitan el cambio de la práctica alimentaria? ¿qué subyace en esos ‘otros modos’? Alan Warde (2014) problematiza esos ‘otros modos’ a partir de las Teorías de la Práctica. El autor entiende al consumo de alimentos como un proceso que está estrechamente relacionado con muchos

---

<sup>25</sup> Revisar otros textos (Murcott, 1997; Kjaernes, 2001; Mestdag, 2005).

otros procesos centrales de la vida social, lo que hace posible compartir conocimientos, ‘saber-hacer’, normas de la práctica, motivaciones; de tal forma que la ubicación de las personas en la sociedad se hace relativa cuando otros participan. Lo anterior implica explorar, entre otras cosas, la participación y el compromiso de las diferentes categorías de las personas con relación a prácticas particulares en tiempos y espacios específicos. Este artículo es importante porque 1. vuelve a recordarnos los diferentes elementos de la práctica alimentaria y el consumo de alimentos que pueden ser analizados para comprender la realidad social; 2. muestra la tensión entre las continuidades y rupturas en el consumo de alimentos; y 3. llama a revisar qué cambia, cómo cambia y por qué cambia la práctica alimentaria.

Por su parte, Lotte Holm (2013) plantea que el consumo de alimentos se entiende desde la relación que hay entre humanos y alimentos. Por esta razón, el consumo de alimentos puede ser definido, por un lado, como una sustancia material. Y, por otro, como una acción. La primera dimensión, la que corresponde a los alimentos, permite entender al consumo de alimentos como una sustancia material con características o propiedades 1. físico-bio-químicas y/o 2. socioeconómicas. Por sus propiedades físico-bio-químicas, sus nutrientes y/o transformaciones se tienen los siguientes grupos: de las carnes, pescados y huevos; de los productos lácteos; de las materias grasas; de las legumbres; de los cereales y derivados; de los productos azucarados y, finalmente, de las bebidas (alcohólicas o no). Y desde las categorías que ubican a los alimentos de acuerdo con el diálogo con la estructura socioeconómica se tienen categorías como: ‘popular’ o ‘dominante’, ‘urbano’ o ‘rural’, ‘popular’ o ‘burgués’ (Grignon y Grignon, 1981).

La segunda dimensión es la acción. Una acción que es consumir. Específicamente, el acto de consumir presupone muchos y distintos elementos subyacentes; una condición de disponibilidad y acceso material, a partir de la producción y adquisición de bienes y servicios. Pero también, consumir, en términos no materiales, es un acto que puede ser entendido como la construcción y revelación de un conjunto de prácticas, creencias y valores socialmente creados y compartidos con relación a cierto tipo de objetos que, en este caso, son los alimentos (Régner *et al.*, 2006). A su vez, el acto de consumir, como conjunto de prácticas, creencias y valores, es dinámico desde el lugar y el tiempo donde toma existencia. Y, finalmente, se puede decir que en el acto de consumir se intersecan esferas públicas, privadas,

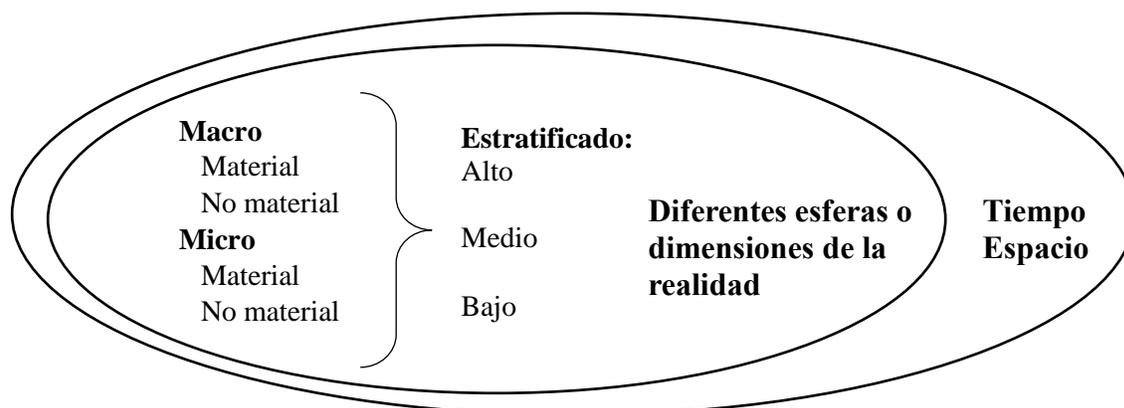
colectivas o individuales, trayectorias de vida, fases de vida, políticas públicas o regulaciones (Holm y Kjaernes, 2006).

Debe tenerse siempre en mente que este documento busca discutir cómo se ha estudiado el consumo de alimentos desde diferentes disciplinas y variables; pero también mostrar que la respuesta a la clásica pregunta de los hogares ‘¿qué vamos a comer?’ o en términos académicos ¿qué comemos y por qué? no es tan sencilla como parece ser. Los modos en que se ha tratado de responder y ejecutar esa pregunta en las diferentes esferas de la vida cotidiana implican necesariamente tener en cuenta un gran conjunto de variables económicas y sociales, ya sean materiales o no materiales, de niveles micro o macro. De esta sección, la literatura invita a problematizar qué se debe analizar en el cambio de las condiciones sociales y económicas y el consumo de alimentos: ¿en qué hay rupturas y continuidades?

## **2.6. Modelo teórico socioeconómico y sistémico para el análisis del consumo de alimentos**

La realidad puede ser vista como un sistema complejo, que contiene diferentes dimensiones o esferas de la vida cotidiana que están interconectadas. Las diferentes esferas o dimensiones de la vida cotidiana pueden ser económicas, políticas, sociales y/o culturales. A su vez, en dichas **dimensiones se contienen diferentes variables**. Estas variables pueden ser **materiales o no-materiales**: instituciones-reglas de juego, políticas públicas, empresas, salarios, precios, hogares, familias, agentes y sus características (edad, origen, ocupación, etc.). A su vez, las esferas o dimensiones de la vida cotidiana y las variables que contienen **corresponden a diferentes niveles de la realidad: micro o macro**. Dichas variables **pertenecen a determinados niveles de estratificación: alto, medio o bajo**. Y todo lo anterior, la realidad, sus dimensiones, sus variables y sus niveles dependen y/o **pertenecen a un tiempo y espacio específico**. *Así pues, la realidad como sistema, se compone de las diversas esferas o dimensiones, que contienen diversas variables, de diferentes niveles (micro, macro), es estratificada (alto, medio, bajo) y pertenece a un tiempo y un espacio específicos (Fig. 1.1).*

Fig. 2.1. Modelo teórico sistémico, socioeconómico y estratificado en el tiempo y el espacio



Fuente: Elaboración propia.

La realidad como sistema hace presente la conexión entre la agencia y la estructura. Esta conexión es a veces conflictiva, a veces consensuada. Al encuadrar esta tesis desde el marco interpretativo de la Teoría de la Práctica (Reckwitz, 2002; Schatzki, 2001), se puede decir que la realidad se produce y se construye en la conexión entre las diferentes esferas de la vida cotidiana y sus variables gracias a **la práctica**<sup>26</sup>. Los agentes pueden acceder y desplazarse entre las esferas y sus variables, o pueden interactuar dentro de las esferas y sus variables, gracias a su práctica: sus saberes, sus habilidades, sus motivaciones, sus disponibilidades materiales, sus signos y significados (Fig. 1.2.).

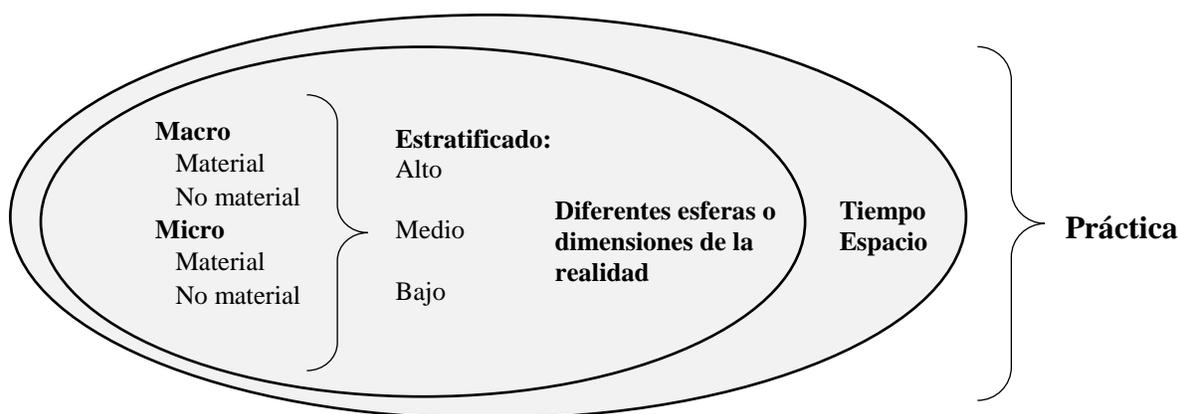
Dubuisson-Quellier y Plessz (2013) exponen que hay tres nociones claves para entender los aportes de la Teoría de la Práctica a la sociología del consumo, que está conectada con la sociología del consumo de alimentos y la sociología económica. Estas tres nociones son: tiempos y ritmos sociales, la rutina y las infraestructuras materiales. En términos teóricos esta tesis se centra principalmente en las infraestructuras materiales. Tal como las autoras lo plantean, los consumidores no son simples clientes o usuarios, ellos contribuyen a la producción y reproducción de las limitaciones (y posibilidades) de las infraestructuras materiales. Pero a su vez, las infraestructuras materiales condicionan las prácticas sociales.

<sup>26</sup> La práctica es un “tipo de comportamiento rutinario que consiste en varios elementos interconectados: las formas de las actividades corporales, las formas de actividad mental, las ‘cosas’ y sus usos, el conocimiento básico que consiste en la comprensión, el conocimiento, estados emocionales y motivaciones” (Reckwitz, 2002, p.249).

En este sentido, la teoría de la práctica permite revisar aspectos materiales de la realidad social (ej. alimentos, lugares, presupuestos), circunscritos en la estructura material, mediante la práctica. Esto es: saberes, rutinas, habilidades, motivaciones, disponibilidades, signos y significados. Tanto en la Sociología del Consumo de Alimentos como en la Sociología Económica hay elementos materiales y la teórica de la práctica permite hacer un puente desde el vínculo de estos elementos materiales con la realidad social a través de la práctica.

Pero más aún, en términos empíricos, para las variables estudiadas (alimentos, lugares de abastecimiento, presupuestos), el tiempo (el periodo de análisis) y las estructuras materiales (el contexto), esta aproximación teórica permite hacer un vínculo mediante la práctica. Y no se conciben como elementos en conflicto o desconectados, sino como elementos que dialogan, que se alimentan, se construyen, se posibilitan (o no), mediante los diferentes mecanismos subyacentes en la práctica.

Fig. 2.2. Modelo teórico sistémico, socioeconómico y estratificado en el tiempo y el espacio cuyo vínculo es la práctica



Fuente: Elaboración propia.

Al pensar el consumo de alimentos bajo un lente sistémico, implica tener presente que las esferas de la realidad (ej. sociales, políticas, económicas, médicas o religiosas) contienen diferentes normas, limitaciones o posibilidades del entorno que modelan el consumo de alimentos en los hogares. Y dicho consumo depende al mismo tiempo de las limitaciones y posibilidades de los hogares.

Por ejemplo, veamos este carácter dinámico respecto al lugar de origen. Supongamos la existencia de una persona chilena de 40 años, que durante toda su vida vivió en Chile. Se

encuentra en su primera salida del país y hace dos días que llegó a París (Francia): ¿Acaso esta persona (si así lo quisiera) podría ejecutar la práctica alimentaria que desarrolló durante cuarenta años hasta el momento de su partida con igual facilidad en Francia (en comparación con su país de origen)? ¿Podría encontrar en cualquier panadería francesa la famosa (en Chile) ‘marraqueta’? ¿o en cualquier restaurante francés el bien conocido (en Chile) ‘pastel de choclo’? ¿o en cualquier lugar donde vendan ‘completos’ (que no en todos los países se llaman igual) uno llamado ‘italiano’ o uno conocido como ‘as’? La respuesta que aquí se daría a esta situación hipotética es que no. Si esta persona lo quisiera, no podría ejecutar con igual facilidad en la ciudad francesa su práctica alimentaria, aprendida y fortalecida en Chile durante cuarenta años. Esto es así porque el desarrollo de la práctica alimentaria por parte de esta persona se vería fuertemente restringida por las posibilidades y/o limitaciones que le ofrece el espacio donde toma existencia el ejemplo (París-Francia); y esto puede ser aplicable para otros ejemplos: una colombiana en Chile, un danés en México, un japonés en Bolivia, etcétera.

Otro ejemplo, asumiéndose la creencia religiosa de un agente: supongamos la existencia de un judío que es muy estricto y riguroso en el ejercicio de su práctica alimentaria ‘Kosher’. Es decir, come animales terrestres que tengan pezuñas hendidas y rumien (vacas, ovejas, cabras o ciervos), pero no come cerdos, ardillas, perros, gatos, entre otros. De las aves consume el pollo, el pato, el ganso y el pavo. Y de los pescados, por ejemplo, el atún, el salmón, la sardina; pero del mar no acepta mariscos para la ingesta. A su vez, los animales deben ser sacrificados de una manera específica (ritual Shejitá). Y también tiene en cuenta otras reglas alimentarias ‘Kosher’ (sangrado de los animales, utensilios de cocina, etcétera). Todo lo anterior, asociado a un conjunto de normas y creencias subyacentes en sus formas de ver, sentir y pensar al mundo. Así pues, otra pregunta es: ¿Acaso un judío (que esté siguiendo estas reglas rigurosamente) podría comer en cualquier restaurante existente en Chile? Y estas mismas preguntas aplican para otras religiones como la musulmana o la hindú (Dragsdahl, 2016; Hellman, 2008).

La respuesta que se da a esta situación hipotética es que no. Un judío (que siga rigurosamente esta dieta) no podría consumir cualquier producto alimenticio, ni podría comer en cualquier lugar (restaurante, bar, cantina), ni podría consumir alimentos preparados de cualquier forma, ni alimentos cuyo uso de los utensilios no haya sido estricto en la separación de lo cárnico,

lo vegetal o lo lácteo. ¿Por qué no? Porque la práctica alimentaria no es sólo un ‘gusto’, un ‘hábito’, una ‘costumbre’, una ‘creencia’.

No se puede desconocer que el consumo de alimentos está necesariamente relacionado con un mundo material. Por eso, la ejecución de la práctica alimentaria también depende de fuertes restricciones contextuales materiales o no materiales, de niveles micro o macro que la hacen posible o que la hacen imposible, dados un tiempo y espacio determinados. En otras palabras: no existe una práctica alimentaria específica si no están disponibles y/o se tiene acceso a los bienes, servicios, regulaciones o la característica material y/o no material necesarias que la hacen posible, en las condiciones que el practicante la ejecuta bajo condiciones ‘normales’ y/o deseadas.

Cuando se habla de la esfera socioeconómica bajo la mirada de la sociología económica, se puede tener como punto de partida que los hechos económicos son hechos sociales. Aquí, en esta perspectiva, se afirma que en economía algunas decisiones no siempre son racionales, mientras que en sociología algunas veces lo son (Steiner, 2011). Lo anterior significa que un ‘cálculo’ no hace referencia a una operación matemática o numérica; sino que el ‘cálculo’ comienza estableciendo distinciones/comparaciones entre cosas o estados del mundo con el fin de evaluar consecuencias (Callon y Muniesa, 2003). A su vez, en la sociología económica, como el campo que estudia las condiciones en las que se da la producción y la reproducción del orden social (Polanyi, 1957), se puede decir que se contiene la sociología de las actividades de producción y/o del consumo: la sociología del trabajo, la sociología de las organizaciones, la sociología de las empresas, la sociología del mercado, la sociología del dinero, la sociología del consumo, entre otras.

Ahora bien, debe ser claro que la relación de los hogares con los alimentos puede ser en diferentes direcciones: aprovisionamiento, almacenamiento, preparación, servido e ingesta y desechos. De modo que el consumo de alimentos bajo esta perspectiva sociológica y la Teoría de la Práctica construye un campo analítico, que invita a la reflexión del orden social por medio del análisis de los usos que hacen los hogares de sus limitaciones o posibilidades, estructurales y agenciales, para relacionarse con los alimentos: ¿Quién se abastece? ¿cómo se abastece? ¿dónde se abastece? ¿dónde almacena? ¿cómo almacena? ¿por qué almacena de esa manera? ¿quién prepara los alimentos? ¿de cuánto tiempo dispone para la preparación?

¿dónde se hace el servido y la ingesta? ¿de cuánto tiempo se dispone para el servido y la ingesta? ¿se desechan alimentos? ¿quiénes pueden desechan alimentos? ¿cuánto desechan?

Todas estas preguntas buscan revelar la complejidad subyacente del análisis del consumo de alimentos desde una perspectiva socioeconómica. Porque los productos alimentarios, los lugares de abastecimiento, el conservar alimentos, el tiempo<sup>27</sup> que se dispone, los desechos y otras variables asociadas al consumo de alimentos tienen correspondencia con las posibilidades y limitaciones socioeconómicas estructurales y agenciales de los hogares.

Y transitando de lo general a lo particular, en esta misma línea, la sociología del mercado busca analizar cómo la interacción social moldea los sistemas de intercambio. Aquí el intercambio es un hecho social. Las preguntas que surgen son: ¿Quién intercambia? ¿Con quién se intercambia? ¿Cómo y por qué nació esa relación de intercambio? ¿Cuál es la modalidad de intercambio? ¿Qué se intercambia? ¿Dónde se intercambia? ¿Por qué se intercambia? ¿Es ese intercambio frecuente o esporádico? ¿Por qué se da con esa frecuencia?

En el consumo de alimentos, el bien u objeto de intercambio es el producto alimentario. Y a la luz de todas estas preguntas, algunas respuestas que propone la sociología del mercado son: los sistemas de intercambio pueden ser comerciales o no comerciales. Especializados en bienes y servicios o no especializados. Los participantes de estos mercados tienen relaciones recurrentes de intercambio de bienes y servicios, porque los oferentes y/o los demandantes, porque los consumidores o productores u oferentes tienen un vínculo o una relación. Este vínculo puede ser producto de: hábito o costumbre, racionalidad, práctica, *habitus*, en los que se tienen en cuenta variables tales como el precio, el lugar de abastecimiento, la calidad, el producto deseado, entre otras variables presentes en la sociología económica y de mercado (Dubuisson-Quellier, 2006; Gojard y Véron, 2018; Le Velly, 2012).

Para el caso del consumo de alimentos bajo la esfera socioeconómica, la sociología económica y de mercado, y la sociología del consumo de alimentos, se puede decir que el consumo de alimentos tiene dos dimensiones: acción (consumir) y materialidades (objetos,

---

<sup>27</sup> El tiempo es una variable que requiere de especial atención porque cada proceso o subproceso que compone el sistema alimentario está sujeto a un periodo de desarrollo. Por ejemplo, supóngase un obrero de una fábrica en la que debe registrar tiempo de ingreso y salida del trabajo, de lo que depende su salario en horas o minutos trabajados: ¿Acaso dispone de la misma cantidad de tiempo que un gerente general para salir y entrar a su momento de ingesta de desayuno, almuerzo o cena? O, por ejemplo, para la compra de alimentos: ¿de cuánto tiempo dispone una persona para hacer las compras? ¿la selección de precios, ofertas y lugares influye en el uso del tiempo en la compra de alimentos? Y supónganse otras preguntas en cada actividad asociada al consumo de alimentos.

que son llamados alimentos). El acto de consumir y la materialidad suponen un **conjunto posibilidades o limitaciones**. El consumir alimentos se ejecuta desde la posibilidad del agente (sus propios sentires, pensares, habilidades, conocimientos, ingresos, etc.); como también por las facilidades que su entorno ofrece en las respectivas esferas en las que está contenido. De tal forma que el consumo de alimentos es una de las actividades de la vida cotidiana. El consumo de alimentos es una actividad que toma lugar en las diferentes esferas o dimensiones de la vida cotidiana, dado un tiempo y un espacio específicos. El consumo de alimentos existe en su modo, dadas las diferentes condiciones de posibilidad de la realidad de la vida cotidiana, en sus esferas, en sus niveles y sus variables.

En este texto se entiende por condiciones socioeconómicas como “the social and economic factors that influence what positions individuals or groups hold within the structure of a society” (Galobardes *et al.*, 2006a y 2006b). Su operacionalización puede ser diversa, pues no existe un único camino para hacerlo (Galobardes *et al.*, 2006). Si bien esas variables son para individuos o características de los hogares imputado a individuos, también, en términos contextuales, se sabe que existe un espacio y tiempo en el que se desarrolla la práctica alimentaria. Y todos esos factores influyen en la forma en cómo se desarrolla la práctica alimentaria. En la literatura, en línea con la definición, se pueden encontrar textos que se enfocan en individuos u hogares (grupos) que pertenecen a una sociedad.

De modo que, para analizar la relación entre condiciones socioeconómicas y consumo de alimentos, la literatura revisada invita –en conjunto– a prestar atención a 1. las posibles características sociales que inciden en el consumo de alimentos; 2. la definición de los posibles factores económicos que moldean el consumo de alimentos; 3. la explicación de los factores agenciales y estructurales que posibilitan o constriñen las prácticas alimenticias; 4. las razones de cambio y continuidad en dicha relación; y 5. los caminos para operacionalizar cada punto.

El primer punto implica tener presente características de los consumidores (edad, origen, etnia o género). Sobre el segundo aspecto, se hace necesario seguir definiendo con mayor precisión lo llamado ‘circunstancias socioeconómicas’. Esto significa tener presente elementos micro y macroeconómicos, materiales y no-materiales que impactan en el consumo de alimentos (ocupación, educación, ingreso, niveles de pobreza y riqueza de un país o ventajas competitivas o relativas). El tercer punto hace alusión a tratar de comprender

cómo los consumidores resuelven sus limitaciones y posibilidades para definir y ejercer sus decisiones alimentarias. El cuarto punto busca que se problematice –de los puntos anteriores– qué es lo que cambia en el tiempo y el espacio: ¿es acaso igual lo que se come hoy en comparación a treinta años antes? Como también se hace necesario explicar ¿por qué si o no? Y el quinto propone revisar formas para medir y operacionalizar lo anterior.

Se reconoce que el ‘consumo de alimentos’ es una práctica que conecta materialidades corporales y del mundo, ideas, discursos, motivaciones y acciones. Por lo tanto, el consumo de alimentos es un sistema que implica: continuidad y ruptura, tradición y novedad, cooperación y competencia, inclusión y exclusión, identidad y alteridad, autonomía y control, condiciones materiales y no-materiales (Bourdieu, 1998; Desjeux, 2006; Warde, 1997, 2005).

Es decir, el consumo de alimentos tiene un componente biológico y fisiológico de satisfacción de necesidades corporales (Aymard *et al.*, 1993; Marx, 2007[1932]), pero también tiene componentes sociales y económicos, materiales y no materiales, disponibles en tiempos y espacios específicos como se expuso en las secciones anteriores. El consumo de alimentos depende, entonces, en términos macro y materiales, por ejemplo, de los recursos propios de un espacio en un tiempo determinado; como de sus tecnologías, de sus políticas públicas respecto a la salud, entre otros elementos de nivel macro (Counihan y van Esterik, 2008; Darmon y Drewnowski., 2008; Fischler, 1979; Flandrin y Montanari, 1996; Grignon y Grignon, 1999; Halbwachs, 1933; Harris, 2009; Murcott, 1997; Poulain, 2002; Régnier *et al.*, 2006; Warde, 1997).

En términos micro y materiales, se puede decir que aspectos como el salario o el dinero disponible para el consumo, la disposición de los lugares de abastecimiento de alimentos, los precios, la publicidad y la información<sup>28</sup> disponible por parte de los consumidores, los modos de acceso y otras condiciones del mercado de alimentos posibilitan o limitan su consumo de alimentos (Alkon *et al.*, 2013; Holm *et al.*, 2015; Koch y Sprague, 2014; Marx, 2007[1932]; Muñoz, 2000; Prättälä *et al.*, 1992; van Lenthe *et al.*, 2015; Young *et al.*, 1998).

Entre los aspectos no materiales de nivel macro y micro están los aspectos culturales y religiosos, la tradición, los valores, las calificaciones que se le dan a los alimentos y a la

---

<sup>28</sup> Se considera de nivel micro por la asimetría *sui generis* y subyacente en la circulación de información.

práctica en sí misma. El ciclo de vida: eventos, etapas, transiciones; el lugar de origen, los niveles educativos y saberes condicionan los modos en los que se da el consumo de alimentos (Grignon y Grignon, 1981; Johnston, 2011; Wingens y Reiter, 2012; Wills *et al.*, 2011).

La estratificación Alto/Medio/Bajo el consumo en los alimentos responde a las diferentes condiciones materiales y no-materiales de los agentes en la realidad social, que en palabras tradicionales de la literatura ha sido llamado como clase o *status* (Bourdieu, 1998; Grignon y Grignon, 1981; Marx, 2007[1932]; Muñoz, 2000; Weber, 1969[1922]). Los alimentos, su calidad y su presentación, los lugares de obtención, entre otras características responden a las demandas de los estilos de vida y modos de existencia de los agentes, en sus respectivas estructuras.

Todos los diferentes elementos presentados aquí son dinámicos en el tiempo y en el espacio. Los recursos no son infinitos, las tecnologías cambian, las formas de sentir, pensar y vivir el mundo también. Las competencias por las distinciones, construir nuevos nichos y mercados se traduce en transformaciones en las prácticas alimentarias y, derivado de esto, en cambios en el consumo de alimentos (Fischler, 1979; Halbwachs, 1933; Holm, 2013; Holm y Kjaernes, 2006; Holm *et al.*, 2015; Mennell, 1987; Poulain, 2002; Veblen, 2000[1899]; Warde, 1997).

Finalmente, del sistema presentado es preciso decir que, para algunos autores, el vínculo que existe entre algunos de los elementos expuestos se da gracias a la práctica<sup>29</sup>. La práctica es el medio vinculante. En estos vínculos, las condiciones dinámicas y estratificadas de posibilidad micro, macro, sociales, económicas, materiales o no-materiales hacen la práctica y la práctica se alimenta de las condiciones de posibilidad<sup>30</sup> (Warde, 2005).

Así pues, lo que se ha tratado de mostrar de manera conjunta es que, en la práctica alimentaria como sistema y gran proceso, que a su vez contiene otros procesos que pueden ser llamados etapas o subprocesos: 1. hay circunstancias socioeconómicas de niveles micro y macro que afectan el consumo de alimentos; 2. hay condiciones materiales y no-materiales estructurales

---

<sup>29</sup> La práctica es un “tipo de comportamiento rutinario que consiste en varios elementos interconectados: las formas de las actividades corporales, las formas de actividad mental, las ‘cosas’ y sus usos, el conocimiento básico que consiste en la comprensión, el conocimiento, estados emocionales y motivaciones” (Reckwitz, 2002, p.249).

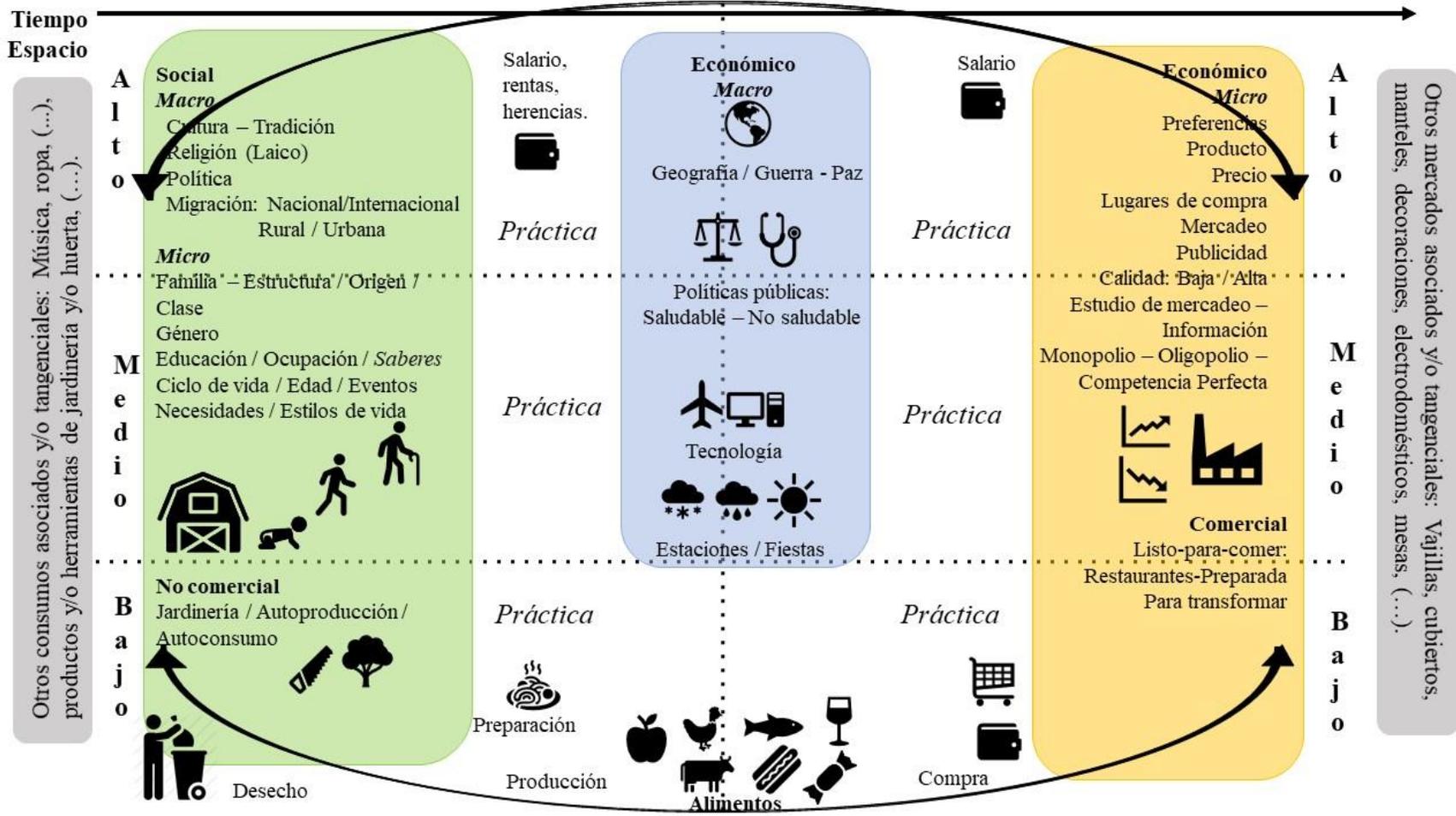
<sup>30</sup> Revisar también Dubuisson-Quellier y Plessz, 2013; Reckwitz, 2002.

que afectan el consumo de alimentos; 3. el consumo de alimentos es estratificado; 4. el consumo de alimentos es dinámico en el tiempo y en el espacio; y 5. hay diferentes caminos explicativos para comprender la relación entre todos esos elementos.

En este orden de ideas, explicar qué hay detrás del consumo de alimentos en términos teóricos socioeconómicos implica poder pensar la realidad en su amplia complejidad. Ahora bien, respecto al quinto punto de las aportaciones de la literatura, que es un aspecto importante para dar el paso a una formulación empírica —la operacionalización—, abre otras preguntas y son los retos que surgen del balance presentado: ¿cómo capturar y/o medir todas las variables identificadas en la revisión de la literatura? ¿cómo operacionalizar la complejidad? ¿cómo hacer posible seguir acercándonos a la comprensión de nuestra realidad?

La **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.** busca presentar en forma gráfica un sistema, con diferentes elementos que se conectan con la práctica. Es un esquema que busca ejemplificar de manera gráfica lo escrito anteriormente: un sistema alimentario dinámico en el tiempo y en el espacio, estratificado, con elementos de nivel micro y macro, y que se conecta con diferentes esferas de la realidad social y con diferentes actividades de la vida cotidiana.

Fig. 2.3. Modelo teórico sistémico, socioeconómico y estratificado en el tiempo y el espacio para el consumo de alimentos, cuyo vínculo es la práctica



Fuente: Elaboración propia.

### **III. ¿EN QUÉ GASTAMOS PARA COMER Y CUÁNTO? ESTUDIO DE LA RELACIÓN ENTRE CONDICIONES SOCIOECONÓMICAS Y GASTO PARA EL CONSUMO DE ALIMENTOS EN COLOMBIA**

#### **3.1. Resumen**

El objetivo de este artículo es analizar la relación entre las condiciones socioeconómicas y el gasto destinado a los alimentos en los hogares colombianos entre los años 1993 y 2014. La pregunta que guía esta investigación es: ¿cómo las condiciones socioeconómicas modelan el gasto alimentario en Colombia en dicho periodo? Para responderla se utilizó la Encuesta Nacional de Calidad de Vida realizada por el Departamento Nacional de Estadística. La metodología siguió una aproximación cuantitativa: análisis descriptivo y modelos de regresión lineal. Para los modelos de regresión lineal se construyeron seis variables dependientes. La primera es la proporción del gasto promedio mensual en alimentos respecto al gasto promedio mensual total de los hogares colombianos. Las otras cinco variables dependientes son la proporción del gasto promedio mensual por cada grupo de alimentos (1. carnes; 2. granos, frutas y verduras; 3. pan; 4. leche; 5. huevo), respecto al gasto promedio mensual en alimentos por hogar. Las hipótesis que se buscan comprobar son: 1. La proporción de gasto destinado a los alimentos en los hogares colombianos se comporta en línea con la Ley de Engel; 2. Hay diferencias en el consumo de alimentos dadas las condiciones socioeconómicas de los hogares colombianos; y 3. Existe diversificación alimentaria. El artículo está dividido en cinco partes. La primera presenta la revisión de la literatura. La segunda describe los datos y la metodología empleada. La tercera contiene los resultados de este trabajo; y en la cuarta se discuten los resultados; y finalmente se exponen algunos comentarios finales. Entre los hallazgos está la comprobación de las hipótesis; se descubrió un alto nivel de desigualdad en el consumo alimentario, que incluso incrementó en el periodo analizado; y se llama al debate sobre los entramados teóricos y empíricos construidos hasta ahora, en la Sociología del Consumo de Alimentos, para comprender las

prácticas alimentarias, en términos de clasificación de productos de la clase dominante y popular, como de los elementos contextuales que influyen en la práctica alimentaria.

**Palabras clave:** presupuesto en alimentos, condiciones socioeconómicas, hogares, Ley de Engel, estratificación social, diversificación alimentaria, Colombia.

### 3.2. Introducción

A partir de las encuestas de ingresos y gastos —que han sido realizadas desde el siglo XVIII en Inglaterra; y de manera posterior en Estados Unidos, Alemania, Francia y otros países europeos, hasta que finalmente se extendió a otros países alrededor del mundo—se han desarrollado variados estudios que analizan la distribución del presupuesto de los hogares, desde perspectivas y finalidades diferentes: económicas, demográficas, sociológicas, comparadas, entre otras (Desrosières, 2003). En Sociología, especialmente en la Sociología del Consumo, los modos en que los hogares distribuyen su presupuesto<sup>31</sup> son una de las fuentes más clásicas para el análisis de las diferencias sociales y los modos de vida (Chai y Moneta, 2013; Halbwachs, 1912, 1933; Herpin, 2004; Lhuissier, 2017; Marx, 2007[1932]; Zimmerman, 1932).

En la Sociología del Consumo, respecto a los consumos en la vida doméstica (la alimentación, el vestido, la renta o alquiler, el transporte, la salud, el ocio, entre otros), se busca comprender el fundamento de las maneras y los valores del consumo en los hogares. Para ello, en algunos trabajos se estudia el comportamiento presupuestario de los hogares y sus cambios o continuidades. Y, de manera paralela, se intenta entender al consumo, sus variaciones y/o permanencias, en diálogo con el espacio social y los modos de vida que están anclados a espacios, tiempos, hogares y agentes con determinadas características sociales y económicas. De modo que son múltiples las posibilidades teóricas y empíricas para analizar el consumo de los hogares (Heilbrunn, 2015; Herpin, 2004). Entre los autores más clásicos de esta línea de trabajo —ya sea en términos teóricos o empíricos— está Ernst Engel

---

<sup>31</sup> Alimentación, vestido, renta, salud, educación, ocio, entre otros.

(Zimmerman, 1932), Maurice Halbwachs (1912, 1933), Karl Marx (2007[1932]), Thorstein Veblen (2000[1899]) y Max Weber (1969[1922]).

De los gastos en los hogares, este texto se enfoca, específicamente, en el gasto destinado a los alimentos. El presupuesto destinado al consumo de alimentos, como necesidad básica y vital, constituye una fuente clásica y un signo revelador importante de las desigualdades sociales (Andrieu *et al.*, 2006; Bigot y Langlois, 2011; Caillavet *et al.*, 2005-2006; de Saint Pol, 2017; Marx, 2007[1932]; Zimmerman, 1932) y de distinción social (Bourdieu, 1998; Grignon y Grignon, 1980, 1981), aunque no haya ocupado un lugar central ni en las Ciencias Sociales, ni en la Sociología (Lhuissier, 2017).

Ahora bien, en lo que respecta a los alimentos, en la Sociología del Consumo de Alimentos algunas preguntas centrales son: ¿qué nos puede decir el análisis del patrón del gasto en alimentos respecto a las desigualdades y las distinciones sociales? ¿acaso existe una estructura social que puede ser observada por medio del análisis del gasto en alimentos? o — en otro caso— ¿existe un patrón de gasto en alimentos, en el tiempo, que revele las transformaciones políticas, sociales o económicas? Estos interrogantes han sido respondidos de múltiples maneras. Aunque por el momento no es posible presentarle al lector este amplio panorama, es preciso decir que, en la Sociología del Consumo de Alimentos, el análisis del gasto en alimentos — que se asume como hecho social— permite conocer la realidad<sup>32</sup> en la que se circunscribe (Holm, 2013; Poulain, 2002; Régnier *et al.*, 2016; Warde, 1997). En otras palabras, el gasto en alimentos por parte de los hogares como espacio analítico hace posible conocer e interpretar estructuras y agencias, así como la tensión entre estas dos, en la vida cotidiana, dados un espacio y un tiempo determinado. La pregunta que, a partir de ello, guía esta investigación es: ¿cómo las circunstancias socioeconómicas modelan el gasto alimentario en Colombia entre los años 1993 y 2014?

Como se señaló en el Capítulo 2, la literatura que examina la relación entre condiciones socioeconómicas y gasto en alimentos es amplia. Esta podría dividirse entre aquella que coloca el foco sobre las perspectivas médicas y/o de salud; otra que centra su atención en las perspectivas culturales de la tradición y/o del *status*; una tercera que se orienta al examen de

---

<sup>32</sup> Estructuras materiales, institucionales, productos, servicios, jerarquías, religiones, etcétera.

las perspectivas económicas y de la elección racional o funcional; y una cuarta que problematiza los cambios y continuidades en las prácticas alimentarias.

La primera perspectiva se enfoca en los aspectos normativos de los alimentos (‘saludables’ o ‘no saludables’) y ha ocupado una parte importante de la literatura (Darmon y Drewnowski, 2008; Lallukka *et al.*, 2007; van Lenthe, 2015; Jansen y Kamphuis, 2015). Ésta ha concluido que el consumo de alimentos se vuelve menos saludable y más denso y alto energéticamente cuanto más bajo es el nivel socioeconómico.

Por otra parte, desde aquellas perspectivas que privilegian los aspectos culturales de la tradición y/o del *status*, se ha concluido que se pueden evidenciar diferencias en el consumo de alimentos por motivos, de clase, de origen, de género, entre otros. Este segundo grupo de literatura —principalmente de la Sociología— ha construido un marco distintivo para los alimentos, cuyo objetivo es clasificar el consumo alimentario de la clase dominante o lo popular. Esta preocupación dio como resultado los ejes analíticos ‘fino-magro-refinado-ligero’ y ‘salado-graso-pesado-fuerte’; o lo ‘exótico-rebuscado-sano-natural-azucarado’ y lo ‘fuerte-graso-salado-rico’. También, otras formas de clasificación son ‘los gustos de lujo’ y/o ‘los gustos de necesidad’; o, en otras palabras, los gustos asociados a los niveles de capital económico, social y/o cultural (Bauman *et al.*, 2017; Beagan *et al.*, 2016; Bourdieu, 1998; Flemmen *et al.*, 2017; Grignon y Grignon, 1980; Kamphuis *et al.*, 2015; Wills *et al.*, 2011). Estos marcos analíticos para el consumo de alimentos serán problematizados a partir del caso colombiano, un país latinoamericano, en vía de desarrollo, con problemas de pobreza y desigualdad.

Pero otros trabajos, que tienen sus raíces en las ciencias económicas o en las perspectivas que abogan por las elecciones racionales y/o funcionales de los alimentos, argumentan que las razones por las que se decide comer lo que se come responden a las posibilidades productivas o de acceso a los alimentos, o a los elementos nutricionales que estos aportan (Harris, 2009; Koch y Sprague, 2014; Satter, 2007; Young, 1998). Adicionalmente, se ha demostrado que a medida que incrementa el ingreso, la proporción del gasto en alimentos disminuye, porque los hogares destinan una mayor proporción del gasto en otros bienes y/o

servicios, lo que fue nominado como la Ley de Engel<sup>33</sup> (Chai y Moneta, 2013; Cortés y Pérez, 2010; Zimmerman, 1932).

Por último, como se señaló, hay un grupo de literatura que se ha enfocado en analizar las continuidades y rupturas de las prácticas alimentarias, en los diferentes elementos que las componen (abastecimiento, almacenamiento, preparación, ingesta y desechos). Este grupo de literatura pertenece principalmente a la Sociología del Consumo de Alimentos y hay dos principales vertientes. Una que aboga por los cambios y rupturas en las prácticas alimentarias; y otra que afirma que los cambios en ellas son pocos y lentos. Respecto a la primera, se consideran los cambios en los productos (bienes) y los servicios alimentarios; como también se tienen en cuenta las rupturas en los modos de ejecutar la práctica alimentaria. A los cambios en bienes, servicios y prácticas alimentarias se le llamó ‘diversificación alimentaria’<sup>34</sup>, y este concepto se ubicó en el paradigma de la ‘modernidad alimentaria’ (Fischler, 1979; Grignon y Grignon, 1999; Mennell, 1985). Mientras que otro conjunto de autores, en la Sociología del Consumo de Alimentos, afirmó que las prácticas alimentarias cambian muy lentamente, por el impacto de las normas sociales: la tradición, la clase, el gusto, el género, etcétera (Poulain, 2002; Warde, 1997).

Ahora bien, respecto al caso colombiano, un trabajo pionero en el análisis de la tendencia del consumo de alimentos es el de Salomón Kalmanovitz (1980). Dicha investigación tomó como base las dos encuestas de gastos existentes, hasta ese entonces, en Colombia: una realizada entre 1953-1954 y otra entre 1970-1972, entre otros documentos<sup>35</sup>. A partir de su

---

<sup>33</sup> Las necesidades definidas por Engel son: alimentación, vestido, calefacción, educación, salud, recreación, etcétera. Éstas se satisfacen de manera jerárquica en los hogares; y a medida que incrementa el ingreso en los hogares, los modos en que se satisface dicha jerarquía cambian (Zimmerman, 1932):

- (a) La proporción del gasto en alimentos disminuye.
- (b) La proporción del gasto en vestido permanece aproximadamente igual.
- (c) La proporción del gasto en renta y servicios permanece aproximadamente igual.
- (d) La proporción del gasto en artículos diversos incrementa.

<sup>34</sup> Este concepto, propio de la Sociología del Consumo de Alimentos, tiene en cuenta las relaciones de los agentes con su entorno y cómo estas relaciones cambian alrededor del consumo de alimentos. No es sólo un concepto de oferta o demanda de productos y servicios alimentarios. Se le sugiere al lector revisar a Elias (2016), Fischler (1979), Grignon y Grignon (1999), Mennell (1987), Neirinck y Poulain (2001), Poulain (2002) y Warde (1997).]

<sup>35</sup> Otros documentos utilizados por el autor Salomón Kalmanovitz (1980) son: Memoria de las Encuestas sobre Ingresos y Gastos de las Familias de Empleados y Obreros (1958). *Economía y Estadística*, 85, Bogotá; Encuesta de Hogares, Fases 1 y 11 (1975), Bogotá. Índice de Precios al Consumidor (1954 - 1975). *Departamento Nacional de Estadística*, Bogotá; Metodología del Índice de Precios al Consumidor (IPC 40 -

estudio, el autor encontró que los salarios y otros ingresos que percibían las familias colombianas eran muy bajos; y de estos más del 50 % estaban destinados a los alimentos, proporción que aumentaba durante el periodo de análisis. Kalmanovitz señaló que lo esperado era que, acorde a la Ley de Engel, dicha proporción disminuyera, pero los ingresos destinados a la mera subsistencia siguieron aumentando, en contraposición a lo expuesto por la literatura. Igualmente, se produjo un aumento en la proporción del gasto en renta, lo que finalmente le permitió afirmar que la población gastaba más del 80% de sus ingresos sólo en alimentación y renta (Kalmanovitz, 1980, p. 143). Sobre la estructura de la canasta familiar, el autor percibió que las carnes, los cereales y los tubérculos eran los productos más consumidos por las familias colombianas. Si había productos ‘sofisticados’ (salsa de tomate, mayonesa, mermelada, café soluble, mantequilla, queso, mortadela, etc.), no había registro de ellos en los hogares con ingresos más bajos.

Treinta años más tarde, Cortés y Pérez (2010) analizaron el consumo de los hogares colombianos con la Encuesta de Ingresos y Gastos correspondiente al bienio 2006-2007. Desde una perspectiva econométrica estimaron cuatro<sup>36</sup> diferentes sistemas de demanda para Colombia. Entre los hallazgos más relevantes, en línea con la Ley de Engel, destacó que la elasticidad gasto de los alimentos disminuía con el quintil de ingreso y, de manera análoga, a medida que incrementaba la educación, la elasticidad gasto en alimentos disminuía.

A partir de la revisión de la literatura se extraen seis conclusiones teóricas y/o empíricas: 1. hay diferencias en las razones para satisfacer el consumo de alimentos en los hogares; 2. hay diferencias en los modos en que los hogares distribuyen su presupuesto de alimentos, dadas sus características socioeconómicas; 3. a medida que incrementan los ingresos en los hogares, la proporción del gasto en alimentos disminuye; 4. las prácticas alimentarias no son estáticas en el tiempo y en el espacio; 5. el caso colombiano ha sido escasamente estudiado en estas perspectivas teóricas y metodológicas; y 6. la mayor parte de la literatura ha sido construida bajo marcos contextuales europeos o de países desarrollados como Estados Unidos o Canadá.

---

1978). *Mimeógrafo*, Bogotá; Ingresos, Consumo y Salud (1974). *Boletín Mensual de Estadística*, 264 y 265, Bogotá.

<sup>36</sup>El sistema lineal de gastos, el sistema lineal de gastos extendido, el sistema cuasi ideal de demanda y el sistema cuasi ideal de demanda cuadrático.

Por otra parte, respecto al periodo de análisis de este artículo, vale decir que durante el mismo Colombia vivió numerosos cambios, en materia económica, política y social (Perry, 2011). Específicamente, en el consumo de alimentos, las transformaciones se dieron bajo nuevas reglamentaciones en materia de ‘salubridad’ y cuidado del ‘espacio público’ que restringieron los puestos de comida callejera como espacio para el consumo alimentario; como también se firmaron acuerdos de libre comercio que regularon la importación y exportación de bienes y servicios alimentarios, entre otros. Este artículo supone que estas transformaciones tuvieron un impacto el consumo de alimentos en Colombia.

Las preguntas que surgen en perspectiva teórica y empírica son: primero, ¿cómo el consumo de alimentos permite ver la subsistencia y la desigualdad en un país como Colombia? Segundo, ¿cómo entender la distinción en países en vía de desarrollo o pobres? o en todo caso ¿cómo entender la distinción alimentaria en países con otras tradiciones culinarias? Y tercero, ¿cómo analizar el cambio a través del consumo de alimentos? ¿en qué hay rupturas y/o continuidades? Todas estas preguntas, en conjunto, buscan regresar a la pregunta inicial de este documento: ¿cómo las condiciones socioeconómicas modelan el consumo de alimentos del hogar, bajo contextos<sup>37</sup> cuyas trayectorias, limitaciones y posibilidades son distintas a las ya estudiadas? O en términos más precisos: ¿cómo las circunstancias socioeconómicas moldean el gasto alimentario en Colombia entre los años 1993 y 2014?

Bajo dichas preguntas, este artículo busca contribuir a la literatura sociológica existente que estudia los patrones de gasto y consumo de alimentos, como fuentes para el estudio de la desigualdad y la distinción social; haciendo una intersección entre la literatura que se ha enfocado en revisar la relación entre condiciones socioeconómicas y consumo de alimentos, tomando como caso a Colombia. A partir de este caso, un país en vía de desarrollo, también se pretende aportar a la problematización de los marcos sociológicos construidos para la distinción en alimentos, creada principalmente para países desarrollados y con otras tradiciones y/o prácticas culinarias. Igualmente, respecto a la literatura sociológica en la alimentación, que problematiza el cambio en las prácticas alimentarias, se intenta contribuir al estudio de la incidencia de las transformaciones —en las instituciones, estructuras productivas o de consumo, entre otros— en el consumo de alimentos. Finalmente, es valioso

---

<sup>37</sup> Económicos, políticos, culturales, estructuras productivas y de consumo, etcétera.

decir que este trabajo no había sido realizado en esta perspectiva teórica, ni bajo esta metodología, ni en esta temporalidad, ni en Colombia, ni en América Latina; por lo que se espera contribuya al análisis de las prácticas alimentarias colombianas y de América Latina.

Así pues, a manera de resumen: este trabajo analiza el comportamiento del gasto en alimentos (total y grupos) por parte de los hogares colombianos, a partir de sus características socioeconómicas, entre 1993 y 2014, en una perspectiva cuantitativa. A partir de la literatura presentada, las hipótesis que guiarán este trabajo son:

1. La proporción de gasto destinado a los alimentos se comporta en línea con la Ley de Engel. Es decir, se espera que el material del piso de la vivienda ‘tierra’, como categoría de referencia para otros materiales del piso de la vivienda, esté asociado con una mayor proporción de gasto en alimentos, porque en línea con los datos de la OMS (2017), América Latina es una región con altos niveles de pobreza y desigualdad; por eso es esperable que, en Colombia, una gran parte de los gastos se destine al consumo de alimentos.
2. Existen diferencias en el consumo de alimentos dadas las condiciones socioeconómicas, porque se espera que los hogares consuman los alimentos a los que pueden acceder. No se dicen direcciones de las correlaciones (positivas o negativas), por dos razones. Primero, porque justamente uno de los propósitos de este artículo y de esta tesis es corroborar qué de la literatura producida principalmente en Europa y Estados Unidos es realmente aplicable al caso colombiano. Y, segundo, porque los datos para los alimentos del año 1993 están agrupados. Y se siguió la estructura de la encuesta de 1993. En la literatura los alimentos no están agrupados. Y no se quiso perder ese año. Por lo tanto, no es posible partir de un supuesto direccional. Ni por la literatura, ni de manera intuitiva. Además, como se verá, no necesariamente las direcciones reportadas por la literatura se cumplen para el caso colombiano. Ni los comportamientos de los grupos sociales siempre responden a lo que se espera de ellos.
3. Existe diversificación alimentaria, porque se sabe que hubo un incremento de consumo de alimentos por fuera del hogar (Euromonitor, 2018) y por el Departamento Nacional de Estadística colombiano sabemos que hay un incremento en productos

importados (recordar el contexto presentado en la introducción). Por tales razones, se espera que los hogares estén cambiando los patrones de consumo.

Las hipótesis planteadas tienen como objetivo hacer, primero, una caracterización de la alimentación en el contexto colombiano; a partir de las proporciones del gasto en alimentos, para comprender el panorama en el que se desarrolla la práctica alimentaria. Segundo, explicar el escenario en el que se desarrolla la práctica alimentaria en términos de desigualdad y diferenciación social (Andrieu *et al.*, 2006; Bigot y Langlois, 2011; Bourdieu, 1998; Caillavet *et al.*, 2005-2006; Grignon y Grignon, 1980, 1981; de Saint Pol, 2017) y, tercero, presentar una reflexión respecto a los cambios y continuidades en las prácticas alimentarias en Colombia (Fischler, 1979; Grignon y Grignon, 1999; Mennell, 1985; Poulain, 2002; Warde, 1997).

### **3.3.Datos y Metodología**

#### *i. La encuesta y las variables independientes*

A partir de la revisión de la literatura se identificaron variables a emplear en los modelos empíricos: presencia de mujeres en el hogar, ciclo de vida, niveles educativos, niveles de ingresos, cantidad de personas en el hogar, lugar de origen (rural, urbano o región) y los coeficientes presupuestarios, con relación al consumo de alimentos en el hogar. Con esto en mente, se presenta la metodología a emplear.

En este artículo se utiliza la Encuesta Nacional de Calidad de Vida (ENCV) elaborada por el Departamento Nacional de Estadística de Colombia (DANE) y que corresponde a los años 1993, 1997, 2010 y 2014. La elección de años busca identificar patrones del gasto en alimentos (Halbwachs, 1933; Lhuissier, 2017). Dado que la ENCV no tiene una periodicidad constante, se escogieron la primera y la última ENCV que contienen la información de gasto en alimentos y, a partir de ellas, se seleccionaron las encuestas que permitían obtener un patrón de distancia de cuatro años. Con estos puntos en el tiempo (1993, 1997, 2010 y 2014) se buscó encontrar un patrón de gasto en alimentos en Colombia. En otras palabras, la selección de los años de las encuestas fue una decisión metodológica pragmática (Heeringa

*et al.*, 2010). Esta encuesta es de cobertura nacional y tiene como propósito obtener información sobre las condiciones de vida de los hogares, sus ingresos y gastos totales. Como se señala en los documentos metodológicos de dicha encuesta, los resultados de la muestra son representativos de la población total; por tanto, los resultados se han expandido con el fin de producir estimaciones válidas.

De acuerdo con los documentos de la Encuesta Nacional de Calidad de Vida, utilizada en la tesis, el hogar está definido como “persona o conjunto de personas que se asocian para compartir el alojamiento y la alimentación”.

La selección de los años corresponde al interés de probar cambios y continuidades de los patrones de consumo en los hogares. Algo que no se puede hacer si sólo se estudia un año. Además, el cambio o la continuidad, teóricamente, es una de las principales preocupaciones de sociología: ¿cómo es posible un orden social en el tiempo? y ¿cómo esto puede ser percibido?

La ENCV se compone de diferentes módulos. El módulo de gasto tiene rubros semanales, mensuales, trimestrales y anuales. En los rubros semanales se identifican alimentos (carnes: pollo, cerdo, pescado; granos y verduras: frijoles, arvejas, arroz, lentejas, garbanzos, zanahoria, etcétera.; leche y derivados: queso, kumis, yogurt; frutas: banano, guayaba; alimentos procesados, etcétera.) y otros productos de registro semanal (cigarrillos, bebidas alcohólicas, entre otros). Los productos mensuales son los productos de aseo personal y otros bienes y servicios para el hogar. Entre los productos trimestrales se considera la ropa, calzado, libros. Por último, en los gastos reportados como anuales o adquiridos durante los últimos doce meses aparecen bienes durables como muebles, vajillas, nevera, etc. La información reportada en las encuestas permite operacionalizar, de diferentes modos, las condiciones socioeconómicas –conjunto de características sociales, financieras y materiales circunstanciales, que pueden ser asumidas como nivel educativo, ocupación, ingreso, tenencia de casa, sexo, entre otros (Galobardes *et al.*, 2006a y 2006b)– con la ayuda del módulo de condiciones de vida de los hogares y datos de la vivienda.

Así pues, del módulo de datos de la vivienda se recodificó la variable material del piso del hogar, en la que se estima que el material de piso ‘tierra’ (1) es la categoría que representa menores condiciones materiales ; cemento y gravilla (2) es el segundo en orden ascendente;

madera burda-tabla es el tercero (3) y el código cuatro que corresponde a materiales de piso más sofisticados como la baldosa, el mármol, la madera pulida y la alfombra, los cuales corresponden a los mayores niveles de condiciones materiales. Esta variable se considera representativa de las condiciones materiales y en este artículo se presentan así: Tierra, Cemento, Madera, y Mármol y cerámica.

El módulo educación contiene información del nivel educativo máximo alcanzado por cada miembro del hogar, el sexo, entre otros. A partir de este módulo se calculó el nivel educativo máximo alcanzado por cada miembro del hogar (Ninguno, Primaria, Secundaria, Superior, Post-universitaria), la cantidad de personas totales por hogar, y la proporción de mujeres en el hogar, respecto al total de los integrantes del hogar. Mediante la variable educativa se supone algún acercamiento a discursos o conocimientos sobre los alimentos, sus funciones y tradiciones. Y con la variable del material del piso –junto con la educación–, se presume como un revelador de condiciones materiales del hogar. Ambas variables presuponen la existencia de ciertas características socioeconómicas no-materiales y materiales al interior del hogar (Bourdieu, 1998; Grignon y Grignon, 1980).

Aunque en muchas ocasiones se ha asumido que el nivel de las condiciones materiales y educativo son variables que están correlacionadas, para el caso del consumo de alimentos no ocurre así. A partir de la literatura se puede afirmar que los cambios en las prácticas alimentarias son pocos y lentos, por las normas sociales sobre el consumo de alimentos (Poulain, 2002; Warde, 1997). De modo que la rapidez con la que cambian los niveles de condiciones materiales o educativos, no necesariamente reflejan cambios en las prácticas y los modos de ejecutar el consumo de alimentos (Eliás, 2016; Mennell, 1987). Además, no se puede suponer que el nivel de condiciones materiales y el nivel educativo tienen relaciones similares en el consumo de alimentos o están correlacionados, de tal forma que se pueda producir multicolinealidad en el modelo que este artículo se propone estimar, porque se ha comprobado en la literatura que ambas variables arrojan resultados disímiles (Hume *et al.*, 2010). Por tales razones, ambas variables son valiosas para el análisis del consumo de alimentos.

En línea con la literatura se supone que la presencia de mujeres en el hogar impacta en el comportamiento del gasto en alimentos en el hogar (Gojard *et al.*, 2017), porque son quienes,

en la mayoría de los casos, lideran las acciones de cuidado del hogar y de sus integrantes, siendo la alimentación una de las principales actividades. Se construyó una variable dicotómica de mujeres, para representar si existe la presencia de al menos una mujer en el hogar. La cantidad de personas en el hogar y el sector (rural o urbano) al que pertenece el hogar son *proxys* del tamaño y del contexto del hogar que, de acuerdo con la literatura, son variables que se asocian con las cantidades de compra y lo efectivamente adquirido por condiciones de acceso y disponibilidad.

A su vez, la Edad es un indicador de la asociación del ciclo de vida en el gasto para el consumo de alimentos. Para este caso se tomó la edad reportada por el ‘Jefe del hogar’ en la encuesta. El ‘Jefe del hogar’ es señalado por el hogar. En Colombia el ‘Jefe del hogar’ es la persona que toma decisiones o que aporta el sustento económico del hogar. Vale resaltar que, en las encuestas aplicadas en Colombia, la categoría ‘Jefe del hogar’ no responde a una categoría de género y responde a una nominación estadística de toma de decisiones y el ‘Jefe del hogar’ puede ser hombre o mujer. En otras palabras, quien toma las decisiones o aporta el sustento del hogar puede ser una mujer o un hombre; y, de hecho, para las encuestas estudiadas, en el periodo de análisis de este trabajo, incrementó<sup>38</sup> casi un 10% el número de hogares que reportaron la jefatura del hogar a cargo de una mujer. Por lo tanto, esta variable no supone la exclusión de la mujer como agente de decisión. Ahora bien, en los estudios que analizan la asociación del curso de vida en el consumo de alimentos, se sostiene que la edad, las etapas y los eventos de la vida (infancia, embarazo, vejez, desempleo, empleo, etcétera) modifican el consumo de alimentos. Por lo tanto, como revelador del ciclo de vida, con la variable edad de la persona que toma las decisiones en el hogar, se pretende saber la relación que tiene el curso de vida en el consumo de alimentos (Bove y Sobal, 2006; Plessz y Gojard, 2015; Plessz *et al.*, 2016). Para este trabajo se creó una variable para grupos de edad: menor que 30 años, entre 30 y menor que 45 años, entre 45 y menor que 59 años y de 60 ó más años.

Finalmente, dadas las particularidades de las regiones (Grignon, 1986), en niveles de ingresos y estructuras físicas o geográficas, se construyeron conglomerados y se creó la variable

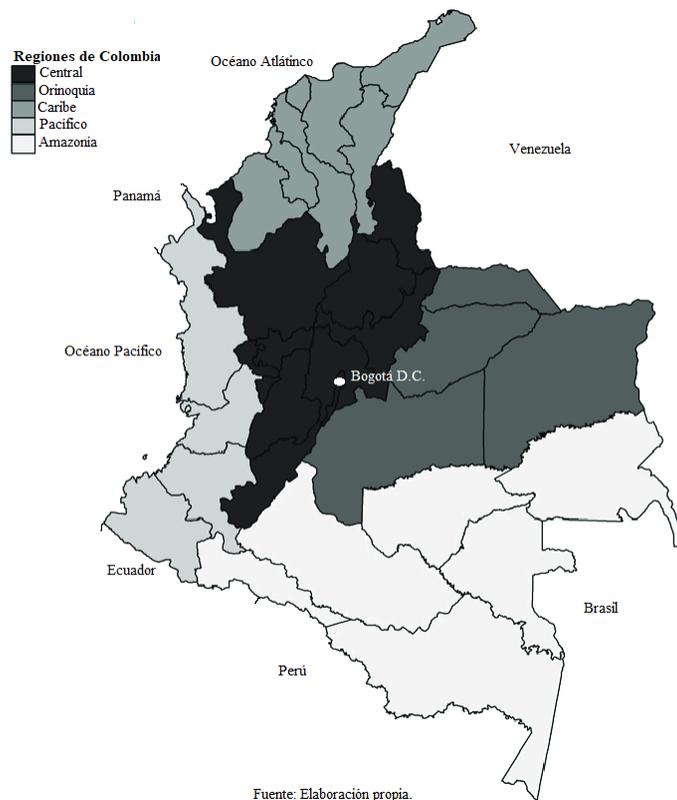
---

<sup>38</sup> Entre quienes son ‘Jefe del hogar’, para el año 1993 el 25,01% de los hogares colombianos reportó que este rol estaba a cargo de una mujer. Para 1997 el 24,75%; para el 2010 el 32,77% y para el 2014 el 34,56%. [Cambiar redacción] Para 1993, el 25,01% de los hogares colombianos reportó que el rol de ‘Jefe de hogar’ estaba a cargo de una mujer. Para 1997 la cifra alcanzaba el 24,75%, mientras que ascendía al 32,77% en 2010 y al 34,56% en el 2014.

‘Región’, a partir de la división político-administrativa del territorio colombiano. Las regiones para el análisis son seis: Bogotá Distrito Capital (D.C.), Central (Antioquia, Boyacá, Cundinamarca, Huila, Norte de Santander, Quindío, Risaralda, Santander, Tolima, Caldas), Pacífico (Chocó, Valle, Cauca, Nariño), Caribe (Atlántico, Bolívar, Cesar, Córdoba, La Guajira, Magdalena, San Andrés y Providencia, Sucre), Orinoquía (Meta, Vichada, Casanare, Arauca) y Amazonía (Putumayo, Amazonas, Caquetá, Guaviare, Guainía, Vaupés) (Fig. 3.1).

La Figura 3.1. busca ilustrar la ubicación de Colombia, su capital y la configuración de las regiones.

Fig. 3.1. Mapa de Colombia



## ii. Gastos

En línea con los documentos metodológicos de la Encuesta Nacional de Calidad de Vida, el hogar está definido como la persona o conjunto de personas que se asocian para compartir el

alojamiento y la alimentación. En ese sentido, se le informa al lector que la unidad de análisis es el hogar. Y más específicamente, el gasto promedio mensual en alimentos y por grupos de alimentos.

El gasto promedio total de cada hogar es la sumatoria de todos los gastos del hogar transformados en gastos mensuales. Los gastos semanales se multiplicaron por cuatro. Los gastos mensuales permanecieron igual. Los gastos trimestrales se dividieron entre tres y los gastos anuales se dividieron en doce. La sumatoria de todos los gastos se asumió como un gasto promedio total mensual de cada hogar.

El gasto promedio total mensual en alimentos es la sumatoria de todos los gastos en alimentos y dicha sumatoria se multiplicó por cuatro. Se supuso que el resultado sería el gasto promedio mensual total en alimentos. Lo mismo ocurrió para cada grupo de alimentos (a. carnes: cerdo, pollo, res y similares; b. granos, frutas y verduras; c. huevo; d. leche y derivados; e. pan y similares).

La elección de los grupos alimentarios a trabajar en este artículo tiene tres razones. La primera es una razón práctica. Para el año 1993 estos fueron los grupos construidos y reportados en la encuesta. Por lo tanto, para tratar de identificar el patrón de consumo desde ese año era útil seguir la configuración de los datos de la encuesta para los años posteriores. Segundo, aunque en la literatura reportada no se ha estudiado al huevo, no se excluyó este alimento del análisis, porque Colombia es un país donde productos alimenticios como los huevos son bastante importantes en la canasta familiar, especialmente en los niveles socioeconómicos más bajos. Y, tercero, porque los productos distintivos reportados hasta hoy en la literatura (mayoritariamente europea o de Estados Unidos) no necesariamente aplican para el caso colombiano, que es lo que se trata de mostrar en este artículo, dadas las tradiciones culinarias y la oferta de bienes y servicios alimentarios que hay en el país.

### *iii. Variables Dependientes – Proporciones del Gasto en Alimentos*

Las variables dependientes son 1. la proporción del gasto promedio mensual en alimentos del hogar, sobre el gasto promedio mensual total del hogar; y 2. las proporciones del gasto promedio mensual por grupos de alimentos, respecto al gasto promedio mensual en alimentos

del hogar. Este artículo se basa principalmente en la tradición cuantitativa del análisis del presupuesto de los hogares (Halbwachs, 1912, 1933; Zimmerman, 1932).

iv. *El Modelo - Regresión Lineal*

Todas las variables dependientes fueron multiplicadas por cien. Los resultados presentados permiten hacer inferencias a nivel país. Los modelos<sup>39</sup> empleados fueron regresiones lineales que tomaron las siguientes formas:

$$\frac{G_{TotalAlim_i}}{GastoTotal_i} = \beta_0 + \beta_1 Muj_i + \beta_2 Edad_i + \beta_3 NivEdMx_i + \beta_4 MatPiso_i + \beta_5 QPers_i + \beta_6 Sec_i + \beta_7 Reg_i + \varepsilon \quad (1)$$

$$\frac{G_{GrupoAlim_i}}{GastoTotAlim_i} = \beta_0 + \beta_1 Muj_i + \beta_2 Edad_i + \beta_3 NivEdMx_i + \beta_4 MatPiso_i + \beta_5 QPers_i + \beta_6 Sec_i + \beta_7 Reg_i + \varepsilon \quad (2)$$

Donde grupos de alimentos son: 1. carnes: pollo, pescado, cerdo y similares; 2. granos, verduras y frutas; 3. huevo; 4. leche y derivados; 5. pan y similares. En resumen, a nivel de los hogares, las variables independientes son: Mujer, Edad, Material del piso, Nivel educacional máximo, Cantidad de personas, Sector de la vivienda y Región. Y las variables dependientes re-escaladas a porcentaje son: 1. Proporción del gasto mensual total en alimentos respecto al gasto total mensual del hogar; 2. Proporción del gasto mensual por grupos de alimentos: a. granos, verduras y frutas; b. pan y similares; c. leche y derivados; d. carnes y similares; y e. huevos; cada una respecto al gasto total mensual del hogar en alimentos (Tabla 3.1.). Los errores estándares están ajustados por diseño muestral y heteroscedasticidad.

---

<sup>39</sup> El lector debe tener presente que los modelos de regresión lineal suponen relaciones entre las variables dependientes e independientes, pero estos modelos no pueden afirmar causalidad. Es decir, bajo esta metodología, no es posible hablar de causas y/o efectos entre las condiciones socioeconómicas y el consumo de alimentos en los hogares. En este artículo se hablará de la relación o correlación (positiva o negativa) que estas variables tienen entre sí.

Tabla 3.1. Descriptivos de variables dependientes

Variable	Observaciones	Promedio	Desviación estándar	Min	Max
Proporción del gasto total en alimentos	66.139	64,21	21,6	0	100
Proporción del gasto en carnes	58.406	25,54	15,5	0	100
Proporción del gasto en granos, frutas y verduras	58.620	32,68	21,1	0	100
Proporción del gasto en pan	56.085	8,54	9,6	0	100
Proporción del gasto en leche	50.767	10,48	9,1	0	100
Proporción del gasto en huevo	51.371	5,53	6,2	0	100

### 3.4.Resultados

#### *i. Análisis descriptivo*

En Colombia la proporción del gasto en alimentos en los hogares, durante el periodo analizado, se ha mantenido alta. En el año 1993, el promedio de la proporción del gasto en alimentos respecto al gasto total de los hogares colombianos fue 67.06%; para el año 1997 fue 59.51%; para el año 2010 llegó a 63.05% y para el año 2014 la proporción fue 63.70%. Así que es posible afirmar que más del 50% del gasto de los hogares se destina a un tipo de consumo que busca satisfacer una necesidad básica y vital.

Al analizar la relación entre las condiciones socioeconómicas de los hogares colombianos y la proporción del gasto en alimentos hay diferentes elementos importantes. En primer lugar, la presencia de al menos una mujer en el hogar indica una proporción mayor en el gasto en alimentos. Respecto a la variable Edad, se puede decir que existe una relación directa entre la proporción del gasto en alimentos y la cantidad de años cumplidos que tenga el ‘Jefe del Hogar’. Es decir, a mayor Edad se espera una mayor proporción del gasto en el hogar.

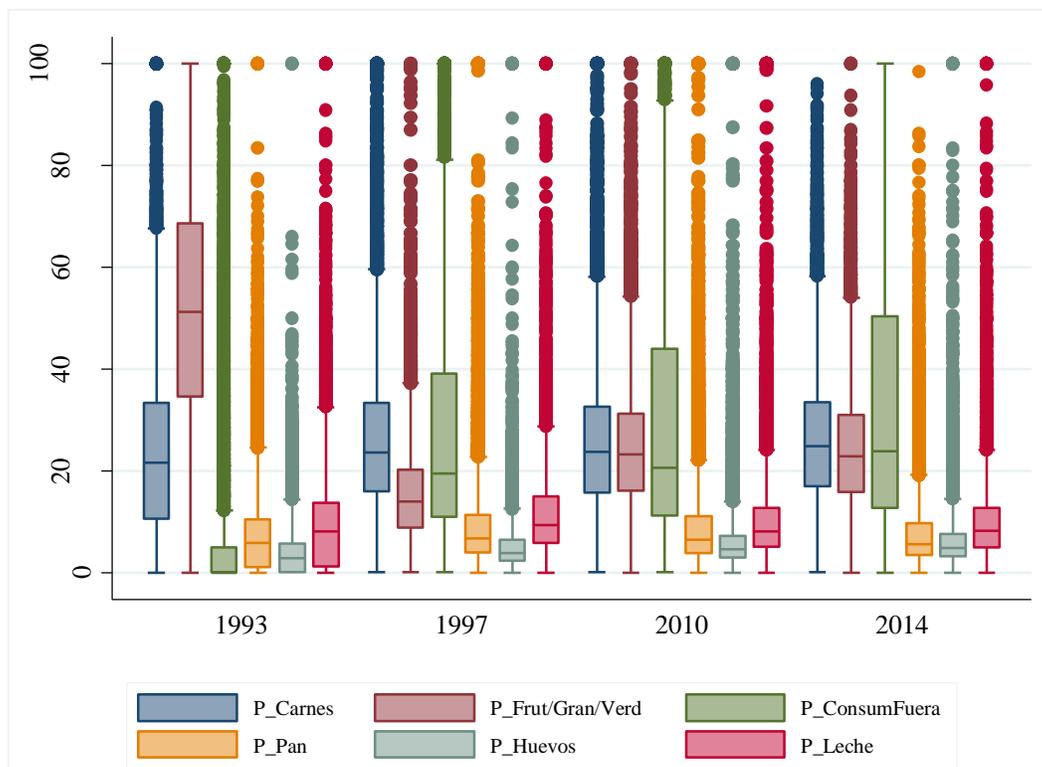
Es posible afirmar que a medida que incrementa el nivel educativo, la proporción del gasto en alimentos tiende a disminuir. Al avanzar en el tiempo, la proporción del gasto en alimentos de los hogares colombianos con niveles educativos más altos tiende a alejarse más y a ser mucho menor que la proporción del gasto de los hogares con niveles educativos más bajos.

La variable Material del Piso tiene como propósito reflejar condiciones materiales y se comporta de acuerdo con lo esperado en la literatura (Chai y Moneta, 2013; Cortés y Pérez, 2010; Zimmerman, 1932). A medida que el material del piso es más sofisticado (pasa de tierra hasta mármol), la proporción del gasto en alimentos tiene que disminuir. Adicional, a medida que pasa el tiempo, la diferencia entre las proporciones de cada grupo se hace más grande, tal que cada vez es más bajo el promedio del gasto en alimentos de aquellos hogares con un material del piso menos deseable.

Al controlar por la cantidad de personas en el hogar, se encuentra que esta variable tiene una relación positiva en la proporción del gasto total en alimentos. Este resultado, como control del modelo, es esperable porque si hay muchas personas en el hogar, las cantidades adquiridas de alimentos serán mayores. Al examinar la proporción del gasto promedio mensual en alimentos por sector Urbano o Rural, se encuentra que es más baja la proporción del gasto mensual en alimentos en las zonas urbanas, que en las zonas rurales. La variable región es una variable de control.

Por otra parte: ¿qué ocurre con la proporción del gasto en alimentos por grupos de alimentos? Aunque el consumo de carnes y de granos, vegetales y frutas representan las proporciones de gasto más altas, tanto en las áreas urbanas como rurales; también es cierto que, en el tiempo –en términos generales–, han disminuido las proporciones del gasto en los grupos alimenticios del análisis (carnes: res, pollo, cerdo, pescados, embutidos; granos, frutas y verduras; huevo; pan; y leche) (Fig. 3.2.).

Fig. 3.2. Proporción del gasto por grupos de alimentos



Fuente: Cálculos propios a partir de ENCV 1993, 1997, 2010, 2014.

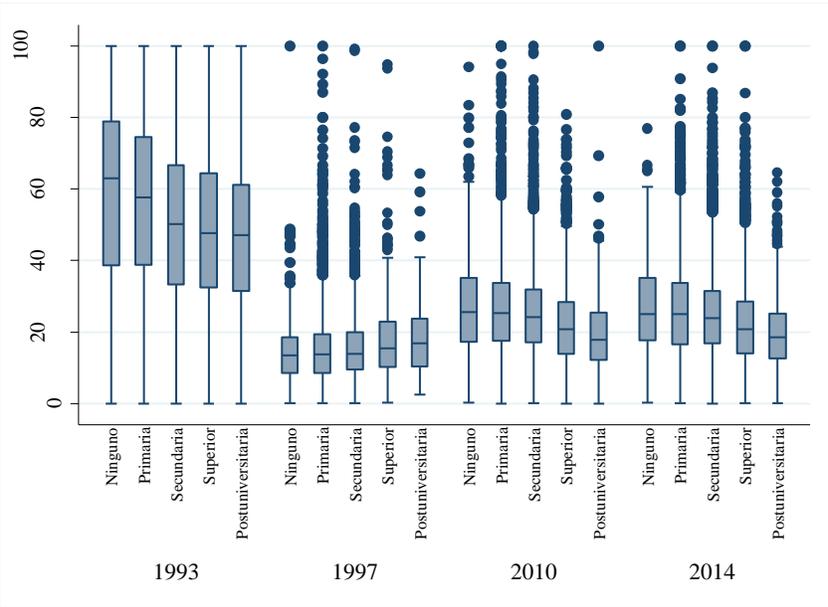
Para el año 1993 se identifica un alto consumo en carnes y en las frutas, granos y verduras. Pero, para los años posteriores, estas proporciones disminuyen. Mientras que incrementó la proporción del gasto destinado a consumo de alimentos por fuera del hogar. De dichas variaciones llama la atención la considerable disminución de la proporción del gasto en granos, verduras y frutas, y el sustancial incremento en gastos para el consumo por fuera del hogar<sup>40</sup>. Pero al examinar la proporción del gasto en granos, verduras y frutas en relación con el nivel educativo, se identifica una relación inversa entre estas dos variables, a excepción de lo observado para el año 1997. En otras palabras, a medida que incrementa el nivel educativo, disminuye el consumo de granos, frutas y verduras (Fig. 3.3.); o incluso, entre niveles

<sup>40</sup> El análisis de esta categoría merece hacerse en profundidad, por lo que no será desarrollado en este texto. Sólo se continuará el análisis con los grupos de alimentos ‘carne’, ‘granos, frutas y verduras’, ‘pan’, ‘leche’ y ‘huevos’.

educativos, algunas veces el promedio de la proporción del gasto en granos, frutas y verduras es casi igual, o no hay diferencias estadísticamente significativas, como se verá en las estimaciones de la siguiente sección.

Pero más aún, el escaso porcentaje destinado al consumo de frutas y verduras en Colombia fue reportado por la Organización Mundial de la Salud (2017) quien, en el informe *Panorama de la Seguridad Alimentaria y Nutricional en América Latina y el Caribe*, afirma que este porcentaje llega a 4 %; e incluso presentan que, en los niveles socioeconómicos más altos, la mayor proporción de gasto en alimentos se da en cereales y tubérculos. La Fig. 3.3. busca mostrarle gráficamente al lector la amplia variación de proporción del gasto en granos, frutas y verduras, por niveles educativos y años. Y llamar a especial atención sobre el consumo de alimentos saludables, respecto a una variable que ha tenido un comportamiento contrario diferente en la literatura revisada. En especial por el valor que puede tener para políticas públicas, para hacer evidente el problema general de consumo de alimentos saludables de la población colombiana. En especial, cuando se asume la educación con una variable de diferenciación de consumo de frutas y verduras, lo que no ocurre.

Fig. 3.3. Proporción del gasto en verduras por grupo educativo y año



Fuente: Cálculos propios a partir de ENCV 1993, 1997, 2010, 2014.

Esta contradicción, con la literatura médica que afirma que a mayor nivel educativo o de condiciones materiales el consumo de alimentos es más ‘saludable’ (Darmon y Drewnowski, 2008; Lallukka *et al.*, 2017); o este resultado diferente respecto a la literatura sociológica que define los productos alimenticios ligeros para la clase dominante (Bourdieu, 1998; Grignon y Grignon, 1980, 1981), puede quizá explicarse por elementos culturales/rutinarios y contextuales. Porque desde lo estudiado por Kalmanovitz (1980) y van Ausdal (2008), se ha descubierto que los hogares tienen como base alimenticia las carnes —especialmente la de res—, los granos o cereales (fríjoles y arroz) y los tubérculos (papa); y no así el consumo de frutas y verduras, pues las frutas y las verduras eran productos asociados a las personas de escasos recursos, infantes, mujeres y/o personas mayores; y no precisamente para personas con alto poder adquisitivo. Y aunque esta base se ha mantenido, pues estos productos siguen siendo predominantes en la dieta colombiana, sus proporciones han variado debido, posiblemente, a la diversificación alimentaria (Mennell, 1987; Fischler, 1979).

## ii. Modelos lineales

Las Tablas 3.2, 3.3 y 3.4 presentan los resultados de los modelos de regresión lineal para los años agregados: modelo saturado (Tabla 3.2.) y para cada año y grupo de alimentos (Tabla 3.3. y Tabla 3.4.). Las variables independientes representan las características socioeconómicas del hogar y las variables dependientes son las proporciones del gasto en alimentos, por total y por grupos.

La variable dicotómica Mujer (cuando existe al menos una mujer en el hogar), tiene un coeficiente positivo en la proporción del gasto total mensual en alimentos, respecto a los gastos totales del hogar; tanto en el modelo saturado (coeficiente 1,9  $p$  value < 0.01), como para los años 1993 (4,6) ( $p$  value < 0.05); 2010 (3,4  $p$  value < 0.01) y 2014 (3,8  $p$  value < 0.01) ( $p$  value < 0.01). Esto es: se identifica un patrón positivo de los coeficientes, por muestras (años) y por la muestra conjunta (modelo saturado). Respecto a la proporción del gasto en carne, en el modelo saturado, un coeficiente de 1,0 ( $p$  value < 0.01). Y por años, para 1993, 5,4 ( $p$  value < 0.05), en 2010 2,98 ( $p$  value < 0.01) y en 2014 1,9 ( $p$  value < 0.01). Esto es: se identifica un patrón positivo de los coeficientes para la proporción del gasto total, por muestras (años) y por la muestra conjunta (modelo saturado). Para la proporción en

granos, frutas y verduras, en el modelo saturado 2,2 ( $p \text{ value} < 0.01$ ); luego 10,64 ( $p \text{ value} < 0.01$ ) en el año 1993, 2,5 ( $p \text{ value} < 0.01$ ) para el año 2010, y 3,6 ( $p \text{ value} < 0.01$ ) para el año 2014. Esto es: se identifica un patrón positivo de los coeficientes para la proporción de gasto en granos, frutas y verduras, por muestras (años) y por la muestra conjunta (modelo saturado). Para la proporción de pan, para el modelo saturado un coeficiente de -0,5 ( $p \text{ value} < 0.05$ ); para el año 1993, un coeficiente de -0,9 ( $p \text{ value} < 0.05$ ); para el año 2010, 0,9 ( $p \text{ value} < 0.1$ ), para el año 2014 un coeficiente de -0,6 ( $p \text{ value} < 0.1$ ). Esto es: se identifica un patrón negativo de los coeficientes, para la proporción del gasto en pan, por muestras (años) y por la muestra conjunta (modelo saturado). Para la proporción de leches-lácteos, hay un coeficiente de 1,2 ( $p \text{ value} < 0.01$ ) en el modelo saturado, y para el año 1993 de 2,7 ( $p \text{ value} < 0.01$ ), para 1997 de 1,11 ( $p \text{ value} < 0.01$ ), en el 2010 de 1,5 ( $p \text{ value} < 0.05$ ) y en 2014 de 2,3 ( $p \text{ value} < 0.01$ ). Esto es: se identifica un patrón positivo de los coeficientes para la proporción del gasto en lácteos, por muestras (años) y por la muestra conjunta (modelo saturado). Y para la proporción del huevo, en el modelo saturado, 0,09 ( $p \text{ value} < 0.01$ ).

La Edad del Jefe del hogar tiene un coeficiente positivo en la proporción del gasto en alimentos. Tanto en el modelo saturado, como en los modelos para cada año este resultado se mantiene, especialmente para los hogares con edad de jefe del hogar mayor que 60, respecto a la categoría de referencia menor que 30 años. Coeficientes: 2,4 en el modelo saturado ( $p \text{ value} < 0.01$ ), como para el año 1993: 2,5 ( $p \text{ value} < 0.01$ ); 2010: 3,4 ( $p \text{ value} < 0.01$ ); 2014: 3,6 ( $p \text{ value} < 0.01$ ). Esto es: se identifica un patrón positivo de los coeficientes, de las categorías de la edad en el gasto total en alimentos, por muestras (años) y por la muestra conjunta (modelo saturado). Y respecto a los grupos de alimentos, hay un coeficiente positivo en los grupos de la carne, a medida que incrementa la edad, respecto a la categoría de referencia menores que 30, en el modelo saturado, para los grupos entre 30 y menos de 45 años, un coeficiente de 1,5 ( $p \text{ value} < 0.01$ ). Un coeficiente de 2,04 ( $p \text{ value} < 0.01$ ) para la categoría de referencia respecto a la categoría entre 45 y menos de 60 años. Y un coeficiente de 2,3 ( $p \text{ value} < 0.01$ ) para la categoría de mayores de 60 años. Cuando se mira por años, los coeficientes estadísticamente significativos están en el año 1993, para las categorías 45 a menor que 60, con un coeficiente de 1,4 ( $p \text{ value} < 0.01$ ) y de 60 a más años con un coeficiente 1,6 ( $p \text{ value} < 0.01$ ). Para el año 2010 y 2014 para todas las categorías. Esto es en 1993: en la categoría de 30 a menor que 45, coeficiente 2,3 ( $p \text{ value} < 0.01$ ); para la

categoría entre 45 y menor que 60, un coeficiente de 2,8 ( $p \text{ value} < 0.01$ ), y un coeficiente de 3,4 ( $p \text{ value} < 0.01$ ) para la categoría de 60 o más.

La variable categórica Nivel Educativo Máximo del hogar evidencia una relación inversa con la proporción del gasto total mensual en alimentos. Teniéndose como categoría de referencia 'Ninguno', se encontró que, en el modelo saturado, a medida que incrementó el nivel educativo a Primaria (coeficiente -3,1  $p \text{ value} < 0.01$ ), Secundaria (-9,2  $p \text{ value} < 0.01$ ), Superior (-19, 10  $p \text{ value} < 0.01$ ) o Postuniversitaria (-30, 5  $p \text{ value} < 0.01$ ), el coeficiente negativo sobre la proporción del gasto total mensual en alimentos se hizo mayor (se alejó más de cero). Y por años ocurrió lo mismo. Para 1993, respecto a la categoría de referencia ningún nivel educativo, para el nivel educativo secundaria, el coeficiente fue -3,6 ( $p \text{ value} < 0.5$ ), para superior -10,35 ( $p \text{ value} < 0.01$ ), y para postuniversitario -15,8 ( $p \text{ value} < 0.01$ ). En 1997, también, y fue para primaria, respecto a la categoría de referencia, -4,0 ( $p \text{ value} < 0.01$ ), para secundaria, -11,8 ( $p \text{ value} < 0.01$ ), para superior -26,25 ( $p \text{ value} < 0.01$ ) y para postuniversitaria -33,8 ( $p \text{ value} < 0.01$ ). Para el año 2010, en primaria, respecto a la categoría de referencia, -2,8 ( $p \text{ value} < 0.05$ ), -8,1 ( $p \text{ value} < 0.01$ ) para secundaria, -18,38 ( $p \text{ value} < 0.01$ ) y para superior, y -31,22 ( $p \text{ value} < 0.01$ ) para postuniversitario. Y para el año 2014, respecto a la categoría de referencia ninguno, fue en primaria de -3,26 ( $p \text{ value} < 0.01$ ), para secundaria -8,68 ( $p \text{ value} < 0.01$ ), para superior -18,0 ( $p \text{ value} < 0.01$ ), y para postuniversitario -31,04 ( $p \text{ value} < 0.01$ ). Esto es: se identifica un patrón negativo de los coeficientes del nivel educativo, respecto a la variable de referencia, por muestras (años) y por la muestra conjunta (modelo saturado). Por la proporción de la carne, en el modelo saturado, el nivel educativo no tiene asociaciones estadísticamente significativas en las carnes, ni por años. Pero en la proporción de granos, frutas y verduras, para el modelo saturado, respecto a la categoría de referencia ninguno, secundaria tiene un coeficiente de -0,8 ( $p \text{ value} < 0.5$ ), superior de -2,9 ( $p \text{ value} < 0.01$ ), y postuniversitaria de -3,7 ( $p \text{ value} < 0.01$ ). Por años, para el 1993, para primaria, respecto a la categoría de referencia, -4,6 ( $p \text{ value} < 0.5$ ), para secundaria, -7,2 ( $p \text{ value} < 0.01$ ), para superior -6,3 ( $p \text{ value} < 0.05$ ) y para postuniversitaria ( $p \text{ value} < 0.05$ ). Para 1997, para superior 2,9 ( $p \text{ value} < 0.01$ ), y postuniversitario 4,2 ( $p \text{ value} < 0.05$ ), mientras que para el año 2010, para la categoría secundaria -2,53 ( $p \text{ value} < 0.05$ ), para superior -4,8 ( $p \text{ value} < 0.01$ ) y para postuniversitaria -6,8 ( $p \text{ value} < 0.01$ ). Y para el año 2014, en secundaria para -2,2 ( $p \text{ value} < 0.05$ ), para

superior -4,0 ( $p \text{ value} < 0.01$ ), y para postuniversitaria -6,0 ( $p \text{ value} < 0.01$ ). Esto es: se identifica un patrón negativo de los coeficientes del nivel educativo, para la proporción de granos, frutas y verduras, respecto a la variable de referencia, por muestras (años) y por la muestra conjunta (modelo saturado). Por la proporción de leches y lácteos, para el modelo saturado, la categoría primaria, respecto a la categoría de referencia ninguno, tuvo un coeficiente de -1,1 ( $p \text{ value} < 0.05$ ), la categoría secundaria de -1,2 ( $p \text{ value} < 0.05$ ), la categoría superior de -1,1 y la categoría postuniversitaria un coeficiente de -2,0 ( $p \text{ value} < 0.01$ ). Respecto a los años, en 1997, un coeficiente de -4,6 ( $p \text{ value} < 0.01$ ), mientras que, en el año 2010, para secundaria fue de -1,7 ( $p \text{ value} < 0.1$ ), para superior de -1,8 ( $p \text{ value} < 0.1$ ) y para postuniversitaria de -2,3 ( $p \text{ value} < 0.05$ ). Y par el año 2014, para primaria el coeficiente fue -2,0 ( $p \text{ value} < 0.05$ ), para secundaria fue de -2,5 ( $p \text{ value} < 0.05$ ), para postuniversitaria de -2,8 ( $p \text{ value} < 0.05$ ). Esto es: se identifica un patrón negativo de los coeficientes del nivel educativo, respecto a la variable de referencia, por muestras (años) y por la muestra conjunta (modelo saturado). Para la proporción del gasto en huevo, para el modelo saturado, la categoría primaria, respecto a la categoría de referencia ninguno, el coeficiente fue de -1,7 ( $p \text{ value} < 0.01$ ), para secundaria fue de 2,1 ( $p \text{ value} < 0.01$ ), para superior -2,7 ( $p \text{ value} < 0.01$ ), y para postuniversitaria de -3,8 ( $p \text{ value} < 0.01$ ). Y para el año 1997, para primaria se obtuvo un coeficiente de -2,2 ( $p \text{ value} < 0.01$ ), para secundaria de -2,4 ( $p \text{ value} < 0.01$ ), para superior de -3,2 ( $p \text{ value} < 0.01$ ), y para postuniversitaria de -3,9 ( $p \text{ value} < 0.01$ ). En el año 2010, para primaria de -2,0 ( $p \text{ value} < 0.05$ ), para secundaria de -2,6 ( $p \text{ value} < 0.01$ ), para superior de -3,3 ( $p \text{ value} < 0.01$ ) y para postuniversitaria de -4,1 ( $p \text{ value} < 0.01$ ). Y en el año 2014, para secundaria -1,8 ( $p \text{ value} < 0.01$ ), para superior -2,4 ( $p \text{ value} < 0.01$ ) y para postuniversitaria de -4,1 ( $p \text{ value} < 0.01$ ). Es decir: se identifica un patrón negativo, respecto al nivel educativo, respecto a la categoría de referencia, en lo que corresponde a la proporción del gasto en huevo, tanto para cada estimación de cada muestra (año) o para la muestra conjunta (modelo saturado).

Por su parte, la variable Material del Piso de la vivienda del hogar, la categoría de referencia de Material del Piso es 'Tierra' y las otras son Cemento, Madera y Mármol o cerámica. A medida que el material del piso se hizo más sofisticado, respecto a la categoría de referencia Tierra, incluso en el tiempo, mayor relación negativa se reportó en la proporción del gasto total mensual en alimentos. En otras palabras, para el modelo saturado, para la categoría

cemento, respecto a la categoría de referencia Tierra, se reportó un coeficiente de -3,4 ( $p$  value < 0.01), para la categoría madera un coeficiente de -3,5 y para la categoría mármol de -8,7 ( $p$  value < 0.01). Por años, para 1993, para cemento fue de -4,3 ( $p$  value < 0.01), para madera fue -5,1 ( $p$  value < 0.01) y para mármol -10,57 ( $p$  value < 0.01). En 1997, para la categoría mármol fue -10,5 ( $p$  value < 0.01). En 2010, para cemento -3,9 ( $p$  value < 0.01), para madera de -5,2 ( $p$  value < 0.01) y para mármol de -10,1 ( $p$  value < 0.01). Y para 2014, cemento -3,4 ( $p$  value < 0.01), para madera -4,5 ( $p$  value < 0.01), y para mármol -9,0 ( $p$  value < 0.01). Es decir: se identifica un patrón negativo, respecto al material del piso de la vivienda, respecto a la categoría de referencia, en lo que corresponde a la proporción del gasto total en alimentos, tanto para cada estimación de cada muestra (año) o para la muestra conjunta (modelo saturado). Esto comprueba la hipótesis respecto a la ley de Engel.

Y al analizar por grupo de alimentos, la asociación del material del piso de la vivienda que habita el hogar con la proporción del gasto en carne, para el modelo saturado, la categoría cemento tiene un coeficiente de 3,4 ( $p$  value < 0.01), la categoría madera de 4,4 ( $p$  value < 0.01), y la categoría mármol 4,9 ( $p$  value < 0.01). Por años, en 1993, la categoría cemento tiene un coeficiente de 6,5 ( $p$  value < 0.01), la categoría madera 7,3 ( $p$  value < 0.01) y la categoría mármol 7,3 ( $p$  value < 0.01). En 1997, para la categoría mármol 3,7 ( $p$  value < 0.05). En 2010, la categoría cemento tuvo un coeficiente de 2,6 ( $p$  value < 0.01), la de madera 3,9 ( $p$  value < 0.01) y la de mármol de 4,0 ( $p$  value < 0.01). Y en el año 2014, para la categoría cemento, un coeficiente de 1,9 ( $p$  value < 0.01), la de madera de 3,2 ( $p$  value < 0.01) y la de mármol de 3,4 ( $p$  value < 0.01). Es decir: se identifica un patrón positivo, de la asociación del material del piso de la vivienda del hogar, respecto a la categoría de referencia, en lo que corresponde a la proporción del gasto en carnes, tanto para cada estimación de cada muestra (año) o para la muestra conjunta (modelo saturado). Para la proporción de granos, frutas y verduras, en el modelo saturado se obtuvo los coeficientes de -4,1 ( $p$  value < 0.01) para la categoría cemento -6,0 ( $p$  value < 0.01), para la categoría mármol de -5,0 ( $p$  value < 0.01). En el año 1993, para la categoría cemento el coeficiente fue de -8,7 ( $p$  value < 0.01), para la madera fue -12,12 ( $p$  value < 0.01), para el mármol fue de -9,9 ( $p$  value < 0.01). Para el año 2010, para cemento fue de -2,2 ( $p$  value < 0.01), para la de madera fue de -2,9 ( $p$  value < 0.01) y para mármol fue de -3,5 ( $p$  value < 0.01). Y en 2014, para cemento fue de -1,4 ( $p$  value < 0.01), para madera fue -2,0 ( $p$  value < 0.01) y para mármol fue de -3,0 ( $p$  value <

0.01). Es decir: se identifica un patrón negativo, respecto al material del piso, respecto a la categoría de referencia, en lo que corresponde a la proporción del gasto en granos, frutas y verduras, tanto para cada estimación de cada muestra (año) o para la muestra conjunta (modelo saturado). Respecto a la proporción de leche, en el modelo saturado, la categoría cemento tuvo un coeficiente de 1,0 ( $p \text{ value} < 0.01$ ), la de madera de 1,3 ( $p \text{ value} < 0.01$ ) y la de mármol de 1,9 ( $p \text{ value} < 0.01$ ). En 1993, la categoría cemento tiene un coeficiente de 2,0 ( $p \text{ value} < 0.01$ ), la de madera de 2,9 ( $p \text{ value} < 0.01$ ) y la de mármol de 2,6 ( $p \text{ value} < 0.01$ ). En 2010, la categoría cemento tuvo un coeficiente de 1,0 ( $p \text{ value} < 0.01$ ) y la de mármol de 1,4, y en el 2014 la categoría mármol tuvo un coeficiente de 1,6 ( $p \text{ value} < 0.01$ ). Es decir, se identifica un patrón positivo de la asociación de la categoría material del piso de la vivienda, respecto a la categoría de referencia, y la proporción del gasto en leche.

La variable de control Cantidad de Personas en el hogar tiene un coeficiente positivo en el gasto total mensual en alimentos, en el modelo saturado con coeficiente de 0,9 ( $p \text{ value} < 0.01$ ), y en el año 1993 de 0,6 ( $p \text{ value} < 0.01$ ), en 1997 de 0,7 ( $p \text{ value} < 0.01$ ), en 2010 de 1,0 ( $p \text{ value} < 0.01$ ) y en el 2014 de 0,5 ( $p \text{ value} < 0.01$ ). Para la carne, se halla un coeficiente de -0,4 ( $p \text{ value} < 0.1$ ) para el año 1997 y para el año 2010 -0,2 ( $p \text{ value} < 0.05$ ). Para la proporción de granos, frutas y verduras, en el saturado de 0,4 ( $p \text{ value} < 0.01$ ), en 1993 de 0,37 ( $p \text{ value} < 0.05$ ), en 1997 de -0,7 ( $p \text{ value} < 0.01$ ), en 2010 de 0,5 ( $p \text{ value} < 0.01$ ), y en 2014 de 0,5 ( $p \text{ value} < 0.01$ ). Para el pan, en el modelo saturado un coeficiente de 0,08 ( $p \text{ value} < 0.05$ ) y en el 2014 de 0,17 ( $p \text{ value} < 0.01$ ). Mientras que para la leche, en el modelo saturado de -0,2 ( $p \text{ value} < 0.01$ ), en 1997 de -0,6 ( $p \text{ value} < 0.01$ ), en el 2010 de -0,4 ( $p \text{ value} < 0.01$ ) y en 2014 de 0,4 ( $p \text{ value} < 0.01$ ).

Y cuando se analiza por sector Urbano/Rural, se encuentran diferencias estadísticamente significativas en los coeficientes que esta característica tiene, ya sea en la proporción del gasto total mensual en alimentos, o en los grupos de alimentos. Primero, el hecho de que el hogar haga parte de una zona urbana, respecto a una zona urbana, tiene un coeficiente negativo en la proporción del gasto total mensual en alimentos tanto para el modelo saturado con un coeficiente de -4,0 ( $p \text{ value} < 0.01$ ), como para el año 1993, con un coeficiente de -11,6 ( $p \text{ value} < 0.01$ ), para el año 1997 con uno de -3,2 ( $p \text{ value} < 0.01$ ), para el año 2010 de -2,2 ( $p \text{ value} < 0.01$ ) y para el año 2014 con uno de -1,8 ( $p \text{ value} < 0.01$ ). Es decir, se identifica

un patrón negativo, por años y por modelo saturado, del hecho de pertenecer a una zona urbana en la proporción del gasto en alimentos. Luego, para la proporción del gasto en carne, en el modelo saturado, hay un coeficiente de -2,9 ( $p \text{ value} < 0.01$ ), en el año 1993 de -5,9 ( $p \text{ value} < 0.01$ ), en 1997 de -2,7 ( $p \text{ value} < 0.01$ ), en el año 2010 de -2,8 ( $p \text{ value} < 0.01$ ), y en el año 2014 de -1,1 ( $p \text{ value} < 0.01$ ). Es decir, se halla un patrón negativo del hecho de que el hogar pertenezca a la zona urbana, respecto a la zona rural, en la proporción de gasto en carne. En granos frutas y verduras, en el modelo saturado se encuentra un coeficiente de -1,5 ( $p \text{ value} < 0.01$ ), y para el año 1993 un coeficiente de -2,2 ( $p \text{ value} < 0.01$ ), para el año 2010 uno de -1,8 ( $p \text{ value} < 0.01$ ) y para el año 2014 uno de -1,6 ( $p \text{ value} < 0.01$ ). Se asume aquí, entonces, un patrón negativo. Para el pan, en el modelo saturado, la categoría urbana tiene un coeficiente de 1,3 ( $p \text{ value} < 0.01$ ), y para el año 1993 uno de 1,2 ( $p \text{ value} < 0.01$ ), para 1997 uno de 0,9 ( $p \text{ value} < 0.1$ ), para el año 2010 uno de 1,4 ( $p \text{ value} < 0.01$ ), y para el año 2014, uno de 1,0 ( $p \text{ value} < 0.01$ ). Es decir, en las zonas urbanas hay un patrón positivo de los coeficientes, respecto a la proporción de pan. Para la leche, se halla un coeficiente de 0,9 ( $p \text{ value} < 0.01$ ) en el modelo saturado, y uno de 1,6 ( $p \text{ value} < 0.01$ ) en 1993, uno de 0,8 ( $p \text{ value} < 0.05$ ) en el año 1997, y uno de 0,5 en el año 2010 ( $p \text{ value} < 0.5$ ). Es decir, se asume un patrón positivo de dicha variable con relación a la proporción de leche. Y para la proporción de huevo se halló, para el modelo saturado, un coeficiente de -0,2 ( $p \text{ value} < 0.01$ ), para el año 1993 uno de 0,6 ( $p \text{ value} < 0.01$ ), para el año 1997 uno de -0,9, en el año 2010 uno de -1,0 ( $p \text{ value} < 0.01$ ), y para el año 2014 uno de -0,5 ( $p \text{ value} < 0.01$ ). Aquí se asume un patrón negativo de la variable sector sobre la proporción del gasto en huevo. La variable región es una variable de control.

La idea principal que subyace en la metodología planteada es la comparación de los betas o coeficientes de diferentes muestras (en este caso, años). Es decir: la hipótesis nula sería  $h_0: \beta_{i1} = \beta_{i2} = \beta_{in}$ . Esta metodología busca probar la igualdad (o diferencia) de los coeficientes de muestras separadas respecto a una muestra que una todas las muestras, para verificar si existe un cambio estructural en los parámetros. A esta metodología se le llama el test de Chow. En otras palabras: la metodología planteada busca mostrar las diferencias (o no) estadísticamente significativas de los coeficientes entre los años, o las diferentes muestras, y el modelo saturado.

Para los modelos estimados, se halló que los coeficientes, si bien tienen incrementos, hablando en valores absolutos, algunos tienen disminuciones. Y no hay diferencias estadísticas significativas entre algunos de los coeficientes o parámetros. En otras palabras, no se puede rechazar la hipótesis nula de diferencia de betas. Utilizándose la comprobación de hipótesis por interacciones entre las variables independientes y la variable año, para la variable dependiente proporción de gasto total en alimentos, se encuentra que hay diferencias estadísticamente significativas entre los coeficientes de las variables: presencia de al menos una mujer en el hogar (p value < 0.1), nivel educativo máximo del hogar (p value < 0.01), cantidad de personas (p value < 0.01), sector (p value < 0.01), región (p value < 0.01) y año (p value < 0.01).

Para la proporción de gasto en carnes hay diferencias estadísticamente significativas entre los coeficientes de las variables: presencia de al menos una mujer en el hogar (p value < 0.01), nivel educativo (p value < 0.01), material del piso de la vivienda (p value < 0.05), sector (p value < 0.01), región (p value < 0.01) y año.

En la proporción de gasto en granos, frutas y verduras hay diferencias estadísticamente significativas entre los coeficientes de las variables: presencia de al menos una mujer en el hogar (p value < 0.01), edad (p value < 0.1), nivel educativo (p value < 0.01), material del piso de la vivienda (p value < 0.01), cantidad de personas (p value < 0.01), sector (p value < 0.01), región (p value < 0.01) y año (p value < 0.01).

En la proporción del gasto en pan hay diferencias estadísticamente significativas entre los coeficientes de las variables: presencia de al menos una mujer en el hogar (p value < 0.05), edad (p value < 0.01), nivel educativo (p value < 0.01), material del piso de la vivienda (p value < 0.01), región (p value < 0.01) y año (p value < 0.1).

Para la proporción del gasto en leche hay diferencias estadísticamente significativas entre los coeficientes de las variables: edad (p value < 0.01), nivel educativo (p value < 0.05), material del piso de la vivienda (p value < 0.05), cantidad de personas (p value < 0.01), sector (p value < 0.05), región (p value < 0.01) y año (p value < 0.01).

Finalmente, sobre la proporción del gasto en huevo hay diferencias estadísticamente significativas entre los coeficientes de las variables: nivel educativo (p value < 0.01), material

del piso de la vivienda ( $p$  value  $< 0.01$ ), sector ( $p$  value  $< 0.01$ ), región ( $p$  value  $< 0.01$ ) y año ( $p$  value  $< 0.01$ ). Los resultados comprueban la hipótesis de diferencias socioeconómicas de los hogares, respecto a la proporción de gasto total y por grupos de alimentos.

Ahora bien, además de la estadística descriptiva representada en la Fig. 3.2.Fig. , los coeficientes y sus significancias para cada variable dependiente e independiente, presentadas anteriormente; los interceptos de los modelos estimados sirven para comprobar las variaciones del promedio del gasto en determinado grupo. Y su variación (incremento o disminución) implica cambios en los patrones de consumo. Es decir, en la proporción del gasto en carne se percibe un incremento promedio en la proporción de gasto destinado a este producto. En modelo saturado 19,48 ( $p$  value  $< 0.01$ ), para el año 1993 13,1 ( $p$  value  $< 0.01$ ), para el año 1997, 21,12 ( $p$  value  $< 0.01$ ) y para el año 2014 fue 20,51 ( $p$  value  $< 0.01$ ). En el gasto en granos, frutas y verduras se percibe una disminución promedio en la proporción de gasto en este bien. En el modelo saturado 55,31 ( $p$  value  $< 0.01$ ), para el año 1993 63,1 ( $p$  value  $< 0.01$ ), en 1997 de 15,0 ( $p$  value  $< 0.1$ ), en el 2010 de 26,8 ( $p$  value  $< 0.05$ ) y en el año 2014, 25,1 ( $p$  value  $< 0.01$ ). En la leche una disminución promedio en la proporción, en el modelo saturado 8,5 ( $p$  value  $< 0.01$ ), en el año 1997 14,28 ( $p$  value  $< 0.01$ ), en el año 2010 10,5 ( $p$  value  $< 0.01$ ) y en el año 2014 10,77 ( $p$  value  $< 0.01$ ). Mientras que para el huevo se percibe un aumento promedio: 7 ( $p$  value  $< 0.01$ ) para el modelo saturado, 2,5 ( $p$  value  $< 0.01$ ) para 1993, 13,11 ( $p$  value  $< 0.01$ ) para el año 1997, 11,48 ( $p$  value  $< 0.01$ ) para el año 2010 y 9,5 ( $p$  value  $< 0.01$ ) para el año 2014. También, si se tiene en cuenta el artículo de consumo de alimentos por fuera del hogar, se puede percibir un aumento en dicho tipo de consumo. Por lo que se puede afirmar que los hogares colombianos están cambiando sus patrones de consumo alimentario. Lo que confirma la hipótesis de diversificación alimentaria.

A manera de resumen: para probar diversificación alimentaria se siguieron dos caminos: El descriptivo. Por grupos y total. Y el segundo camino son las estimaciones de los modelos. Las encuestas son representativas a nivel nacional, y se supone que capturan la representatividad de la población colombiana. En ese sentido, al pasar a los modelos, planteo que las asociaciones que pueden ser percibidas de una muestra representativa de la población no son estáticas en el tiempo. Lo que permite también comprobar que las personas de la

sociedad colombiana no se están comportando (en esa representatividad) de la misma manera. Vale decir que parte de la evidencia para evaluar empíricamente las hipótesis es descriptiva, por lo que puede haber factores no observados que sesguen las estimaciones hechas. Finalmente, para probar diversificación alimentaria es necesario hacer un estudio por años, razón por la que se siguió la metodología planteada.

Ahora bien, como punto aclaratorio, se quiere decir que las variables dependientes escogidas (por total de gasto y por grupos), como resultado adicional, evidencian condiciones de inseguridad alimentaria por acceso a los alimentos o por calidad. Porque los hogares o personas que tienen mayores proporciones de gasto en alimentos son más sensibles a cambios en ingresos o precios. De modo que, a mayor proporción de gasto, se espera más vulnerabilidad porque ante una disminución de los recursos disponibles o precios su gasto en alimentos se vería fuertemente afectado, ya sea por cantidad o calidad (Davis *et al.*, 1983; Smith y Subandoro, 2007).

Tabla 3.2. Modelo saturado por grupos de alimentos

Variables	P. GastAlim	P. Carne	P. GranFV	P. Pan	P. Leche	P. Huevo
Mujer (ref=Hombre)	1.956*** (0.469)	1.012*** (0.391)	2.293*** (0.332)	-0.545** (0.253)	1.237*** (0.251)	0.0998 (0.166)
Edad: 30 a <45 años (ref = Menor que 30)	-0.730* (0.411)	1.523*** (0.368)	-0.191 (0.347)	0.217 (0.224)	-0.310 (0.257)	-0.0610 (0.142)
45 a <60	0.0920 (0.417)	2.044*** (0.371)	-0.0744 (0.351)	0.315 (0.225)	-0.651** (0.270)	-0.131 (0.139)
Mayor que 60	2.425*** (0.427)	2.342*** (0.375)	0.198 (0.344)	0.680*** (0.230)	-0.305 (0.271)	-0.115 (0.145)
Educación Primaria (Ref=Ninguno)	-3.185*** (0.646)	-0.0428 (0.729)	-0.0788 (0.505)	-0.999** (0.464)	-1.104** (0.508)	-1.755*** (0.448)
Educación Secundaria	-9.240*** (0.654)	-0.190 (0.727)	-0.844* (0.504)	-1.497*** (0.463)	-1.246** (0.508)	-2.115*** (0.443)
Educación Superior	-19.10*** (0.710)	-0.00697 (0.751)	-2.019*** (0.538)	-1.989*** (0.482)	-1.151** (0.532)	-2.771*** (0.445)
Educación Postuniversitaria	-30.57*** (0.928)	-0.869 (0.890)	-3.702*** (0.705)	-3.681*** (0.527)	-2.076*** (0.608)	-3.826*** (0.474)
MatPiso Cemento (Ref=Tierra)	-3.414*** (0.407)	3.449*** (0.453)	-4.106*** (0.474)	0.208 (0.268)	1.086*** (0.275)	0.0251 (0.231)
MatPiso Madera	-3.557*** (0.586)	4.472*** (0.637)	-6.054*** (0.668)	0.122 (0.387)	1.316*** (0.385)	0.0531 (0.333)
MatPiso Mármol, cerámica	-8.743*** (0.457)	4.912*** (0.472)	-5.067*** (0.484)	0.231 (0.295)	1.947*** (0.294)	-0.698*** (0.235)
Cant. Personas	0.912*** (0.0727)	0.0123 (0.0655)	0.416*** (0.0666)	0.0820** (0.0387)	-0.276*** (0.0430)	0.00719 (0.0240)
Sector Urbano (Ref=Rural)	-4.015*** (0.285)	-2.988*** (0.265)	-1.544*** (0.262)	1.252*** (0.159)	0.981*** (0.174)	-0.296** (0.117)
Región Pacífico (Ref=Central)	1.210*** (0.316)	-1.935*** (0.248)	-0.129 (0.241)	1.741*** (0.182)	-1.115*** (0.180)	-0.162 (0.129)
Caribe	2.378*** (0.359)	3.721*** (0.325)	-5.086*** (0.296)	-0.906*** (0.191)	1.924*** (0.236)	-1.998*** (0.129)
Oriental	0.333 (0.431)	-1.166*** (0.346)	-0.781*** (0.290)	-0.215 (0.236)	-0.361 (0.236)	-0.501*** (0.151)
Amazonía	0.189 (0.675)	-1.487*** (0.486)	1.002** (0.489)	-1.117*** (0.273)	-1.635*** (0.362)	0.858*** (0.333)
Bogotá DC	-5.149*** (0.375)	-2.326*** (0.294)	-1.431*** (0.280)	0.282 (0.181)	0.896*** (0.209)	-0.296** (0.121)
Año 1997 (Ref=1993)	-13.68*** (0.415)	2.574*** (0.378)	-34.21*** (0.378)	1.880*** (0.218)	1.845*** (0.231)	1.647*** (0.140)
2010	-9.341*** (0.313)	1.906*** (0.287)	-26.50*** (0.322)	1.947*** (0.163)	0.466*** (0.174)	2.411*** (0.103)
2014	-7.598*** (0.308)	2.661*** (0.288)	-26.50*** (0.323)	0.497*** (0.137)	0.427** (0.176)	2.835*** (0.111)
Constante	84.12*** (0.879)	19.48*** (0.940)	55.31*** (0.797)	7.417*** (0.575)	8.560*** (0.632)	7.066*** (0.551)
Observaciones	63,092	56,194	56,477	53,863	49,099	49,703
R <sup>2</sup>	0.258	0.032	0.414	0.023	0.029	0.049

Errores estándar en paréntesis

\*\*\* p<0.01, \*\* p<0.05, \* p<0.1

Fuente: Cálculos propios a partir de ENCV 1993, 1997, 2010 y 2014.

Tabla 3.3. Modelos por total y grupos de alimentos, por años

Variables	P. GastAlim				P. Carne				P. GranFrutVer			
	1993	1997	2010	2014	1993	1997	2010	2014	1993	1997	2010	2014
Mujer	4.600*	-0.219	3.418***	3.886***	5.482***	-0.352	2.988***	1.945***	10.64***	0.0211	2.528***	3.600***
(ref=Hombre)	(2.530)	(0.717)	(1.018)	(0.846)	(1.268)	(0.635)	(0.815)	(0.685)	(2.079)	(0.442)	(0.735)	(0.626)
Edad: 30 a <45 años	-1.573**	-1.871	0.459	-0.376	0.991	1.141	2.345***	1.621***	-0.661	0.640	0.171	-0.768
(ref = Menor que 30)	(0.653)	(1.233)	(0.786)	(0.732)	(0.754)	(1.111)	(0.553)	(0.628)	(0.886)	(0.721)	(0.537)	(0.493)
45 a <60	1.234*	-0.685	0.411	0.196	1.468*	0.453	2.884***	2.772***	-0.319	0.635	-0.0598	-0.534
	(0.672)	(1.258)	(0.788)	(0.721)	(0.793)	(1.130)	(0.550)	(0.632)	(0.916)	(0.829)	(0.537)	(0.492)
Mayor que 60	2.547***	0.644	3.488***	3.659***	1.609*	1.429	3.405***	2.951***	1.072	0.513	-0.000157	-0.250
	(0.779)	(1.133)	(0.837)	(0.745)	(0.858)	(1.007)	(0.585)	(0.647)	(0.985)	(0.656)	(0.566)	(0.508)
Educación Primaria	0.250	-4.091***	-2.849**	-3.269***	-1.030	-0.117	-0.386	-0.395	-4.680*	0.433	-1.406	-1.187
(Ref=Ninguno)	(2.225)	(1.060)	(1.321)	(1.095)	(3.156)	(1.042)	(1.079)	(0.948)	(2.762)	(0.512)	(1.029)	(0.912)
Educación Secundaria	-3.657*	-11.80***	-8.157***	-8.687***	-0.382	-0.180	-0.696	-0.277	-7.229***	0.764	-2.536**	-2.207**
	(2.201)	(1.143)	(1.331)	(1.105)	(3.176)	(1.062)	(1.069)	(0.947)	(2.766)	(0.552)	(1.018)	(0.907)
Educación Superior	-10.35***	-26.25***	-18.38***	-18.03***	-1.821	-0.258	0.0142	0.463	-6.382**	2.950***	-4.888***	-4.073***
	(2.251)	(1.406)	(1.414)	(1.188)	(3.166)	(1.312)	(1.118)	(1.001)	(2.784)	(0.875)	(1.056)	(0.943)
Educación Postuniversitaria	-15.89***	-33.85***	-31.22***	-31.04***	-1.620	-3.370	-0.0639	-1.198	-7.389**	4.421**	-6.837***	-6.040***
	(2.412)	(2.289)	(1.718)	(1.571)	(3.266)	(2.059)	(1.413)	(1.260)	(3.050)	(1.727)	(1.237)	(1.196)
M atPiso Cemento	-4.378***	-1.118	-3.933***	-3.479***	6.586***	2.180	2.636***	1.916***	-8.786***	0.619	-2.286***	-1.404***
(Ref=Tierra)	(0.758)	(1.368)	(0.783)	(0.677)	(1.079)	(1.634)	(0.618)	(0.572)	(1.302)	(0.788)	(0.616)	(0.511)
M atPiso Madera	-5.181***	0.108	-5.203***	-4.512***	7.396***	2.230	3.960***	3.267***	-12.12***	0.0515	-2.992***	-2.022***
	(0.977)	(1.567)	(1.264)	(1.107)	(1.390)	(1.777)	(0.946)	(0.896)	(1.691)	(0.911)	(0.949)	(0.778)
M atPiso Mármol, cerámica	-10.57***	-4.611***	-10.10***	-9.040***	7.397***	3.717**	4.080***	3.475***	-9.959***	0.674	-3.594***	-3.007***
	(0.756)	(1.452)	(0.904)	(0.771)	(1.035)	(1.739)	(0.678)	(0.635)	(1.259)	(0.825)	(0.672)	(0.562)
Cant. Personas	0.693***	0.766***	1.063***	0.519***	-0.0101	-0.445*	-0.235**	0.0685	0.377**	-0.743***	0.530***	0.525***
	(0.106)	(0.256)	(0.135)	(0.147)	(0.133)	(0.239)	(0.0986)	(0.104)	(0.153)	(0.177)	(0.0876)	(0.100)
Sector Urbano	-11.66***	-3.205***	-2.218***	-1.894***	-5.907***	-2.706***	-2.844***	-1.113***	-2.234***	0.303	-1.807***	-1.696***
(Ref=Rural)	(0.652)	(0.726)	(0.502)	(0.450)	(0.708)	(0.618)	(0.391)	(0.349)	(0.858)	(0.365)	(0.347)	(0.316)
Región Pacífico	1.488***	2.182***	0.614	0.988*	1.525***	-4.057***	-3.339***	-2.458***	-3.763***	0.753*	0.725*	2.365***
(Ref=Central)	(0.493)	(0.840)	(0.597)	(0.526)	(0.561)	(0.625)	(0.449)	(0.377)	(0.728)	(0.400)	(0.396)	(0.362)
Caribe	-0.431	1.130	1.748**	5.046***	15.58***	-3.548***	1.969***	2.696***	-22.76***	-3.133***	0.473	-0.0815
	(0.627)	(0.893)	(0.720)	(0.598)	(0.869)	(0.800)	(0.516)	(0.443)	(1.004)	(0.381)	(0.450)	(0.384)
Oriental	3.731	0.795	-0.919	0.718	-3.605**	-5.748***	-1.101**	1.305	0.552	1.411***	0.794*	0.158
	(2.895)	(0.769)	(0.692)	(0.953)	(1.591)	(0.624)	(0.526)	(0.817)	(2.488)	(0.437)	(0.437)	(0.680)
Amazonía	3.389	-3.946***	-0.171	1.949*	-0.909	-5.432***	-1.179	-1.832**	-5.239	0.588	2.519***	3.715***
	(3.250)	(1.497)	(1.011)	(1.154)	(2.948)	(1.026)	(0.733)	(0.850)	(6.007)	(0.809)	(0.734)	(0.851)
Bogotá DC	-3.425***	-4.001***	-7.746***	-4.103***	-1.078***	-6.606***	-2.441***	-0.904*	-10.35***	3.753***	0.607	1.067**
	(0.420)	(0.968)	(0.769)	(0.684)	(0.377)	(0.845)	(0.551)	(0.532)	(0.525)	(0.779)	(0.483)	(0.463)
Constante	83.33***	71.81***	71.90***	72.93***	13.13***	29.48***	21.12***	20.51***	63.10***	15.01***	26.82***	25.12***
	(2.946)	(1.996)	(1.655)	(1.409)	(3.324)	(2.193)	(1.325)	(1.248)	(3.153)	(1.093)	(1.308)	(1.114)
Observaciones	23,428	7,895	13,574	18,195	22,963	6,892	11,320	15,019	22,878	6,559	11,733	15,307
R <sup>2</sup>	0.292	0.207	0.248	0.209	0.135	0.032	0.028	0.024	0.143	0.060	0.051	0.049

Errores estándar en paréntesis

\*\*\* p<0.01, \*\* p<0.05, \* p<0.1

Fuente: Cálculos propios a partir de ENCV 1993, 1997, 2010 y 2014.

Tabla 3.4. Modelo por grupos de alimentos y por años

Variables	P. Pan				P. Leche				P. Huevo			
	1993	1997	2010	2014	1993	1997	2010	2014	1993	1997	2010	2014
Mujer (ref=Hombre)	0.979* (0.516)	-0.351 (0.433)	-0.982* (0.596)	-0.672* (0.397)	2.725*** (0.524)	1.110*** (0.426)	1.508** (0.589)	2.303*** (0.415)	0.642 (0.457)	-0.140 (0.259)	0.317 (0.389)	0.342 (0.327)
Edad: 30 a <45 años (ref = Menor que 30)	0.136 (0.309)	0.759 (0.648)	-0.220 (0.522)	0.381 (0.341)	0.350 (0.345)	-1.566* (0.900)	-0.474 (0.462)	-0.0835 (0.502)	-0.282 (0.227)	-0.360 (0.357)	-0.00371 (0.246)	0.126 (0.303)
45 a <60	0.584* (0.334)	0.797 (0.652)	0.0822 (0.527)	0.0411 (0.322)	-0.354 (0.394)	-2.463*** (0.906)	-0.378 (0.520)	-0.236 (0.495)	-0.0860 (0.254)	-0.620* (0.370)	-0.0419 (0.244)	-0.0583 (0.266)
Mayor que 60	0.764** (0.366)	0.787 (0.563)	0.907 (0.558)	0.352 (0.335)	-0.158 (0.378)	-2.534*** (0.853)	0.0633 (0.494)	0.670 (0.536)	-0.395 (0.253)	-0.113 (0.349)	-0.00432 (0.268)	-0.0790 (0.285)
Educación Primaria (Ref=Ninguno)	-0.225 (1.272)	-0.774 (0.797)	-2.019* (1.076)	-1.171** (0.537)	-0.421 (1.323)	-0.901 (0.810)	-1.372 (1.034)	-2.098** (1.059)	-0.210 (0.737)	-2.263*** (0.827)	-2.082** (1.005)	-1.086 (0.690)
Educación Secundaria	-0.0592 (1.287)	-1.343 (0.819)	-2.774*** (1.056)	-1.942*** (0.522)	0.291 (1.339)	-1.212 (0.821)	-1.786* (1.011)	-2.529** (1.050)	-0.152 (0.738)	-2.443*** (0.812)	-2.650*** (0.995)	-1.850*** (0.686)
Educación Superior	-0.257 (1.285)	-0.464 (0.979)	-3.918*** (1.083)	-2.392*** (0.548)	-0.272 (1.338)	0.0322 (0.970)	-1.884* (1.046)	-2.158** (1.095)	-0.603 (0.731)	-3.238*** (0.813)	-3.368*** (1.003)	-2.468*** (0.698)
Educación Postuniversitaria	-0.964 (1.300)	-4.220*** (1.116)	-5.598*** (1.121)	-3.682*** (0.712)	-0.569 (1.399)	-4.622*** (1.208)	-2.319** (1.149)	-2.830** (1.233)	-0.651 (0.902)	-3.900*** (0.917)	-4.130*** (1.048)	-4.167*** (0.724)
MatPiso Cemento (Ref=Tierra)	-0.407 (0.469)	3.047*** (1.013)	0.593 (0.585)	-0.00564 (0.336)	2.046*** (0.507)	0.663 (1.160)	1.070** (0.430)	0.256 (0.430)	0.736** (0.335)	-2.399 (1.674)	-0.637 (0.476)	-0.0146 (0.349)
MatPiso Madera	-0.191 (0.694)	3.381*** (1.219)	-0.942 (0.707)	0.540 (0.482)	2.907*** (0.668)	-0.284 (1.240)	1.088 (0.713)	0.850 (0.656)	0.701 (0.450)	-1.415 (1.875)	-0.587 (0.682)	-0.215 (0.493)
MatPiso Mármol, cerámica	-0.772 (0.471)	3.463*** (1.099)	0.355 (0.660)	0.471 (0.363)	2.658*** (0.486)	1.760 (1.218)	1.441*** (0.522)	1.618*** (0.465)	0.393 (0.331)	-3.244* (1.672)	-1.616*** (0.475)	-0.526 (0.371)
Cant. Personas	0.0283 (0.0577)	-0.0612 (0.163)	0.0676 (0.0844)	0.174*** (0.0655)	-0.0661 (0.0658)	-0.668*** (0.159)	-0.400*** (0.0906)	-0.417*** (0.0794)	-0.0209 (0.0341)	-0.0293 (0.0957)	0.000853 (0.0452)	0.0236 (0.0515)
Sector Urbano (Ref=Rural)	1.250*** (0.316)	0.936* (0.487)	1.459*** (0.319)	1.032*** (0.195)	1.655*** (0.405)	0.865** (0.384)	0.559* (0.288)	0.210 (0.238)	0.600*** (0.209)	-0.951*** (0.320)	-1.005*** (0.223)	-0.535*** (0.205)
Región Pacífico (Ref=Central)	2.551*** (0.290)	2.417*** (0.519)	1.605*** (0.411)	0.659*** (0.238)	0.335 (0.257)	-1.715*** (0.466)	-1.092*** (0.393)	-2.375*** (0.313)	0.877*** (0.167)	-0.554 (0.398)	-0.364 (0.227)	-0.921*** (0.225)
Caribe	1.652*** (0.322)	-1.007* (0.549)	-2.647*** (0.413)	-0.921*** (0.275)	6.659*** (0.468)	0.311 (0.537)	1.024* (0.528)	0.689* (0.353)	1.112*** (0.238)	-3.108*** (0.238)	-3.056*** (0.251)	-2.688*** (0.256)
Oriental	0.109 (0.973)	0.110 (0.423)	-0.958** (0.402)	-1.203*** (0.420)	0.949 (1.474)	-1.428*** (0.481)	-0.371 (0.344)	-1.430** (0.557)	0.386 (0.728)	-1.276*** (0.273)	-0.705*** (0.241)	-0.877*** (0.326)
Amazonía	-0.246 (0.897)	-2.247*** (0.516)	-1.907*** (0.510)	-0.540 (0.437)	1.686 (1.725)	-2.931*** (0.636)	-1.301*** (0.433)	-2.424*** (0.841)	5.554*** (2.057)	-1.199*** (0.354)	1.062** (0.489)	0.746 (0.649)
Bogotá DC	1.370*** (0.173)	-0.00888 (0.496)	-0.717* (0.412)	0.405 (0.305)	2.186*** (0.193)	-0.673 (0.554)	0.729* (0.392)	0.760* (0.427)	0.656*** (0.114)	-1.266*** (0.302)	-1.003*** (0.217)	-0.121 (0.267)
Constante	4.730*** (1.312)	5.918*** (1.344)	11.72*** (1.272)	8.474*** (0.706)	2.085 (1.416)	14.28*** (1.495)	10.52*** (1.264)	10.77*** (1.257)	2.589*** (0.867)	13.11*** (2.241)	11.48*** (1.086)	9.560*** (0.778)
Observaciones	22,887	5,865	10,834	14,277	22,991	5,530	8,786	11,792	22,931	4,761	9,348	12,663
R <sup>2</sup>	0.024	0.018	0.026	0.014	0.089	0.023	0.015	0.029	0.016	0.062	0.057	0.035

Errores estándar en paréntesis

\*\*\* p<0.01, \*\* p<0.05, \* p<0.1

Fuente: Cálculos propios a partir de ENCV 1993, 1997, 2010 y 2014.

### 3.5. Discusión

El objetivo de este artículo fue analizar la relación entre las condiciones socioeconómicas y el gasto destinado a los alimentos, por total y por grupos, en los hogares colombianos entre los años 1993 y 2014. En perspectiva contextual, se buscó, primero, hacer un estudio general a los patrones de las proporciones del gasto en consumo de alimentos y por grupos de alimentos, a partir de los grupos de alimentos reportados desde la encuesta de 1993. Con esta información se identificó el patrón general y los rasgos que se develan sobre el contexto alimentario colombiano. En esta sección se discuten principalmente cuatro de los principales resultados que arrojan los datos.

Primero, el hecho de que el consumo de alimentos para los hogares colombianos, como actividad vital, tenga altos porcentajes del gasto destinado, hace pensar que el contexto en el que se desarrolla la práctica alimentaria es de pobreza o de bajas condiciones de calidad de vida; en la medida en que no hay posibilidades para otros tipos de consumos importantes en la vida cotidiana (educación, ocio, entre otros). Del modo que estamos hablando de tipos de consumo alimentario más asociado a la necesidad y la pobreza, que al goce o al lujo (Andrieu *et al.*, 2006; Bigot y Langlois, 2011; Bourdieu, 1998; Caillavet *et al.*, 2005-2006; de Saint Pol, 2017). Y, además, al analizar esta proporción en relación con las categorías socioeconómicas de los hogares, se identifica que es alta la desigualdad entre los grupos socioeconómicos bajos y altos (Zimmerman, 1932). Pero más aún, en perspectiva temporal, se encontró que esta desigualdad incrementa con el tiempo.

Segundo, que las condiciones socioeconómicas de los hogares presenten coeficientes estadísticamente significativos en lo que corresponde al gasto en alimentos, ya sea por total o por grupos de alimentos, hace posible sostener que existe diferenciación social que puede ser revelada a partir de los alimentos que se consumen en los hogares colombianos (Grignon y Grignon, 1981; Poulain, 2002; Régnier *et al.*, 2016).

Tercero, como amplio panorama, se plantea a discusión que las distinciones reportadas para los grupos de alimentos en el caso colombiano no corresponden a la literatura que ha

sido producida hasta el momento (Bauman *et al.*, 2017; Beagan *et al.*, 2016; Bourdieu, 1998; Darmon y Drewnowski, 2008; Flemmen *et al.*, 2017; Grignon y Grignon, 1980, 1981; Holm, 2015; Kamphuis *et al.*, 2015; Lallukka *et al.*, 2017; Wills *et al.*, 2011).

Y, cuarto, además de que es posible afirmar diversificación alimentaria por bienes y servicios alimentarios, tomando como base el contexto de este análisis, también es cierto que la sociedad colombiana está cambiando lentamente el patrón de su práctica alimentaria, al hacer uso del consumo de alimentos por fuera del hogar y productos procesados (Fischler, 1979; Grignon y Grignon, 1999; Mennell, 1985; Poulain, 2002; Warde, 1997). El ajuste de los patrones de consumo, bajo el contexto estudiado, devela el diálogo entre, por un lado, la práctica alimentaria y/o el consumo de alimentos y, por otro lado, circunstancias sociales y económicas materiales y no-materiales, de los niveles micro y macro, dados un tiempo y espacio específico. En términos sociológicos, se puede decir que es perceptible el diálogo entre la agencia y la estructura de la práctica alimentaria colombiana y sus transformaciones.

Así pues, sobre el primer punto debe decirse que es alta la proporción del gasto en alimentos respecto al gasto total de los hogares. La proporción es, en promedio, mayor al 50 %. En el contexto colombiano, el hecho de que la proporción del gasto en alimentos sea mayor al 50% permite inferir que el consumo en algunos hogares colombianos no va más allá de la subsistencia. Adicionalmente, respecto a la Ley de Engel se sabe que: a. Los grupos socioeconómicos más bajos son los que tienen más alta proporción del gasto en alimentos; y b. que a medida que incrementan las condiciones materiales del hogar, la proporción del gasto en alimentos tiende a disminuir. Bajo dichas premisas, se puede decir que, en Colombia, en el periodo analizado:

- A medida que aumenta el nivel educativo máximo del hogar y el material del piso se hace más sofisticado, la proporción del gasto en alimentos disminuye.
- A medida que pasa el tiempo, la proporción del gasto en alimentos disminuye, probablemente porque el gasto se destina a otros rubros del hogar, lo que también se corresponde con la literatura.

Estos resultados evidencian un incremento en los niveles de desigualdad, porque los hogares con mayores niveles educativos y con materiales del piso más sofisticados cada vez se alejan más de los grupos con menores niveles educativos y con materiales del piso menos deseables, y esto ocurre con brechas muy amplias. Es decir, los hogares con mayor nivel educativo y con materiales del piso más sofisticados cada vez más destinan una cantidad menor del presupuesto para el consumo de alimentos; pero los hogares con menores niveles educativos y con materiales del piso en el hogar menos deseables, respecto a la categoría de referencia, no están disminuyendo su proporción con la misma rapidez: cada año es mayor la pendiente de la distancia entre los puntos del promedio del gasto en alimentos, dadas dichas características socioeconómicas del hogar.

En otras palabras, poniéndose los resultados en el contexto colombiano, lo que se quiere decir es que si los hogares deben distribuir sus gastos mayoritariamente al consumo de alimentos (como condición vital y fisiológica) es un reflejo de pobreza y de necesidad (Andrieu *et al.*, 2006; Bourdieu, 1998; Caillavet *et al.*, 2005-2006; Marx, 2007[1932]). Esta afirmación no asume que las clases populares o que los grupos socioeconómicos más bajos no construyen sus propios gustos y tampoco asume que están desprovistos de agencia en sus posibilidades de decisión (Grignon y Grigon, 1980). Lo que aquí se está planteando es un problema socioeconómico de la población colombiana en el periodo analizado, en sus posibilidades de distribuir el gasto en actividades que vayan más allá de un consumo vital y/o fisiológico (Marx, 2007[1932]). Algo que, además, está ocurriendo en un contexto de alta desigualdad.

Por otra parte, cuando se observa por sectores Urbano/Rural, la brecha de la proporción del gasto promedio tiende a disminuir. Es decir, en el tiempo, el promedio de la proporción del gasto en alimentos tiende a ser similar en ambas zonas. Este resultado es parcialmente positivo si se tiene en cuenta que la proporción del gasto en alimentos en el sector rural es cada vez menor. Pero este resultado es parcialmente positivo porque los promedios del gasto en alimentos se mantienen por encima del 50 %.

Ahora bien, sobre la variable región, vale decir que los coeficientes negativos presentes en la capital, Bogotá D.C., para el gasto total y algunos productos, pueden explicarse a partir de suponer que, en esta parte del país, se concentra un mayor número de hogares que pueden distribuir sus recursos en otros bienes o servicios de consumo alimentario o de otro tipo (vestido, salud, educación) (Zimmerman, 1932); no así para las otras regiones del país, donde los hogares tienen mayores limitaciones o restricciones en acceso y distribución de sus recursos.

Otro hecho que invita a seguir reflexionando es el rol y la asociación de la mujer en la proporción del gasto en alimentos. El coeficiente hallado es positivo. Esto puede ser explicado por los cambios en el rol que la mujer desempeña actualmente como proveedora; pero también como consumidora. Como agente económico, la mujer puede gozar de un rol diferente en la esfera pública y privada en comparación con su rol varias décadas atrás; sin embargo, sigue siendo de análisis porque este resultado de coeficiente positivo en la proporción del gasto total y en el grupo de alimentos granos, frutas y verduras, permite afirmar que su rol continúa siendo asociado a prácticas del cuidado del hogar y sus integrantes y, para este texto, especialmente relacionada con lo que corresponde al consumo de alimentos en el hogar. Este resultado, en Colombia, puede indicar que la mujer no sólo esté asociada directamente con el hecho de comprar los alimentos, sino que, poniendo los resultados en contexto, esta deberá —seguramente— supervisar otras actividades como: limpiarlos, ordenarlos, prepararlos, recogerlos de la mesa, desecharlos, entre otras etapas y/o procesos asociados a la práctica alimentaria.

Por otra parte, los resultados respecto a la edad son bastante importantes. Para cada proporción, en los modelos saturados, hay coeficientes positivos: a medida que incrementa la edad, las proporciones tienden a incrementar. Estos coeficientes son estadísticamente significativos para el gasto total y para los grupos de carnes; granos, frutas y verduras; y el pan. Sólo para los huevos este resultado es negativo y estadísticamente significativo. Y para los resultados por años se puede identificar un patrón similar. En la literatura que analiza la relación del curso de la vida y el consumo de alimentos este resultado es

relevante, en la medida que refleja un cambio en las prácticas alimentarias, a medida que las personas avanzan en la edad. El cambio en la edad se asocia al cambio en diferentes aspectos de la vida (empleo, construcción de familia o de hogar, nacimiento de un hijo, vejez, enfermedades, etcétera) y estos cambios se reflejan en los modos en que los hogares distribuyen su presupuesto alimentario (Bove y Sobal, 2006; Plessz *et al.*, 2016; Plessz y Gojard, 2015) y esto se puede inferir a partir de los resultados obtenidos.

A manera de resumen, sobre las variables independientes utilizadas en el modelo (presencia de mujer en el hogar, edad, nivel educativo, condiciones materiales, sector y región), se puede afirmar que todas las variables, en conjunto, muestran las condiciones socioeconómicas en las que se está ejecutando la práctica alimentaria en Colombia. Todas las variables están en línea con la literatura que analiza el consumo de alimentos y responden a la parsimonia necesaria en la estimación. En este orden de ideas, sobre el segundo punto —las relaciones estadísticamente significativas de las condiciones socioeconómicas de los hogares en lo que corresponde al gasto en alimentos, ya sea por total o por grupos de alimentos— se puede decir que las variables independientes del modelo tienen diferentes coeficientes (positivos o negativos) e intensidades. Estos resultados permiten reconocer la existencia de una estructura o diferenciación social en Colombia, al menos en lo que corresponde al consumo de alimentos.

Pero, al mismo tiempo, dichos resultados remiten al tercer punto: aunque la diferenciación social, por gasto en alimentos y por grupos de alimentos, se afirma a partir de las diferencias estadísticamente significativas entre los coeficientes de las condiciones socioeconómicas de los hogares y las proporciones del análisis del consumo de alimentos en el país; es preciso señalar que la diferenciación, que se hace presente en el consumo de alimentos, es esencial reconocerla desde otros productos alimenticios ausentes hasta hoy en la literatura, porque los productos alimentarios reportados hasta ahora (Bauman *et al.*, 2017; Beagan *et al.*, 2016; Bourdieu, 1998; Flemmen *et al.*, 2017; Holm, 2015; Kamphuis *et al.*, 2015; Warde, 1997; Wills *et al.*, 2011; entre otros citados en las referencias) no responden a los patrones de consumo de un país como Colombia y sus

condiciones alimenticias. En otras palabras, lo que aquí se quiere señalar es que la distinción o la diferenciación social reportada en la literatura existente, al menos en lo que corresponde al consumo de alimentos, que es mayoritariamente europea o de los Estados Unidos, no responde a los productos y modos de consumo de alimentos presentes en América Latina; y, específicamente, al caso colombiano. El consumo de frutas y verduras ha sido ampliamente catalogado como un consumo de la clase alta o dominante como ya se señaló. Pero para el caso colombiano, para este grupo de alimentos, los resultados evidencian que existe una relación inversa entre los niveles educativos y de condiciones materiales y estos productos; y además es baja la proporción promedio de gasto en los hogares como se ha señalado en este texto y en otras fuentes (OMS, 2017). De modo que otras preguntas que surgen a partir de este documento son: ¿cuáles serían esos productos distintivos en Colombia? ¿o en otros países de América Latina?

En línea con estos interrogantes, por lo pronto, un ejemplo que podría ayudar a justificar las preguntas teóricas y empíricas que dieron origen a este texto son los resultados obtenidos para la proporción del gasto destinado al huevo. El huevo puede ser un producto distintivo para los colombianos. La proporción de gasto para el huevo tiene una relación inversa con los niveles educativos y condiciones materiales: a mayores niveles de condiciones materiales y a mayores niveles educativos, hay un coeficiente negativo en la proporción de gasto para este producto. Estos resultados son relevantes por dos razones. La primera razón son los elementos culturales. Se puede decir que el consumo de huevo es extendido en la población colombiana, e incluso hace parte de diferentes platos típicos como la Bandeja Paisa, la Changua, entre otros. Pero, además, la segunda razón es que el resultado encontrado en las estimaciones revela al huevo como un producto consumido principalmente en los hogares de bajas condiciones materiales y/o en las clases populares. Quizá porque este producto puede ser una de las principales fuentes de energía y proteína para este grupo social<sup>41</sup>.

---

<sup>41</sup> Revisar también *Consumo histórico de huevo y pollo en Colombia* (FENAVI, 2018).

Pero también, otros productos alimentarios que ayudan a ilustrar la diferenciación social en Colombia son los otros grupos de alimentos: carnes; granos, frutas y verduras; pan; y leche. Por ejemplo, en las carnes es importante resaltar el coeficiente positivo y estadísticamente significativo del *proxy* de condiciones materiales, no así para la variable educativa que es estadísticamente no significativa para este grupo de alimentos; mientras que el hecho de que el hogar pertenezca a una zona urbana produce un coeficiente negativo estadísticamente significativo. De modo que es posible decir que el consumo de carnes se asocia principalmente a los grupos socioeconómicos más altos<sup>42</sup>, quizá porque son quienes pueden acceder a estos productos.

Del grupo de granos, frutas y verduras se puede decir que se comparten coeficientes negativos y estadísticamente significativos del nivel de condiciones materiales, educativo y el hecho de pertenecer a una zona urbana. Este grupo de granos, frutas y verduras deberá ser revisado en profundidad porque, aunque el consumo de frutas y verduras no es ampliamente difundido en la población colombiana (OMS, 2017), de manera intuitiva sí se puede afirmar que los granos (fríjoles o lentejas) ocupan un lugar importante en la dieta de los hogares colombianos. Por su parte, para el grupo de pan hay un coeficiente negativo estadísticamente significativo del nivel educativo, en comparación con la variable *proxy* de condiciones materiales que no reportó coeficientes estadísticamente significativos, y el hecho de pertenecer a una zona urbana tiene un coeficiente positivo estadísticamente significativo en la proporción de pan.

Para el grupo de la leche y derivados, los niveles educativos tienen un coeficiente negativo estadísticamente significativo; y la variable *proxy* de condiciones materiales y ubicación urbana del hogar tienen un coeficiente positivo estadísticamente significativo. Estos resultados evidencian que no hay un comportamiento similar de las variables independientes condiciones materiales y educación para todos los grupos de alimentos; ni

---

<sup>42</sup> Y también hay un coeficiente positivo para los hogares en las zonas rurales.

tampoco por ubicación urbana o rural del hogar; y lo mismo ocurre con las otras variables presentes en el modelo.

De modo que los marcos construidos hasta hoy para la distinción –dadas las características socioeconómicas de los hogares– en términos de productos alimenticios, para definir a la clase dominante o popular, invitan a ser problematizados.

Por otra parte, respecto al cuarto punto sobre la diversificación alimentaria, se puede decir que la dieta colombiana presenta cambios. Como se señaló en la metodología, los grupos presentados a análisis siguieron la configuración de la encuesta 1993. Por lo tanto, en los resultados de este artículo, respecto a dicho año, se puede afirmar que las proporciones del gasto destinado a alimentos tales como carnes, granos, frutas, verduras, pan, huevo y leche disminuyeron, pero hubo un incremento en el consumo de alimentos por fuera del hogar; pero hay otros grupos de alimentos que quedaron excluidos en la presentación de los datos, como lo son los alimentos procesados; aunque están presentes en el cálculo de lo que corresponde a los gastos totales en alimentos por hogar. De modo que las proporciones develan cambios en el presupuesto alimentario, porque posiblemente los hogares están destinando una parte de este a una variada gama de bienes y servicios alimentarios que están apareciendo en la dieta colombiana; y que, además, tienen mayor valor agregado (son más costosos); y, por ende, aportan mayor cantidad a la proporción del gasto promedio mensual en alimentos.

De modo que la diversificación alimentaria es también importante en Colombia, dadas las múltiples transformaciones que se han producido en las condiciones comerciales, productos y servicios alimentarios disponibles; lo que también ha impactado la práctica alimentaria. El tema de la diversificación alimentaria (cambios en prácticas, productos y servicios alimentarios) ha ocupado un lugar central en la literatura sociológica que examina los cambios en las prácticas alimentarias (Fischler, 1979; Grignon y Grignon, 1999; Mennell, 1987; Warde, 1997). Aunque algunos abogan por la disminución de las diferencias; otros por el contrario argumentan que son cada vez más las diferencias en las prácticas alimentarias.

En este artículo invita a repensar dicha disputa asumiendo que la diversificación es cíclica y su análisis debe ser a partir de diversas escalas temporales. Posiblemente, en un primer momento —en el corto y mediano plazo— las prácticas tienden a la diversificación; pero en el largo plazo las prácticas alimentarias podrían —quizá— derivar en una disminución de la diversificación. En otras palabras, lo que aquí se propone es que la diversificación es el resultado de la reestructuración o el fuerte impacto de eventos —puntos de ruptura o de inflexión— de las condiciones socioeconómicas, materiales y no materiales, de niveles micro y macro del espacio y el tiempo en el que toma lugar la práctica alimentaria. Pero si después de un *shock*<sup>43</sup> no ocurre otro puede que se produzca la disminución de la diversificación, dado que dichas variables serían más o menos estables.

Por ejemplo, durante el periodo escogido para el análisis, Colombia experimentó diferentes cambios estructurales que incidieron en la vida cotidiana. Específicamente para el caso del consumo de los alimentos, se estipularon reglamentaciones que limitaban y constreñían el consumo de alimentos ya fuera por ‘salubridad’, acuerdos de libre comercio, entre otros. Esto dio paso a que el consumo de alimentos tomara diferentes modos de ejecución que aún están en modificación, dado el conflicto entre lo tradicional (rural, hogar, productos y servicios nacionales) y lo moderno de la práctica alimentaria en Colombia (urbano, comidas fuera del hogar, nuevos productos y servicios de la importación, entre otros). Pero, además, dado que Colombia está atravesando una etapa de transformación en su sistema productivo, político y económico; en aras de ingresar al mercado mundial y sus organizaciones (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico - OCDE, Tratados de Libre Comercio con Estados Unidos, etcétera) es posible que la práctica alimentaria continúe en transformación por un largo tiempo. Sin embargo, bajo otros escenarios, donde la estabilidad<sup>44</sup> política y económica es mayor, es posible que la diversificación tienda a la disminución (Holm *et al.*, 2012; Prättälä, 1992). De modo que se propone pensar a la diversificación alimentaria como un proceso cíclico y, por

---

<sup>43</sup> Entiéndase *shock* como cambios en instituciones o reglas de juego, políticas públicas, inversiones, tecnologías, un desastre natural u otros eventos que cambian la estructura en la práctica alimentaria y, en consecuencia, su agencia.

<sup>44</sup> En cualquiera de los eventos ya mencionados (tecnología, normas, recursos naturales, entre otros).

ende, dependiente y resultante de eventos y procesos contextuales materiales y no materiales, de nivel micro o macro, en el tiempo y en el espacio.

### **3.6. Conclusiones**

El estudio de las proporciones del gasto de los hogares se ubica entre las tradiciones más clásicas de la Sociología, especialmente, en lo que corresponde a la Sociología del Consumo, a los estudios de los modos de vida, la desigualdad y la distinción o diferenciación social. El análisis de las proporciones se ha dado en rubros como alimentación, vestido, salud, ocio, entre otros. Este texto se enfocó en el análisis de las proporciones del gasto en alimentos, que corresponde a una variable de interés en la Sociología del Consumo de Alimentos. En este campo analítico, el gasto en alimentos por parte de los hogares —como fuente de estudio— hace posible conocer e interpretar estructuras y agencias, así como la tensión entre estas dos, en la vida cotidiana, dados un espacio y un tiempo determinado. Al hacerse metodología cuantitativa, es necesario no perder de vista el contexto. Este texto hizo un esfuerzo por interpretar los resultados obtenidos, teniendo en cuenta el contexto colombiano.

El artículo buscó ser una contribución teórica y empírica al debate del consumo de alimentos que está presente en la Sociología del Consumo de Alimentos. Se considera un aporte por dos razones. La primera, porque las variables dependientes e independientes presentadas en este artículo no habían sido analizadas bajo este ejercicio teórico interdisciplinar; ni bajo esta metodología; ni en esta temporalidad; ni en Colombia, ni en América Latina. Segundo, porque los resultados encontrados invitan a problematizar los marcos analíticos e interpretativos que han sido producidos hasta hoy en dicho campo del conocimiento.

Es decir, si bien se puede concluir que las hipótesis planteadas en este artículo han sido comprobadas:

1. La proporción de gasto destinado a los alimentos en los hogares colombianos se comporta en línea con la Ley de Engel.
2. Hay diferencias en el consumo de alimentos dadas las condiciones socioeconómicas de los hogares colombianos y
3. Existe diversificación alimentaria.

De manera puntual, las hipótesis nos llevaron a resultados que muestran un escenario de necesidad y pobreza en el consumo de alimentos en Colombia; si se tiene en cuenta que las personas destinan más del 50% de sus gastos a una actividad vital como el consumo de alimentos. Se hace esta inferencia porque es probable que los hogares colombianos no puedan destinar gasto a otros rubros importantes de la vida cotidiana como la educación, la salud y/o el ocio. Pero más aún, llama mucho a reflexión que los grupos socioeconómicos más bajos destinen, en promedio, incluso más del 80 % del presupuesto del hogar en el consumo de alimentos; lo que revela —al mismo tiempo— la desigualdad en Colombia. Así pues, aquí se está hablando 1. de una economía hogareña de subsistencia y 2. de un contexto con altos niveles de desigualdad.

Por otra parte, las condiciones socioeconómicas de los hogares reflejan diferentes coeficientes estadísticos en las proporciones del gasto en alimentos por total y por determinados grupos de alimentos. Esto permite suponer que 3. existen diferencias sociales que pueden ser observadas a partir del gasto destinado a los alimentos, dadas las características socioeconómicas de los hogares: sexo, edad, nivel educativo, nivel de condiciones materiales, sector o región del hogar. Pero más aún, los resultados permiten decir que 4. es necesario problematizar los marcos construidos hasta hoy sobre el consumo de alimentos, porque en los hogares colombianos se hace un uso importante de diferentes productos alimentarios no reportados hasta hoy en la literatura, como el huevo. O, en otros casos, se hace un uso predominante de productos que en otras cocinas es minoritario, como los granos. O, incluso, se da un consumo menor de productos que en otras cocinas es mayoritario, como las frutas y las verduras.

Finalmente, es preciso decir que, a partir del contexto y los resultados, se pueden inferir rupturas y continuidades estructurales y agenciales de las prácticas alimentarias. Esta afirmación se asume por los cambios en reglas de juego y estructuras productivas colombianas y, por ejemplo, el incremento en la proporción del consumo de alimentos por fuera del hogar y la disminución en otras proporciones de grupos de alimentos. Pero, al mismo tiempo, se mantiene la fuerza de la tradición en la distribución geográfica (por región y sector), la presencia de la mujer en el hogar y las diferencias por niveles de condiciones materiales. Este resultado pone de manifiesto que es necesario seguir reflexionando en los caminos para pensar el cambio en la Sociología del Consumo de Alimentos.

De modo que, las hipótesis que han guiado esta investigación y los resultados obtenidos a partir de ellas, en conjunto, ponen a reflexión algunos de los paradigmas ampliamente difundidos y aceptados en la Sociología. En lo que corresponde específicamente a la Sociología del Consumo de Alimentos, el producto de este artículo cuestiona los entramados interpretativos que han sido construidos hasta este momento sobre las condiciones, agenciales y estructurales, en las que se ejecuta el consumo de alimentos. Y, sobre la Sociología latinoamericana, es una invitación a reformular premisas sociológicas a partir de nuestras propias condiciones socioeconómicas, materiales y no materiales, estratificadas, de nivel micro y macro, en nuestros determinados tiempos y espacios.

Como se planteó en la discusión, la principal limitación es que las bases de datos agrupan los alimentos, lo que impide hacer los análisis por productos de manera individual.

## IV. ¿A DÓNDE VAMOS? CONDICIONES SOCIOECONÓMICAS Y MODALIDADES FRECUENTADAS POR LOS HOGARES COLOMBIANOS PARA LA COMPRA DE ALIMENTOS

### 4.1. Resumen

El objetivo de este artículo es analizar la relación entre condiciones socioeconómicas de los hogares colombianos y los lugares que estos frecuentan para la obtención de alimentos, durante el periodo 1993-2014. La pregunta para responder es: ¿cómo las condiciones socioeconómicas de los hogares afectan las chances (*odds*) de usos de una modalidad de abastecimiento de alimentos en Colombia en dicho periodo? Se utiliza la Encuesta Nacional de Calidad de Vida, realizada por el Departamento Nacional de Estadística colombiano para los años 1993, 1997, 2010 y 2014. La metodología que se sigue es cuantitativa. Los resultados se dividen en dos partes. La primera presenta un análisis descriptivo; y la segunda expone los resultados de la estimación de un modelo multinomial, donde la variable dependiente son las modalidades que utilizan los hogares para el abastecimiento de alimentos (1. Comercial, 2. No comercial y 3. Ambas). Las variables independientes corresponden a las características socioeconómicas de los hogares: cantidad de mujeres, cantidad de personas, nivel educativo, sector (Urbano/Rural).

**Palabras clave:** Práctica alimentaria, Hogares, Condiciones socioeconómicas, lugares de abastecimiento, alimentos, cambio, Colombia.

### 4.2. Introducción

La Constitución Política colombiana de 1991 reestructuró diversos elementos políticos, económicos y sociales, que afectaron la vida cotidiana en el país. Por eso, Colombia aún transita entre lo tradicional y lo moderno, entre lo rural y lo urbano, entre el

fortalecimiento del campo y la apertura económica (Perry, 2011). Un aspecto que refleja dichas paradojas es la práctica alimentaria. En Colombia, la práctica alimentaria se está redefiniendo por las nuevas demandas y ofertas comerciales, y los nuevos discursos e imaginarios alimentarios. Una variable analítica como los lugares de abastecimiento ayuda a conocer y comprender dichas transformaciones. El sistema agroalimentario y las formas de producción, comercialización y consumo de alimentos en un país como Colombia toman diferentes caminos en comparación con los países europeos o industrializados, como Estados Unidos o Australia, en términos de: 1. tipos de lugares (almacenes de cadena, tiendas de barrio, cajas de compensación, plazas de mercados, mercados móviles y/o galerías); 2. acuerdos de comercialización: pago en especie, intercambio y/o trueque; 3. productos alimentarios; entre otros.

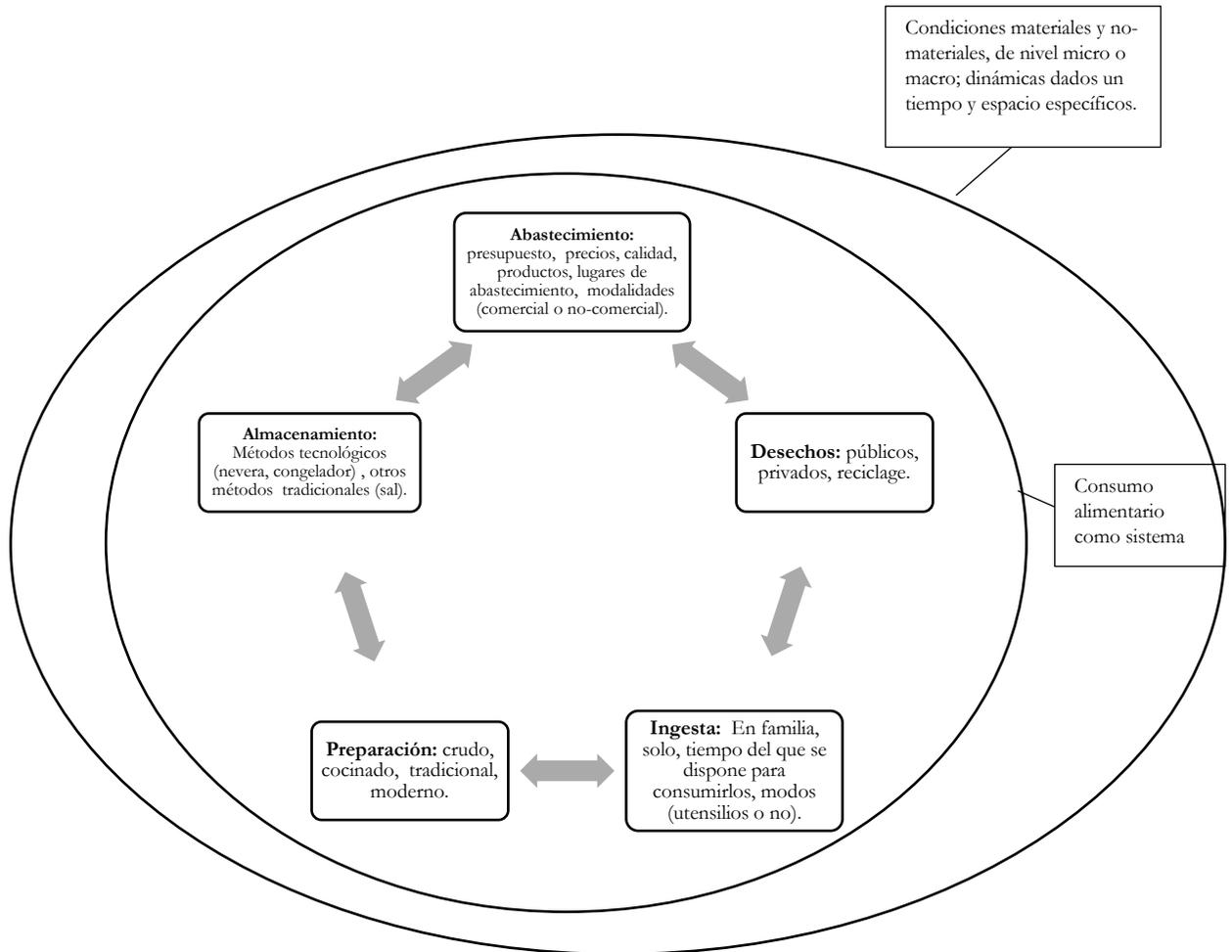
De manera paralela, durante el periodo analizado, Colombia vivió un largo e intenso conflicto interno armado, entre diferentes guerrillas, grupos paramilitares y fuerzas militares del Estado, lo que ocasionó prolongados periodos de violencia, desplazamientos forzados y despojo de tierras. De modo que no se debe perder de vista que las posibilidades y las distintas formas de abastecimiento de alimentos en los hogares (autoproducción, regalo, trueque y mercados) son categorías analíticas que conectan diferentes elementos de los hogares y de las condiciones socioeconómicas del país. A partir de lo anterior, la pregunta teórica general que guía este artículo es: ¿Cómo las condiciones socioeconómicas afectan los usos de los lugares de abastecimiento de alimentos de los hogares, en el tiempo y en el espacio? Y en términos empíricos: ¿Cómo las condiciones socioeconómicas de los hogares colombianos afectan las chances (*odds*) de usos de los lugares de abastecimiento de alimentos entre 1993 y 2014? Pero más aún, bajo el contexto de las profundas transformaciones que ha experimentado Colombia en su estructura productiva, este artículo busca saber ¿cuáles han sido las transformaciones en los usos de los lugares y las modalidades de abastecimiento de alimentos en los hogares colombianos durante el periodo analizado?

En dicho orden de ideas, el objetivo de este artículo es analizar la relación entre condiciones socioeconómicas de los hogares colombianos y los lugares que estos frecuentan para la obtención de alimentos, durante el periodo 1993-2014. La metodología que se sigue es cuantitativa. Los resultados se dividen en dos partes. La primera presenta un análisis descriptivo; y la segunda expone un análisis inferencial, a partir de una regresión multinomial, donde la variable dependiente son las modalidades que utilizan los hogares para el abastecimiento de alimentos (1. Comercial, 2. No comercial y 3. Ambas modalidades). Las variables independientes corresponden a las características socioeconómicas de los hogares: cantidad de mujeres, cantidad de personas, nivel educativo, sector (Urbano/Rural).

### **4.3. Marco Analítico**

La práctica alimentaria en los hogares se compone de diferentes etapas o procesos: aprovisionamiento, preparación, ingesta, desechos, entre otros (Holm y Kaerjnes, 2006; Régnier, Lhuissier y Gojard, 2006; Warde, 1997). Bajo la perspectiva de la Sociología del Consumo de Alimentos y la Sociología del Mercado, es posible decir que cada una de estas etapas —como prácticas del hogar— se desarrolla bajo determinadas condiciones de posibilidad o de limitación, ya sea del agente o de la estructura en la que la práctica alimentaria toma existencia. Así pues, la práctica alimentaria se configura a partir de la interconexión de múltiples etapas o procesos; se desarrolla bajo un conjunto de condiciones socioeconómicas materiales y no-materiales, tanto del agente como de la estructura; y estas condiciones pertenecen a diversos niveles de la realidad, ya sean estos niveles micro o macro; correspondientes a un espacio y tiempo determinado (Fig. 4.1).

Fig. 4.1. Modelo teórico sistémico y socioeconómico para la comprensión del uso de las modalidades de abastecimiento de alimentos



Fuente: Elaboración propia.

Si bien debe ser claro para el lector que la práctica alimentaria se compone de diferentes etapas, y estas etapas se hacen posibles (o no) por diferentes condiciones de posibilidad (o limitación), este texto se enfoca —de la práctica alimentaria— en el aprovisionamiento de alimentos en los hogares; y —del aprovisionamiento— a los lugares y/o modalidades de abastecimiento que los hogares frecuentan para abastecerse para el consumo de alimentos. En línea con la Sociología Económica, la Sociología del Mercado y la Sociología de la Alimentación, puede decirse que en las modalidades comerciales como en las no-comerciales se construyen vínculos a partir de la interacción social del intercambio. Estos

vínculos pueden ser familia-familia, amigo-amigo, amigo-familia, tribu-amigo, vendedor-cliente (Le Velly, 2012). Sin embargo, los usos de determinadas modalidades para el abastecimiento (comercial, no-comercial, o ambas) y la elección de determinados lugares y formas de intercambio no dependen sólo de quienes participan de los intercambios. Son necesarios un conjunto de dispositivos materiales que hacen posible el uso de dicha modalidad, lugar y/o forma de intercambio (Dubuisson-Quellier, 1999; Gojard, 2018; Larmet, 2002).

De modo que puede decirse que en la práctica<sup>45</sup> alimentaria, y en concreto en el aprovisionamiento, los hogares conjugan sus saberes, sus motivaciones y sus condiciones materiales para abastecerse. Y, dentro del aprovisionamiento, el uso de las modalidades de abastecimiento de alimentos (comerciales, no-comerciales o ambas) pone de manifiesto lo subyacente en la práctica (actividades, *know-how(s)*<sup>46</sup>, usos, formas de comprender al mundo, habilidades, motivaciones o elementos materiales). Por lo tanto, en la práctica alimentaria y en el aprovisionamiento en los hogares, en términos teóricos, se supone la existencia de un gran conjunto de elementos socioeconómicos, materiales y no materiales, de diferentes niveles, que la hacen posible (o no). Pero más aún, estas posibilidades (o limitaciones) para ejercer la práctica responden a modos de vida estratificados (bajo, medio, alto; rural o urbano).

En este orden de ideas, las modalidades (comercial, no comercial o ambas), los lugares (mercados, supermercados, grandes superficies) y las formas (compra, regalo, intercambio) que los hogares escogen para abastecerse de alimentos hacen explícitas las condiciones socioeconómicas estructurales y agenciales en las que los hogares ejecutan la práctica alimentaria, en especial el aprovisionamiento (Gojard, 2018; Larmet, 2002; Lhuissier, 2006). Por ejemplo, los hogares pertenecientes a las zonas rurales tienen una propensión mayor al uso de modalidades de autoproducción, mientras que los hogares de las zonas urbanas tienden a las modalidades comerciales como los supermercados, grandes

---

<sup>45</sup> Entendida como un tipo de comportamiento rutinario que interconecta formas de ver el mundo, costumbres, motivaciones, elementos materiales, saberes, ventajas, desventajas, saberes, entre otros (Reckwitz, 2002; 249, 250).

<sup>46</sup> Saber hacer.

superficies y/o tiendas especializadas. O, en otro caso, los niveles de ingreso y de educación o la ocupación profesional pueden determinar el uso de determinada modalidad o lugar de abastecimiento de los alimentos comercial-especializado, comercial-popular (Bonnain-Moerdijk, 1975; Gojard, 2018; Larmet, 2002; Lhuissier, 2018).

Así pues, lo que en este artículo se propone pensar a los usos de los lugares o de las modalidades de abastecimiento como una práctica en la que los hogares utilizan sus ventajas (o desventajas) en habilidades, saberes, posibilidades materiales y/o motivaciones (Reckwitz, 2002; Schatzki, Knorr y von Savignay, 2001). En otras palabras, los hogares hacen uso de sus conocimientos, saber-hacer, motivaciones, estados de ánimo, preferencias; sobre los productos alimentarios que consumen y los lugares que deben frecuentar para abastecerse, en términos de precios, calidades, ofertas (días, semanas, meses), temporadas (fiestas, verano, invierno), lugares (ferias, mercados, supermercados, grandes superficies). Además, se debe decir que dicho uso es posible por las posibilidades (o limitaciones) materiales y no-materiales que la hacen posible (o no-posible). De modo que estamos hablando de un gran conjunto de dispositivos, mecanismos y condiciones materiales y no materiales; de diferentes niveles (micro o macro); en diferentes esferas de la vida cotidiana (social, política, económica); en lugares y tiempos específicos (Dubuisson-Quellier, 1999; Gojard, 2018; Le Velly, 2012; Steiner, 2011).

El estudio de los mercados en perspectiva socioeconómica ha tomado lugar mayoritariamente en la Sociología económica y/o en la Sociología del mercado (Le Velly, 2012; Mauss, 2012; Steiner, 2011). Y lo que corresponde a los lugares de abastecimiento de alimentos debe decirse que estos han sido poco estudiados en la Sociología del Consumo de Alimentos (Gojard y Véron, 2018; Larmet, 2002; Lhuissier, 2006). De los artículos que se han dedicado a analizar el abastecimiento de alimentos en los hogares, Larmet (2002), a partir del estudio de las encuestas del *Institut national de la statistique et des études économiques*<sup>47</sup>, plantea que la organización de las compras de alimentos depende tanto de los consumidores (tiempo e ingresos disponibles) como de la oferta comercial (lugares, productos). Pero también, en línea sociológica, el autor plantea que

---

<sup>47</sup> Instituto Nacional de Estadística y de Estudios Económicos.

las compras de alimentos de los hogares están marcadas por diferencias de género y *status*. Por su parte, Lhuissier (2006), a partir de entrevistas en el norte de Francia, encuentra evidencia que los hogares utilizan variados lugares para el aprovisionamiento alimentario, pero dichos usos están constreñidos o limitados por las condiciones sociales y económicas de ellos. Finalmente, Gojard y Véron (2018), en línea con la teoría de la práctica y un estudio etnográfico, hallaron que los hogares —de acuerdo con sus características sociales— adoptan patrones para abastecerse, que dependen no sólo de las condiciones materiales (lugares, oferta), sino que también el aprovisionamiento está limitado por la organización temporal de los hogares para dicha actividad, así como el tamaño del hogar, sus ingresos y su posición social.

Teniendo como punto de partida dichos referentes, este texto parte de concebir al aprovisionamiento como una práctica de los hogares que se delimita por el contexto en el que la práctica toma existencia (lugares de abastecimiento, productos, precios, sectores: rural/urbano, comercial/no-comercial); pero, al mismo tiempo, dicha práctica es posible (o no) dadas las características sociales y económicas de los hogares (presencia de mujeres en el hogar, niveles educativos, condiciones de vida, entre otros).

Este artículo se posiciona principalmente en la línea de Gojard y Véron (2018) y busca ser un aporte al estudio de los lugares de abastecimiento de alimentos. Aunque son pocos los estudios que se enfocan al análisis de la relación entre condiciones socioeconómicas y modalidades de abastecimiento de alimentos en los hogares, es innegable que el acceso a los alimentos es una necesidad vital de los hogares. A veces el acceso a los alimentos, para algunas personas, es un acto absolutamente naturalizado. Pero es verdad que, en contextos de alta pobreza y conflictos políticos o económicos, el acceso a los alimentos no es algo tan evidente o simple. Por lo que este artículo busca aportar, a partir de las condiciones socioeconómicas, bajo metodología cuantitativa, un panorama de las transformaciones de las modalidades de acceso a los alimentos de los hogares colombianos y su estratificación o diferenciación. En Colombia este trabajo no había sido realizado bajo una perspectiva teórica socioeconómica, ni bajo esta metodología, ni en esta temporalidad; por lo que se espera que este trabajo sea una contribución en los estudios que se enfocan a comprender

las prácticas alimentarias de los hogares y, especialmente, al estudio de los lugares de abastecimiento de alimentos. Como también una invitación a seguir revisando lo que ocurre con el aprovisionamiento en otros lugares de América Latina, para identificar problemas y/o soluciones alrededor del acceso a los alimentos.

En Colombia, el aprovisionamiento de alimentos en los hogares puede ser bajo modalidades no comerciales, bajo modalidades comerciales o bajo el uso de ambas modalidades (comerciales y no comerciales). Para este texto, la modalidad comercial se toma como punto de partida el intercambio del papel-moneda por el bien alimenticio. Así pues, si no hay un intercambio papel-moneda por alimentos, se considera que no es una modalidad de abastecimiento comercial. Dentro de las modalidades no comerciales se encuentran la autoproducción, el regalo o el trueque. Mientras que entre las modalidades comerciales se puede citar a los lugares de abastecimiento en los que subyacen diferentes instrumentos para el intercambio como el papel-moneda. Estos lugares de abastecimiento pueden ser: grandes superficies, hipermercados, supermercados, pequeños mercados, ferias o mercados móviles.

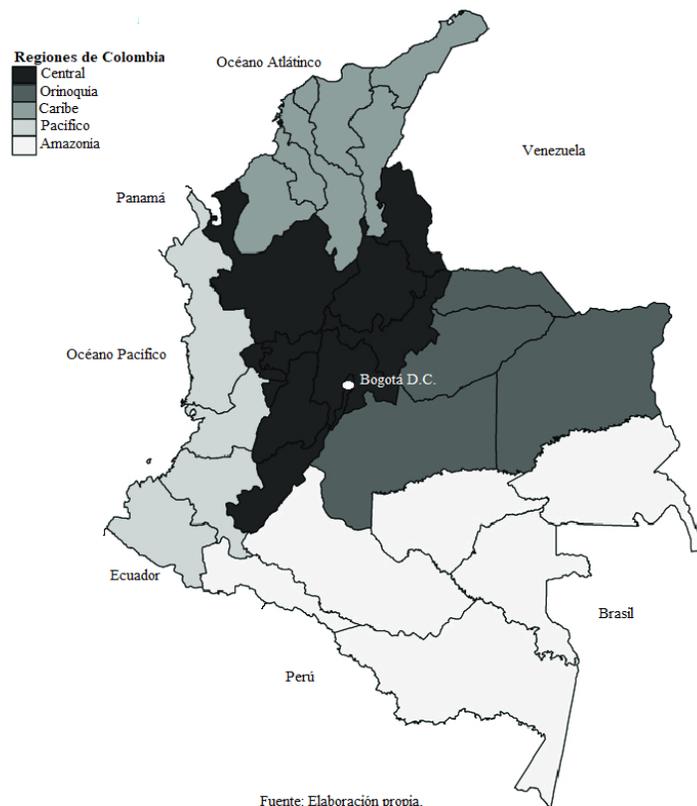
De las modalidades no comerciales, en las que no hay un intercambio papel-moneda por el bien alimenticio, debe decirse que la autoproducción y el regalo son modalidades de abastecimiento sociales y económicas especiales. Primero, porque en la autoproducción, si bien no hay un intercambio papel-moneda por un bien alimenticio, son diversos los costos materiales y no materiales asociados a dicha actividad: saber-hacer<sup>48</sup>, el tiempo que es invertido en la siembra, la inversión en maquinarias y otros recursos necesarios para el sostenimiento de la autoproducción. Y segundo, el regalo —como categoría teórica analítica— concibe un gran conjunto de incentivos de interacción social y cohesión (Mauss, 2012; Dufy y Weber, 2007), que supone una inversión motivacional, emocional o de otro orden que da sentido a la acción del regalo (Mauss, 2012). Por otra parte, entre las modalidades comerciales están: hipermercados o almacenes de cadena, supermercados de barrio o granero (almacenes no de cadena), tiendas, plaza de mercado o galería.

---

<sup>48</sup> Sembrar, cuidar la siembra, manejar las plagas, cultivar.

Todas estas modalidades, en sus respectivos contextos en el país, toman mayor (o menor) relevancia dependiendo de las regiones (Fig. 4.2.), las zonas (urbano/rural), o las necesidades, limitaciones o posibilidades de los hogares colombianos. Especialmente, respecto a las regiones, debe tenerse presente que son altamente disímiles. La **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.** ilustra la ubicación de Colombia, de su capital y la configuración de las regiones.

Fig. 4.2. Mapa de Colombia



Por todo lo anterior, el lector debe saber que las modalidades y los lugares que los hogares eligen para abastecerse de alimentos —más allá del intercambio específico del papel-moneda por el bien alimenticio— son prácticas complejas y llenas de finos detalles. Son diferentes los costos, fijos y variables, materiales y no materiales, que son asumidos por los hogares para desarrollar cada modalidad. Y dependen de múltiples factores

socioeconómicos, agenciales y estructurales, ya sean de nivel micro o macro, en el tiempo y en el espacio. Las hipótesis que guían esta investigación son:

1. El uso de las modalidades comerciales incrementó en el periodo 1993-2014, bajo el supuesto de las transformaciones del sistema de oferta de alimentos en Colombia.
2. El uso de las modalidades comerciales incrementa en las zonas urbanas, respecto a la zonas rurales, en hogares con hombres, respecto a la presencia de una mujer en el hogar, con altos niveles educativos, respecto a niveles educativos más bajos y con altos niveles de condiciones de vida, respecto a condiciones de vida más bajas. Y esto también se espera en el tiempo. El test de Chow será utilizado para comparar el cambio en el tiempo. Estos supuestos se derivan la literatura.

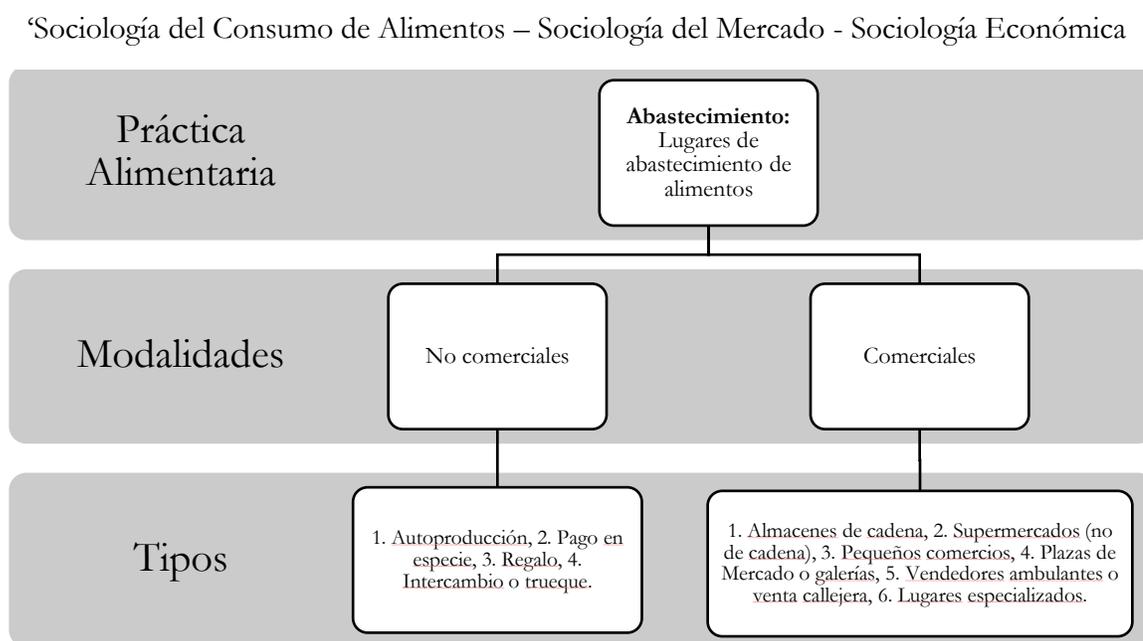
Se esperan las direcciones de las modalidades comerciales (grandes superficies, supermercados, mercados y lugares especializados) con más chances en zonas urbanas, porque son las zonas donde más se encontrarían este tipo de servicios, lo que facilitaría la disposición de su uso en dicha zona. Con mayores condiciones de vida porque son quienes podrían acceder por recursos a estos bienes y servicios. Con mayores niveles educativos porque son quienes posiblemente buscarían productos especializados. En hogares compuestos de hombres porque son quienes más cuentan con ingresos propios para hacer transacciones monetarias y comerciales. Con una relación positiva con el grupo en edad de trabajar porque son quienes más dinamismo de consumo tienen.

Por lo tanto, en sentido contrario, las modalidades no comerciales (autoproducción, regalos, intercambios o trueques) con más chances en zonas rurales, y en contraposición a lo explicado anteriormente, en hogares con menores condiciones materiales, menores niveles educativos, con una relación positiva de la presencia de las mujeres en el hogar, con una relación negativa de la edad (retirados).

#### 4.4. Datos y metodología

A partir de la base teórica y empírica presentada en la sección anterior, se puede decir que este artículo tiene dirigida su atención al aprovisionamiento. Específicamente hacia los lugares de abastecimiento para alimentos, que pueden ser de modalidad comercial o no-comercial (Fig. 4.3).

Fig. 4.3. Esquema de análisis teórico y empírico



Fuente: Elaboración propia.

En este artículo se utiliza la Encuesta Nacional de Calidad de Vida (ENCV) elaborada por el Departamento Nacional de Estadística de Colombia (DANE) y que corresponde a los años 1993, 1997, 2010 y 2014. La elección de años busca identificar patrones del gasto en alimentos (Halbwachs, 1933; Lhuissier, 2017). Dado que la ENCV no tiene una periodicidad constante, se escogieron la primera y la última ENCV que contienen la información de los lugares donde los hogares se abastecen de alimentos. Y se

seleccionaron las encuestas que permitían obtener un patrón de distancia de cuatro años. Con estos puntos en el tiempo (1993, 1997, 2010 y 2014) se buscó encontrar un patrón de gasto en alimentos en Colombia<sup>49</sup>. En otras palabras, la selección de los años de las encuestas fue una decisión metodológica pragmática (Heeringa, West y Berglund, 2010). Esta encuesta es de cobertura nacional y tiene como propósito obtener información sobre las condiciones de vida de los hogares, sus ingresos y gastos totales. Como se señala en los documentos metodológicos de dicha encuesta, los resultados de la muestra son representativos de la población total; por tanto, los resultados se han expandido con el fin de producir estimaciones válidas.

De acuerdo con los documentos de la Encuesta Nacional de Calidad de Vida, utilizada en la tesis, el hogar está definido como una persona o conjunto de personas que se asocian para compartir el alojamiento y la alimentación. Vale resaltar que la mayoría de los análisis es para 1997, 2010 y 2014 y se presenta información descriptiva que incluye el año 1993. Los datos trabajados son los más nuevos disponibles.

Se desarrolló un modelo multinomial, en el que la variable dependiente es de respuesta múltiple (Comercial, No comercial o Ambas modalidades) e incluyen las siguientes categorías:

- a. Comerciales (Categoría de referencia<sup>50</sup>): Almacenes de cadena o hipermercados, Supermercados o tiendas de barrio (no de cadena), Cajas de compensación, Comisariatos o cooperativas, Plaza de mercado o galería, Graneros o depósitos, Mercados móviles, Otros.
- b. No comerciales: Finca, Pago en especie, Regalo, Intercambio o trueque.
- c. Ambas modalidades: comerciales o no comerciales.

---

<sup>49</sup> No se incluyó la ENCV para el año 2018, porque dicha encuesta ya no contiene estas preguntas. También vale la pena resaltar que no se desconoce el incremento de aplicaciones electrónicas para la compra y venta de alimentos en el país. Como tampoco ha sido pasado por alto el incremento de diferentes lugares de abastecimiento en diferentes ciudades de Colombia, pero con los datos disponibles (que no incluyen todas esas transformaciones) se busca presentar el panorama del abastecimiento de alimentos en Colombia.

<sup>50</sup> Se escoge la categoría de referencia “Comercial” porque es la categoría en la que se da un intercambio papel-moneda por el bien alimenticio.

Ahora bien, aunque no son muchos los artículos que se han enfocado en el análisis de los lugares de abastecimiento de alimentos bajo esta metodología, las variables independientes a estimar vienen de la literatura que se enfoca en el análisis del consumo de alimentos en los hogares (Poulain, 2002; Régnier, Lhuissier y Gojard, 2006; Warde, 1997) y todas en conjunto buscan modelar las condiciones socioeconómicas de los hogares colombianos: 1. Al menos una mujer en el hogar, que busca conocer el efecto de su presencia en el hogar. Dado que se ha encontrado que son quienes lideran las acciones del cuidado del hogar y sus integrantes, especialmente lo que constituye el cuidado y administración de los alimentos (Gojard *et al.*, 2017). 2. Edad del Jefe del hogar, lo que implica el ciclo de vida en la práctica alimentaria (Bove y Sobal, 2006; Plessz *et al.*, 2016). Mientras que: 3. Nivel educativo máximo del hogar (Menor, Superior o más) y 4. Condiciones materiales del hogar - Material del piso (a. Tierra, b. Cemento, c. Madera, d. Cerámica, Mármol) tienen por objetivo revisar las asociaciones de las condiciones materiales de los hogares con el abastecimiento de alimentos (Bourdieu, 1998; Grignon y Grignon, 1980). Finalmente, las variables: 5. Cantidad de personas en el hogar, 6. Sector (Urbano/Rural) y 7. Región (Central, Pacífico, Atlántico, Orinoquía, Amazonía, Bogotá D.C.) tienen por objetivo revisar las condiciones contextuales de la práctica alimentaria (Gojard y Verón, 2018).

Los lugares de abastecimiento se distinguen de las proporciones de gasto destinada a los alimentos por varias razones: es una variable espacial, los hogares no tienen una particular incidencia en la posibilidad de definir su ubicación, proximidad o cercanía (ej. si se piensa en los *food deserts* que son lugares que carecen de lugares de abastecimiento de alimentos), por lo que los hogares deben ejercer todas sus posibilidades para acercarse a ellos. Además, los lugares de abastecimiento (su disponibilidad, oferta o acceso) dependen más de los incentivos de los oferentes o dueños de los supermercados. Por lo tanto, los individuos (hogares unipersonales) o los hogares (con más de una persona) están restringidos por factores externos a ellos.

Las limitaciones más importantes del modelo multinomial es que no permite correlación entre las alternativas y no permite variabilidad en los gustos.

#### **4.5. Resultados**

Los resultados se dividen en dos secciones. La primera sección contiene estadística descriptiva, cuyo objetivo es exponer el panorama general de los usos de las diferentes modalidades y formas de abastecerse de alimentos de los hogares colombianos. Y la segunda parte presenta los resultados de la estimación del modelo multinomial, cuyo objetivo es probar las asociaciones estadísticamente significativas de las diferentes características socioeconómicas de los hogares colombianos.

##### *Análisis descriptivo*

En Colombia, entre 1993 y 2014, se encontró que los hogares utilizan diferentes modalidades para abastecerse: Comerciales, No comerciales o la combinación de ambas. Como se presentó en el apartado de la metodología, cada modalidad contiene diferentes formas o lugares<sup>51</sup>. Pero el uso de cada modalidad, forma o lugar ha cambiado en el tiempo de análisis: la modalidad ‘No comercial’ disminuyó, al igual que el uso de ambas modalidades; mientras que el uso de la modalidad ‘comercial’ incrementó de manera acelerada en el periodo analizado (Tabla 4.1.).

---

<sup>51</sup> Finca, regalo, trueque, supermercado, mercado móvil.

Tabla 4.1. Modalidades usadas por los hogares, 1993-2014 (porcentaje)

Modalidades	1993*	1997	2010	2014
Comercial y No comercial (Ambos)	84,5	32,5	12,2	9,7
No Comercial	9,2	21,5	14,5	12,2
Comercial	6,3	46,0	73,3	78,1
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

\*Nota: Para el año 1993 la pregunta fue ¿Consume de su propiedad?

Fuente: Cálculos propios a partir de la ENCV 1993, 1997, 2010 y 2014

Ahora bien, respecto a lo que corresponde a la modalidad ‘No comercial’, se puede afirmar que los hogares combinan los diferentes modos posibles de abastecerse. Y aunque aceleradamente ha disminuido el aprovisionamiento no comercial en los hogares, la autoproducción en finca y el regalo siguen siendo las categorías más utilizadas (Tabla 4.2.– Anexo 2).

Tabla 4.2.<sup>52</sup> Formas no comerciales de abastecerse, 1997-2014 (porcentaje)

Tipología	1997	2010	2014	
1110	0,2	0,0	0,1	1000 Finca
1100	0,4	0,2	0,1	100 Pago en especie
110	0,2	0,1	0,1	10 Regalo
11	0,0	0,0	0,1	1 Intercambio o trueque
1011	0,0	0,0	0,0	0 Ninguno
1010	5,7	1,9	1,6	
1001	0,0	0,0	0,0	
1000	15,5	10,7	9,1	
100	0,3	0,4	0,2	
10	18,3	10,4	8,2	
1	0,0	0,1	0,0	
0	59,4	76,2	80,6	
Total	100	100	100	

Fuente: Cálculos propios a partir de ENCV 1997, 2010 y 2014.

Mientras que, en sentido contrario, se evidenció un incremento acelerado de los usos de las modalidades comerciales. E, igualmente, se encontró que los hogares combinan una

<sup>52</sup> Aumentan los hogares que no utilizan modalidades no-comerciales = Disminuyen los hogares que utilizan modalidades no-comerciales.

gran cantidad de posibilidades para abastecerse. Las más utilizadas son las tiendas de barrio y los supermercados que no son de cadena (Tabla 4.3.– **Anexo 3**).

Tabla 4.3. <sup>53</sup> Formas comerciales de abastecerse, 1997-2014 (porcentaje)

Tipología	1997	2010	2014	
0	41,1	23,7	22,1	100000 Hipermercados o almacenes de cadena
1000	10,3	11,9	13,3	10000 Supermercados (no de cadena)
10000	22,7	11,6	17,9	1000 Tiendas de barrio
				100 Plaza de mercado o galería
				10 Vendedores ambulantes o mercados móviles
				1 Lugares especializados (carnicerías, panaderías, etc)
				0 Ninguno

Fuente: Cálculos propios a partir de ENCV 1997, 2010 y 2014.

Así que, hasta el momento, es posible decir que los hogares han disminuido los usos de modalidades no comerciales; han incrementado los usos de las modalidades comerciales y, además, estos combinan las modalidades y/o las formas o los lugares de abastecimiento contenidas en dichas modalidades.

#### *Modelo multinomial<sup>54</sup>*

El modelo estimado tiene como variable dependiente las diferentes modalidades que usan los hogares para abastecerse (Comercial, No comercial o ambas). Y las variables independientes son las características socioeconómicas de los hogares. La categoría de referencia es la modalidad comercial:

<sup>53</sup> Disminuyen los hogares que no utilizan modalidades comerciales = Aumentan los hogares que utilizan modalidades comerciales.

<sup>54</sup> Dado que para el año 1993 la pregunta es ¿Consume de su propiedad? Y las respuestas posibles son Si o No, para la estimación del modelo no se tuvo presente este año porque no tiene en cuenta las otras modalidades posibles de abastecimiento: regalo o trueque. Por lo que se escogió para la estimación los años 1997, 2010 y 2014, que son años comparables en preguntas y respuestas de las encuestas.

$$\log \frac{Pr(y=j)}{Pr(y=1)} = \beta_0 + \beta_1 Muj_i + \beta_2 Edad_i + \beta_3 Edu_i + \beta_4 MatPiso_i + \beta_5 QPers_i + \beta_6 Sec_i + \beta_7 Region_i + \beta_8 Año_i + \varepsilon$$

La variable épsilon de la ecuación responde al componente error de la estimación del modelo. Y parte de la noción de tener presente que las variables observadas pueden alejarse de la curva (o recta) que modela la ecuación, porque hay componentes que no son capturados por la estimación. Por estos errores puede sugerirse revisiones del Pseudo-R cuadrado.

Las variables socioeconómicas de los hogares que fueron escogidas para el análisis arrojaron los siguientes resultados (Tabla ): las chances de que un hogar conformado sin presencia de mujeres en él, respecto a un hogar con presencia de al menos una mujer en el hogar, tienen menores chances de utilizar ambas modalidades ( $p < 0.01$ ) o modalidades no comerciales ( $p < 0.01$ ) que modalidades comerciales. Los grupos más jóvenes (13-29, 30-59), respecto a la categoría de referencia (60 o más), tienen menores chances de utilizar ambas modalidades ( $p < 0.01$ ) que modalidades comerciales. Los hogares con menor nivel educativo, respecto a la categoría nivel educativo superior, tienen más chances de combinar ambas modalidades (comerciales y no comerciales) ( $p < 0.01$ ) y tienen más chances de utilizar modalidades no comerciales ( $p < 0.01$ ) que modalidades comerciales. Los hogares con material del piso de la vivienda Tierra, Cemento o Madera, respecto a la categoría de referencia Mármol, cerámica o madera pulida, tienen más chances de utilizar ambas modalidades ( $p < 0.01$ ) y tienen más chances de utilizar la modalidad no comercial ( $p < 0.01$ ) que modalidades comerciales. En el sector rural, respecto a la categoría de referencia sector urbano, se encontró que hay más chances en el sector rural de emplear ambas modalidades ( $p < 0.01$ ) y modalidades no comerciales ( $p < 0.01$ ) que modalidades comerciales.

A pesar de que la variable Región es una variable de control, se puede reportar que, en todas las regiones, respecto a la categoría de referencia Bogotá-Capital, hay más chances

de combinar ambas modalidades ( $p < 0.01$ ) y hay más chances de utilizar modalidades no comerciales ( $p < 0.01$ ) que modalidades comerciales. Finalmente, sobre el modelo (Tabla ) vale resaltar que sus pseudo- $R^2$  están por encima del 50%.

Y al analizar estas variables en el tiempo (Revisar **Anexo 4**), se puede decir que la diferenciación por las características socioeconómicas de los hogares se mantiene<sup>55</sup>. Este resultado se refiere a la hipótesis 2. Y especialmente el caso para la presencia de las mujeres<sup>56</sup> en el hogar, la situación se acentúa para las modalidades no comerciales para los años 2010 y 2014.

Tabla 4.4. Modelo multinomial

Variable dependiente	Número de categoría	1997		2010		2014	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Comercial y No comercial (Ambas)	(1)	2828	40,2	1474	12,3	1762	11,1
No Comercial	(2)	1560	22,2	3249	27,2	4125	26,0
Comercial	(3)	2645	37,6	7220	60,5	9969	62,9
<b>Total</b>		7033	100	11943	100	15856	100

Fuente: Cálculos propios a partir de la ENCV 1993, 1997, 2010 y 2014

<sup>55</sup> No hay cambios estadísticamente significativos para todas las variables de análisis. En la modalidad “Ambas” (comercial y no comercial) se encuentran cambios principalmente para la variable región y para los materiales del piso del hogar en Tierra y Cemento. Y en la modalidad no-comercial para la variable mujer, la edad (2010), material del piso Cemento (1997) y cantidad de personas (1997 y 2010).

<sup>56</sup> Los resultados de los betas para las variables y las interacciones estimadas  $\beta_1 \text{Mujer} = 2,894$ ;  $\beta_{15} \text{Mujer} * 1997 = -3,14$ ;  $\beta_{16} \text{Mujer} * 2010 = -2,158 \Rightarrow (+2,894 - 3,14 - 2,158 = -2,404 \Rightarrow e^{-2,404} = 0.090) \Rightarrow (1 - 0.090) * 100 \Rightarrow -90,9644\%$ . Este resultado se refiere a la hipótesis dos.

Variables independientes	Modos <sup>a</sup>	
	Categoría (1)= Ambas modalidades	Categoría (2)= No comercial
	Exp(B)	Exp(B)
Mujer=No	0,79 ***	0,68 ***
Mujer=Si		
Edad=13-29	0,77 ***	0,55 ***
Edad=30-59	0,76 ***	0,58 ***
Edad=60 o más		
Cantidad de personas en el hogar	0,99	0,93 ***
Educación=Menor	1,48 ***	2,56 ***
Educación=Superior o más		
Material del piso=Tierra	2,15 ***	2,29 ***
Material del piso=Cemento	1,55 ***	1,39 ***
Material del piso=Madera	2,34 ***	1,50 ***
Material del piso=Mármol, creámica, madera pulida		
Región=Central	2,94 ***	2,23 ***
Región=Pacífico	2,51 ***	2,01 ***
Región=Caribe	2,04 ***	3,96 ***
Región=Orinoquía	2,51 ***	2,48 ***
Región=Amazonía	3,05 ***	2,99 ***
Región=Bogotá		
Sector=Rural	7,00 ***	1735,51 ***
Sector=Urbano		
Año=1997	3,70 ***	0,10 ***
Año=2010	1,21 ***	1,29 ***
Año=2014		
Cox y Snell	0,617	
Nagelkerke	0,728	
McFadden	0,511	

a: Categoría de referencia: Modalidad Comercial

\*\*\* p<0.01, \*\* p<0.05, \* p<0.1

Fuente: Cálculos propios a partir de la ENCV 1997, 2010 y 2014

#### 4.6. Discusión

Los resultados evidencian que los hogares colombianos están usando menos las modalidades no comerciales, están dejando de combinar modalidades (comerciales y no comerciales) y están usando más modalidades comerciales. Dentro de las modalidades no comerciales, la autoproducción en finca y los regalos son las modalidades no comerciales más frecuentes. Y, de las modalidades comerciales, las más utilizadas son las tiendas de

barrio o los supermercados que no son de cadena. Estos resultados muestran el impacto en la práctica alimentaria del cambio paulatino de una economía principalmente rural y/o agraria a una economía más tecnificada y de servicios; específicamente en lo que concierne el aprovisionamiento; y, de manera más puntual, el impacto de dichos cambios en los usos de las modalidades de abastecimiento de alimentos de los hogares colombianos.

Por otra parte, de los resultados también es relevante decir que los hogares combinan múltiples modalidades (comerciales y no comerciales); pero, además, dentro de estas modalidades, los hogares utilizan múltiples formas de abastecerse. En suma, se encontraron 75 combinaciones posibles en las que los hogares pueden abastecerse. Esto muestra un alto grado de complejidad en los usos de los lugares o formas de abastecimiento de los hogares colombianos. Esta complejidad puede explicarse a partir de las diferentes habilidades, motivaciones, posibilidades materiales con las que los hogares cuentan para hacer uso de sus diferentes opciones de modalidades de abastecimiento. En otras palabras, se puede suponer que la existencia de las múltiples combinaciones que ejecutan los hogares colombianos para abastecerse de alimentos se debe a sus posibilidades agenciales y estructurales, de diferentes niveles (Gojard 2018; Lhuissier 2006).

Es decir, por una parte, se puede suponer que los usos de determinados lugares para abastecerse y las múltiples combinaciones posibles se dan por productos, calidades, cantidades, necesidades, gustos y/o la información con la que cuentan los hogares para abastecerse. Pero también, por otra parte, se encuentran otras posibilidades (o limitaciones) materiales contextuales de los hogares de diferentes niveles; como los lugares disponibles y a los que tienen acceso (cercanía o lejanía), las ofertas y/o las temporadas (fiestas, verano, invierno), entre otras condiciones materiales y no materiales que hacen posible el uso de los lugares de abastecimiento de alimentos.

Por otra parte, respecto con el estudio de la estratificación social a partir de las características socioeconómicas de los hogares, se encontró que, en resumen (Tabla ), hay

más chances (*odds*) de utilizar modalidades no comerciales o hay más chances (*odds*) de combinar modalidades de abastecimiento (comerciales y no-comerciales) para hogares con:

- a. Al menos una mujer
- b. Personas de edades más jóvenes
- c. Niveles educativos bajos
- d. Niveles de ingresos bajos
- e. Baja cantidad de personas
- f. Pertenencia al sector rural
- g. Pertenencia a todas las zonas que no sean la capital del país

En sentido contrario, entonces, hay más chances que las modalidades comerciales sean usadas por hogares masculinos, urbanos, de mayores ingresos, de mayores niveles educativos, de mayor cantidad de personas y de la capital.

De estos resultados, llama a **especial** reflexión el hecho de que la **mujer** esté asociada a mayores chances de utilizar modalidades no comerciales (autoproducción o regalo). Quizá, posiblemente, porque sus condiciones de pobreza son mayores y son el grupo de población que menos cuenta con ingresos propios (CEPAL, 2017; Lhuissier, 2006); condición que se acentúa en las zonas rurales (CEPAL, 2017). Por lo tanto, en el contexto colombiano, a partir de los resultados obtenidos, es posible afirmar que las mujeres están en condiciones de vulnerabilidad alimentaria<sup>57</sup>; y más aún en las zonas rurales si dependen del regalo o si dependen de las condiciones de autoproducción, cuando en la mayoría de los casos no son poseedoras de tierras, ni de maquinarias productivas y además deben vivir las condiciones del conflicto interno armado (Lancheros y Arias, 2017)<sup>58</sup>. Así pues, de las personas que aún utilizan modalidades no-comerciales para el propio sustento

---

<sup>57</sup> Y la vulnerabilidad alimentaria podría inferirse para otros grupos sociales, como aquellos con bajos niveles educativos, bajos niveles de ingresos, jóvenes o campesinos que no utilicen modalidades comerciales.

<sup>58</sup> Los resultados llaman a especial atención a la seguridad alimentaria en el país.

alimenticio, como la autoproducción, la pregunta que surge es: ¿bajo qué condiciones lo están haciendo? Si se tiene en cuenta que las zonas rurales, donde se da mayoritariamente este consumo, están en conflicto interno armado<sup>59</sup>; y —además— por una parte, sostener un cultivo requiere de un gran esfuerzo por parte de los hogares (en dinero, maquinaria, abonos); y, por otra parte, el tiempo y los procesos naturales propios de una siembra, un regado o una cosecha no da un resultado inmediato para suplir una necesidad vital, como la es el consumo de alimentos.

Por otra parte, para el caso colombiano, de las modalidades no comerciales, llama a especial atención el regalo, como una de las formas más empleadas de las modalidades no comerciales, después de la autoproducción. Si bien este trabajo es bajo metodología cuantitativa, no se debe perder de vista que el regalo es una forma de intercambio en la que subyacen simbolismos, vínculos y otras motivaciones relacionadas con la interacción social (Mauss, 2010; Le Velly, 2012). Pero, además, siendo que es en las zonas rurales donde más puede darse este uso, el lector debe saber que es en estas zonas donde hay mayores grupos de comunidades indígenas y afrodescendientes, cuyos intercambios podrían tomar mayores valores simbólicos<sup>60</sup>.

De las modalidades comerciales es relevante resaltar que disminuyó el uso de las ventas ambulantes, incrementó el uso de las tiendas de barrio, de los supermercados que no son de cadena y de los supermercados de cadena. Así pues, estamos frente a prácticas de aprovisionamiento alimentario que aún entrecruzan lo tradicional y lo moderno, lo rural y lo urbano, las diferencias de género, las desigualdades de ingreso, los contrastes regionales o aspectos políticos. Por lo tanto, como categoría analítica teórica y empírica, los lugares de abastecimiento de alimentos y sus modalidades ayudan a revelar las tensiones agencia-estructura del aprovisionamiento por parte de los hogares; y de las transformaciones del sistema productivo en la práctica de abastecimiento de alimentos por parte de los hogares colombianos.

---

<sup>59</sup> Si bien un sector de la población colombiana desconoce la categoría de ‘conflicto interno armado’ para describir la situación política colombiana.

<sup>60</sup> En esta línea, vale reconocer que una aproximación cuantitativa a esta problemática hace perder de vista los detalles de la interacción social subyacente en dichos intercambios.

De modo que el modelo estimado permite asegurar —en términos empíricos— que no sólo hablamos del despliegue de un gran conjunto de recursos materiales y no materiales de los hogares, para utilizar las posibilidades de abastecimiento con las que cuentan; sino que también se puede asumir que las condiciones socioeconómicas de los hogares afectan sus diferentes formas de abastecerse, así como el contexto en el que habitan.

#### **4.7. Conclusiones**

Este artículo tenía como objetivo mostrar la relación de las condiciones socioeconómicas de los hogares colombianos en la práctica alimentaria del aprovisionamiento, específicamente en lo que corresponde a los usos de las modalidades de abastecimiento. El punto de partida fueron dos hipótesis:

1. El uso de las modalidades comerciales incrementó en el periodo 1993-2014. Por tres razones se puede afirmar lo anterior. Primero, bajo estadística descriptiva, se puede afirmar que el uso de las modalidades comerciales disminuye, mientras que el uso de modalidades comerciales incrementa. Segundo, si se tiene en cuenta que las chances de usar ambas modalidades respecto a la comercial son de 2,70 en 1997, y en 2010 son de 0,21; entonces se puede decir que el hecho de que la población esté transitando hacia las modalidades comerciales, hace que las chances de usar ambas modalidades, respecto a la categoría de referencia comercial, estén disminuyendo en el tiempo. Tercero, para el año 1997 hay menos chances de utilizar modalidades no comerciales, respecto al año 2014. Y para el año 2010, respecto al año 2014, hay 0,29 chances de usar modalidades no comerciales, respecto al uso de modalidades comerciales. Dichos resultados permiten afirmar que hay un incremento en los usos de las modalidades comerciales, pero esto no niega que aún perdura el uso de las modalidades no comerciales. Lo que se está planteando es un cambio paulatino en los usos de las modalidades comerciales y no comerciales.

2. El uso de las modalidades comerciales incrementa en las zonas urbanas, en hogares con hombres, con altos niveles educativos y con altos niveles de condiciones de vida.

Dichas hipótesis han guiado este texto a cinco resultados principales:

1. Colombia es un país en vías de desarrollo, principalmente rural y agrario, con altos niveles de violencia, pobreza y desigualdad; que está atravesando un proceso de transformación institucional gubernamental, con miras a transformar su estructura productiva. Estas transformaciones han tenido impacto en diferentes esferas cotidianas de los hogares colombianos. La práctica alimentaria es un elemento de la vida cotidiana que se está transformando. De la práctica alimentaria, se puede afirmar que hay cambios paulatinos en la etapa y/o proceso de aprovisionamiento.
2. Se encontró una transformación en los usos de las modalidades de abastecimiento de alimentos (comerciales, no comerciales o ambas) por parte de los hogares colombianos:
  - a. Utilizan más modalidades comerciales
  - b. Utilizan menos modalidades no-comerciales
  - c. Utilizan más ambas modalidades (comerciales y no-comerciales), como variable de tránsito de no comercial a comercial.
3. Entre las modalidades comerciales y no comerciales, se evidenció que los hogares colombianos utilizan y combinan una variada gama de posibilidades de lugares y formas para abastecerse de alimentos (autoproducción, regalos, supermercados, tiendas, lugares especializados). Los resultados evidencian que hay al menos 75 combinaciones posibles de aprovisionamiento. Esto demuestra un gran trabajo por parte de los hogares para decidir de dónde van a obtener sus alimentos. Esto demuestra que hay un amplio conjunto de dispositivos

(materiales o no-materiales) de los hogares y del contexto descrito que posibilitan o limitan el acceso a los alimentos.

4. Hay asociaciones estadísticamente significativas de las condiciones socioeconómicas de los hogares en las chances (*odds*) de utilizar las diferentes modalidades de análisis (comercial, no-comercial, ambas). Esto significa que existe una diferenciación o estratificación socioeconómica en lo que corresponde al uso de las modalidades de abastecimiento.
5. Estadísticamente se puede inferir vulnerabilidad alimentaria para la mujer, en especial para la mujer rural, y para otros grupos de la sociedad colombiana.

Ahora bien, dentro de las limitaciones del estudio, se quiere señalar la escasez de datos cuantitativos para continuar comprendiendo la complejidad actual del acceso a los alimentos en Colombia, si se tiene en cuenta que el país se viene transformando aceleradamente. Y también se llama a reflexión, como futura línea de investigación y profundización, las condiciones de vulnerabilidad y/o seguridad alimentaria de diferentes grupos de la población colombiana.

## V. **¿SALIMOS A COMER? UN ANÁLISIS DE LA RELACIÓN ENTRE CONDICIONES SOCIOECONÓMICAS Y CONSUMO DE ALIMENTOS FUERA DEL HOGAR EN COLOMBIA**

### 5.1. **Resumen**

El objetivo de este artículo es analizar el gasto en consumo de alimentos fuera del hogar, respecto a las condiciones socioeconómicas de los hogares colombianos, entre 1993 y 2014. La metodología es cuantitativa: un análisis descriptivo y modelos de regresión lineal. La variable dependiente es la proporción del gasto en consumo de alimentos por fuera del hogar; y las variables independientes son: presencia de al menos una mujer en el hogar, edad del jefe del hogar, niveles educativos, calidad de vida, sector y región. Los datos utilizados son de la Encuesta Nacional de Calidad de Vida, realizada por el Departamento Nacional de Estadística colombiano. Las hipótesis son: 1. Comer fuera del hogar ha incrementado y 2. El consumo de alimentos incrementa en las zonas urbanas, en los hogares de altos niveles educativos, con altas condiciones de vida y sin presencia de mujeres en el hogar. Los resultados han comprobado las hipótesis propuestas. Analizando los resultados en el contexto, estos permiten afirmar la existencia de diversificación y distinción en la práctica alimentaria colombiana, específicamente en lo que implica consumo de alimentos por fuera del hogar.

**Palabras clave:** consumo de alimentos fuera del hogar, presupuesto del hogar, servicio alimentario, condiciones socioeconómicas, distinción, diversificación alimentaria, Colombia.

## 5.2. Introducción

En el mundo occidental, consumir alimentos bajo el único gran formato —permitido y bien visto— de sentarse a la mesa, con todas las piezas posibles de la etiqueta (cuchillos, tenedores, cucharas, servilletas, etcétera), con los productos obtenidos y preparados bajo determinadas normas rigurosas, y con un específico comportamiento, como ejemplo de urbanismo, es cosa del pasado (Elias, 2016; Neirinck y Poulain, 2001).

En diferentes latitudes, los modos de ejercer la práctica alimentaria han cambiado, junto con las transformaciones de las estructuras culturales, políticas y económicas de cada espacio y en cada tiempo. Ya no comemos lo mismo, ni de la misma manera, que veinte años atrás, y cada vez son más las cantidades y los diversos bienes y servicios alimenticios disponibles, en menor tiempo (Fischler, 1979). La diversificación y la distinción —en imaginarios, discursos, representaciones, prácticas, sentires y materialidades— son, en conjunto, una realidad (Edwards, 2013; Warde *et al.*, 1999). Sin embargo, hay continuidades, y la fuerza de la tradición se mantiene en otros elementos que configuran la práctica alimentaria (Poulain, 2002; Régnier *et al.*, 2006; Warde, 1997).

Las rupturas y continuidades hacen explícitos los conflictos y consensos entre agencias y estructuras; entre imaginarios, discursos, representaciones y materialidades; entre posibilidades y limitaciones; y/o entre lo tradicional y lo moderno que compone la práctica alimentaria (bienes, servicios, modales, etcétera). Con esto en mente, el objetivo de este artículo es analizar la relación entre el gasto en consumo de alimentos por fuera de los hogares colombianos y sus condiciones socioeconómicas para los años 1993, 1997, 2010 y 2014. La pregunta para responder es: ¿Cómo las condiciones socioeconómicas moldean el consumo de alimentos por fuera del hogar en Colombia entre 1993 y 2014? Las hipótesis que guían este artículo son: 1. el consumo de alimentos por fuera del hogar incrementó en el periodo analizado; y 2. el consumo de alimentos incrementa en las zonas urbanas, en los hogares de altos niveles educativos, con altas condiciones de vida y sin presencia de mujeres en el hogar.

La metodología es cuantitativa: un análisis descriptivo y modelos de regresión lineal. La variable dependiente es la proporción del gasto en consumo de alimentos por fuera del hogar; y las variables independientes son: presencia de al menos una mujer en el hogar, edad del jefe del hogar, niveles educativos, calidad de vida, sector (urbano/rural) y región. Los datos utilizados son de la Encuesta Nacional de Calidad de Vida, realizada por el Departamento Nacional de Estadística colombiano.

### **5.3. Revisión de la literatura**

Una ruptura en la práctica alimentaria está en el incremento del consumo de alimentos por fuera del hogar, modalidad que compite con el consumo de alimentos en el hogar, que representa la tradición *par excellence* (Díaz-Méndez y van den Brock, 2017; Elias, 2016; Euromonitor International, 2018a; Neirinck y Poulain, 2001; Poulain, 2002). La categoría ‘comer fuera del hogar’ puede ser entendida a partir de diferentes tipologías: comida callejera, comida en el lugar de trabajo, comida en restaurantes, cafeterías, cines u otro tipo de lugares en los que comer implique el pago por un servicio. A su vez, ‘comer fuera del hogar’ puede implicar también comer en otros hogares, ya sea donde familiares o amigos, o en el bus, o al caminar. O, en general, comer en un lugar distinto al de residencia del hogar, ya sea un parque, un paseo de río, de mar, entre otros, que no involucre una transacción comercial o monetaria (Kocevski y Risteski, 2012; Larmet, 2002).

Así pues, dado que son múltiples las interpretaciones que pueden darse en torno a esta modalidad de consumo alimentario, se propone como punto de partida la conceptualización realizada por Warde y Martens (2000) quienes, en el texto *Eating out: Social differentiation, Consumption and Pleasure*, afirman que existen al menos seis elementos en las percepciones que definen aquello que se llama ‘comer fuera del hogar’ (*eating out*), en contraste con comer en los hogares. El primer aspecto es una diferenciación espacial: no es el hogar. El segundo aspecto está asociado al trabajo que requiere la preparación de los alimentos. Los alimentos han sido preparados por personas

diferentes al comensal y los otros comensales que componen el hogar. El tercer aspecto se refiere a una transacción: existe un pago, es una actividad comercial. El cuarto elemento es su carácter social. El ‘comer fuera del hogar’ está asociado a una actividad social: compartir con amigos, familiares o incluso con otras personas presentes en el lugar, con quienes se comparte otro tipo de vínculos. El quinto aspecto es el sentido de la acción: ‘un evento especial’. Y el sexto y último criterio es la estructura de la ingesta: tiempos y composición, lo que remite a dudas sobre ¿qué se come? ¿cuántas cantidades se ingieren?, ¿de cuánto tiempo se dispone para desarrollar la acción?.

De modo que la categoría ‘comer por fuera del hogar’ es una actividad específica socio-espacial, que envuelve una provisión comercial, que es hecha por otra persona, una ocasión especial, que tiene múltiples razones para ser ejecutada de esa manera: placer, ocio o necesidad (Warde y Martens, 2000). A su vez, los autores tienen presente la evolución de las posibilidades de aprovisionamiento de alimentos bajo esta modalidad, se enmarca en un ciclo en producción – consumo (Warde y Martens, 2000).

Entonces, bajo esta teorización, es posible afirmar que en la categoría ‘comer fuera del hogar’ se encuentran perspectivas de la Sociología de la Alimentación y de la Sociología del Mercado que conjuga diferentes elementos, dinámicos en el tiempo y en el espacio, correspondientes a las condiciones socioeconómicas, estratificadas, materiales o no materiales, de nivel micro o macro, que constriñen o posibilitan el desarrollo de dicha actividad (Dubuisson-Quellier, 2016; Dubuisson-Quellier y Plessz, 2013; Larmet, 2002; Le Velly, 2012; Warde y Martens, 2000).

En otras palabras, ‘comer fuera del hogar’ en un lugar comercial pone de manifiesto la existencia de un conjunto de agencias y estructuras que están en consenso o en conflicto. Esto significa que ‘comer fuera del hogar’ puede ser una decisión, una preferencia o una necesidad; una rutina o un hábito, ya sea por motivos laborales, educativos, etarios, de salud, de celebración, de ingresos, de género, etcétera; dadas las posibilidades o limitaciones de acceso a los servicios alimentarios (precios, lugares, variedad, calidad) en

un espacio y tiempo determinado (Arango *et al.*, 2010; Cabiedes-Miragaya, 2017; Fischler, 1979; Warde y Martens, 2000).

Por otra parte, entre las posibilidades (o limitaciones) propias de los hogares existen evidencias que corroboran la asociación negativa entre la presencia de mujeres en el hogar y el consumo de alimentos por fuera del hogar (Martens, 1997; Lund, Kjærnes y Holm, 2017; Wood, 1992). La incidencia positiva del sector urbano, el nivel de ingresos y el nivel educativo en este tipo de consumo (Martens, 1997; Lund, Kjærnes y Holm, 2017).

De modo que un análisis complejo que integre aspectos sociales y económicos para la categoría ‘comer fuera del hogar’, ya sean agenciales o estructurales, implica reconocer que existen diferentes elementos: tipos de ingestas (comidas o snacks), el tiempo que se emplea para desarrollarla, las motivaciones, las personas quienes ejecutan y con quienes se comparte dicho momento, el presupuesto destinado para este tipo de consumo alimentario, los lugares donde se desarrolla la acción, las características de dichos lugares, las características del sector Servicio Alimentario, las políticas públicas. Y las características agenciales de los hogares: género, nivel educativo, edad, ocupación. Y aunque esta complejidad debe ser clara para el lector, este artículo se enfoca en el análisis de la relación entre condiciones socioeconómicas de los hogares y el gasto destinado al consumo por fuera del hogar.

Este artículo busca contribuir al análisis de los patrones de gasto del consumo de alimentos por fuera del hogar, en un contexto diferente a los ya estudiados. A su vez, pretende ser un aporte al análisis de los cambios en las prácticas alimentarias, bajo un contexto latinoamericano, cuyas transformaciones en términos de instituciones o reglas de juego, estructuras de comercialización de bienes y servicios han variado durante el periodo analizado; y son distintas a los países europeos o industrializados como Estados Unidos o Canadá, que son los lugares donde mayoritariamente se ha producido esta literatura. Y, por último, este texto muestra cómo las particularidades del sector Servicio de Alimentos, de acuerdo con un contexto socioeconómico específico, afecta los modos en que se

desarrolla la práctica alimentaria, bajo la modalidad de: consumo de alimentos por fuera del hogar.

Ahora bien, con las fuentes disponibles en Colombia, no es posible hacer un seguimiento de los consumidores de alimentos por fuera de los hogares en términos de las motivaciones, las personas con quienes comparten sus alimentos, el tiempo que destinan en el consumir los alimentos, los lugares que frecuentan, los precios que pagan, entre otras características intrínsecas al consumo de alimentos. Pero a pesar de esta limitación, para comprender los resultados obtenidos con relación a la proporción del gasto en alimentos por fuera del hogar, este texto considera de absoluta importancia el contexto en el que toma existencia esta investigación (Barbosa *et al.*, 2018; Maloutas y Fujita, 2012; Díaz-Méndez y García-Espejo, 2017); y las inferencias que se pueden hacer a partir de él son absolutamente valiosas para comprender los resultados que aquí se presentan. Por lo tanto, la siguiente sección tiene como objetivo presentarle al lector el contexto en el que toma lugar la práctica alimentaria, específicamente en lo que corresponde al consumo de alimentos por fuera de los hogares. La estructura que sigue este artículo es, primero, la presentación de las características del sector Servicio de Alimentos en América Latina y en Colombia. Seguidamente, se exponen los datos y la metodología empleada en este artículo. En tercer lugar, se comparten los resultados obtenidos; y, finalmente, se discuten dichos resultados y se presentan las conclusiones.

#### **5.4. Contexto del Sector Servicio de Alimentos en América Latina y Colombia**

En América Latina el sector Servicio de Alimentos ha crecido y se ha diversificado de manera continua en el periodo de análisis de este trabajo. Los hogares tienen mayor cantidad y más diversas opciones para ejecutar consumos de alimentos por fuera del hogar (Euromonitor International, 2015, 2018b, 2018d). Adicional, en América Latina —como región altamente diversa— el sector es localizado: está adaptado a los conceptos y cocinas específicas de cada país latinoamericano, a los consumidores y sus niveles de ingresos.

Sumado a lo anterior, el cambio en las ciudades latinoamericanas, sus sistemas y redes de transportes, y las modificaciones en las jornadas laborales hacen que, cada vez más, haya una predisposición mayor a hacer uso de los diversos servicios alimentarios existentes en el país; aunando lo anterior a las políticas públicas dirigidas a regular el mercado alimentario. De modo que estamos hablando de una modalidad en la práctica alimentaria que conjuga las características propias de los agentes, del sistema de aprovisionamiento del contexto, de las estructuras ciudadanas y las políticas públicas donde esta toma existencia.

Específicamente Colombia, a partir de la Constitución Política de 1991, ha transitado por un largo y difícil camino de reestructuración social, política y económica. Aunque la Constitución nació con el objetivo de buscar la paz y la amplitud de derechos políticos, económicos y ciudadanos de los colombianos; los resultados han sido múltiples en materia fiscal, política, mercantil y social (Perry, 2011). Por eso, Colombia es un país que se debate entre lo tradicional y lo moderno; productos y servicios locales o internacionales, entre estructuras ciudadanas y rurales; entre la apertura económica y el interés de fortalecer al agro y la industria nacional. Y, al mismo tiempo, vive la pobreza y la violencia estructural, un largo conflicto interno entre diferentes grupos armados (legales y no legales) y la desigualdad en múltiples esferas de la vida cotidiana.

En la vida cotidiana, un aspecto lleno de dichas contradicciones es la práctica alimentaria. Es posible decir que en Colombia la práctica alimentaria se está redefiniendo por las nuevas ofertas comerciales (lugares y productos), las nuevas estructuras industriales y ciudadanas, las nuevas demandas de los consumidores y los nuevos discursos e imaginarios alimentarios. Ejemplo de lo anterior, en la práctica alimentaria, específicamente en lo concerniente al consumo de alimentos por fuera del hogar, es que la economía colombiana tiene un alto porcentaje de informalidad<sup>61</sup> en el sector de Servicio de Alimentos; paralelo

---

<sup>61</sup> Puestos callejeros de ‘fritangas’ (fritos: empanadas, papas rellenas, dedos de queso, buñuelos), comidas rápidas (hamburguesas, hot-dogs, pizzas) y otros.

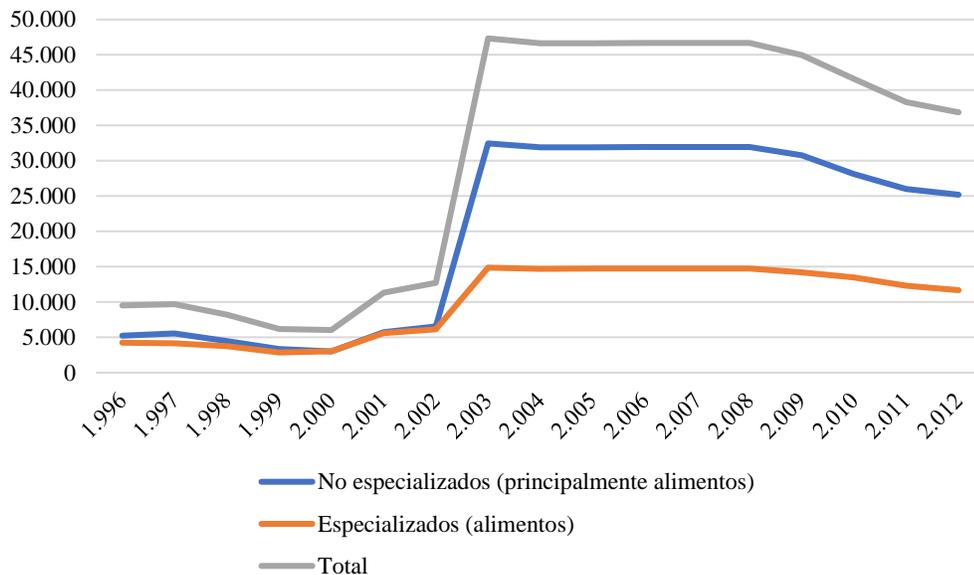
al incremento de oferentes y puntos de venta de servicios de cadenas<sup>62</sup> alimenticias nacionales e internacionales, cuyas diversas y amplias estrategias buscan incidir en los consumidores colombianos y sus hábitos alimenticios. Y, además, el entramado institucional se enfoca en defender el llamado ‘espacio público’ y los estándares de ‘salubridad’ alimentaria. De modo que estamos frente a un sistema de aprovisionamiento que está cambiando, desde hace varios años y de manera sostenida, en términos de oferentes, consumidores y reglas de juego (Euromonitor International, 2018b, 2018c, 2018d).

El sector Servicio de Alimentos en Colombia se compone de diferentes modalidades: ‘para llevar’ o *delivery*, café/bar, restaurantes, comidas rápidas, cafeterías autoservicio, comidas callejeras/Quioscos; y es un sector que depende mucho de las condiciones socioeconómicas de un país o región. Al comparar el sector entre países emergentes y/o desarrollados, se puede afirmar que cada modalidad toma diferente predominancia en el uso; ya sea por elementos culturales, por facilidades en precios y niveles de ingresos, por las posibilidades de acceso a lugares. Es decir, la modalidad ‘consumo de alimentos por fuera del hogar’ depende mucho del sistema de aprovisionamiento de un país en un momento determinado (Euromonitor International, 2018a). En línea con la Encuesta Anual de Comercio (EAC) realizada por el Departamento Nacional de Estadística colombiano (DANE), se encuentra que los lugares que ofertan bienes alimenticios incrementaron en el tiempo de análisis (Fig. 5.1.).

---

<sup>62</sup> Crepes & Waffles SA, Frisby SA, McDonald's Corp, Sandwich Qbano SA, Domino's Pizza Inc, Papa John's, entre otros.

Fig. 5.1. Empresas que ofertan bienes alimenticios (Miles)



Fuente: Elaboración propia, EAC - DANE.

El lector debe ser consciente que, como se dijo anteriormente, con la información disponible por el momento, en muchos países de América Latina y en Colombia, no es posible adentrarse a la profundidad de las relaciones entre consumidores y el mercado de Servicios Alimentarios, que son preocupaciones de la Sociología de la Alimentación y de la Sociología del Mercado. Sin embargo, presentar un breve panorama del sector tiene como objetivo señalar que no se debe perder de vista que la práctica alimentaria conjuga condiciones materiales o no-materiales, de niveles micro o macro, que corresponden a determinados lugares y tiempos. Y aunque el foco de este artículo es el análisis de la relación entre las condiciones económicas de los hogares y la proporción del gasto que ellos destinan al consumo de alimentos por fuera del hogar; para esta investigación se considera relevante no dejar de nombrar las transformaciones que vive Colombia en este aspecto, lo que también permite hacer inferencias sobre lo que ocurre en la práctica alimentaria en el tiempo y espacio en el que toma lugar esta investigación.

En dicho orden de ideas, en línea con la literatura revisada y el contexto colombiano, las hipótesis que guían este texto son:

1. El consumo de alimentos por fuera del hogar incrementó en el periodo analizado. Como se señaló en la revisión del contexto, de acuerdo con Euromonitor International (2018b, 2018c, 2018d) hubo un incremento de los servicios alimentarios en Colombia. Por lo tanto, se espera que incremente porque se supone que los hogares adecuan sus usos en diálogo también con el mercado.
2. El consumo de alimentos incrementa en las zonas urbanas, respecto a las zonas rurales, en los hogares de altos niveles educativos, respecto a los niveles educativos más bajos, con altas condiciones de vida, respecto a condiciones más bajas y sin presencia de mujeres en el hogar, respecto a hogares conformados principalmente por hombres. Esto también se espera en el tiempo. La estimación de diferentes modelos, por años, corresponde a probar las diferencias de los coeficientes. Esto se puede entender como el test de Chow.

La hipótesis dos se espera en esas direcciones porque sería en las zonas urbanas donde existirían mayores posibilidades de dichos tipos de consumo. Porque a mayores niveles educativos se esperaría que hubiese mayores deseos de probar las diferentes experiencias de consumos alimentarios por fuera del hogar. Porque a niveles mayores de condiciones de vida se esperaría que las personas pudieran consumir un servicio que está asociado más al ocio. Y porque los hombres estarían, primero, menos asociados a actividades que implican trabajo en el hogar (como podría ser la preparación de alimentos en el hogar). Porque los hombres, segundo, pueden acceder mayoritariamente a bienes y servicios comerciales por la posibilidad de contar con ingresos propios. Y, tercero, porque en términos de trabajo, dado que son quienes más cuentan con posibilidades de trabajos formales son quienes tendrían mayores incentivos para usar este tipo de consumo, porque estarían más tiempo por fuera del hogar, lo que quizá también sería una facilidad para suplir una necesidad vital. Se considera que esto se sostiene en el tiempo, porque se parte

del supuesto que las condiciones de desigualdad en Colombia, en términos sociales y económicos (educación, condiciones de vida, mujer, etc.), se mantienen en el tiempo.

Teóricamente, las hipótesis planteadas son distintas a los textos anteriores porque respecto a alimentos preparados, el consumo por fuera del hogar sería un tipo de consumo más masculino, o usado principalmente por hogar compuestos por hombre. Porque respecto a la edad, se considera que sería un tipo de consumo más de personas jóvenes que de personas en la adultez en plenitud (vejez) quienes están más en casa y hace más actividades en el hogar, como cocinar (alimentos para preparar). Respecto a la educación, porque se esperaría que a mayores niveles educativos se buscaran más experiencias de conocimiento gastronómicos y de diferentes cocinas, como un tipo de consumo de placer. Además, por definición teórica, como se trató de mostrar en la revisión de la literatura, el consumo de alimentos tiene diferentes mecanismos de ejecución (lugar, preparación, costo, propósitos, entre otros), lo que difiere de la concepción del presupuesto total del hogar y de los alimentos para preparación. Y, además, en términos empíricos, son diferentes porque la correlación entre proporción del gasto total en alimentos y la proporción del gasto en alimentos por fuera del hogar presentan un valor de  $-0.1651$ . Por lo tanto, no se considera que haya dos variables dependientes similares en la tesis, ni en términos teóricos, ni en términos empíricos.

Por lo tanto, en resumen, la variable consumo por fuera del hogar se distingue de las otras proporciones de los otros artículos porque no son productos para preparar, no representa la proporción total del gasto en alimentos. No es un tipo de consumo que se hace en el hogar. Tampoco es un lugar, es un gasto. Por lo tanto, empírica y teóricamente es un tipo de gasto diferente, aunque sea alimento.

## 5.5. Datos y metodología

### *i. La encuesta*

Se utiliza la Encuesta Nacional de Calidad de Vida (ENCV) realizada en Colombia por el Departamento Nacional de Estadística (DANE), para los años 1993, 1997, 2010 y 2014. La elección de dichos años tuvo como propósito identificar patrones colombianos de la proporción del gasto en alimentos por fuera del hogar (Lhuissier, 2017). La encuesta es de cobertura nacional y produce información sobre las condiciones de vida de los hogares, sus ingresos y gastos totales. Los resultados se han expandido con el fin de producir estimaciones válidas a nivel país.

La ENCV se compone de diferentes módulos. El módulo de gasto tiene rubros semanales, mensuales, trimestrales y anuales. En los rubros semanales –además del gasto en Consumo de Alimentos por Fuera del Hogar– se identifican alimentos (carnes: pollo, cerdo, pescado; granos y verduras: fríjoles, arvejas, etcétera.; leche y derivados: queso, yogurt; frutas: banano, guayaba; alimentos procesados).

La información de las encuestas permite operacionalizar las condiciones socioeconómicas –conjunto de características sociales, financieras y materiales circunstanciales, que pueden ser asumidas como nivel educativo, ocupación, ingreso o tenencia de casa (Galobardes *et al.*, 2006a y 2006b)– de diferentes maneras con el módulo de condiciones de vida de los hogares, datos de la vivienda y niveles educativos alcanzados por los integrantes del hogar.

De acuerdo con los documentos de la Encuesta Nacional de Calidad de Vida, utilizada en la tesis, el hogar está definido como persona o conjunto de personas que se asocian para compartir el alojamiento y la alimentación.

## *ii. Las variables independientes*

Las variables independientes vienen de la revisión de la literatura que se enfoca al análisis del consumo de alimentos por fuera del hogar. Estas variables son: Educación, Condiciones materiales, Presencia de al menos una mujer en el hogar, Edad del Jefe del hogar, Lugar de origen (Urbano, rural, región), entre otras.

Así pues, en línea con lo anterior, el módulo educación contiene información del Nivel Educativo máximo alcanzado por cada miembro del hogar y el sexo. Con este módulo se calculó 1. el nivel educativo máximo alcanzado por cada miembro del hogar y se creó una variable dicotómica (Superior o más vs. menos de eso), 2. la cantidad de personas totales por hogar, y 3. la presencia de al menos una mujer en el hogar, respecto al total de los integrantes del hogar.

Del módulo de Datos de la Vivienda se recodificó la variable Material del Piso del hogar. Se supone que el material de piso ‘Tierra’ (1) es la categoría que representa hogares con bajas condiciones materiales o condiciones de vida; Cemento y gravilla (2) es el segundo; Madera burda es el tercero (3) y el código cuatro corresponde a materiales del piso más sofisticados (baldosa, mármol, madera pulida y alfombra) y representa a los hogares con mayores niveles de ingreso. Esta variable es un *proxy* de las condiciones materiales y la calidad de vida de los hogares.

Mediante la variable educativa se supone un acercamiento a discursos o conocimientos sobre los alimentos, sus funciones y tradiciones. Esta variable junto con Material del piso es reveladora de la existencia de ciertas características socioeconómicas no-materiales y materiales al interior del hogar (Bourdieu, 1998; Grignon y Grignon, 1980).

A su vez, la presencia de mujeres en el hogar afecta el comportamiento del gasto en alimentos en el hogar (Gojard *et al.*, 2017; Martens, 1997; Wood, 1992), porque son quienes, en la mayoría de los casos, lideran las acciones de cuidado del hogar y sus integrantes, siendo la alimentación una de las principales actividades. Por tal razón, se

construyó la variable dicotómica Mujer, en el caso de la presencia de al menos una en el hogar.

A su vez, la Edad es un indicador del efecto del ciclo de vida en el gasto para el consumo de alimentos. Para este caso se tomó la edad reportada por el 'Jefe del hogar' en la encuesta. El 'Jefe del hogar' es señalado por los hogares. En Colombia el 'Jefe del hogar' es la persona que toma decisiones o que aporta el sustento económico del hogar. En ese sentido, identificar el efecto de la edad en la proporción del gasto es también importante para poder dilucidar las características socioeconómicas de los hogares, que tienen incidencias en las proporciones del gasto en alimentos para el consumo fuera del hogar.

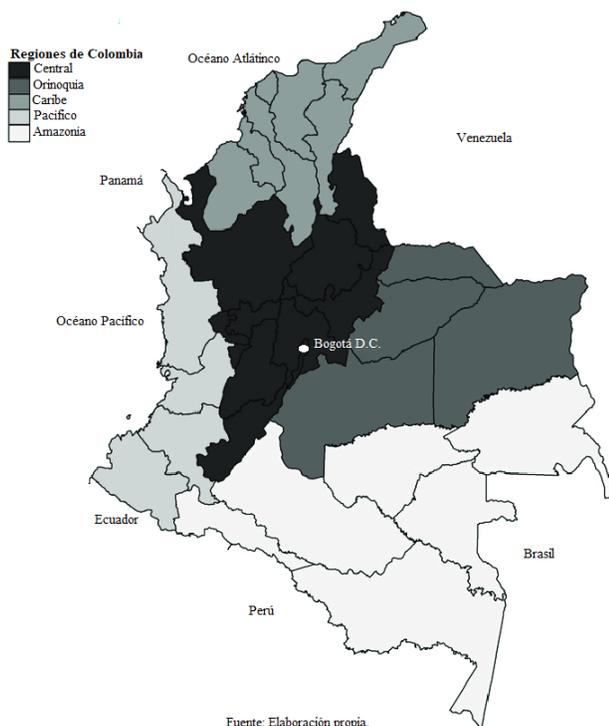
A su vez, la cantidad de personas en el hogar y el sector al que pertenece el hogar (rural o urbano) son *proxys* del tamaño y del contexto del hogar que, de acuerdo con la literatura, son variables que afectan las cantidades de compra y lo efectivamente adquirido por condiciones de acceso y disponibilidad (Bezerra y Sichieri, 2010).

También, dadas las particularidades regionales (Grignon, 1986; Bezerra y Sichieri, 2010), en niveles de ingresos y estructuras físicas o geográficas, se construyeron conglomerados y se creó la variable 'Región', a partir de la división político-administrativa regional del territorio colombiano. Las regiones para el análisis son seis: Bogotá Distrito Capital (D.C.), Central (Antioquia, Boyacá, Cundinamarca, Huila, Norte de Santander, Quindío, Risaralda, Santander, Tolima, Caldas), Pacífico (Chocó, Valle, Cauca, Nariño), Caribe (Atlántico, Bolívar, Cesar, Córdoba, La Guajira, Magdalena, San Andrés y Providencia, Sucre), Orinoquía (Meta, Vichada, Casanare, Arauca) y Amazonía (Putumayo, Amazonas, Caquetá, Guaviare, Guainía, Vaupés) (

Fig. ). La

Fig. tiene como propósito ilustrar la ubicación de Colombia, su capital y la configuración de las regiones.

Fig. 5.2. Mapa de Colombia



Como variable de control, es importante resaltar que las regiones en Colombia son altamente disímiles. Hay regiones que son altamente turísticas, como la Caribe. Hay otra que concentra una gran parte del territorio nacional, con departamentos relativamente ricos en comparación con otros, como la región Central. Mientras que hay zonas que son un poco más pobres como las regiones Pacífica y Amazonía. Y, además, las regiones colindan con diferentes países (Ecuador, Perú, Brasil, Venezuela o Panamá) u océanos, lo que puede incidir en la práctica, los productos y servicios alimenticios.

Variable: proporción del consumo de alimentos por fuera del hogar. Observaciones: 30.459. Promedio: 14,71. Desviación estándar: 24,20. Mínimo: 0. Máximo: 100.

*iii. La variable dependiente y el modelo*

Para la construcción de la variable dependiente, primero se revisó el periodo que reporta la encuesta. Esto es: si es mensual, semanal o diaria. Se identificó que era semanal. Luego, segundo, de la encuesta se identificaron todas las variables que tenían datos para alimentos, incluida la del consumo de alimentos por fuera del hogar. Tercero, dado que la información era semanal, las variables identificadas en alimentos se multiplicaron por cuatro, para hallar un promedio mensual de gasto en alimentos. A partir de las variables identificadas multiplicadas por cuatro, posteriormente, cuarto, se sumaron todos los gastos en alimentos. Esto daría como resultado el gasto promedio total mensual en alimentos para el hogar. Luego, quinto, se dividió (se halló la proporción) la categoría consumo de alimentos por fuera del hogar (ya multiplicada por cuatro), entre la sumatoria de los gastos en alimentos. Y finalmente, sexto, este resultado se multiplicó por 100. Y así se obtuvo la proporción en porcentaje.

Luego, la variable dependiente es la proporción del gasto promedio mensual en alimentos por fuera del hogar (G.CFH), respecto al gasto promedio mensual en alimentos del hogar (G.TotAli) para cada hogar. El modelo tomó la siguiente forma:

$$\frac{G.CFH_i}{G.TotAli_i} = \beta_0 + \beta_1 Muj_i + \beta_2 Edad_i + \beta_3 MatPiso_i + \beta_4 NivEdMx_i + \beta_5 QPers_i + \beta_6 Sec_i + \beta_7 Reg_i + \varepsilon$$

Donde el modelo saturado incorpora los años de esta investigación (Categórica: 1993, 1997, 2010, 2014) y los modelos no saturados se realizaron para cada año. En resumen, a nivel de los hogares ( $i$ ), las variables independientes son: Presencia de al menos una mujer en el hogar (Dicotómica), Edad del ‘Jefe del hogar’ (Continua), Nivel educacional

máximo del hogar (Dicotómica), Material del piso (Categorica: Tierra, Cemento, Madera pulida, y Mármol o cerámica), Cantidad de personas en el hogar (Continua), Sector de la vivienda del hogar (Dicotómica: Urbano, rural) y región por conglomerados (Central, Pacífico, Caribe, Orinoquía, Amazonía y Bogotá D.C.). La variable dependiente es la Proporción del gasto promedio mensual en consumo de alimentos por fuera del hogar, re-escalada a porcentaje.

Finalmente, sobre la variable  $\epsilon$  de la ecuación, por notación, se entiende que los modelos estimados tienen un componente error, que implica que las variables observadas pueden diferir de la curva (o recta) estimada, porque se reconoce que hay componentes que inciden en la variable dependiente que no son explicados por las variables estimadas en el modelo, lo que induciría al sesgo. Razón por la cual sería preciso revisar la bondad de ajuste (R cuadrado).

## **5.6. Resultados**

### *Análisis descriptivo*

En Colombia, el gasto en el consumo de alimentos por fuera del hogar aumentó entre 1993 y 2014. Para el año 1993 el promedio de la proporción del gasto en consumo de alimentos por fuera del hogar fue 3.7%, e incrementó de manera sostenida hasta que en el año 2014 fue 34.64%.

A medida que el material del piso se hace más sofisticado, la proporción del gasto en consumo de alimentos fuera del hogar incrementa. Para el año 1993 la menor proporción de gasto en consumo fuera del hogar fue para los hogares cuyo material del piso era 'Tierra' (5.29%) y la máxima fue para aquellos con material 'Cemento' (10.55%). Para el año 1997, nuevamente la menor proporción de gasto en consumo fuera del hogar fue para los hogares cuyo material del piso era 'Tierra' (11.78%), pero esta vez la mayor proporción fue para los hogares con material de piso 'Mármol o cerámica' (29.81%). Igualmente, en el año 2014, la menor proporción fue para los hogares cuyo material del

piso era ‘Tierra’ (26.87%) y la mayor para los hogares con material del piso ‘Mármol o cerámica’ (37.73%).

Cuando se examina la variable dependiente por nivel educativo se encuentra que los hogares con mayores niveles tienen una proporción más alta en consumo de alimentos por fuera del hogar, en contraste con aquellos hogares con menores niveles educativos, durante todo el periodo. Sin embargo, los resultados evidencian que la proporción incrementó en los hogares con menores niveles educativos.

Por sector urbano o rural, en 1993 para las zonas rurales no se reportaron consumos por fuera del hogar; y en las zonas urbanas —si existían— eran muy bajos. Luego, para los años 1997, 2010 y 2014 se reportan consumos de alimentos por fuera del hogar en las zonas rurales, pero son menores que en las zonas urbanas. Y, aunque es menor, vale la pena resaltar que la proporción rural pasó de 0 % en 1993 a 28.15 % en 2014.

Por otra parte, se encuentra que hay un efecto negativo en el gasto para alimentos por fuera del hogar cuando hay al menos una mujer en el hogar. Adicionalmente, por cantidad de personas en el hogar se percibe una relación inversa: a medida que incrementa la cantidad de personas en el hogar, disminuye la proporción del gasto destinado al consumo por fuera del hogar.

Cuando se revisa la proporción por regiones (Tabla 5.1.), se encuentra que existen diferencias estadísticamente significativas en la proporción del gasto en consumo de alimentos por fuera del hogar, dada la región. En el año 1993 el promedio más alto se obtuvo en Bogotá D.C (13.52%) y el más bajo en la Orinoquía (1.76%). En 1997 el más alto también fue en la capital Bogotá D.C. (32.08%) y el más bajo en la región Orinoquía (24.12%). En 2010, el más alto en la Amazonía (36.21%) y el más bajo en la Central (25.28%). Y en 2014 el más alto en la Orinoquía (38.71%) y el más bajo en la Central (31.63%).

Tabla 5.1. Análisis de la Varianza (ANOVA): Comparación de medias por conglomerado. Promedio en porcentaje (1993-2014)

Conglomerado	1993		1997		2010		2014	
	Promedio	Des. Std.						
Central	5,522	16,386	26,292	26,541	25,281	24,360	31,634	28,914
Pacífico	5,368	16,591	29,714	27,686	31,214	28,109	32,792	30,241
Caribe	6,859	16,860	24,203	23,326	29,682	28,707	38,421	32,579
Orinoquía	4,938	19,126	24,120	24,933	31,158	27,260	38,715	29,328
Amazonía	1,768	6,615	32,037	29,007	36,217	29,971	35,764	30,206
Bogotá D.C.	13,526	20,226	32,084	22,542	31,654	24,202	36,675	26,687
ANOVA	Prob.>F	0,000	Prob.>F	0,000	Prob.>F	0,000	Prob.>F	0,000

Fuente: Cálculos propios a partir de la ENCV 1993, 1997, 2010 y 2014

### *Modelo de Regresión lineal*

La Tabla 5.2. presenta los efectos de distintas variables socioeconómicas en la proporción del gasto en consumo de alimentos por fuera del hogar. El modelo saturado es el conjunto completo de datos, incluyendo la variable Año; mientras que para los otros modelos se emplearon los datos por año. Se trabajaron los datos de esta manera para poder identificar los cambios en las variables independientes. Algunas variables independientes se comportan de manera similar durante todo el periodo y el modelo saturado, pero algunas no siguen el mismo patrón durante el tiempo de análisis de esta investigación y el modelo saturado.

Las variables independientes que siguen un patrón similar en el periodo analizado y el modelo saturado son: la presencia de mujeres en el hogar, la cantidad de personas en el hogar y la variable sector (urbano/rural) al que pertenece el hogar. De estas variables, la presencia de al menos una mujer en el hogar arroja un efecto negativo en la proporción del gasto: si existe la presencia de al menos una mujer en el hogar, la proporción de consumo de alimentos por fuera del hogar disminuye. Este efecto negativo es sostenido en todos los años analizados; como en el modelo saturado ( $p < 0.01$ ). De modo que se puede

suponer que el hecho de existir al menos una mujer en el hogar es un factor fuertemente explicativo para comprender el consumo de alimentos por fuera del hogar. Es decir, la presencia de mujeres en el hogar tiene por efecto una disminución en la proporción del gasto en consumo por fuera del hogar.

Igualmente, la variable cantidad de personas en el hogar tiene una relación inversa con la variable dependiente: a medida que incrementa la cantidad de personas en el hogar, la proporción del gasto en el consumo de alimentos por fuera del hogar disminuye. Este resultado se obtiene tanto en el modelo saturado, como en los modelos de cada año ( $p < 0.01$ ).

También, en el modelo saturado y en los modelos por cada año, se encuentra la existencia de una relación directamente proporcional entre el hecho de que el hogar pertenezca a la zona urbana y la proporción del gasto en consumo de alimentos por fuera del hogar: la proporción del gasto en alimentos por fuera del hogar incrementa cuando el hogar pertenece a la zona urbana. De modo que el hecho de que el hogar pertenezca a la zona urbana indica que existe una propensión mayor a destinar parte del presupuesto a este tipo de consumos ( $p < 0.01$ ).

En el modelo saturado, la edad tiene un efecto negativo ( $p < 0.01$ ): a medida que incrementa la edad del jefe del hogar, la proporción del gasto en alimentos por fuera del hogar disminuye. Pero este efecto no es sostenido en el tiempo. Sólo para el año 1993, el signo del efecto se mantiene ( $p < 0.01$ ); pero para el resto de los años los resultados no son estadísticamente significativos.

El nivel educativo, en el modelo saturado, tiene una relación directa positiva con la proporción del gasto de alimentos por fuera del hogar, lo que permite suponer que los hogares con más altos niveles educativos consumen más de su presupuesto en este tipo de abastecimiento de alimentos ( $p < 0.01$ ). También, al analizarse esta variable por años, se encontró que existe un patrón de la relación entre nivel educativo y la proporción del gasto en alimentos por fuera del hogar: cuando el nivel educativo máximo alcanzado del hogar

es ‘Superior o más’, la proporción del gasto en consumo de alimentos por fuera del hogar incrementa ( $p < 0.01$  y  $p < 0.05$ ).

La variable material del piso en el hogar, como *proxy* de las condiciones materiales, en el modelo saturado no arroja un resultado estadísticamente significativo. Esta variable solo es estadísticamente significativa para el año 1993 ( $p < 0.01$ ); año en el que se puede afirmar que existen evidencias estadísticas para creer que el consumo de alimentos por fuera del hogar se daba en los hogares con mayores condiciones de vida: a medida que el material del piso se hace más sofisticado (pasa de material ‘Tierra’ a ‘Mármol’) la proporción aumenta. Pero esto no es posible afirmarlo para el resto de los años.

En torno al aspecto geográfico, teniendo como categoría de referencia la región Central (Antioquia, Boyacá, Cundinamarca, Huila, Norte de Santander, Quindío, Risaralda, Santander, Tolima, Caldas) respecto a las otras regiones, se encuentra que hay un efecto positivo en la proporción cuando no se pertenece a la región Central: Pacífico (Chocó, Valle, Cauca, Nariño) ( $p < 0.05$ ), Caribe (Atlántico, Bolívar, Cesar, Córdoba, La Guajira, Magdalena, San Andrés y Providencia, Sucre) ( $p < 0.01$ ), Orinoquía (Meta, Vichada, Casanare, Arauca) ( $p < 0.01$ ), Amazonía (Amazonas, Caquetá, Guainía, Guaviare, Putumayo, Vaupés) ( $p < 0.01$ ) y Bogotá D.C. ( $p < 0.1$ ). El efecto regional también evidencia que el hecho de estar en la capital de Colombia (Bogotá D.C.) indica un efecto positivo en la proporción en el gasto para consumo por fuera del hogar para casi todos los años de análisis ( $p < 0.01$ ), incluso teniéndose como categoría de referencia Región Central, una de las regiones más importantes y ricas de Colombia. Finalmente, en perspectiva temporal, tomando como categoría de referencia el año 1993, a medida que pasó el tiempo, la proporción del gasto en alimentos por fuera del hogar aumentó ( $p < 0.01$ ). Se le señala al lector que las estimaciones están ajustadas por el diseño muestral y heteroscedasticidad.

Finalmente, sobre los coeficientes de los modelos estimados por años y el modelo saturado, se comprobó, por medio de interacciones entre las variables independientes y la variable año, que existen diferencias estadísticamente significativas para: mujer ( $p < 0.01$ ), edad ( $p \text{ value} < 0.01$ ), cantidad de personas ( $p < 0.01$ ) y región ( $p < 0.01$ ).

*Tabla 5.2. Modelo saturado y por años*

Variables	Modelo				
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	Modelo Saturado	1993	1997	2010	2014
Mujer=si	-26.63***	-32.58***	-6.860***	-23.17***	-24.72***
(Ref= no)	(0.798)	(1.727)	(1.608)	(1.782)	(1.438)
Edad 30-44 años	-1.549***	-1.946***	-0.181	-0.941	0.701
(Ref=13-29 años)	(0.416)	(0.440)	(2.605)	(1.570)	(1.379)
45-59 años	-1.490***	-2.125***	0.0666	-1.702	2.033
	(0.442)	(0.462)	(2.711)	(1.635)	(1.418)
60 ó más años	-2.829***	-4.421***	-3.487	-1.281	1.968
	(0.458)	(0.470)	(2.428)	(1.881)	(1.562)
Nivel educativo: Bajo	-0.712	-0.357	1.157	0.411	-3.491
(Ref=Ninguno)	(0.517)	(0.541)	(3.023)	(2.623)	(5.131)
Medio	-0.833**	-0.234	-0.961	0.695	-4.287
	(0.349)	(0.329)	(3.051)	(2.680)	(5.072)
Alto	1.952***	1.987***	4.597	4.425	-0.431
	(0.394)	(0.377)	(3.350)	(2.860)	(5.133)
Material del piso=Cemento	2.074***	1.650***	2.211	-0.680	6.108**
(Ref=Tierra)	(0.598)	(0.579)	(3.859)	(3.334)	(3.003)
Madera	1.731**	2.014**	-2.820	-1.039	5.064
	(0.839)	(0.878)	(4.044)	(3.854)	(3.680)
Mármol	2.375***	2.019***	2.340	0.307	6.548**
	(0.595)	(0.576)	(3.973)	(3.405)	(3.010)
Cantidad de personas	-1.148***	-0.495***	-5.097***	-3.244***	-3.897***
	(0.0647)	(0.0636)	(0.526)	(0.320)	(0.305)
Sector=Urbano	6.774***		7.333***	4.119***	6.810***
(Ref=Rural)	(0.679)		(1.488)	(1.440)	(1.150)
Región Pacífico	0.375	-0.113	2.793	5.022***	-1.001
(Ref=Central)	(0.295)	(0.279)	(1.798)	(1.401)	(1.040)
Caribe	2.999***	2.253***	1.373	4.682***	5.372***
	(0.335)	(0.321)	(1.756)	(1.551)	(1.321)
Oriental	3.424***	-2.688	-0.131	7.071***	4.444**
	(0.903)	(3.413)	(1.594)	(1.672)	(2.006)
Amazonía	4.884***	-1.028	4.922*	9.881***	3.214
	(1.349)	(1.661)	(2.777)	(2.237)	(2.699)
Bogotá DC	6.668***	7.312***	4.000**	5.074***	3.681***
	(0.320)	(0.330)	(1.658)	(1.446)	(1.383)
Año 1997	11.37***				
(Ref=1993)	(0.681)				
2010	18.45***				
	(0.535)				
2014	21.53***				
	(0.493)				
Constante	28.60***	39.02***	33.29***	50.78***	52.43***
	(1.259)	(1.826)	(5.289)	(4.205)	(5.742)
Observaciones	28,428	20,237	1,689	2,677	3,825
R cuadrado	0.345	0.164	0.150	0.216	0.244

Errores estándar robustos en paréntesis

\*\*\* p<0.01, \*\* p<0.05, \* p<0.1

Fuente: Elaboración propia a partir de la ENCV 1993, 1997, 2010 y 2014.

## 5.7. Discusión

Primero, en términos generales, los resultados muestran que la proporción del gasto en consumo de alimentos por fuera del hogar incrementó en Colombia en el periodo analizado. También, sobre las características socioeconómicas de los hogares colombianos, se encontraron evidencias estadísticamente significativas sobre los efectos de las variables independientes en el gasto para consumo de alimentos por fuera del hogar: presencia de mujeres en los hogares colombianos, sus niveles educativos máximos, sus condiciones de vida, materializadas en las condiciones de la vivienda del hogar (material del piso). Igualmente, respecto a las características contextuales de los hogares existen efectos estadísticamente significativos en la variable dependiente de este análisis, dada la cantidad de personas en el hogar, el sector (urbano/rural) y la región (Central, Caribe, Pacífico, Amazonía, Orinoquía o Bogotá D.C.) donde se ubica el hogar.

Segundo, las hipótesis planteadas han sido comprobadas: 1. El consumo de alimentos por fuera del hogar incrementó en el periodo analizado. Y 2. para el consumo de alimentos por fuera del hogar existe una correlación positiva de las zonas urbanas, respecto a las zonas rurales; de los hogares de altos niveles educativos, respecto a bajos niveles educativos; con altas condiciones materiales, respecto a bajas condiciones materiales; y una correlación negativa de la presencia de mujeres en el hogar, respecto a hogares sin presencia de mujeres en él.

Tercero, los resultados evidencian diferentes continuidades y rupturas en las prácticas alimentarias colombianas y específicamente en lo concerniente al consumo de alimentos por fuera del hogar. Entre los cambios, se puede decir que, al inicio del periodo de análisis, la proporción del gasto en alimentos para consumo por fuera del hogar era baja, e incluso inexistente en las zonas rurales; pero al final del periodo dejó de ser baja, llegando incluso a ser casi un tercio del presupuesto del gasto de los hogares colombianos y aumentó significativamente en las zonas rurales. Adicional, este tipo de consumo dejó de ser excepcional para las personas con bajos niveles educacionales o de calidad de vida. De

estos resultados se puede decir que posiblemente este tipo de consumo de alimentos dejó de ser excepcional tanto para las zonas urbanas, como para los hogares con determinadas características socioeconómicas. De modo que los resultados permiten inferir que consumir alimentos por fuera de los hogares colombianos es una práctica alimentaria que se ha extendido en el periodo analizado. Ahora bien, si se ponen en diálogo los resultados con el contexto presentado, este resultado es esperable si se tiene en cuenta que en el país el sector de Servicio de Alimentos se ha expandido de manera continuada en el periodo analizado, tanto en modalidades formales como informales. Y entre las modalidades informales, la comida callejera (frituras, comidas rápidas o similares) observa precios relativamente bajos, lo que hace que los sectores con más bajos niveles educativos o de ingreso accedan a comer fuera del hogar. Sin embargo, durante el periodo de análisis, se mantiene el efecto positivo para los hogares con altos niveles educativos y de condiciones materiales.

Por otra parte, siguiendo con el diálogo de los resultados con el contexto, se puede inferir que los resultados son también el reflejo de múltiples transformaciones socioeconómicas estructurales, agenciales, materiales y no materiales de la práctica alimentaria. El incremento de las proporciones del gasto en alimentos para el consumo por fuera de los hogares colombianos se alinea a la tesis que aboga la diversificación y la modernidad alimentaria, aunadas a la estratificación y/o la distinción en la práctica (Fischler, 1979; Warde *et al.*, 1999). La diversificación y la modernidad alimentaria, entendidas como cambios en los modos de ejecutar la práctica alimentaria, pueden ser afirmadas desde el incremento en la proporción del gasto de este tipo de consumo; pero, igualmente, haciendo uso del contexto alimentario para interpretar los resultados (Díaz-Méndez y García-Espejo, 2017; Maloutas y Fujita, 2012) también se puede inferir diversificación, dado que en Colombia el sector Servicio de Alimentos ha cambiado de manera sostenida (Euromonitor International, 2018a, 2018b, 2018c, 2018d).

La diferenciación y la diversificación encontradas con los resultados obtenidos en la sección anterior son relevantes en la práctica alimentaria colombiana (Bourdieu, 1998;

Grignon y Grignon, 1980; Fischler, 1979; Warde, 1997). Por una parte, cada categoría socioeconómica de los hogares colombianos escogida para el análisis arroja un efecto estadísticamente significativo. El hecho de ser hombre o mujer; tener un bajo o alto nivel educativo y/o de ingreso; habitar la zona rural o urbana y/o pertenecer a determinada región de Colombia, tiene un efecto distinto en la proporción del gasto en alimentos consumidos por fuera del hogar. Y, sin perder de vista el contexto, existen numerosos cambios en el sistema de consumo colombiano. Pero más aún, cuando se analiza en conjunto la distinción y la diversificación en perspectiva temporal, se puede suponer un tipo de distinción móvil; y el consumo de necesidad o de lujo, de ocio o conspicuo también se hace dinámico (Veblen, 2000[1899]).

Los resultados muestran que la distinción no es estática en el tiempo, ni en el espacio. Así que, de nuevo, al analizar los resultados obtenidos en contexto, se puede inferir que los nuevos nichos de mercado han creado distinciones y diferenciaciones en lo que corresponde a la proporción destinada a este tipo de consumo que es reflejada con los datos. Es decir, cada año los efectos de las categorías socioeconómicas son diferentes en los gastos del consumo de alimentos por fuera del hogar; y —al unísono— el mercado también lo ha sido<sup>63</sup>, como también las estructuras institucionales del sector y, en general, las condiciones socioeconómicas en el país. Con los resultados obtenidos, se puede suponer que las distinciones, aunque siguen existiendo, lo hacen en otros modos; y la diversificación también toma otras formas (Bourdieu, 1998; Lamont, 1992; Mennell, 1987; Ritzer, 2001; Veblen, 2000[1899]; Warde *et al.*, 1999).

Entre las continuidades, se evidencia el efecto de la tradición con la presencia de al menos una mujer en el hogar. Es decir, si bien el rol de la mujer ha cambiado (Warde, 1997), por ser ella, al mismo tiempo, proveedora y consumidora; también es cierto que, en Colombia, estos resultados reflejan que ella no ha perdido su rol como ‘responsable’ de la práctica alimentaria y, posiblemente, de las diferentes actividades que la componen

---

<sup>63</sup> Como se ha tratado de decir, el mercado es otro en estrategias, en productos y en servicios. Las unidades vendidas, los valores de los diferentes negocios y las expectativas de los empresarios son también distintas.

(abastecimiento, almacenamiento, preparación, servido, etcétera). Los resultados obtenidos indican que la mujer tiene un efecto estadísticamente significativo negativo en la proporción del gasto en alimentos para el consumo fuera del hogar, lo que permite inferir que la presencia de mujeres en el hogar indica una propensión más alta a consumir alimentos dentro del hogar, posiblemente porque es ella quien ejecuta dicha labor; mientras que el hecho de ser hombre —en sentido contrario— hace que se destine una proporción mayor al consumo de alimentos por fuera del hogar, quizá por el hecho de que el hombre no se hace cargo de este tipo de actividades.

Otra continuidad está en la distinción urbana/rural en el periodo trabajado. En las zonas urbanas la proporción del gasto en consumo de alimentos por fuera del hogar es mayor. Esto podría explicarse quizá por el hecho de que en las ciudades existen más posibilidades de acceso a este tipo de servicios y mayores niveles de ingreso para consumirlos. Pero, además, la capital de Colombia es la zona que, de manera sostenida en el tiempo, tiene efectos estadísticamente significativos positivos en la proporción del gasto en consumo de alimentos por fuera del hogar. Esto ocurre por la estructura de ciudad. Bogotá D.C. se caracteriza por la difícil circulación vehicular y las amplias distancias a recorrer, lo que puede hacer que la gente se vea más obligada a comer por fuera del hogar, cerca de sus lugares de estudio o de trabajo. Además, es una ciudad que cuenta con amplias posibilidades de Servicios de Alimentos; y es la zona del país con más cantidad de personas de niveles educativos y condiciones materiales altos. Así pues, comer fuera del hogar no es sólo una posibilidad o limitación que resuelven los hogares dadas sus limitaciones y posibilidades, sino que también esta modalidad de consumo alimentario depende de las condiciones materiales o contextuales donde dicha práctica toma existencia (Edwards, 2013; Harris, 2009). Es un hecho que las condiciones del sistema del sector Servicio de Alimentos en Colombia es diferente en cada región, e incluso dentro de sus regiones, depende de si es un sector urbano o rural; y los resultados reflejan estos aspectos contextuales.

Por otra parte, la variable cantidad de personas tiene una relación inversa con la proporción del gasto en consumo de alimentos por fuera del hogar: a medida que aumenta la cantidad de personas en el hogar, la proporción del gasto en este tipo de consumo tenderá a disminuir. Lo que podría significar que los hogares de gran tamaño no pueden permitirse o tienen mayores restricciones para ejecutar esta modalidad de consumo. De modo que un hogar consumidor prototipo de consumos de alimentos por fuera de él sería uno compuesto por hombres, de baja cantidad de personas, de altos niveles educativos y de condiciones materiales, perteneciente a las zonas urbanas, especialmente de la capital. Estos resultados son correspondientes con la literatura, aunque es un caso latinoamericano y un contexto diferente a los ya estudiados, lo que devela la existencia de un patrón de ejecución de la práctica alimentaria en diferentes latitudes (Bezerra y Sichieri, 2010; Díaz-Méndez y García-Espejo, 2017; Díaz-Méndez y van den Brock, 2017; Lund *et al.*, 2017; Paddock *et al.*, 2017; Martens, 1997; Warde y Martens, 2003; Wood, 1992).

Por lo que, en resumen, por una parte, el patrón de consumo y el incremento encontrados en los resultados permiten afirmar que la población colombiana está modificando su práctica alimentaria y está respondiendo a los cambios estructurales (Fischler, 1979; Grignon y Grignon, 1999; Mennell, 1985; Poulain, 2002; Warde, 1997). Pero, al mismo tiempo, los vestigios de la tradición en género, niveles educativos y diferencias rurales o urbanas son fuertes (Warde, 1997), presentándose sólo algunos cambios. Esta modalidad de consumo de alimentos ejemplifica los conflictos y consensos entre la tradición y lo moderno de lo que configura la práctica alimentaria en bienes, servicios, gustos, posibilidades, entre otros.

Finalmente, aunque la variable Región es de control, vale decir que analizar el consumo de alimentos en Colombia en perspectiva regional es un gran reto. Además de las numerosas transformaciones que ha experimentado el país, en aspectos culturales, políticos y económicos durante el periodo de análisis, este cuenta con un territorio amplio, con regiones altamente heterogéneas, no solo en materia geográfica, sino también en

aspectos culturales y prácticas alimenticias. El acceso<sup>64</sup> a los alimentos, los productos obtenidos y las preparaciones no son iguales en el vasto territorio nacional. Las tradiciones y preferencias culinarias difieren entre una región y otra, y entre un sector y otro.

## **5.8. Conclusiones**

Como categoría analítica teórica y empírica, el ‘consumo de alimentos fuera del hogar’ permite el acercamiento a la realidad, de un lugar y en tiempo específico en su más vasta definición: económica, cultural, geográfica, etcétera. Comer fuera del hogar es una práctica alimentaria que requiere de múltiples y diversos elementos para ser ejecutada. Por una parte, hay elementos socioeconómicos agenciales, materiales y no-materiales; y, por otra parte, hay variables estructurales, materiales y no-materiales que determinan y moldean el consumo de alimentos por fuera del hogar.

Ahora bien, aunque con los datos disponibles hasta hoy no es posible llegar a un análisis tan complejo de la categoría que aquí se propuso estudiar: ‘consumo de alimentos por fuera del hogar’; con los datos disponibles para esta investigación: la proporción del gasto en alimentos por fuera del hogar y las variables independientes escogidas para el análisis (presencia de una mujer en el hogar, edad del jefe del hogar, nivel educativo, nivel de calidad de vida, cantidad de personas, sector y región) se devela un prototipo de consumidor, con su respectivo contexto temporal y espacial. Al utilizar la metodología cuantitativa es absolutamente necesario no perder de vista el contexto para poder hacer inferencias explicativas de lo que los datos muestran; tarea que intentó realizarse en esta investigación.

Este texto buscó ser una aportación al análisis del patrón del gasto en consumo de alimentos por fuera del hogar en un país latinoamericano. Este trabajo no se había hecho hasta el momento bajo esta metodología, ni en esta temporalidad, ni en Colombia, ni en

---

<sup>64</sup> Por cuestiones de orden público, políticas públicas de salubridad alimentaria, la oferta de bienes o servicios, la infraestructura rural o citadina, etcétera.

América Latina. Por lo tanto, este texto intenta contribuir tanto en el caso estudiado, como en la temporalidad y en la metodología empleada. Aunque son perceptibles los cambios en nuestra vida cotidiana, los resultados obtenidos permiten tener pruebas científicas sobre los cambios y las continuidades en las prácticas alimenticias en diferentes latitudes.

Específicamente en Colombia, el consumo de alimentos por fuera de los hogares colombianos presenta continuidades y rupturas. Por una parte, en las continuidades está el efecto de la tradición en rol de la mujer y en lo que podría ser su responsabilidad en la práctica alimentaria en diferentes partes del mundo. Y aunque este resultado se puede intuir, los resultados obtenidos lo confirman científicamente. Sin embargo, llama la atención que, a pesar de la inclusión de la mujer al mercado laboral y al sistema educativo, ella siga estando relacionada fuertemente a este tipo de actividades, cuando quizá era esperable que este efecto cambiara.

Por otra parte, entre las rupturas, se halló el incremento de este tipo de consumo alimentario en los hogares en el periodo analizado, lo que es también una tendencia global, lo que permite inferir diversificación en el consumo alimentario. Y, más aún, con ayuda de otras fuentes que permitieron la comprensión de lo que subyace en los resultados obtenidos, se puede afirmar diversificación en los productos y servicios alimentarios que hoy se pueden encontrar en el país, en línea con las teorías de la modernidad alimentaria.

Finalmente, es importante reconocer que, en línea con la teoría, este artículo trae más preguntas: ¿cuáles son las motivaciones para que se dé este tipo de consumo alimentario? Seguir ahondando en las particularidades del consumo de alimentos, también desde otras metodologías, es una tarea que permitirá comprender más a Colombia u otras sociedades, sus continuidades, sus rupturas, sus paradojas, su población y sus estructuras materiales o no materiales, de niveles micro o macro, dados un tiempo y lugar específicos.

## VI. CONCLUSIONES

En esta investigación se hizo un esfuerzo por comprender al consumo de alimentos en los hogares como un sistema socioeconómico, estratificado, dinámico en el tiempo y en el espacio. A partir de dicha conceptualización del consumo de alimentos, se escogió como caso de estudio un país latinoamericano: Colombia. Se trabajó este país por dos razones principales. Primero, porque la mayor parte de la literatura producida en esta dirección ha sido producida en países desarrollados como Estados Unidos o Canadá y en el continente europeo, por lo que se pretendía revisar cómo se comportaba el consumo de alimentos en los hogares bajo otras condiciones distintas a las ya estudiadas. Y, en segundo lugar, la selección se relaciona con algunas de estas condiciones: pobreza, desigualdad, violencia; y un largo, lento y sangriento proceso de transición de una economía agraria, rural o de subsistencia, a otra más tecnificada y comercial.

De modo que para poder tener un panorama general del consumo de alimentos en Colombia se estudiaron diferentes variables dependientes a partir de las condiciones socioeconómicas de los hogares: presupuestos, productos alimentarios para consumo en el hogar, lugares y modalidades de abastecimiento; y consumo de alimentos por fuera del hogar. A cada variable le correspondió un capítulo de esta tesis.

Una pregunta transversal en este trabajo se relaciona con el cambio. En tal sentido, se efectuó un análisis desde el año 1993 hasta 2014. Se utilizaron los datos proporcionados por la Encuesta Nacional de Calidad de Vida (ENCV). La metodología fue cuantitativa. Las variables independientes, factores sociales y económicos utilizadas fueron: presencia de mujeres en el hogar, nivel educativo, condiciones de vida, edad de la persona jefe del hogar, sector (urbano/rural), región. Por su parte, las variables dependientes fueron: proporciones de gasto destinados al consumo de alimentos y lugares de abastecimiento alimentario.

Respecto a las variables dependientes, bajo las hipótesis trabajadas, se puede decir que a medida que incrementan las condiciones materiales, esto es: teniendo como categoría de

referencia el material del piso de la vivienda Tierra, respecto al material del piso de la vivienda Madera, Cemento o Mármol y baldosa, se halló un incremento en la proporción del gasto en alimentos. Lo que probó la ley de Engel. Luego, se encontró que las diferentes variables socioeconómicas tenían diferentes correlaciones con los grupos de alimentos por cada año estudiado, lo que demostró no solo diferenciación social, sino también diversificación alimentaria. Además, también sobre la diversificación alimentaria se encontraron cambios en el gasto promedio de determinados grupos alimentarios, y un incremento en la proporción de gasto de consumo de alimentos por fuera del hogar. Y respecto a las modalidades de abastecimiento, comerciales o no comerciales, se comprobó que existe un incremento paulatino del uso de modalidades comerciales respecto al uso de modalidades no comerciales o la combinación de ambas modalidades.

Sobre las variables independientes, los resultados arrojaron diferentes continuidades y rupturas en las correlaciones entre las variables dependientes e independientes. En otras palabras: las direcciones de las correlaciones se mantuvieron o no cambiaron en el periodo analizado. Entre las continuidades, está la incidencia de la presencia de las mujeres en el hogar, el nivel educativo y sector. Mientras que en las rupturas destacan las diferencias por edad y condiciones materiales. La variable región fue una variable de control.

De las variables independientes que presentan continuidades o, en otras palabras: cuya correlación con la variable dependiente mantuvieron la misma dirección son: sobre la presencia de mujeres en el hogar, los resultados demuestran que existe una correlación positiva de esta variable respecto al gasto en alimentos para preparar, en contraste con los coeficientes negativos cuando se habla de consumo de alimentos por fuera del hogar, y el uso de modalidades no comerciales. Estos resultados evidencian, por una parte, la 'responsabilidad' que aún detentan las mujeres en las actividades domésticas y, especialmente, en el cuidado de los alimentos. Y, por otra parte, las condiciones de vulnerabilidad alimentaria, si se tiene presente que ellas dependerían del regalo o de la autoproducción. Adicional, hay diferencias en el nivel académico máximo que tenga el hogar. Estas diferencias muestran estratificación social sostenida en el tiempo. Y por

sector (urbano/rural) puede decirse que las diferencias se mantienen, tanto respecto a la proporción de gasto en alimentos, ya sea para preparar o para el consumo por fuera del hogar, como para el uso de modalidades comerciales.

Pero entre las rupturas o cambios, estudiando la proporción del gasto total en alimentos, y revisándose la variable *proxy* de las condiciones de vida (material del piso) en el tiempo, se revela un incremento de la desigualdad, aunque las direcciones de las correlaciones se mantuvieron negativas.

Y la variable edad devela cambios sustanciales y significativos. Por una parte, el consumo en el hogar (alimentos para preparar) crece a medida que aumenta la edad, mientras que el consumo por fuera del hogar disminuye a medida que incrementa la edad. Dichos resultados revelan el cambio del consumo de alimentos en el ciclo de vida.

Los resultados buscan servir como insumo para políticas públicas que tengan por objetivo incidir en los patrones de consumo de alimentos en Colombia. Los artículos en conjunto identificaron: 1. problemas de presupuestos, si se tiene en cuenta que las personas destinan altas proporciones de sus gastos en consumo de alimentos, lo que implicaría un problema de acceso ante un cambio en los ingresos de los hogares o un cambio en el precio de los alimentos. 2. Usan modalidades no-comerciales, lo que se traduce en graves problemas de seguridad económica y política para los hogares, en el contexto colombiano; por lo tanto, un problema de acceso y vulnerabilidad alimentaria. 3. También se encuentran dificultades por calidad, si se tiene en cuenta la baja proporción de consumo de frutas y verduras. Y 4. se asocia a la mujer con actividades del hogar, que no son remuneradas. Lo que sugiere dificultades para las mujeres en la posibilidad de generar sus propios ingresos. En otras palabras, los resultados invitan a prestar atención a diferentes dificultades identificadas en la ejecución de la práctica alimentaria en Colombia, ya sea por acceso, por calidad o por el impedimento de generar ingresos propios para saciar una necesidad vital.

Sobre las limitaciones y los problemas con los que se ejecutó esta tesis, se puede decir que estas estuvieron relacionadas principalmente con la disponibilidad de los datos. Primero,

el lector debe saber que la Encuesta Nacional de Calidad de Vida tiene versiones posteriores a las utilizadas en esta tesis, pero esas versiones posteriores no contienen las preguntas que fueron trabajadas en este trabajo; de modo que las encuestas trabajadas son las más recientes disponibles con las variables estudiadas. Segundo, la agrupación de los productos en la encuesta limita la posibilidad de analizar en detalle y en profundidad el acceso a los productos alimentarios. Habría sido deseable que los alimentos no estuvieran agregados. A pesar de lo anterior, espero que el lector haya podido hacerse una idea de los patrones de consumo alimentario en Colombia, en presupuestos alimentarios por total, por alimentos para preparar, por consumo de alimentos por fuera del hogar y por modalidades de abastecimiento alimentario, así como de la propuesta teórica.

## REFERENCIAS

- Alkon, A., Block, D., Moore, K., Gillis, C., DiNuccio, N. y Chavez, N. (2013). Foodways of the urban poor. *Geoforum*, 48, 126-135.
- Andrieu, E., Caillavet, F., Lhuissier, A., Momic, M. y Régnier, F. (2006). L'alimentation comme dimension spécifique de la pauvreté. Approches croisées de la consommation alimentaire des populations défavorisées. *Les travaux de l'Observatoire National de la Pauvreté et de l'Exclusion Sociale*, 247-278.
- Arango, L.E.; Ardila, L.K. y Gómez, M.I. (2010). Efecto del cambio del salario mínimo en el precio de las comidas fuera del hogar en Colombia. *Borradores de Economía: Banco de la República de Colombia*, 584.
- Aymard, M., Grignon, C. y Sabban, F. (1993). *Le temps de manger. Alimentation, emploi du temps et rythmes sociaux*. Paris: Institut National de la Recherche Agronomique.
- Baumann, S., Szabo, M. y Johnston, J. (2017). Understanding the food preferences of people of low socioeconomic status. *Journal of Consumer Culture*, 1-24.
- Bayet, A., Chambaz, Ch., Guégano, Y. y Hourriez, J.M. (1991). Les choix de consommation des ménages : une question de revenu avant tout. *Économie et statistique*, 248, 21-31.
- Beagan, B., Chapman, G., D'Sylva, A. y Basset, B.R. (2008). 'It's just easier for me to do it': Rationalizing the family division of foodwork. *Sociology*, 42, 653-671.
- Beagan, B., Chapman, G. y Power, E. (2016). Cultural and symbolic capital with and without economic constraint: Food shopping in low-income and high-income Canadian families. *Food, Culture & Society*, 19(1), 45-70.
- Bernoux, P. (2009). *La sociologie des entreprises*. Paris: La Découverte.
- Bianchi, S., Sayer, L., Milkie, M. y Robinson, J. (2012). Housework: Who did, does or will do it, and how much does it matter?. *Social forces*, 91(1), 55-63. DOI: 10.1093/sf/sos120
- Bigot, R. y Langlois, S. (2011). Consommation et privation au sein des classes moyennes au Canada et en France. *L'année sociologique*, 61(1), 21-46.

- Bonnain-Moerdijk, R. (1975). L'alimentation paysanne en France entre 1850 et 1936. *Études rurales*, 58, 29-49. DOI: <https://doi.org/10.3406/rural.1975.2019>
- Bourdieu, P. (1998). *La distinción*. Madrid: Grupo Santillana de Ediciones.
- Bove, C.F. y Sobal, J. (2006). Foodwork in newly married couples. *Food, Culture & Society*, 9(1), 69-89.
- Boylan, S., Lallukka, T., Lahelma, E., Pikhart, H., Malyutina, S., Pajak, A., Kubinova, R., Bragina, O., Stepaniak, U., Gillis-Januszewska, A., Simonova, G., Peasey, A. y Bobak, M. (2011). Socio-economic circumstances and food habits in Eastern, Central and Western European populations. *Public Health Nutrition*, 14(4), 678-687.
- Brousse, C. (2012). Travail professionnel, tâches domestiques, temps « libre » : quelques déterminants sociaux de la vie quotidienne. *Economie et statistique*, 478-480, 119-154. DOI: 10.3406/estat.2015.10560
- Brzozowski, M. y Lu, Y. (2010). Home cooking, food consumption, and food production among retired Canadian households. *Canadian Public Policy / Analyse de Politiques*, 36, 1, 107-128. DOI: <http://www.jstor.org/stable/20695159>
- Burney, N.A. y Khan, A.H. (1992). Household size, its composition, and consumption patterns in Pakistan: An empirical analysis using micro data. *Indian Economic Review*, 26(1), 57-72.
- Cabiedes-Miragaya, L. (2017). Analysis of the economic structure of the eating-out sector: The case of Spain. *Appetite*, 119: 64-76.
- Caillavet, F., Darmon, N., Lhuissier, A. y Régnier, F. (2005-2006). L'alimentation des populations défavorisées en France. Synthèse des travaux dans les domaines économique, sociologique et nutritionnel. *Les travaux de l'Observatoire National de la Pauvreté et de l'Exclusion Sociale*, 04-09, 279-322.
- Callon, M. y Muniesa, F. (2003). Les marchés économiques comme dispositifs collectifs de calcul, *Réseaux*, 6(122), 189-233. DOI : [10.3917/res.122.0189](https://doi.org/10.3917/res.122.0189)
- Cardon, Ph. y Gojard, S. (2011). *La diffusion des recommandations nutritionnelles au regard des conditions de vie : comparaison enfance et vieillesse*. Institut National de la Recherche Agronomique: Alimentation et Sciences Sociales.

- Chai, A. y Moneta, A. (2013). Back to Engel? Some evidence for the hierarchy of needs. En Pyka A. y Andersen, E. (Eds.). *Long Term Economic Development*. New York: Springer, 33-60.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2017). *Anuario estadístico de América Latina y el Caribe*. Santiago: Naciones Unidas.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2019). *Indicadores que visibilizan las brechas de género en el mercado laboral*. Santiago: Naciones Unidas.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2019). *Panorama Social de América Latina y el Caribe*. Santiago: Naciones Unidas.
- Cortés, D. y Pérez, J. (2010). El consumo de los hogares colombianos, 2006-2007: estimación de sistemas de demanda. *Desarrollo y Sociedad*, 2, 7-44.
- Counihan, C. y van Esterik, P. (2008). *Food and culture: A reader*. New York: Routledge.
- DANE. Departamento Nacional de Estadística. DOI: [www.dane.gov.co](http://www.dane.gov.co).
- Darmon, N. y Drewnowski, A. (2008). Does social class predict diet quality?. *The American Journal of Clinical Nutrition*, 8, 1107-1117.
- Davis, C.G., Moussie, M., Dinning, J.S. y Christakis, G.J. (1983). Socioeconomic Determinants of Food Expenditure Patterns among Racially Different Low-Income Households: An Empirical Analysis. *Western Journal of Agricultural Economics*, 8(2), 183-196.
- Deaton, A. y Paxson, Ch. (1998). Economies of scale, household size, and the demand for food. *Journal of Political Economy*, 106(5), 897-930.
- De Saint Pol, T. (2017). Les évolutions de l'alimentation et de sa sociologie au regard des inégalités sociales. *L'année sociologique*, 67(1), 11-22.
- Desjeux, D. (2006). *La consommation*. Paris: Presses Universitaires de France, colq. «Que sais-je ?».
- Desrosières, A. (2003). Du travail à la consommation : L'évolution des usages des enquêtes sur le budget des familles. *Journal de la Société Française de Statistique*, 144(1-2), 75-111.

- Díaz-Méndez, C. y García-Espejo, I. (2017). Eating out in Spain: Motivations, sociability and consumer contexts, *Appetite*, 119, 14-22.
- Díaz-Méndez, C. y van den Brock, H.P. (2017). Eating out in modern societies: An overview of a heterogeneous habit. *Appetite*, 119, 1-4.
- Dragsdahl, R.C. (2016). The practice of Indian vegetarianism in a world of limited resources. En M. Sahakian, C. Saloma y S. Erkman (Eds.) *Food consumption in the city. Practices and patterns in urban Asia and the Pacific* (pp. 141-157). London: Routledge.
- Dubuisson-Quellier, S. (1999). Le prestataire, le client et le consommateur. Sociologie d'une relation marchande. *Revue Française de Sociologie*, 40(4), 671-688. DOI: <https://doi.org/10.2307/3322854>
- Dubuisson-Quellier, S. (2016). De la routine à la délibération. Les arbitrages des consommateurs en situation d'achat. *Reseaux*, 135-136, 253-284.
- Dubuisson-Quellier, S. y Plessz, M. (2013). La théorie des pratiques. Quels apports pour l'étude sociologique de la consommation?. *Sociologie*, 4(4), 451-469.
- Dufy, C. y Weber, F. (2007). *L'ethnographie économique*. Paris: La Découverte.
- Edwards, J.S.A. (2013). The foodservice industry: Eating out is more than just a meal. *Food, Quality and Preference*, 27, 223-229.
- Elias, N. (2016). *El proceso de la civilización: Investigaciones sociogenéticas y psicogenéticas*. Traducción de Ramón García Cotarelo. México: Fondo de Cultura Económica.
- Euromonitor International. (2015). *A new era of growth and competition: global consumer foodservice in 2015 and beyond* (en línea). [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com), último acceso 20 de abril de 2018.
- Euromonitor International. (2018a). *Consumer foodservice global industry overview* (en línea). [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com), último acceso 20 de abril de 2018.
- Euromonitor International. (2018b). *Consumer Foodservice in Colombia: Country report* (en línea). [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com), último acceso 20 de abril de 2018.

- Euromonitor International. (2018c). *Street Stalls/Kiosks in Colombia* (en línea). [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com), último acceso 20 de abril de 2018.
- Euromonitor International. (2018d). *Consumer Foodservice by Location in Colombia: Country report*. (en línea). [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com), último acceso 20 de abril de 2018.
- Eymard, I. (1999). De la grande surface au marché : à chacun ses habitudes. *INSEE Premier*, 636.
- FENAVI - Federación Nacional de Avicultores de Colombia. (2018). Consumo histórico de huevo y pollo en Colombia. Consultado el 1º de agosto del 2018 en <https://avicultura.info/fenavi-consumo-historico-huevo-pollo-colombia/>
- Fischler, C. (1979). Gastro-nomie et gastro-anomie. *Communications: La nourriture. Pour une anthropologie bioculturelle de l'alimentation*, 31, 189-210.
- Flandrin, J-L. y Montanari, M. (1996). *Historia de la alimentación*. Gijón: Ediciones Trea.
- Flemmen, M., Hjellbrekke, J. y Jarness, V. (2017). Class, culture, and culinary tastes: cultural distinctions and social class divisions in contemporary Norway. *Sociology*, 1-22.
- Gadrey, J. (1996). *L'économie de services*. Paris: La Découverte.
- Galobardes, B., Shaw, M., Lawlor, D., Lynch, J. y Smith, G.D. (2006a). Indicators of socioeconomic position (Part 1). *Journal Epidemiology and Community Health*, 60, 7-12.
- Galobardes, B., Shaw, M., Lawlor, D., Lynch, J. y Smith, G.D. (2006b). Indicators of socioeconomic position (Part 2). *Journal of Epidemiology and Community Health*, 60, 95-101.
- Giskes, K., Turrell, G., van Lenthe, F., Brug, J. y Mackenbach, J. (2005). A multilevel study of socio-economic inequalities in food choice behaviour and dietary intake among the Dutch population: the GLOBE study. *Public Health Nutrition*, 9(1), 75-83.
- Gibson, J. y Kim, B. (2007). Measurement error in recall surveys and the relationship between household size and food demand. *Agricultural & Applied Economics Association*, 89(2), 473-489.

- Gojard, S. (2000). L'alimentation dans la prime enfance. Diffusion et réception des normes de puériculture. *Revue Française de Sociologie*, 41-3, 475-512; DOI: 10.2307/3322542
- Gojard, S. (1998). L'allaitement : une pratique socialement différenciée. *Recherches et Prévisions*, 53, 23-34. DOI : <https://doi.org/10.3406/caf.1998.1823>
- Gojard, S., Plessz, M. y Régnier, F. (2017). Les femmes et l'alimentation : le rôle des normes alimentaires et corporelles. *Institut National de la Recherche Agronomique : Sciences Sociales*, 1-2, 1-7.
- Gojard, S. y Véron, B. (2018). Shopping and cooking: the organization of food practices, at the crossing of access to food stores and households properties in France. *Review of Agricultural, Food and Environmental Studies*. DOI: 10.1007/s41130-018-0068-7.
- Granovetter, M. (1985). Economic action and social structure: the problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91(3), 481-510.
- Grignon, C. (1986). Alimentation et régions. *Cahiers de nutrition et de diététique*, 21(5), 381-389.
- Grignon, C. y Grignon, C. (1980). Styles d'alimentation et goûts populaires. *Revue Française de Sociologie*, 21(4), 531-569.
- Grignon, C. y Grignon, C. (1981). Alimentation et stratification social. *Cahiers de Nutrition de Diététique*, 16, 207-217.
- Grignon, C. y Grignon, C. (1999). Long-Term Trends in Food Consumption: A French Portrait. *Food and Foodways*, 8, 151-174.
- Halbwachs, M. (1912). *La classe ouvrière et les niveaux de vie*. Paris: Librairie Félix Alcan.
- Halbwachs, M. (1933). *L'évolution des besoins dans les classes ouvrières*. Paris: Librairie Félix Alcan.
- Harris, M. (2009). *Bueno para comer*. Madrid: Alianza Editorial.
- Harvey, M., McMeekin, A. y Warde, A. (2004). *Qualities of food*. Manchester: Manchester University Press.

- Heeringa, S., West, B. y Berglund, P. (2010). *Applied Survey Data Analysis. Statistic in the Social and Behavioral Sciences Series*. Boca Raton, London, New York: Chapman & Hall/CRC, Taylor & Francis Group.
- Heilbrunn, B. (2015). *La consommation et ses sociologies*. Paris: Armand Colin.
- Hellman, J. (2008). The significance of eating during Ramadan: Consumption and exchange of food in a village in west Java. *Food and Foodways*, 16, 201-226.
- Herpin, N. (2004). *Sociologie de la consommation*. Paris: La Découverte.
- Hirshman, A.O. (1983). *Bonheur privé, action publique*. Paris: Fayard.
- Holm, L. (2013). Sociology of food consumption. En A. Murcott, W. Belasco y P. Jackson (Eds.), *The handbook of food research*. London y New York: Bloomsbury Academic, 324-337.
- Holm, L., Ekström, M. P., Gronow, J., Kjærnes, U., Bøker, T., Mäkelä, J. y Niva, M. (2012). The modernisation of Nordic eating. Studying changes and stabilities in eating patterns. *Anthropology of Food*, 7, 2-14.
- Holm, L., Lauridsen, D., Gronow, J., Kahma, N., Kjærnes, U., Lund, T., Mäkelä, J. y Niva, M. (2015). The food we eat in Nordic countries - some changes between 1997 and 2012. En K. Bergström, I. Jonsson, H. Prell, I. Wernersson y H. Åberg (Eds.), *Mat är mer än mat: Samhällsvetenskapliga perspektiv på mat och måltider*. Göteborg: Göteborgs universitet, Institutionen för kost- och idrottsvetenskap, 227-246.
- Holm, L. y Kjaernes, U. (2006). Social factors and food choice: consumption as practice. En L. Frewer y H. van Trijp (Eds.), *Understanding consumers of food products*. Cambridge: Woodhead publishing, 511-533.
- Hume, C., Ball, K., Crawford, D., McNaughton, S. y Stephens, L. (2010). *Why do some women of low socioeconomic position eat better than others? Summary Report*. Burwood, Victoria (Australia): Deakin University.
- Inglehart, R. (1977). *The silent revolution: Changing values and political styles among Western publics*. Princeton: Princeton University Press.
- Inglehart, R. (1990). *La Transition culturelle dans les sociétés avancées*. Paris: Economica. Princeton: Princeton University Press.

- Inglehart, R. (1997). *Modernisation and Postmodernisation: cultural, economic and political change*. Princeton: Princeton University Press.
- Johansson, L., Thelle, D., Solvoll, K., Bjorneboe, G-E. y Drevon, Ch. (1999). Healthy dietary habits in relation to social determinants and lifestyle factors. *British Journal of Nutrition*, 81, 211-220.
- Johnston, J., Szabo, M. y Rodney, A. (2011). Good food, good people: Understanding the cultural repertoire of ethical eating. *Journal of Consumer Culture*, 11(3), 293-318.
- Kalmanovitz, S. (1980). Tendencia de los consumos de alimentos en Colombia. *Cuadernos de Economía*, 1(2), 141-151
- Kamphuis, C., Jansen, T., Mackenbach, J. y van Lenthe, F. (2015). Bourdieu's cultural capital in relation to food choices: a systematic review of cultural capital indicators and an empirical proof of concept. *PLoS ONE*, 10(8), 1-19.
- Kjaernes, U. (2001). *Eating patterns: A day in the lives of Nordic peoples*. Norway: National Institute for Consumer Research.
- Kocevski, J., Risteski, M. (2012). Eating out on vacation. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 44, 398-405.
- Koch, S. y Sprague, J. (2014). Economic sociology vs. Real life: the case of grocery shopping. *American Journal of Economics and Sociology*, 73(1), 238-263.
- Lallukka, T., Laaksonen, M., Rahkonen, O., Roos, E. y Lahelma, E. (2007). Multiple socio-economic circumstances and healthy food habits. *European Journal of Clinical Nutrition*, 61, 701-710.
- Lamont, M. (1992). *Money, Morals, and Manners: The Culture of the French and the American Upper-Middle Class*. Chicago and London: The University of Chicago Press.
- Lancheros, C. y Arias, L. (2017). Mujeres rurales en Colombia. *Informes País*.
- Larmet, G. (2002). L'organisation des achats alimentaires. *Cahiers d'Économie et de Sociologie Rurales*, INRA Editions, 63, 51-84. DOI: hal-01200963
- Le Velly, R. (2012). *Sociologie du marché*. Paris: La Découverte.

- Le Play, F. (1855). *Les Ouvriers européens, étude sur les travaux, la vie domestique et la condition morale des populations ouvrières de l'Europe, précédées d'un exposé de la méthode d'observation*. Paris: Impériale.
- Lévi-Strauss, C. (1965). *El totemismo en la actualidad*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Lévi-Strauss, C. (1968). Lo crudo y lo cocido. En *Mitológicas*. México: Fondo de Cultura Económica, 119-157.
- Lhuissier, A. (2018). Alimentation populaire. En: Poulain, J.P. (Dir.) *Dictionnaire des cultures alimentaires*. Paris: Presses Universitaires de France, 45-49.
- Lhuissier, A. (2017). Des dépenses alimentaires aux niveaux de vie: La contribution de Maurice Halbwachs à la statistique des consommations. *L'année sociologique*, 67(1), 47-72.
- Lhuissier, A. (2006). Pauvreté, monoparentalité et alimentation. *Cahiers de nutrition et de diététique*, 41, 04-110, 2006. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0007-9960\(06\)70614-9](https://doi.org/10.1016/S0007-9960(06)70614-9)
- Lund, T., Kjærnes, U. y Holm, L. (2017). Eating out in four Nordic countries: National patterns and social stratification. *Appetite*, 119, 23-33.
- Maloutas, T. y Fujita, K. (2012). *Residential Segregation in Comparative Perspective Making Sense of Contextual Diversity*. England: Ashgate.
- Martens, L. (1997). Gender and the eating out experience. *British food journal*, 99(1), 20-26.
- Marx, K. (2007[1932]). *Manuscritos de Economía y Filosofía*. Traducción, introducción y notas de Francisco Rubio Llorente. Madrid: Alianza Editorial.
- Maslow, A. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-396.
- Mauss, M. (1971). Ensayo sobre los dones: Motivo y forma del cambio en las sociedades primitivas. En Mauss, M. *Sociología y Antropología*. Madrid: Editorial Tecnos, 155-258.
- McAdam, D., Tarrow, S. y Tilly, Ch. (2003). *Dynamics of contention*. New York: Cambridge University Press.

- McCracken, V.A. y Brandt, J. (1987). Household Consumption of Food-Away-from-Home: Total Expenditure and by Type of Food Facility. *American Journal of Agricultural Economics*, 69(2), 274-284.
- Mennell, S. (1987). *Français et anglais à table. Du moyen âge à nos jours*. Paris: Flammarion.
- Merton, R. (1997). *Éléments de théorie et de méthodologie sociologique*. Paris: Armand Colin.
- Mestdag, I. (2005). Disappearance of the traditional meal: temporal, social and spatial destructuration. *Appetite*, 45, 62-74.
- Muñoz, J. (2000). *Marx: Textos Selectos*. Oxford: Oxford University Press.
- Murcott, A. (1997). Family Meals – a Thing of the Past?. En P. Caplan (Ed.). *Food, Identity and Health*. London: Routledge, 32–49.
- Neirick, E. y Poulain, J.P. (2001). *Historia de la cocina y de los cocineros: Técnicas culinarias y Prácticas de mesa en Francia, de la Edad Media a nuestros días*. Barcelona: Zendrera Zariquiey.
- Organización Mundial de la Salud (OMS) (2017). *Panorama de la Seguridad Alimentaria y Nutricional en América Latina y el Caribe*. Santiago de Chile: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura y la Organización Panamericana de la Salud.
- Parsons, T. (1951). *The social system*. London: Routledge.
- Perry, G. (2011). Economía y Constitución. En Departamento de Ciencia Política, Facultad de Ciencias Sociales. *Constitución de 1991, 20 años: Logros y pendientes*, Bogotá: Universidad de los Andes, 38-39.
- Plessz, M., Dubuisson-Quellier, S., Gojard, S. y Barrey, S. (2014). How consumption prescriptions affect food practice: Assessing the roles of households resources and life course. *Journal of Consumer Culture*, 16(1), 101-123.
- Plessz, M. y Gojard, S. (2015). Fresh is best? Social position, cooking, and vegetable consumption in France. *Sociology*, 49(1), 172-190.
- Polanyi, K. (1957). *The great transformation*. Boston: Beacon.

- Poulain, J-P. (2002). *Sociologies de l'alimentation : Les mangeurs et l'espace social alimentaire*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Prättälä, R., Berg, M-A. y Puska, P. (1992). Diminishing or increasing contrasts? Social class variation in Finish food consumption patterns, 1979-1990. *European Journal of Clinical Nutrition*, 46, 279-287.
- Reckwitz, A. (2002). Toward a theory of social practices: A development in culturalist theorizing. *European Journal of Social Theory*, 5(2), 243-263.
- Régnier, F., Lhuissier, A. y Gojard, S. (2006). *Sociologie de l'alimentation*. Paris: La Découverte.
- Ritzer, G. (2001). Thorstein Veblen in the Age of Hyperconsumption. En Ritzer, G. *Explorations in the Sociology of Consumption: Fast Food, Credit Cards and Casinos*. London: SAGE Publications, Capítulo 10.
- Sahakian, M., Saloma, C. y Erkman, S. (2016). Food consumption in the city. Practices and patterns in urban Asia and Pacific. London: Routledge.
- Satter, E. (2007). Hierarchy of food needs. *Journal of Nutrition, Education and Behavior*, 39, 187-188.
- Schatzki, T., Knorr, K. y Von Savigny, E. (2001). *The practice turn in contemporary theory*. London: Routledge.
- Scitovsky, T. (1986). *L'Économie sans joie*. Paris : Calmann-Lévy.
- Silva, H. (2011). Comportamiento de las superficies de *retail* en Colombia. *Pensamiento y Gestión*, 30, 3-20.
- Smith, L. y Subandoro, A. (2007). *Food security in practice: Measuring food security using household expenditure surveys*. Washintong, DC: International Food Policy Research Institute.
- Shove, E. y Southerton, D. (2000). Defrosting the freezer : From novelty to convenience. A narrative of normalization. *Journal of Material Culture*, 5(3), 301-319.
- Steiner, P. (2011). *La sociologie économique*. Paris: La Découverte.
- Sztompka, P. (1993). *The sociology of social change*. Oxford/UK & Cambridge/USA: Blackwell Publisher.

- US Department of Agriculture. (1955). Food consumption of households in the United State: Household food consumption survey. Washington D.C.
- van Ausdal, Sh. (2008). Mucha res y poco cerdo: el consumo de la carne en Colombia. *Revista de Estudios Sociales*, 29, 86-103.
- van Lenthe, F., Jansen, T. y Kamphuis, C. (2015). Understanding socioeconomic inequalities in food choice behaviour: can Maslow's pyramid help?. *British Journal of Nutrition*, 113, 1139-1147.
- Veblen, T. (2000)[1899]. *Teoría de la clase ociosa*. DOI: [www.elaleph.com](http://www.elaleph.com).
- Wallerstein, I. (2006). *Abrir las Ciencias Sociales*. México: Siglo XXI Editores.
- Warde, A. (1997). *Consumption, food and taste: Culinary antinomies and commodity culture*. London: SAGE Publications.
- Warde, A. (2005). Consumption and theories of practice. *Journal of Consumer Culture*, 5(2), 131-153.
- Warde, A. (2014). After taste: Culture, consumption and theories of practice. *Journal of Consumer Culture*, 14(3), 279-303.
- Warde, A. y Martens, L. (2003). *Eating out: Social differentiation, consumption and pleasure*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Warde, A., Martens, L. y Olsen, W. (1999). Consumption and the problem of variety: Cultural omnivorousness, social distinction and dining out. *Sociology*, 33(1), 105-127.
- Warde, A., Cheng, S-L., Olsen, W. y Southerton, D. (2007). Changes in practice of eating: A comparative analysis of time-use. *Acta Sociológica*, 50(4), 363-385.
- Weber, M. (1969[1922]). *Economía y Sociedad*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Wills, W., Backett, K., Roberts, M-L. y Lawton, J. (2011). The framing of social class distinctions through family foods and eating practices. *The Sociological Review*, 59(4), 725-740.
- Wingens, M. y Reiter, H. (2012). The Life Course Approach-it's about Time!. *BIOS-Zeitschrift für Biographieforschung, Oral History und Lebensverlaufsanalysen*, 24(2), 187-203.
- Wood, R.J. (1992). Gender and trends in dining out. *Nutrition & Food Science*, 5, 18-21.

- Young, T., Burton, M. y Dorsett, R. (1998). Consumer theory and food choice in economics, with an example. En A. Murcott (Ed.), *The Nation's Diet: The Social Science of Food Choice* (pp. 81-94). London: Longman.
- Zimmerman, C. (1932). Ernst Engel's Law of Expenditures for Food. *The Quarterly Journal of Economics*, 47(1), 78-101.

## **ANEXO 1. Metodología de la encuesta**

De acuerdo con los documentos de la Encuesta Nacional de Calidad de Vida, utilizada en la tesis, el hogar está definido como “persona o conjunto de personas que se asocian para compartir el alojamiento y la alimentación”.

Cuando se habla de estimaciones válidas, esto se refiere a que se utilizó el factor de expansión. Tal como se reporta en la metodología de la encuesta, existe un factor final de expansión. Teniendo presente que el documento metodológico de la encuesta reporta que el tipo de muestreo es “probabilístico, de conglomerados, polietápico/multietápico y estratificado”. Y el documento señala que: “Los resultados de la muestra son representativos de la población objetivo total; por tanto, estos se deben expandir a partir de cada segmento seleccionado con el fin de producir estimaciones válidas de dicha población”.

Así pues, se usó el factor de expansión reportado en la encuesta, que está construido de la siguiente manera:

### “1. PROBABILIDADES

a) Probabilidad de Selección de las Unidades Primarias de Muestreo (UPM)

$P1 = \text{De la UPM en el estrato}$

$P1 = \text{Población total de la UPM} / \text{Población total del Superestrato al cual pertenece la UPM}$

b) Probabilidad de Selección de las Unidades Secundarias de Muestreo (USM) o segmentos

$P2 = \text{N}^\circ \text{ de Segmentos Seleccionados en una zona (cabecera o resto) de la UPM} / \text{N}^\circ \text{ de Segmentos Existentes (teóricos) en la misma zona de la misma UPM}$

c) Probabilidad Final

$P1 \times P2 = P$

d) Factor Básico de Expansión

$$F_b = 1/P$$

## 2. AJUSTE POR NO COBERTURA DE LA MUESTRA

Dado que la tasa de no cobertura de la muestra varía en las diferentes unidades primarias y los distintos subgrupos (socioeconómicos) de la población, es conveniente corregir el Factor Básico de Expansión por factores que corrijan la cobertura diferencial de segmentos, viviendas y hogares de la muestra:

a) Factor de Ajuste de la No. Cobertura de Segmentos (completos)

$Ac_1 = \text{No. de segmentos seleccionados en una zona de una región o subregión} / \text{No. de segmentos encuestados en la misma zona y región.}$

b) Factor de Ajuste de la No. Cobertura de Viviendas

$Ac_2 = \text{No. de viviendas seleccionadas en un determinado segmento (en los segmentos encuestados)} / \text{No. de viviendas encuestadas en el mismo segmento}$

c) Factor de Ajuste de la No. Cobertura de Hogares

$Ac_3 = \text{No. de hogares seleccionados en un determinado segmento (en las viviendas encuestadas)} / \text{No. de hogares encuestados en el mismo segmento}$

d) Factor Básico de Expansión Ajustado por Cobertura

$$F_{bc} = F_b \times Ac_1 \times Ac_2 \times Ac_3$$

## 3. AJUSTE POR LAS PROYECCIONES DE POBLACIÓN A LA FECHA DE LA ENCUESTA

Este factor aplicado a nivel de región o subregión, por zona, corrige la estructura de la población expandida a partir de la muestra con base en el Factor Básico ajustado por cobertura, e iguala la población total expandida a la proyectada con base en los datos del último censo.

La hipótesis es que la estructura urbano-rural originada en el censo es más precisa que la originada en la muestra.

a) Factor de Ajuste

$A_p$  = Población proyectada a la fecha de la encuesta en una zona de una región subregión / Población expandida a partir de la muestra con base en los factores ajustados por cobertura en la misma zona y región.

b) Factor Final de Expansión

$F_{bc_p} = F_{bc} \times A_p$ ”.

De modo que se usó el factor de expansión  $F_{bc_p}$ .

El lector puede ir a las siguientes páginas electrónicas para verificar las metodologías:

1993: [http://microdatos.dane.gov.co/index.php/catalog/210/get\\_microdata](http://microdatos.dane.gov.co/index.php/catalog/210/get_microdata)

1997: [http://microdatos.dane.gov.co/index.php/catalog/195/get\\_microdata](http://microdatos.dane.gov.co/index.php/catalog/195/get_microdata)

2010: [http://microdatos.dane.gov.co/index.php/catalog/201/get\\_microdata](http://microdatos.dane.gov.co/index.php/catalog/201/get_microdata)

2014: [http://microdatos.dane.gov.co/index.php/catalog/342/get\\_microdata](http://microdatos.dane.gov.co/index.php/catalog/342/get_microdata)

Se debe tener especial atención a la hora de trabajar la variable “ESTRATO” presente en la Encuesta Nacional de Calidad de Vida, porque hace referencia a “Estrato para tarifa” de pago del valor para los servicios públicos. Siendo el bajo el más barato y el alto el más caro. Lo que responde a la pregunta: ¿Con cuáles de los siguientes servicios públicos, privados o comunales cuenta la vivienda? a. Energía eléctrica - Estrato para tarifa 1 Bajo - Bajo 2 Bajo 3 Medio - Bajo 4 Medio 5 Medio - Alto 6 Alto 9 No conoce el estrato o no cuenta con recibo de pago. 0 Recibos sin estrato o el servicio es pirata.

## ANEXO 2. Frecuencia de las formas de abastecimiento no comercial, 1993-2014

1000 Finca  
 100 Pago en especie  
 10 Regalo  
 1 Intercambio o trueque  
 0 Ninguno

Tipología	1993*		1997			2010			2014		
	N	N Exp.	N	N Exp.	Por. Válido	N	N Exp.	Por. Válido	N	N Exp.	Por. Válido
1110			24	19384	0,2	11	5538	0,0	17	6682	0,1
1100			45	34574	0,4	36	21286	0,2	42	16241	0,1
110			29	19287	0,2	18	11935	0,1	30	8396	0,1
11					0,0	7	5146	0,0	8	6857	0,1
1011					0,0	6	3515	0,0	5	2042	0,0
1010			716	535159	5,7	434	228676	1,9	566	202310	1,6
1001					0,0	0	5628	0,0	1	4493	0,0
1000	2201		1892	1449246	15,5	9	1317619	10,7	15	1182691	9,1
100			46	30493	0,3	2332	44938	0,4	3016	24974	0,2
10			1636	1715252	18,3	62	1282307	10,4	50	1065848	8,2
1					0,0	1798	13192	0,1	2124	4739	0,0
0	1520		4561	5574540	59,4	10	9396172	76,2	13	10468198	80,6
<b>Total</b>			<b>8949</b>	<b>9377935</b>	<b>100</b>	<b>4723</b>	<b>12335952</b>	<b>100</b>	<b>5887</b>	<b>12993472</b>	<b>100</b>

\*Nota: Para el año 1993 la pregunta fue ¿Consume de su propiedad?

Fuente: Cálculos propios a partir de la ENCV 1993, 1997, 2010 y 2014

### ANEXO 3.<sup>65</sup> Frecuencia de las formas de abastecimiento comercial, 1997-2014

1997			2010			2014		
Tipología	Frecuencia	Por. válido	Tipología	Frecuencia	Por. válido	Tipología	Frecuencia	Por. válido
0	3 853 866	41,1	0	2 928 744	23,7	0	2 872 634	22,1
			1	13 450	0,1	1	10 824	0,1
10	52 820	0,6	10	7 773	0,1	10	4 298	0,0
			11	518	0,0	11	1 202	0,0
100	120 813	1,3	100	393 359	3,2	100	328 593	2,5
			101	21 652	0,2	101	10 951	0,1
110	12 573	0,1	110	11 613	0,1	110	11 545	0,1
			111	1 311	0,0	111	2 239	0,0
1000	962 029	10,3	1000	1 463 630	11,9	1000	1 727 194	13,3
			1001	151 198	1,2	1001	201 765	1,6
1010	2 279	0,0	1010	69 217	0,6	1010	61 361	0,5
			1011	32 822	0,3	1011	32 689	0,3
1100	190 575	2,0	1100	425 913	3,5	1100	391 092	3,0
			1101	98 992	0,8	1101	115 042	0,9
			1110	65 826	0,5	1110	35 451	0,3
			1111	10 522	0,1	1111	10 768	0,1
10000	2 132 217	22,7	10000	1 431 126	11,6	10000	2 322 566	17,9
			10001	278 363	2,3	10001	236 989	1,8
10010	16 567	0,2	10010	49 496	0,4	10010	23 052	0,2
			10011	47 454	0,4	10011	15 803	0,1
10100	114 806	1,2	10100	353 101	2,9	10100	381 610	2,9
			10101	222 674	1,8	10101	170 104	1,3
			10110	51 421	0,4	10110	25 004	0,2
			10111	29 325	0,2	10111	22 229	0,2
11000	790 682	8,4	11000	664 959	5,4	11000	704 935	5,4
			11001	411 823	3,3	11001	240 372	1,8
			11010	87 323	0,7	11010	47 242	0,4
			11011	46 978	0,4	11011	19 471	0,1
11100	223	0,0	11100	474 871	3,8	11100	458 762	3,5
			11101	275 786	2,2	11101	145 065	1,1
			11110	58 750	0,5	11110	37 379	0,3
			11111	21 908	0,2	11111	19 283	0,1
100000	677 226	7,2	100000	774 766	6,3	100000	1 006 350	7,7
			100001	56 186	0,5	100001	74 719	0,6
100010	2 794	0,0	100010	10 534	0,1	100010	19 209	0,1
			100011	1 797	0,0	100011	5 019	0,0
100100	47 405	0,5	100100	145 513	1,2	100100	142 118	1,1
			100101	36 216	0,3	100101	29 405	0,2
			100110	8 506	0,1	100110	1 971	0,0
			100111	2 406	0,0	100111	4 121	0,0
101000	264 504	2,8	101000	163 226	1,3	101000	170 428	1,3
			101001	50 612	0,4	101001	50 760	0,4
			101010	27 538	0,2	101010	20 690	0,2
			101011	9 604	0,1	101011	7 316	0,1
			101100	115 889	0,9	101100	101 779	0,8
			101101	29 978	0,2	101101	25 208	0,2
			101110	11 730	0,1	101110	10 024	0,1
			101111	5 623	0,0	101111	3 818	0,0
110000	136 556	1,5	110000	200 176	1,6	110000	279 929	2,2
			110001	69 518	0,6	110001	29 451	0,2
			110010	636	0,0	110010	9 862	0,1
			110011	2 752	0,0	110011	3 128	0,0
			110100	91 615	0,7	110100	73 145	0,6
			110101	25 768	0,2	110101	11 031	0,1
			110110	5 187	0,0	110110	5 897	0,0
			110111	2 728	0,0	110111	534	0,0
			111000	139 151	1,1	111000	87 879	0,7
			111001	55 189	0,4	111001	20 706	0,2
			111010	6 298	0,1	111010	15 315	0,1
			111011	3 345	0,0	111011	4 571	0,0
			111100	59 075	0,5	111100	75 247	0,6
			111101	18 266	0,1	111101	15 580	0,1
			111110	4 226	0,0	111110	747	0,0
Total	100		Total	12 335 952	100	Total	12 993 472	100

Fuente: Cálculos propios a partir de la ENCV 1997, 2010 y 2014

100000 Hipermercados o almacenes de cadena  
 10000 Supermercados (no de cadena)  
 1000 Tiendas de barrio  
 100 Plaza de mercado o galería  
 10 Vendedores ambulantes o mercados móviles  
 1 Lugares especializados (carnicerías, panaderías, etc)  
 0 Ninguno

<sup>65</sup> N expandido.

## ANEXO 4. Modelo multinomial de cambio

Variables independientes	Modos <sup>a</sup>			
	Categoría (1)= Ambas		Categoría (2)= No comercial	
	Exp(B)	Sig.	Exp(B)	Sig.
Mujer=No		,696 ***		18,066 ***
Mujer=Si				
Edad	1,008 ***		1,000	
Educación=Menor	1,457 ***		2,689	
Educación=Superior o más				
Material del piso=Tierra	2,615 ***		3,146	
Material del piso=Cemento	1,685 ***		,803	
Material del piso=Madera	2,095 ***		1,799E-5	
Material del piso=Mármol, creámica, madera				
Cantidad de personas en el hogar	,980		1,189	
Sector=Rural	,633 ***		1910704161999998000,000	
Sector=Urbano				
Región=Central	3,814 ***		510414,482	
Región=Pacífico	3,883 ***		273694,614	
Región=Caribe	2,817 ***		1442812,657	
Región=Orinoquía	2,234 ***		1371623,755	
Región=Amazonía	5,250 ***		7,356	
Región=Bogotá				
Año=1997	4,695 ***		47474531,430	
Año=2010	1,776 **		1,026	
Año=2014				
Año=1997 * Mujer=No	1,235		,043 ***	
Año=2010 * Mujer=No	1,097		,116 ***	
Año=1997 * Edad	1,002		1,025	
Año=2010 * Edad	1,000		1,030 *	
Año=1997 * Educa=Menos	,890		1,330	
Año=2010 * Educa=Menos	1,163		,499	
Año=1997 * Material del piso=Tierra	,935		,581	
Año=1997 * Material del piso=Cemento	1,044		3,124 *	
Año=1997 * Material del piso=Madera	1,235		177741,632	
Año=2010 * Material del piso=Tierra	,665 *		,861	
Año=2010 * Material del piso=Cemento	,781 ***		2,491	
Año=2010 * Material del piso=Madera	1,108		247313,607	
Año=1997 *Cantidad de personas en el hogar	1,046		,723 *	
Año=2010 *Cantidad de personas en el hogar	1,003		,654 **	
Año=1997 *Sector=Rural	10,773		1,256E-19	
Año=2010 *Sector=Rural	1,445		8,816E-9	
Año=1997 *Región=Central	,600 **		3,619E-6	
Año=1997 *Región=Pacífico	,275 ***		4,126E-6	
Año=1997 *Región=Caribe	,339 ***		4,754E-6	
Año=1997 *Región=Orinoquía	,855		2,188E-6	
Año=1997 *Región=Amazonía	,277 ***		,271	
Año=2010 *Región=Central	,653 **		10,526	
Año=2010 *Región=Pacífico	,546 ***		20,067	
Año=2010 *Región=Caribe	,692 **		4,945	
Año=2010 *Región=Orinoquía	1,069		4,583	
Año=2010 *Región=Amazonía	,514 ***		167239,495	

a: Categoría de referencia Comercial

Fuente: Cálculos propios a partir de la ENCV 1997, 2010 y 2014