



Original / Otros

Estilos de vida en relación a la alimentación y hábitos alimentarios dentro y fuera del hogar en la Región Metropolitana de Santiago, Chile

Berta Schnettler¹, Juan Pablo Peña¹, Marcos Mora², Horacio Miranda¹, José Sepúlveda³, Marianela Denegri³ y Germán Lobos⁴

¹Departamento de Producción Agropecuaria. Facultad de Ciencias Agropecuarias y Forestales. Universidad de La Frontera. Temuco, Chile. ²Departamento de Economía Agraria. Facultad de Ciencias Agronómicas. Universidad de Chile. Santiago, Chile. ³Departamento de Psicología. Facultad de Educación y Humanidades. Universidad de La Frontera. Temuco, Chile. ⁴Escuela de Ingeniería Comercial. Facultad de Ciencias Empresariales. Universidad de Talca. Talca, Chile.

Resumen

Objetivo: Distinguir tipologías de consumidores en base a su estilo de vida en relación a la alimentación en las principales comunas de la Región Metropolitana de Santiago, Chile, y caracterizarlas según sus hábitos de consumo de alimentos dentro y fuera del hogar, características sociodemográficas y su nivel de satisfacción con su alimentación.

Material y método: Se aplicó un cuestionario estructurado a una muestra de 951 personas en las principales comunas de la Región Metropolitana de Santiago (más de 100.000 habitantes). El instrumento de recogida de información incluyó una adaptación del cuestionario de estilos de vida en relación a la alimentación (FRL) y la escala SWFL (Satisfaction with Food-related Life). Se consultaron los hábitos de consumo de alimentos dentro y fuera del hogar y variables de clasificación sociodemográfica de los encuestados.

Resultados: Mediante análisis cluster se distinguieron cinco tipologías con diferencias significativas en los cinco componentes obtenidos del FRL, con análisis factorial de componentes principales. Las tipologías presentaron distinto perfil de género, edad y nivel socioeconómico y difirieron en los puntajes obtenidos en la SWFL. Se diferenciaron en la frecuencia en que la persona almuerza, toma once y cena en su hogar. Respecto a las comidas fuera del hogar, las tipologías se distinguieron según la frecuencia de comidas en restaurantes, locales de comida rápida y en la compra de comida preparada.

Conclusiones: Un estilo de vida en relación a la alimentación con baja implicación y disfrute de los alimentos se asocia con un mayor nivel socioeconómico y menor edad de las personas. Adicionalmente, se asocia con comportamientos alimentarios poco saludables y no beneficiosos para las personas, como una mayor frecuencia de comidas en restaurantes y de compra de comida preparada, junto a una menor frecuencia de comidas en el hogar, lo que estaría influyendo en un nivel inferior de satisfacción con la alimentación.

(*Nutr Hosp.* 2013;28:1266-1273)
DOI:10.3305/nh.2013.28.4.6465

Palabras clave: *Estilo de vida en relación con la alimentación. Satisfacción con la alimentación. Hábitos alimentarios. Restaurantes. Locales de comida rápida.*

Correspondencia: Berta Schnettler Morales.
Departamento de Producción Agropecuaria.
Facultad de Ciencias Agropecuarias y Forestales.
Universidad de La Frontera.
Casilla 54-D.
Temuco, Chile.
E-mail: berta.schnettler@ufrontera.cl

Recibido: 31-I-2013.
Aceptado: 13-IV-2013.

FOOD-RELATED LIFESTYLES AND EATING HABITS INSIDE AND OUTSIDE THE HOME IN THE METROPOLITAN REGION OF SANTIAGO, CHILE

Abstract

Aim: To distinguish consumer typologies on the basis of their food-related lifestyle in the principal municipalities of the Metropolitan Region of Santiago, Chile, and to characterize these according to their food consumption habits inside and outside the home, sociodemographic characteristics and their level of satisfaction with food-related life.

Materials and methods: A structured questionnaire was administered to a sample of 951 people in the principal municipalities of the Metropolitan Region of Santiago (more than 100,000 inhabitants). The instrument for collecting data included an adaptation of the food-related life (FRL) questionnaire and the satisfaction with food-related life (SWFL) scale. The food consumption habits inside and outside the home were asked about as well as sociodemographic classification variables of those surveyed.

Results: Using a cluster analysis, five typologies were distinguished with significant differences in the five components obtained from the FRL with a factorial analysis of the principal components. The typologies presented a different gender, age and socioeconomic level profile and differed in the scores obtained on the SWFL. They differed in the frequency with which the person has lunch, tea ("once" in Chile) and dinner at home. With respect to the meals outside the home, the typologies were distinguished according to the frequency of meals in restaurants, fast food outlets and in the purchase of prepared food.

Conclusions: A lifestyle where eating is related to low involvement and enjoyment of food is associated with a person's higher socioeconomic level and lower age. Additionally, a greater frequency of meals in restaurants and the purchase of prepared food combined with a lower frequency of meals at home is associated with unhealthy eating habits of little benefit to the person, which might have a bearing on a lower level of food-related life satisfaction.

(*Nutr Hosp.* 2013;28:1266-1273)
DOI:10.3305/nh.2013.28.4.6465

Key words: *Food-related lifestyle. Satisfaction with food-related life. Eating habits. Restaurants. Fast food outlets.*

Introducción

Entre los hábitos alimentarios que se asocian con el aumento de peso, se encuentra comer fuera del hogar en forma frecuente¹. Asimismo, se ha reportado que las comidas en restaurantes, y particularmente en locales de comida rápida (“fast-food outlets”), tienen un impacto negativo en la salud de los consumidores²⁻⁴. Esto resulta preocupante para la salud pública, debido a que el hábito de comer fuera del hogar ha aumentado tanto en los países desarrollados como en las naciones en vías de desarrollo^{4,5}, debido en parte a los cambios en los estilos de vida de la población⁶.

Los hábitos alimentarios de los países de América Latina están relacionados con los cambios sociodemográficos, económicos, dietarios y en los estilos de vida que ha tenido la población. En Chile estos cambios han ocurrido aceleradamente en las últimas décadas, lo que se ha traducido en un aumento en el consumo de alimentos ricos en colesterol, grasas saturadas, azúcar y sodio, entre otros, trayendo como consecuencias altas prevalencias de obesidad y de enfermedades crónicas no transmisibles⁷. Es así como la prevalencia de sobrepeso y obesidad en el país ha alcanzado cifras de hasta 66,7% (39,3% sobrepeso, 25,1% obesidad y 2,3% obesidad mórbida)⁸. En la Región Metropolitana de Santiago, capital de Chile, parte importante de la población debe comer fuera de su hogar durante los días laborales debido a las largas distancias y elevados tiempos de desplazamiento entre los hogares y los lugares de trabajo o estudio.

Distintas características del consumidor han sido asociadas con la frecuencia de comidas fuera del hogar, tales como la edad^{4,5,9,10}, el género^{4,5,9,11}, la educación^{5,9,11}, el nivel de ingresos^{5,9,10,12}, la edad de los hijos^{9,10} y el estilo de vida^{5,6,11}. El estilo de vida incluye patrones de conducta, individuales y colectivos, que demuestran cierta consistencia en el tiempo, bajo condiciones más o menos constantes, y pueden constituirse en dimensiones de riesgo o de seguridad dependiendo de su naturaleza. Las personas que tienen comportamientos no saludables estables en el tiempo, como el desequilibrio en la dieta, tienen una mayor probabilidad de desarrollar enfermedades, comparadas con aquellas personas que no incluyen estas prácticas en su estilo de vida¹³. La investigación del estilo de vida de las personas tiene una larga trayectoria. Inicialmente se utilizó en forma general para medir las actitudes, intereses y opiniones. Más adelante, se introdujo la noción de estilos de vida en dominios específicos. El cuestionario de estilos de vida en relación a la alimentación (FRL por sus siglas en inglés: Food-related Lifestyle) fue introducido en la literatura a mediados de la década de los 90¹⁴, llegando a ser el instrumento más utilizado para distinguir tipologías de personas en el dominio de la alimentación¹⁵⁻¹⁷. El cuestionario FRL intenta caracterizar a las personas según sus hábitos de preparación y consumo de alimentos y a los valores que guían su vida. Desde su introducción el FRL ha sido ampliamente utilizado en países

desarrollados, demostrando su utilidad para explicar la elección de distintos alimentos¹⁵⁻¹⁷ y como potencial predictor de obesidad¹⁸.

Los estilos de vida saludables propician la adquisición y mantenimiento en la cotidianidad de pautas de conducta que de manera individual y colectiva mejoran la calidad de vida; incluye patrones de conducta, creencias, conocimientos, hábitos y acciones de las personas para mantener, restablecer o mejorar su salud, bienestar y calidad de vida¹⁹. Al respecto, existe evidencia que asocia el bienestar de las personas con la satisfacción con su alimentación, características sociodemográficas, preferencias hacia ciertos alimentos^{20,21}, con un buen estado de salud y con el placer asociado a la alimentación²².

En base a estos antecedentes, el objetivo principal de esta investigación fue distinguir tipologías de consumidores en base a su estilo de vida en relación a la alimentación en las principales comunas de la Región Metropolitana de Santiago, Chile, y caracterizarlas según sus hábitos de consumo de alimentos dentro y fuera del hogar, características sociodemográficas y su nivel de satisfacción con su alimentación.

Material y método

Se aplicó un cuestionario estructurado en forma personal a una muestra de 951 personas mayores de edad, en las principales comunas de la Región Metropolitana de Santiago, Chile. El tamaño de la muestra se obtuvo mediante el procedimiento de muestreo aleatorio estratificado-variable dicotómica según la población de las comunas con más de 100.000 habitantes de la región²³, considerando 95% de confianza, 3% de error de estimación con p y q de 0,5²⁴. Así, la muestra fue distribuida mediante afijación proporcional en las siguientes comunas: El Bosque, La Florida, La Pintana, Las Condes, Maipú, Ñuñoa, Peñalolen, Pudahuel, Puente Alto, Recoleta, San Bernardo y Santiago.

Como instrumento de recogida de información se utilizó un cuestionario estructurado con dos escalas. La primera correspondió a una adaptación del cuestionario de estilos de vida en relación a la alimentación (FRL) propuesto inicialmente por Brunsø y Grunert¹⁴ con 69 ítems. De éstos se eligieron aquellos más pertinentes a la realidad alimentaria en Chile, quedando constituido por 26 ítems. El encuestado debió responder su grado de acuerdo con cada uno de los ítems mediante una escala tipo Likert de 7 niveles (1: completamente en desacuerdo, 7: completamente de acuerdo).

La segunda correspondió a la escala SWFL (Satisfaction with Food-related Life), que fue propuesta y probada en Europa por Grunert y cols.²⁵ mostrando adecuados niveles de consistencia interna (0,71-0,89) y una sola dimensión que agrupa los cinco ítems de la escala. El encuestado debió responder su grado de acuerdo con cada ítem mediante una escala tipo Likert de 6 niveles (1: completamente en desacuerdo, 6: completamente de acuerdo).

A continuación, se preguntó la frecuencia de comidas dentro y fuera del hogar y la frecuencia de compra de comidas preparadas y en puestos ambulantes de comida. A las personas que indicaron no almorzar en su hogar de lunes a viernes, se les consultó dónde lo hacen habitualmente. Se incluyeron preguntas de clasificación de los encuestados: género, edad, estado civil, número de integrantes de la familia, presencia de hijos en el hogar y sus edades, estudios del jefe de hogar y, la tenencia de 10 bienes domésticos. La combinación de estas dos últimas variables en una matriz permiten determinar el nivel socioeconómico según Adimark²⁶, correspondiente a ABC1 (alto y medio-alto), C2 (medio-medio), C3 (medio-bajo), D (bajo), y E (muy bajo). Estas variables, conceptualmente, se relacionan con los ingresos, nivel cultural y con el stock de riqueza acumulado por el grupo familiar, siendo posible estimar de manera simple y adecuada el nivel socioeconómico de los hogares en Chile²⁶.

La encuesta fue aplicada por encuestadores previamente entrenados en centros comerciales con supermercado y patio de comida, ubicados en distintas zonas socioeconómicas de las comunas en estudio, entre junio y julio de 2011. Los encuestadores interceptaron personas a la salida de los supermercados y de los patios de comida, les explicaron los objetivos de la encuesta, el manejo de la información obtenida en la encuesta con

estricta confidencialidad y, a continuación, les preguntaron si estaban dispuestos a responder el cuestionario. Los participantes que aceptaron responder la encuesta firmaron consentimientos informados previo a la aplicación del cuestionario. El cuestionario fue validado previamente con un pretest con el 5% de la muestra. La realización del estudio fue aprobada por el Comité de Ética de la Universidad de La Frontera.

El análisis de los resultados fue realizado con el programa SPSS 16.0 en español para Windows. La extracción de factores de las escalas se realizó con análisis factorial (AF) de componentes principales, considerando autovalores mayores que 1. Para el FRL se utilizó rotación de factores Varimax con Kaiser. La consistencia interna de las escalas y de sus componentes fue calculada usando el coeficiente α de Cronbach. De esta forma, mediante análisis factorial de componentes principales se obtuvieron cinco dimensiones que permitieron caracterizar las relaciones entre 14 de los 26 ítems utilizados del FRL, con el 64,3% de la varianza explicada. El coeficiente α Cronbach obtenido en forma global por el FRL (0,867) permite concluir que el instrumento es fiable²⁷ (tabla I). En esta investigación la SWFL tuvo un α Cronbach de 0,889 y un factor que agrupó los cinco ítems con el 69,4% de la varianza explicada. El puntaje medio de la SWLS fue de 22,86 (DS = 4,46).

Tabla I
Resultados del análisis factorial de componentes principales para versión abreviada del FRL

Ítem del FRL	Componente ¹				
	1	2	3	4	5
Es un excelente cocinero(a)	0,864	0,093	0,035	0,176	0,006
Le gusta cocinar	0,830	0,027	-0,044	0,237	-0,018
Ser reconocido por sus habilidades de cocina, es muy importante para su auto-estima	0,766	0,129	0,143	0,021	0,148
Disfruta de comer en restaurantes con familia y amigos (No lo considera un lujo)	-0,005	0,777	0,045	0,159	-0,129
Salir a comer fuera es parte de sus hábitos alimenticios regulares	-0,049	0,716	0,270	-0,071	-0,088
Cenar con amigos en casa, es una parte importante de su vida social	0,138	0,681	0,136	0,037	0,283
Le gusta compartir con amigos disfrutando de una comida	0,287	0,673	-0,010	0,189	0,119
Usa bastantes alimentos precocinados en su cocina	-0,075	0,083	0,763	0,025	0,215
Usa bastantes mezclas preparadas, por ejemplo, masas para hornear y sopas instantáneas	0,055	0,152	0,760	0,041	-0,033
Los alimentos congelados son una parte importante de su despensa	0,132	0,091	0,733	-0,007	0,025
Prefiere comprar productos naturales (por ej. sin preservantes)	0,074	0,112	0,096	0,794	-0,061
Prefiere productos frescos por sobre los enlatados o congelados	0,130	0,108	-0,141	0,707	0,182
Las recetas ya conocidas, son las mejores	0,130	0,024	0,157	0,027	0,841
Sólo compra alimentos que le son familiares	-0,020	0,034	0,007	0,245	0,809
Varianza explicada por componente (%)	14,95	14,16	12,52	11,80	10,87
Cronbach por componente	0,800	0,710	0,701	0,717	0,669

Método de extracción: Análisis de componentes principales; Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser. La rotación ha convergido en 6 iteraciones. Medida de adecuación muestral Keiser-Meyer-Olkin (KMO) = 0,758. Prueba de esfericidad de Bartlett, Chi-cuadrado aproximado = 3.398,028; gl = 105; p = 0,000.

¹Componente 1: Gusto por cocinar. Componente 2: Vida social. Componente 3: Conveniencia. Componente 4: Naturalidad. Componente 5: Tradición.

Tabla II
Promedios de valores de puntaje Z de los componentes de versión abreviada del FRL correspondientes a los grupos obtenidos a través de análisis de clúster

Componente	Grupo 1 (n = 206)	Grupo 2 (n = 196)	Grupo 3 (n = 194)	Grupo 4 (n = 222)	Grupo 5 (n = 133)	F	P-value
1. Gusto por cocinar	0,297 ^{ab}	0,500 ^a	-1,185 ^c	0,006 ^b	0,527 ^a	149,165	0,000*
2. Vida social	0,315 ^{ab}	0,528 ^a	0,055 ^b	-0,004 ^b	-1,342 ^c	112,167	0,000*
3. Conveniencia	-0,970 ^c	0,843 ^a	0,190 ^b	-0,144 ^b	0,226 ^b	132,957	0,000*
4. Naturalidad	-0,152 ^b	0,288 ^a	0,326 ^a	-0,622 ^c	0,371 ^a	41,003	0,000*
5. Tradición	0,510 ^a	0,297 ^{ab}	0,399 ^{ab}	-1,183 ^c	0,160 ^b	176,159	0,000*

*Significativo al 1%. Letras distintas en sentido horizontal indican diferencias estadísticamente significativas según Prueba de Comparaciones T3 de Dunnett ($p \leq 0,001$), para varianzas no homogéneas.

Tabla III
Características sociodemográficas y nivel de satisfacción con la alimentación (%) de los grupos obtenidos a través de análisis de clúster

	Grupo 1 (n = 206)	Grupo 2 (n = 196)	Grupo 3 (n = 194)	Grupo 4 (n = 222)	Grupo 5 (n = 133)	P
Género						
Masculino	36,0	31,6	47,3	41,3	23,8	0,000
Femenino	64,0	68,4	52,7	58,7	76,2	
Nivel socioeconómico						
ABC1	44,6	52,5	56,8	60,2	41,2	0,002
C2	35,8	30,7	21,9	23,8	32,8	
C3	14,0	15,1	15,3	13,6	16,0	
D y E	5,7	1,7	6,0	2,4	10,1	

Valores de P obtenidos con la Prueba Chi².

Para determinar tipologías de consumidores según los resultados del FRL, se usó análisis cluster de conglomerados jerárquicos, con el método de Ward como forma de encadenamiento y la distancia euclídea al cuadrado como medida de similitud entre objetos. Este análisis se realizó sobre los Z-scores resultantes del AF realizado al FRL. El número de grupos se obtuvo mediante la determinación del porcentaje de cambio de los coeficientes de conglomeración recompuestos. Para describir las tipologías se aplicó test de Chi² para las variables discretas, y análisis de varianza de un factor a las variables continuas (Z-scores obtenidos del AF, puntaje de la SWFL y edad). Debido que el estadístico de Levene mostró varianzas no homogéneas en las variables continuas, aquellas cuyo análisis de varianza indicó diferencias significativas ($p \leq 0,001$ o $p \leq 0,05$), fueron sometidas a la Prueba de Comparaciones Múltiples de T3 de Dunnett²⁷.

Resultados

La muestra estuvo compuesta en mayor proporción por mujeres (63,1%), solteros, separados, viudos y divorciados (53,9%), de grupos familiares formados por tres a cuatro integrantes (54,5%), sin presencia de hijos en el hogar (45,6%), con estudios universitarios

(56,4%), de los niveles socioeconómicos alto y medio-alto (51,9%) y medio-medio (28,6%). La edad promedio fue de 38,4 años (DS = 13,8). La mayor proporción de la muestra desayuna diariamente en su hogar (69,9%), esta proporción alcanza a 38,2% en el caso del almuerzo mientras que 40,6% almuerza en su hogar sólo durante los fines de semana. La mayor proporción de personas que no almuerza en su hogar durante los días laborales, lo hace en su lugar de trabajo o de estudio (81,4%). El 58,2% y el 52,7% toma merienda de media tarde o cena diariamente en su hogar, respectivamente. La mayor proporción de encuestados come ocasionalmente en restaurantes (37,7%) y locales de comida rápida (42,8%). Paralelamente, la mayor proporción de la muestra ocasionalmente compra comida preparada (38,4%) y nunca compra comida en puestos ambulantes (61,4%).

Mediante análisis clúster se distinguieron cinco tipologías con diferencias significativas en los Z-scores (tabla II) de los cinco componentes obtenidos del FRL ($p \leq 0,001$). Las tipologías presentaron distinto perfil de género ($p \leq 0,001$) y nivel socioeconómico ($p \leq 0,05$) (tabla III). También difirieron en los puntajes obtenidos en la SWFL ($p \leq 0,05$) y en edad ($p \leq 0,001$) (tabla IV). Se diferenciaron en la frecuencia en que la persona toma merienda de media tarde y cena en su hogar, come en restaurantes, compra comida preparada

Tabla IV
Valores promedio de edad y puntaje en la escala de satisfacción con la alimentación (SWFL) correspondientes a los grupos obtenidos a través de análisis de clúster

Componente	Grupo 1 (n = 206)	Grupo 2 (n = 196)	Grupo 3 (n = 194)	Grupo 4 (n = 222)	Grupo 5 (n = 133)	F	P-value
Edad	38,0 ^b	38,0 ^b	38,1 ^b	36,4 ^b	43,6 ^a	5,887	0,000**
Puntaje SWFL	23,17 ^a	23,34 ^a	23,07 ^a	21,81 ^b	23,13 ^a	3,967	0,003*

*Significativo al 5%; **Significativo al 1%. Letras distintas en sentido horizontal indican diferencias estadísticamente significativas según Prueba de Comparaciones T3 de Dunnett ($p \leq 0,001$), para varianzas no homogéneas.

($p \leq 0,001$), almuerzo en su hogar y come en locales de comida rápida ($p \leq 0,05$) (tabla V). Las características de las tipologías se describen a continuación:

El Grupo 1 (21,7% de la muestra) tuvo altos puntajes en los componentes “gusto por cocinar”, “vida social” y “tradición”. El puntaje en “conveniencia” fue significativamente inferior al resto de las tipologías (tabla II).

El Grupo 1 tuvo mayor presencia de personas del nivel socioeconómico medio-medio (25,8%) (tabla III), que nunca va a locales de comida rápida (28,9%) ni compra comida preparada (43,7%) (tabla V).

El Grupo 2 (20,6%) presentó altos puntajes en los cinco componentes, destacando por el significativo mayor puntaje en “conveniencia” (tabla II). Respecto

Tabla V
Frecuencia de comidas dentro y fuera del hogar (%) de los grupos obtenidos a través de análisis de clúster

		Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4	Grupo 5	P
<i>Frecuencia de comidas en el hogar</i>							
<i>Almuerzo</i>	Diariamente	38,1	33,0	36,2	37,1	50,4	0,048
	2-3 veces/semana	16,5	22,2	11,4	11,9	13,4	
	Sólo fines de semana	38,1	40,5	47,6	41,4	33,1	
	Ocasionalmente	6,7	4,2	3,8	8,6	3,0	
	No almuerza	0,5	0,1	1,0	1,0	0,1	
<i>Merienda de media tarde</i>	Diariamente	62,1	46,7	54,6	55,7	78,6	0,000
	2-3 veces/semana	9,7	18,5	14,1	11,4	8,7	
	Sólo fines de semana	17,9	27,2	22,7	23,8	6,3	
	Ocasionalmente	7,7	6,5	6,5	7,1	4,0	
	No toma merienda de media tarde	1,3	1,1	2,2	1,9	2,4	
<i>Cena</i>	Diariamente	54,3	58,9	56,1	43,6	51,7	0,001
	2-3 veces/semana	4,8	10,6	10,4	16,7	6,8	
	Sólo fines de semana	10,1	10,6	9,2	11,3	6,8	
	Ocasionalmente	20,2	16,7	13,9	13,7	18,6	
	No cena	10,6	3,3	10,4	14,7	16,1	
<i>Frecuencia de comidas fuera del hogar</i>							
<i>Restaurantes</i>	Siempre	4,1	5,3	7,6	5,7	1,6	0,000
	Generalmente	9,7	9,1	9,2	12,3	1,6	
	Ocasionalmente	36,9	42,2	36,8	46,4	19,0	
	Casi nunca	34,9	26,7	32,4	22,7	39,7	
	Nunca	14,4	16,6	14,1	12,8	38,1	
<i>Locales de comida rápida</i>	Siempre	1,0	8,8	0,5	1,4	1,0	0,012
	Generalmente	9,8	11,3	12,0	12,0	3,8	
	Ocasionalmente	42,3	40,2	40,8	45,5	38,9	
	Casi nunca	18,0	21,0	26,6	23,9	27,0	
	Nunca	28,9	17,7	20,1	17,2	29,4	
<i>Comida preparada</i>	Siempre	4,1	1,1	1,6	3,3	0,8	0,000
	Generalmente	7,6	7,5	8,1	11,5	0,8	
	Ocasionalmente	20,8	31,6	28,1	35,9	23,8	
	Casi nunca	23,9	33,2	31,9	22,5	26,2	
	Nunca	43,7	26,7	30,3	26,8	48,4	

Valores de P obtenidos con la Prueba Chi².

Siempre: varios días por semana. Generalmente: uno o dos días por semana. Ocasionalmente: uno o dos días al mes. Casi nunca: uno o dos días al año.

de la muestra total y del resto de las tipologías, el Grupo 2 estuvo compuesto por mayor proporción de personas que almuerzan en su hogar dos a tres veces por semana (22,2%), que toma merienda de media tarde en su hogar dos a tres veces por semana (18,5%) u ocasionalmente (27,5%), siempre va a locales de comida rápida (8,8%) y una menor proporción de personas que nunca compra comida preparada (26,7%) (tabla V).

El Grupo 3 (20,5%) presentó el menor puntaje en el componente “gusto por cocinar”, significativamente inferior al resto de las tipologías, y altos puntajes en “naturalidad” y “tradición” (tabla II). El Grupo 3 tuvo mayor presencia de hombres (47,3%) e inferior de personas pertenecientes al nivel socioeconómico medio-medio (tabla III). El grupo 3 estuvo compuesto por mayor proporción de personas que almuerza en su hogar sólo los fines de semana (47,6%) (tabla V).

El Grupo 4 (23,3%) presentó bajos puntajes en los cinco componentes del FRL, especialmente en “naturalidad” y “tradición” en los cuales fue significativamente inferior al resto de las tipologías (tabla II). El Grupo 4 estuvo compuesto por mayor proporción de personas del nivel socioeconómico más alto (60,2%) (tabla III). Presentó el menor promedio de edad, aunque sólo difirió estadísticamente del Grupo 5. El puntaje promedio en la SWFL fue significativamente inferior al resto de los grupos (tabla IV). El Grupo 4 tuvo mayor presencia de personas que ocasionalmente almuerzan en su hogar (8,6%), que cenan en su hogar dos a tres veces por semana (16,7%), ocasionalmente comen en restaurantes (46,4%) y que generalmente compran comida preparada (11,5%) (tabla V).

El Grupo 5 (14,0%) presentó altos puntajes en los componentes “gusto por cocinar” y “naturalidad”, pero el más bajo en “vida social”, significativamente inferior al resto de las tipologías (tabla II). El Grupo 5 estuvo conformado por mayor proporción de mujeres (76,2%) y de personas pertenecientes a los niveles socioeconómicos más bajos (10,1%) (tabla III). El promedio de edad del Grupo 5 fue significativamente superior al resto de las tipologías. Los participantes del Grupo 5 en mayor proporción diariamente almuerzan (50,4%) y toman merienda de media tarde (78,6%) en su hogar, casi nunca (39,7%) y nunca (38,1%) van a restaurantes, nunca van a locales de comida rápida (29,4%) ni compran comida preparada (48,4%) (tabla V).

Discusión

El presente estudio busca relacionar los estilos de vida en relación a la alimentación y los hábitos de consumo de alimentos dentro y fuera del hogar en la Región Metropolitana de Santiago, Chile. Para esto se utilizó una adaptación del cuestionario de estilos de vida en relación a la alimentación (FRL), el cual ha sido utilizado sólo recientemente en países en vías de desarrollo¹⁷. Cabe destacar también que el estudio de

los hábitos de consumo de alimentos fuera del hogar ha estado circunscrito principalmente a países desarrollados, por lo cual son escasos los estudios realizados en países en vías de desarrollo²⁸. Mediante la aplicación de análisis cluster fue posible distinguir cinco tipologías con distinto estilo de vida en relación a su alimentación y diferente frecuencia de consumo de alimentos dentro y fuera del hogar, lo que confirma los resultados obtenidos en estudios previos realizados en Brasil^{5,11} y en cinco países europeos⁶.

El bajo puntaje obtenido por el Grupo 1 en el componente “conveniencia” y el relativamente alto puntaje en “gusto por cocinar”, son coherentes con la mayor presencia de personas que nunca van a locales de comida rápida y que nunca compran comidas preparadas en esta tipología. Asimismo, el alto puntaje en el componente “tradición” da cuenta de la preferencia hacia recetas conocidas y alimentos familiares, lo que se contrapone al deseo de las personas de salir a comer fuera para experimentar alimentos nuevos o no tradicionales¹⁰. Asimismo, la mayor presencia de personas pertenecientes al nivel socioeconómico medio-medio en esta tipología, confirma la menor frecuencia de comidas fuera del hogar en personas de menores ingresos y nivel educacional^{5,9,11,12}.

El Grupo 2 presentó altos puntajes en todos los componentes de la versión utilizada del FRL. La alta puntuación obtenida en el componente “vida social” indica que el estilo de vida en relación con la alimentación de estos participantes estaría asociado con motivos hedonistas, al disfrutar de comer en restaurantes con la familia y con los amigos, además de divertirse en cenas con amigos en casa. Al respecto, los alimentos son preparados con la expectativa de ser compartidos y disfrutados en compañía, día tras día con la familia y en los fines de semana con amigos³, siendo congruente con el hecho de que las personas obtienen placer al comer reunidos con la familia¹⁴. Esto concuerda con la mayor presencia de personas en esta tipología que almuerza y toma merienda de media tarde en su hogar, al menos dos a tres veces por semana. No obstante, aunque este grupo presenta un puntaje relativamente alto en “gusto por cocinar”, presenta el más alto puntaje en “conveniencia” lo que coincide con la mayor proporción de personas que siempre va a locales de comida rápida y la menor presencia de participantes que nunca compra comida preparada. Al respecto, la forma de consumir alimentos ha sufrido cambios por motivos de mayor conveniencia, lo que ha llevado a que las personas reemplacen los tradicionales restaurantes a la carta por comidas más simples, como la comida rápida y de autoservicio²⁹. Sin embargo, esto resulta contradictorio con el relativo alto puntaje obtenido por esta tipología en el componente “naturalidad”. Estudios realizados en Brasil indican que la preocupación por la forma en que son preparados los alimentos en los locales de comida rápida, disminuye la frecuencia de comidas en estos lugares¹⁰. Sin embargo, el hecho de que las personas opten por comer en estos locales en forma frecuente se

puede atribuir a que poseen poco tiempo¹⁰, lo que concuerda con la valoración de la “conveniencia” en esta tipología.

El bajo puntaje del Grupo 3 en el componente “gusto por cocinar” se ajusta con la mayor presencia de hombres en esta tipología, lo que concuerda con los resultados de un estudio previo en Brasil¹¹. Sin embargo, contrario a los reportes de estudios realizados en Inglaterra⁹, Bélgica⁴ y Brasil⁵, que indican que los hombres comen fuera del hogar con mayor frecuencia que las mujeres, los hábitos de consumo de alimentos fuera del hogar del Grupo 3 no difirieron de la muestra total. Una posible explicación de este comportamiento puede radicar en el puntaje obtenido en el componente “vida social”, debido a que los participantes del Grupo 3 destacaron por el bajo nivel de acuerdo con la afirmación “salir a comer fuera es parte de sus hábitos alimenticios regulares”. También es destacable la mayor proporción de personas de este grupo que almuerza en su casa sólo los fines de semana, probablemente debido a que debe almorzar en el lugar de trabajo, por lo cual es posible esperar que no disfruten de comer fuera en otras ocasiones. Esto también es coherente con el alto puntaje obtenido por esta tipología en el componente “naturalidad” que da cuenta de la preferencia por alimentos frescos y naturales.

La mayor frecuencia de comidas en restaurantes y de compra de comida preparada en el Grupo 4, es consecuente con los bajos puntajes en el componente “gusto por cocinar” y “tradición”, puesto que una mayor frecuencia de comidas fuera del hogar se asocia con el descanso de las labores de cocina^{9,11} y con el deseo de probar alimentos nuevos o no tradicionales¹⁰. La mayor presencia de personas del nivel socioeconómico alto en esta tipología, confirma la mayor tendencia a comer fuera del hogar en personas con superior nivel de ingresos y educación, observada tanto en países desarrollados^{9,12} como en vías de desarrollo^{5,10,11}. La menor edad promedio de esta tipología también confirma la mayor tendencia a salir a comer fuera en personas más jóvenes^{4,5,9,10}. No obstante, llama la atención en este grupo el bajo puntaje en el componente “vida social” debido a que una mayor frecuencia de comidas fuera del hogar se asocia con interacción social y placer^{9,11}. Al respecto, un estudio realizado en países europeos concluye que la cantidad de tiempo dedicado a comer fuera del hogar por placer es superior en personas con mayor nivel de estudios e ingresos⁶. No obstante, también se ha encontrado que algunas personas comen fuera de su hogar con alta frecuencia debido a que no pueden comer en su hogar en forma diaria¹⁰. Esto concuerda con la mayor proporción de personas de esta tipología con una baja frecuencia de almuerzos y cenas en su hogar, probablemente por motivos de trabajo. El significativo menor nivel de satisfacción con la alimentación en esta tipología confirma los resultados de un estudio previo en Chile²⁰, en el cual se obtuvo que las personas jóvenes están menos satisfechas con su alimentación. Esto se asociaría con la mayor preocupación por el cuidado de

la salud en el consumo de alimentos y el aumento en la satisfacción con la apariencia física a mayor edad³⁰. Otra posible explicación del menor nivel de satisfacción con la alimentación de esta tipología, corresponde al bajo puntaje en los componentes “gusto por cocinar”, “vida social” y “naturalidad”, debido a que la satisfacción con la alimentación se asocia con la capacidad de disfrutar los alimentos y al significado hedónico que estos tienen²².

El alto puntaje del Grupo 5 en el componente “gusto por cocinar” y el bajo puntaje en “vida social” son coherentes con la menor frecuencia de comidas fuera del hogar y la mayor periodicidad de comidas en el hogar (almuerzo y merienda de media tarde) que caracterizan a esta tipología. Esto daría cuenta de hábitos saludables en relación a la alimentación. Comer frecuentemente fuera del hogar se asocia con efectos negativos en la salud¹⁴, mientras que la preparación y consumo de alimentos en el hogar se considera saludable y beneficiosa para las personas¹¹, puesto que la comida en el hogar simboliza la unidad familiar³¹. La composición sociodemográfica de esta tipología coincide con estudios que indican una menor frecuencia de comidas fuera del hogar en mujeres^{4,5,9}. Asimismo, la mayor presencia de personas de los niveles socioeconómicos más bajos confirma la menor frecuencia de comidas fuera del hogar en personas de menores ingresos y estudios^{5,9,11,12}. La mayor edad promedio de esta tipología también confirma la menor tendencia de salir a comer fuera en personas de edad más avanzada^{4,5,9,10}. Otro aspecto a destacar del estilo de vida de esta tipología es el alto puntaje en naturalidad, es decir, la preferencia por productos frescos y naturales, lo que concuerda con la mayor presencia de personas que nunca compra comida preparada.

Por tanto, un estilo de vida en relación a la alimentación con baja implicación y disfrute de los alimentos se asocia con un mayor nivel socioeconómico y menor edad de las personas. Adicionalmente, se asocia con comportamientos alimentarios poco saludables y no beneficiosos para las personas, como una mayor frecuencia de comidas en restaurantes y de compra de comida preparada¹⁴, junto a una menor frecuencia de comidas en el hogar^{11,31}, lo que estaría influyendo en un nivel inferior de satisfacción con la alimentación y, por ende, en una menor satisfacción con la vida, como demuestran estudios previos en Chile^{21,32}. Así, aunque los estilos de vida no son fáciles de modificar¹¹, es necesario que los organismos competentes en la materia hagan esfuerzos tendientes a promover estilos de vida saludables en relación a la alimentación, que mejoren la calidad de vida de las personas.

La muestra obtenida a través los criterios de inclusión en la muestra y del método de muestreo utilizado, presenta una composición similar al país en cuanto a género, zona de residencia, edad y tamaño de la familia²³. La principal discrepancia corresponde al nivel socioeconómico (51,9% correspondiente al estrato alto y medio-alto), puesto que en el país la proporción de

personas pertenecientes a estrato ABC1 es de aproximadamente 10%²⁶, constituyendo esto la principal limitación del estudio. Por lo tanto, futuros estudios deberán abordar los estilos de vida en relación a la alimentación en muestras representativas de la realidad socioeconómica del país. Otra limitación de la presente investigación radica en no haber consultado los motivos de salir a comer fuera del hogar. Un aspecto que también deberá ser abordado es la asociación entre los estilos de vida en relación a la alimentación, la calidad de la dieta y la existencia de enfermedades crónicas no transmisibles.

Agradecimientos

Los resultados corresponden al Proyecto Fondecyt 1100611.

Referencias

1. US Department of Agriculture and US Department of Health and Human Services. Dietary Guidelines for Americans, 2010, 7th ed. 2010; Washington, DC: US Government Printing Office. Available at: <http://www.cnpp.usda.gov/DGAs2010-PolicyDocument.htm>. Accessed 20 February 2011.
2. Lowell J. The food industry and its impact upon increasing global obesity: a case study. *Br Food J* 2004; 106: 238-48.
3. Kniazeva K, Venkatesh A. Food for thought: A study of food consumption in postmodern US culture. *J Consum Behav* 2007; 6 (6): 419-35.
4. Vandevijvere S, Lachat C, Kolsteren P, Van Oyen H. Eating out of home in Belgium: current situation and policy implications. *Br J Nutr* 2009; 102: 921-8.
5. Bezerra IN, Sichieri R. Characteristics and spending on out-of-home eating in Brazil. *Rev Saude Publica* 2010; 44: 221-9.
6. Warde A, Cheng SL, Olsen W, Southerton D. Changes in the practice of eating: a comparative analysis of time-use. *Acta Sociol* 2007; 50: 363-85.
7. Araneda J, Amigo H, Bustos P. Características alimentarias de adolescentes chilenas indígenas y no indígenas. *Arch Latinoam Nutr* 2010; 60 (1): 30-5.
8. Encuesta Nacional de Salud ENS Chile 2009-2010. Tomo I. Ministerio de Salud, Pontificia Universidad Católica de Chile y Universidad Alberto Hurtado, Editores. 2010. Disponible en <http://www.minsal.gob.cl/portal/url/item/bcb03d7bc28b64dfe040010165012d23.pdf> [Conectado el 3 de septiembre de 2012].
9. Warde A, Martens L. *Eating Out*. Cambridge University Press, Cambridge; 2000.
10. de Rezende DC, de Avelar AES. Factors that influence the consumption of food outside the home in Brazil. *Int J Consum Stud* 2012; 36: 300-6.
11. Alonso AD, O'Neill MA, Zizza C. Eating out, nutrition, education and the consumer: a case study from Alabama. *Int J Consum Stud* 2012; 36: 291-9.
12. Thornton LE, Crawford DA, Ball K. Who is eating where? Findings from the socioeconomic status and activity in women (SESAW) Study. *Public Health Nutr* 2011; 14 (3): 523-31.
13. Wu T, Rose S, Bancroft J. Gender differences in health risk behaviors and physical activity among middle school student. *J School Nursing* 2006; 22 (1): 25-31.
14. Brunsø K, Grunert KG. Development and testing of a cross-culturally valid instrument. Food-related lifestyle. *Adv Consumer Res* 1995; 22: 475-80.
15. Wycherley A, McCarthy M, Cowan C. Speciality food orientation of food related lifestyle (FRL) segments in Great Britain. *Food Qual Prefer* 2008; 19: 498-510.
16. Nie C, Zepeda L. Lifestyle segmentation of US food shoppers to examine organic and local food consumption. *Appetite* 2011; 57: 28-37.
17. Grunert K, Perrea T, Zhou Y, Huang G, Sørensen T, Krystallis A. Is food-related lifestyle (FRL) able to reveal food consumption patterns in non-Western cultural environments? Its adaptation and application in urban China. *Appetite* 2011; 56: 357-67.
18. Pérez-Cueto F, Verbeke W, Dutra de Barcellos M, Kehagia O, Chrysochoidis G, Scholderer J, Grunert KG. Food-related lifestyles and their association to obesity in five European countries. *Appetite* 2010; 54: 156-62.
19. Pullen C, Noble S, Fiandt K. Determinants of health-promoting lifestyle behaviors in rural older women. *Fam Community Health* 2001; 24: 49-73.
20. Schnettler B, Miranda H, Sepúlveda J, Denegri M, Mora M, Lobos G. Satisfacción con la alimentación en personas Mapuche en la Región Metropolitana de Santiago, Chile. *Arch Latinoam Nutr* 2011; 61 (2): 172-82.
21. Schnettler B, Miranda H, Sepúlveda J, Denegri M, Mora M, Lobos G. Satisfaction with life and food-related life in persons of the mapuche ethnic group in southern Chile. A comparative analysis using logit and probit models. *J Happiness Stud* 2012; 13 (2): 225-46.
22. Dean M, Grunert K, Raats M, Nielsen NA, Lumbers M, Food in Later Life Team. The impact of personal resources and their goal relevance on satisfaction with food-related life among the elderly. *Appetite* 2008; 50 (2-3): 308-15.
23. Censo 2002. Resultados Volumen I. Población; País - Región. Santiago, Chile. Instituto Nacional de Estadísticas (INE); 2003.
24. Scheaffer R, Mendwenhall W, Ott L. Elementos de muestreo. Ciudad de México, México: Grupo Editorial Iberoamericana S.A.; 1996.
25. Grunert K, Dean D, Raats M, Nielsen N, Lumbers M. A measure of satisfaction with food-related life. *Appetite* 2007; 49 (2): 486-93.
26. Adimark. Mapa socioeconómico de Chile. 2004. Disponible en http://www.adimark.cl/medios/estudios/informe_mapa_socioeconomico_de_chile.pdf [Conectado el 20 de octubre de 2005].
27. Hair J, Anderson R, Tatham R, Black W. *Análisis multivariante*. Otero. 5ª ed. Madrid: Prentice Hall Internacional. Inc.; 1999.
28. Bezerra I, Curioni C, Sichieri R. Association between eating out of home and body weight. *Nutr Rev* 2012; 70 (2): 65-79.
29. Poulain JP. *Sociologia Da Alimentação: Os Comedores E O Espaço Social Alimentar*. UFSC, Florianópolis; 2004.
30. Loland NW. The aging body: attitudes toward bodily appearance among physically active and inactive woman and men of different ages. *J Aging Phys Act* 2000; 8 (3): 197-213.
31. Bove CF, Sobal J, Rauschenbach BS. Food choices among newly married couples: convergence, conflict, individualism, and projects. *Appetite* 2003; 40: 25-41.
32. Schnettler B, Miranda H, Sepúlveda J, Denegri M, Mora M, Lobos G, Grunert KG. Psychometric properties of the Satisfaction with Food-Related Life Scale: application in southern Chile. *J Nutr Educ Behav* 2013. DOI: 10.1016/j.jneb.2012.08.003.