

Diferencias de género en el consumo de alimentos

Una aproximación socioeconómica a los hábitos alimentarios de las mujeres

✉ Víctor J. Martín Cerdeño

Universidad Complutense de Madrid
vjmartin@ucm.es

Resumen: Este artículo aborda las brechas de género en el consumo alimentario tomando como referencia la población española. La diversidad de alimentos y bebidas consumidos tiene diferentes manifestaciones en mujeres y hombres y, por tanto, se derivan divergencias que son significativas para su estudio. Al mismo tiempo, las mujeres muestran condiciones distintas en el acceso a los alimentos en función de diferentes variables socioeconómicas.

En este artículo se hace una aproximación cuantitativa a las divergencias por comunidad de residencia, nivel ocupacional, edad y lugar de consumo. Para este trabajo se han utilizado, principalmente, dos fuentes estadísticas. Por un lado, la *Encuesta de Salud de España*, desarrollada conjuntamente por el Ministerio de Sanidad y el Instituto Nacional de Estadística, con cifras relativas a la alimentación de los hogares puesto que se cataloga como una variable fundamental para la salud (la información aparece desglosada por género). Por otra parte, los *Panelles de Consumo Alimentario* del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación ofrecen, entre otros muchos aspectos, información sobre la demanda extradoméstica de alimentos y bebidas diferenciando por género y, por tanto, permiten acotar las principales características de la demanda femenina.

Palabras clave: Mujeres. Hombres. Consumo Alimentario. Género. Nivel Ocupacional. Edad. Lugar de Residencia. Consumo Extradoméstico

El consumo de alimentos y bebidas se concibe como una necesidad básica de la población. Sin embargo, existen notables diferencias a la hora de materializar esta necesidad según las condiciones socioeconómicas de los consumidores. Las variables que influyen en la demanda de alimentos y bebidas son múltiples y variadas. En este caso, el trabajo se centra en las especificidades que puedan surgir por la variable género.

Este tema ya ha sido tratado por otros autores que han llegado a conclusiones relevantes, principalmente, por su relación con la calidad de vida y el impacto en la salud en mujeres y hombres.

En este sentido, un estudio reciente para identificar patrones dietéticos de Feraco y otros (2024a) encontró diferencias claras en el consumo alimentario según el género: los hombres reportaron un consumo significativamente mayor de carne (incluida la carne procesada) y pescado; las mujeres consumían más verduras (crudas y cocidas) y cereales integrales. Estos patrones sugieren que no solo varía la cantidad sino el tipo de alimentos que prefieren hombres y mujeres, lo que podría tener implicaciones para la salud (por ejemplo, riesgo de enfermedades según el tipo de dieta). Además, el estatus socioeconómico modula estos hábitos: por ejemplo, los hombres con menores ingresos consumen más carne procesada.

Otro estudio, con más de 2.000 participantes (mujeres y hombres), analiza no sólo las elecciones de alimentos, sino también hábitos como la frecuencia de comidas, sensación de hambre, velocidad de comer y otros contextos (solitario o acompañado, en el hogar o fuera de casa, por ejemplo). Los principales resultados indican que los hombres prefieren significativamente más carne roja y procesada mientras que las mujeres tienen una mayor inclinación hacia verduras, cereales integrales, tofu y chocolate negro de alto contenido en cacao. En cuanto al comportamiento, las mujeres comen con más frecuencia ("snacks"), sienten más hambre por la mañana, mientras que los hombres tienden a saltarse tentempiés y comen más rápido.

En Lombardo (2025), se examina cómo hombres y mujeres se adhieren a la dieta mediterránea. Así pues, las mujeres muestran una preferencia mayor por verduras, frutas, legumbres, pescado, frutos secos y aves, mientras que los hombres consumen más carnes rojas, procesadas, mantequilla, azúcar y alimentos menos saludables.

En la población adulta española, Varela-Moreiras y otros (2018) observaron diferencias significativas

por género en el consumo de distintos grupos de alimentos (por ejemplo, huevos, lácteos, alcohol) y también según la zona de residencia (urbana, rural, semiurbana). El género interactúa con otros factores (como el lugar de residencia) para modular los hábitos de consumo alimentario, lo que sugiere que las diferencias de género no son homogéneas en todo el territorio.

Se advierten unas tendencias generales en el consumo alimentario femenino con una mayor participación de la demanda diaria de fruta, verdura y zumos; un menor consumo de alimentos procesados, azucarados o de comida rápida; y, una tendencia a consumos moderados (1 o 2 veces a la semana) en alimentos como carne o dulces. Por el contrario, el patrón masculino de demanda de alimentos indica que se consume con mayor frecuencia comida rápida, refrescos con azúcar, embutidos y aperitivos salados. También hay una mayor frecuencia en diario de consumo de huevos y legumbres.

Tomando como base los estudios anteriormente referidos, este trabajo va a intentar identificar posibles brechas de género en la demanda alimentaria. Además, va a analizar las diferencias en el consumo de alimentos y bebidas en función de varias características socioeconómicas de las mujeres (comunidad autónoma de residencia, nivel ocupacional y edad, básicamente). El consumo fuera del hogar por género es otra de las vertientes de estudio en el artículo.

La base de datos utilizada para desarrollar el análisis cuantitativo es la *Encuesta de Salud de España* (INE, 2025) (Ministerio de Sanidad, 2025). Esta operación estadística periódica, desarrollada conjuntamente por el Ministerio de Sanidad y el Instituto Nacional de Estadística, recoge información sanitaria relativa a la población residente en España con una

muestra de 24.673 hogares y ha publicado sus principales resultados en agosto del año 2025. Entre la multitud de información recogida, hay estadísticas orientadas a conocer los factores determinantes de la salud a través de los hábitos de vida y, en este contexto, la alimentación se cataloga como una variable fundamental. La información aparece desglosada por género y aporta interesantes diferencias para el colectivo de mujeres.

En este sentido, el cuadro 1 muestra dos dimensiones clave. Por un lado, se analiza la frecuencia de consumo de las mujeres para cada grupo de alimentos. Y, por otro, se presenta la diferencia porcentual entre mujeres y hombres, donde valores positivos indican mayor consumo femenino y valores negativos indican mayor consumo masculino. Por tanto, este análisis inicial sirve para identificar tendencias generales y alimentos con mayor brecha de género.

Los alimentos con mayor consumo entre las mujeres respecto a los hombres pueden sintetizarse en las siguientes categorías:

- Verduras y ensaladas (consumo diario): 11,5 puntos sobre hombres (mayor brecha positiva).
- Fruta fresca (consumo diario): 5,3 puntos demostrando que las mujeres mantienen mayor participación en el consumo diario de fruta.
- Zumo natural (consumo ocasional): hay pequeñas ventajas en frecuencias de diario y de 3 ó más veces a la semana (3,5 y 4,3 puntos).
- Productos lácteos: Consumo diario apenas superior en mujeres (1,5 puntos), pero en el resto

de las frecuencias, los hombres consumen más esta familia de productos.

En definitiva, las mujeres demandan más alimentos asociados a un patrón saludable (fruta, verduras, zumo), especialmente en frecuencias de consumo elevadas.

Por otro lado, los alimentos con mayor consumo masculino respecto a mujeres son los siguientes:

- Comida rápida que presenta las máximas brechas negativas y, por tanto, hay bastante más consumo masculino de comida rápida en todas las frecuencias: diario (-54,1 puntos), 3 o más veces a la semana (-19,7 puntos) y 1 o 2 veces a la semana (-6,6 puntos).
- Refrescos con azúcar que cuentan con un consumo significativamente mayor en hombres para todas las frecuencias: diario (-21,5 puntos), 3 o más veces a la semana (-18,4 puntos).
- Aperitivos salados y comida para picar siguen la misma tendencia anteriormente señalada: diario (-16,7 puntos) o 3 o más veces a la semana (-10,9 puntos).
- Embutidos y fiambres también tienen una mayor demanda masculina: diario (-19,7 puntos) o 3 o más veces a la semana (-13,3 puntos).
- Huevos y legumbres: en ambos casos, a diario, las diferencias son sensibles (huevos -14,8 puntos y legumbres -17,2 puntos).

Por tanto, esta información estadística permitiría inferir que los hombres consumen más alimentos



Mortadella Bologna IGP: Tradición, Calidad y Placer en Cada Loncha



La Mortadela de Bolonia IGP es mucho más que un embutido: representa una tradición culinaria italiana que ha evolucionado a lo largo de los siglos y que hoy se expresa en un producto seguro, controlado y reconocido por su calidad en Europa. Este documento desarrolla los conceptos clave de la garantía IGP, el origen italiano, la diversidad y la versatilidad en la cocina, con profundizaciones históricas, técnicas y culturales.

1. Calidad certificada y garantía para el consumidor

El sello IGP (Indicación Geográfica Protegida) constituye una garantía europea: identifica alimentos cuya calidad y reputación están vinculadas a su origen y que cumplen requisitos precisos durante al menos una fase de su producción dentro de un área geográfica delimitada.

La Mortadela de Bolonia IGP está sometida a controles rigurosos, desde la selección de las carnes hasta la verificación del producto final. El reconocimiento europeo obtenido en 1998 certifica que el producto es seguro, elaborado según la receta tradicional y dotado de un aroma característico.

El nuevo reglamento reduce la sal al 2,8%, aumenta proteínas al 14,5% y prohíbe polifosfatos, colorantes y glutamato.

Este reconocimiento comunitario protege tanto al consumidor como al productor frente a imitaciones y prácticas desleales, garantizando autenticidad y transparencia.

Además, el sello IGP prevé un sistema de trazabilidad que permite seguir cada lote desde el origen hasta el punto de venta, asegurando la máxima confianza.

2. Un producto italiano y símbolo del saber hacer

La Mortadela de Bolonia IGP es un producto 100 % italiano, elaborado en Emilia-Romaña, Piamonte, Lombardía, Véneto, Trentino, Toscana, Marcas y Lacio.

Su historia se remonta a la época romana, con referencias al mortero y al *farcimen myrtatum* citado por Plinio. Desde el edicto del cardenal Farnesio de 1661 hasta hoy, la mortadela ha conservado intacta su esencia.

Es un símbolo cultural presente en la literatura, el cine y la vida pública italiana. Películas como *La Mortadela* (1971), protagonizada por Sophia Loren, y anécdotas como la pasión de Rossini y Garibaldi por este embutido refuerzan su carácter icónico.

A partir del siglo XIX, la mortadela incrementó su presencia en los mercados italianos e internacionales gracias a la industrialización, consolidando su papel como embajadora de la gastronomía italiana.



B mortadella
LOGNA



MINISTERO DELL'AGRICOLTURA
DELLA SOVRANITÀ ALIMENTARE
E DELLE FORESTE



3. Diversidad dentro del cumplimiento normativo

No todas las Mortadelas de Bolonia IGP son iguales: cada empresa personaliza su receta respetando el pliego de condiciones de producción.

Con o sin pistachos, más especiada o más delicada, la elección depende del gusto del consumidor. Esta diversidad enriquece la tradición y hace que cada mortadela sea única.

También varía la mezcla de especias: ajo, pimienta, canela, cilantro, clavo, macis y nuez moscada se dosifican según la interpretación del productor, creando perfiles aromáticos diferentes.

4. Disfrutar de la vida con la Mortadella Bologna

La Mortadela de Bolonia es sinónimo de placer, sabor y convivialidad. Se consume sola, en lonchas finas o en dados, en bocadillos y pizzas, en platos tradicionales como tortellini y lasañas, y en recetas modernas como quiches y risottos.

Gracias a su versatilidad, es conocida como la "esposa perfecta" de la gastronomía italiana. También se utiliza en tapas, *finger food* y preparaciones gourmet, demostrando su capacidad de adaptarse a las tendencias contemporáneas.

5. Perfil nutricional

Cien gramos aportan 288 calorías y proporcionan proteínas de alto valor biológico, vitaminas B1, B2 y niacina, además de minerales como hierro y zinc.

El perfil lipídico incluye ácidos grasos monoinsaturados, presentes también en alimentos de origen vegetal.

Además, puede consumirse durante el embarazo, ya que al tratarse de un embutido cocido, se somete a controles higiénico-sanitarios que garantizan el cumplimiento de los estándares de seguridad alimentaria.

6. Historia, Consorcio y proyección internacional

El Consorcio Italiano para la Protección de la Mortadela de Bolonia, fundado en 2001, reúne a 28 empresas que producen el 95 % de la mortadela IGP.

La mortadela se exporta a Francia, Reino Unido, Austria, España, Bélgica, Alemania y Suiza, consolidándose como embajadora de la gastronomía italiana.

Cada 24 de octubre se celebra el Mortadella Day, en recuerdo del edicto de 1661 que codificó su producción.



Detalles técnicos y curiosidades

La técnica de producción prevé la selección de carnes nobles, la emulsión en tres fases, la preparación de los dados de tocino y la cocción en hornos de aire seco. El corte ideal debe ser tan fino que permita ver el Santuario de San Luca a través de la loncha.

El aroma se libera en el momento del corte, gracias a la combinación de especias como ajo, pimienta, canela, cilantro, clavo, macis y nuez moscada.

Impacto económico y cultural

La Mortadela de Bolonia IGP no es solo un producto gastronómico: es un motor económico para las regiones productoras, generando empleo y valor añadido.

Su imagen está asociada a la hospitalidad italiana y a la tradición culinaria, convirtiéndose en protagonista de ferias, eventos y campañas internacionales.

Recetas y sugerencias

Además de los clásicos tortellini y lasañas, la mortadela se presta a recetas innovadoras: risotto con mortadela y pistachos, mousse de mortadela para aperitivos, quiche con mortadela y verduras.

Para un aperitivo rápido: lonchas finas con pan tipo roseta y un vino blanco fresco. Para una cena gourmet: carpaccio de mortadela con aceite de oliva virgen extra y pistachos tostados.

Conclusión

Elegir Mortadella Bologna IGP es elegir calidad, tradición y placer. Un producto seguro, versátil y culturalmente significativo que transforma cualquier momento en una experiencia única.



que, a priori, son menos saludables como, por ejemplo, la comida rápida, los refrescos azucarados, los embutidos o los snacks salados.

Finalmente, los alimentos con diferencias mínimas o equilibradas entre mujeres y hombres son los siguientes:

- En los dulces, las diferencias son pequeñas entre las distintas frecuencias de consumo (entre -3,9 y +4,6 puntos) y, por tanto, no se observa un patrón claro por género.
- En el pan y cereales, las mujeres consumen menos a diario (-2,5 p.p.) pero más ocasionalmente y, por tanto, se advierte un comportamiento moderado sin grandes brechas.

- En carne, las mujeres consumen mucho menos a diario (-10,3 puntos), pero más en 1 o 2 veces a la semana (+8,3 puntos). Esto apunta hacia un patrón femenino más moderado en la demanda de carne, evitando el consumo diario.

Conforme a todo lo anterior, se advierten unas tendencias generales en el consumo alimentario femenino con una mayor participación de la demanda diaria de fruta, verdura y zumos; un menor consumo de alimentos procesados, azucarados o de comida rápida; y, una tendencia a consumos moderados (1 o 2 veces a la semana) en alimentos como carne o dulces. Por el contrario, el patrón masculino de demanda de alimentos indica que se consume con mayor frecuencia comida rápida, refrescos con azúcar, embutidos y aperitivos salados. También hay una mayor frecuencia en diario de consumo de huevos y legumbres.

CUADRO 1. Consumo de alimentos y bebidas de mujeres: frecuencia y diferencias

	A diario		3 o más veces semana		1 ó 2 veces semana		Menos de 1 vez semana		Nunca	
	Mujeres que consumen (%)	Diferencia con hombres (%)	Mujeres que consumen (%)	Diferencia con hombres (%)	Mujeres que consumen (%)	Diferencia con hombres (%)	Mujeres que consumen (%)	Diferencia con hombres (%)	Mujeres que consumen (%)	Diferencia con hombres (%)
FRUTA FRESCA	71,2	5,3	18,4	-10,7	6,0	-13,0	2,9	-7,0	1,5	-13,7
CARNE	7,8	-10,3	64,1	-2,9	23,9	8,3	2,2	30,2	2,0	33,3
HUEVOS	1,7	-14,8	42,7	-3,3	50,0	1,7	4,6	19,9	1,0	17,6
PESCADO	0,8	-2,4	42,9	6,1	46,2	-4,3	7,5	-6,9	2,6	9,2
PASTA, ARROZ, PATATAS	8,9	-7,3	59,2	-3,8	28,8	9,3	2,8	21,2	0,3	25,9
PAN, CEREALES	76,7	-2,5	13,5	4,3	5,7	13,4	2,5	21,1	1,7	22,6
VERDURAS, ENSALADA Y HORTALIZAS	52,0	11,5	39,8	-6,5	6,6	-22,7	1,1	-30,9	0,5	-28,2
LEGUMBRES	0,8	-17,2	32,2	-4,1	58,6	2,3	7,3	2,8	1,1	2,8
EMBUTIDOS Y FIAMBRES	8,4	-19,7	28,2	-13,3	34,0	6,0	19,8	17,1	9,5	19,9
PRODUCTOS LÁCTEOS	80,6	1,5	10,7	-7,0	4,2	-12,8	2,4	2,1	2,1	11,4
DULCES	22,5	0,5	20,1	-3,9	23,8	1,3	21,7	4,6	12,0	-4,5
REFRESCOS CON AZUCAR	5,0	-21,5	7,5	-18,4	13,9	-3,7	25,0	2,8	48,6	6,4
COMIDA RÁPIDA	0,8	-54,1	5,6	-19,7	24,0	-6,6	38,1	3,6	31,5	9,5
APERITIVOS O COMIDAS SALADAS DE PICAR	0,8	-16,7	5,8	-10,9	22,6	-6,7	39,0	2,3	31,7	5,4
ZUMO NATURAL FRUTA O VERDURA	10,5	3,5	13,7	4,3	16,2	-0,6	22,8	-2,7	36,9	-0,5

Fuente: Elaboración propia con datos INE (2025).

CONSUMO DE ALIMENTOS DE MUJERES EN FUNCIÓN DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE RESIDENCIA

A nivel nacional, tal y como se adelantaba en el epígrafe anterior, los alimentos que tienen una mayor frecuencia de consumo en mujeres son el pan y cereales (un 76,7% con consumo diario), las frutas frescas (un 71,2% con consumo diario) y las verduras y ensaladas (un 52,0% con consumo diario). Resulta significativos los porcentajes de mujeres que consumen pasta, arroz y patatas hasta 3 veces o más a la semana (un 59,1%) y legumbres hasta 1 o 2 veces a la semana (58,6%). En cuanto a los productos lácteos, el consumo más frecuente para mujeres es a diario (80,6%); los refrescos, sin embargo, habitualmente no son consumidos (48,6%) mientras que hay una demanda de menos de 1 vez a la semana en aperitivos salados/snacks (39,0%) y comida rápida (38,1%).

También a nivel nacional, los alimentos que tienen una menor frecuencia de consumo entre mujeres son pescado con 1 o 2 veces a la semana (46,2%) y huevos con 1 o 2 veces a la semana (49,9%). En cuanto a los dulces, la demanda más frecuente es 1 o 2 veces a la semana (23,7%), de la misma forma que los embutidos y fiambres (34,0%). Para el zumo natural, lo más habitual es no consumir nunca (36,8%).

El consumo de alimentos por mujeres es significativamente superior a la media en comunidades autónomas como, por ejemplo, Aragón en el caso de la fruta, carne, verduras y legumbres; Castilla-La Mancha muy elevada en pasta/arroz/patatas y pan/cereales y productos lácteos. También sigue esta tendencia la

demandas femeninas de ciertos alimentos en la Región de Murcia (verduras, principalmente), Cantabria que sobresale en pan/cereales; o Castilla y León y el País Vasco, que contabilizan consumos muy elevados en fruta, productos lácteos y zumos.

De la misma forma, destacan por ser muy elevados en Asturias los consumos que realizan las mujeres de productos lácteos (89,6%), embutidos (53%) y zumo (59,3%). En Extremadura, sin embargo, destaca el consumo alto de comida rápida (40,3%) y snacks (42,8%).

Resulta especialmente llamativo que los consumos de alimentos en mujeres son notablemente inferiores a la media en Islas Baleares, los valores son muy bajos en casi todos los grupos (excepto carne y pasta/arroz). Por ejemplo, son extremadamente bajos en productos lácteos (15,6%), zumo natural (25,9%) y embutidos (21,2%).

Por otra parte, centrando el análisis en el consumo que realizan las mujeres de las diferentes categorías de alimentos que se han considerado en el artículo, es posible destacar las siguientes particularidades:

- **Fruta fresca:** habitualmente consumida a diario por mujeres (71,6%), cuenta con porcentajes superiores en Aragón (83,3%), Castilla-La Mancha (80,1%) y País Vasco (80,1%). Mientras que los más reducidos están en Baleares (14,7%) y Cantabria (61,5%).
- **Carne:** habitualmente consumida 3 o más veces a la semana por mujeres (64,1%), cuenta con porcentajes superiores en Aragón (78%), Castilla-La Mancha (77,8%) y Navarra (74,6%). Mientras que los más reducidos están en Extremadura (49,9%) y Canarias (50,9%).
- **Huevos:** habitualmente consumidos 1 o 2 veces a la semana por mujeres (49,9%), cuenta con porcentajes superiores en Asturias (55,5%) y Canarias (56,2%). Mientras que los más reducidos están en Baleares (28,6%), Navarra (30,6%) y La Rioja (37,4%).
- **Pescado:** habitualmente consumido 1 o 2 veces a la semana por mujeres (46,2%), cuenta con porcentajes superiores en Asturias (67,4%), Canarias (65,1%) y Extremadura (60,8%). Mientras que los más reducidos están en Cantabria (31,7%) y Castilla-La Mancha (34,1%).
- **Pasta, arroz y patatas:** habitualmente consumido 3 o más veces a la semana por mujeres (59,1%), cuenta con porcentajes superiores en Castilla-La Mancha (86,1%), Cantabria (80,4%) y Murcia (66,8%). Mientras que los más reducidos están en País Vasco (34,5%).



- Pan y cereales: habitualmente consumido a diario por mujeres (76,7%), cuenta con porcentajes superiores en Castilla-La Mancha (91,7%), Cantabria (89,5%) y Castilla y León (86,4%). Mientras que los más reducidos están en Baleares (16,8%).
 - Verduras y ensaladas: habitualmente consumidas a diario por mujeres (52,0%), cuenta con porcentajes superiores en Murcia (73,9%), Comunidad Valenciana (69,2%) y Andalucía (64,7%). Mientras que los más reducidos están en Cantabria (16,3%), Baleares (16,5%) y Canarias (18,7%).
 - Legumbres: habitualmente consumido 1 o 2 veces a la semana por mujeres (58,6%), cuenta con porcentajes superiores en Aragón (72,3%), La Rioja (68,9%), Madrid (66,6%). Mientras que los más reducidos están en Cantabria (14,1%) y Baleares (28,7%).
 - Embutidos y fiambres: habitualmente consumido 1 o 2 veces a la semana por mujeres (34,0%), cuenta con porcentajes superiores en Asturias (53%), Extremadura (51,8%) y Castilla-La Mancha (49,7%). Mientras que los más reducidos están en Baleares (21,2%) y Aragón (22,5%).
 - Productos lácteos: habitualmente consumidos a diario por mujeres (80,6%), cuenta con porcentajes superiores en Castilla-La Mancha (91,1%), País Vasco (90,0%), Castilla y León (89,0%) y Asturias (89,6%). Mientras que los más reducidos están en Baleares (15,6%, valor extremadamente bajo).
 - Dulces: habitualmente consumido 1 o 2 veces a la semana por mujeres (23,7%), cuenta con porcentajes superiores en Canarias (31,7%), Andalucía (29,8%) y Cataluña (26,3%). Mientras que los más reducidos están en Castilla y León (11,8%), Navarra (13,6%) y Cantabria (13,9%).
 - Refrescos con azúcar: habitualmente no consumen nunca las mujeres (48,6%), cuenta con porcentajes superiores en Cantabria (65,2%), Navarra (64,5%), Canarias (63,1%) y Asturias (61,6%). Mientras que los más reducidos están en Castilla-La Mancha (17,2%).
 - Comida rápida: habitualmente se consume menos de una vez a la semana por mujeres (38,1%), cuenta con porcentajes superiores en Asturias (44,5%), Canarias (46%), Extremadura (40,3%) y Madrid (41,1%). Mientras que los más reducidos están en Baleares (21%) y Galicia (28,8%).
 - Aperitivos salados y snacks: habitualmente se consume menos de una vez a la semana por mu-
- jeress (39,0%), cuenta con porcentajes superiores en Castilla-La Mancha (46,8%), Asturias (45,9%) y Navarra (42,6%). Mientras que los más reducidos están en Baleares (26,6%) y Aragón (30,8%).
- Zumo natural: habitualmente no consumen nunca las mujeres (36,8%), cuenta con porcentajes superiores en Asturias (59,3%), Murcia (51,2%), País Vasco (49,1%) y Cantabria (51,1%). Mientras que los más reducidos están en Canarias (13,3%) y Baleares (25,9%).

CONSUMO DE ALIMENTOS DE MUJERES EN FUNCIÓN DEL NIVEL OCUPACIONAL

Con carácter general, destacan los hábitos alimentarios más saludables en mujeres integradas en el colectivo de “directoras, gerentes y profesionales (licenciadas y diplomadas)” por su mayor demanda diaria de fruta y verdura, menor consumo de carne y pescado, elevada frecuencia en legumbres. También las mujeres que pertenecen al colectivo de “Ocupaciones intermedias y autónomas” tienen un perfil de demanda muy parecido a la media destacando los niveles de consumo de fruta, verduras y legumbres. Por el contrario, las mujeres con hábitos que, a priori, son más desfavorables se integran en el grupo de “Trabajadoras no cualificadas”, con menor consumo diario de frutas, verduras y pan/cereales, y una mayor dependencia de alimentos básicos energéticos como pasta/arroz/patatas.

CONSUMO DE ALIMENTOS DE MUJERES EN FUNCIÓN DE LA EDAD

A continuación, se analizan los hábitos de consumo alimentario de las mujeres atendiendo a la variable edad y estableciendo, además, una comparación frente al consumo medio.

En un primer momento, parece claro que las mujeres jóvenes (15–34 años) muestran un patrón alimentario que puede ser catalogado como menos saludable por su muy baja ingesta de frutas y verduras y alto consumo de carne e hidratos de carbono simples (pasta, arroz, patatas). Por el contrario, las mujeres que están por encima de los 55 años tienen hábitos alimentarios más saludables apoyados en el alto consumo diario de frutas, verduras y pan; además, se advierte una moderación en la demanda de carne y un consumo equilibrado de huevos y pescado.

A continuación, de una manera sistematizada, se plantea información cuantitativa para cada categoría de alimentos y bebidas mostrando la predisposición hacia su demanda de las mujeres en función de la

variable edad. Las conclusiones son interesantes y podrían inferir una cierta transición en el patrón alimentario con los nuevos hábitos que introducen las mujeres de menor edad.

Fruta fresca

Según las cifras medias, un 71,2% de mujeres consume fruta fresca a diario. Respecto a la variable edad, aparece una tendencia clara: el consumo aumenta progresivamente con la edad de las mujeres. Esto es, entre 15–24 años existe una demanda diaria del 49,1%; mientras que entre mayores de 75 años la participación se eleva al 85,5%. Por tanto, parece que las mujeres más jóvenes tienen una ingesta inferior a la media mientras que las mujeres de más edad muestran una demanda superior posiblemente por hábitos históricos y una mayor preocupación por su salud.

Carne

En esta categoría de productos, un 64,1% de las mujeres realiza un consumo 3 o más veces a la semana. Tomando como referencia esta frecuencia temporal, el mayor consumo se asocia a mujeres de 15–24 años (71,3%), seguidas de aquellas que tienen entre 35 y 44 años (66,8%). Sin embargo, la menor demanda se vincula con mujeres de 75 y más años (56,4%).

Huevos

Para el caso de los huevos, la demanda media que realizan las mujeres de forma más frecuente es 1 o 2 veces por semana (49,9%). Tomando como referencia la edad, se observa una tendencia creciente en la frecuencia de consumo desde 40,8% en mujeres de 15 a 24 años hasta 55,4% en mujeres mayores de 75.

Pescado

Las mujeres consumen pescado, de manera mayoritaria, 1 o 2 veces por semana (46,2%). La mayor demanda en esta frecuencia la realizan las mujeres de 45 a 54 años (49,9%) y las mujeres de 35 a 44 años (48,4%). Por el contrario, la menor demanda está en mujeres de edad avanzada (40,7–40,8%) y mujeres jóvenes (48,9%). El bajo consumo en mujeres mayores podría deberse a factores económicos o preferencias tradicionales.

Pasta, arroz y patatas

Este conjunto de productos, tienen una demanda de 3 o más veces por semana para un 59,1% de las mujeres españolas. Hay una participación superior en esta frecuencia de consumo en mujeres jóvenes de 15 a 24 años (64,5%) mientras que el patrón es esta-



Real Casa de la Moneda
Fábrica Nacional
de Moneda y Timbre

Etiquetas de Seguridad

Denominación de origen

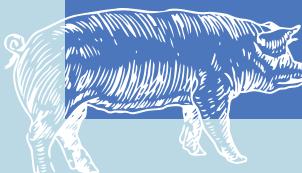


¡CALIDAD DIFERENCIADA!

Raza Autóctona




Departamento de ventas
Tel.: 91 566 65 64
www.fnmt.es


ble en el resto de edades (entre un 57% y un 60%). La alimentación de mujeres más jóvenes es más rica en carbohidratos, coherente con un mayor gasto energético y hábitos menos variados.

Pan y cereales

En el grupo de pan y cereales, las mujeres mantienen mayoritariamente un consumo a diario (76,7%). Con esta frecuencia, el mayor porcentaje aparece en mujeres mayores de 75 años (82,7%) mientras que la demanda más reducida es en mujeres de 25-34 años (68,9%). Las mujeres jóvenes reducen el pan en comparación con generaciones anteriores, posiblemente por percepciones de imagen mientras que mujeres con más edad mantiene hábitos tradicionales.

Verduras y ensaladas

Un 52% de mujeres manifiesta que toma verduras y ensalada a diario. Con esta frecuencia, los mayores porcentajes aparecen en mujeres de 55 a 64 años (57,4%) y mujeres de 65 a 74 años (56,5%). Por el contrario, la menor participación se vincula con mujeres jóvenes de 15 a 24 años (41,9%).

Legumbres

En la categoría de legumbres, un 58,6% de las mujeres las toman 1 o 2 veces por semana. El mayor porcentaje de participación se encuentra en mujeres de 35 a 44 años (60,2%) mientras que el menor está en mujeres de 75 y más años (56,8%). Las legumbres muestran un consumo más homogéneo entre las mujeres con independencia de la edad, aunque también con ligera disminución en la vejez.

Embutidos y fiambres

Un 34 de mujeres toma 1 o 2 veces a la semana embutidos y fiambres. Con respecto a la variable edad, y tomando como referencia esa frecuencia, el consumo más reducido aparece en mujeres jóvenes (15-24 años con un 27,3%) mientras que el consumo más elevado se asocia a mujeres entre 55 y 64 años (37,7%). Las mujeres jóvenes consumen menos embutidos, mientras que las mujeres de mediana edad y mayores de 55 años tienen una dieta más rica en proteínas procesadas, siguiendo patrones tradicionales.

Productos lácteos

En los productos lácteos, un 80,6% de mujeres tiene un consumo diario. En esta frecuencia, la demanda es elevada en todos los segmentos aumentando pro-

gresivamente con la edad: por ejemplo, entre 15 y 24 años es de un 79,1% y para mujeres mayores de 75 años alcanza un 87,3%. La rutina de consumo diario de productos lácteos aumenta con la edad, reflejando hábitos tradicionales más estables en mujeres de más edad.

Dulces

Un 23,7% de mujeres toma dulces 1 o 2 veces a la semana. Con esta frecuencia, se observa un consumo más elevado entre mujeres jóvenes y adultas medias (25-54 años con 25% y 26%) mientras que el menor consumo se asocia a mujeres mayores (65-74 años con un 21%, y 75 o más años con un 18,2%). El consumo de dulces disminuye con la edad, posiblemente por concienciación sobre salud o menor apetencia por alimentos muy azucarados.

Refrescos con azúcar

Respecto a los refrescos azucarados, un 48,6% de mujeres indica que no los consume nunca. Las mujeres jóvenes consumen refrescos azucarados de manera más habitual, mientras que las mujeres de más edad los evitan, reflejando una posible transición hacia hábitos más saludables con la edad.

Comida rápida

Un 38,1% de mujeres señala que consume comida rápida al menos 1 vez a la semana. En mujeres de 15 a 24 años, la moderación es menor y, por tanto, más elevado el consumo (32,0%). La máxima moderación (no consumo) se localiza en las mujeres de 75 o más años, sugiriendo que el consumo disminuye realmente con la edad.

Aperitivos o comidas saladas para picar

Los aperitivos o comidas para picar se toman menos de una vez a la semana por un 39% de mujeres. El consumo máximo se cifra en mujeres de edades medias (42%) mientras que el menor se vincula con mujeres más jóvenes (35,7%). Con carácter general, en esta categoría de productos se reproduce un patrón de consumo moderado entre mujeres con independencia de la edad.

Zumo natural

Un 36,8% de mujeres señala que no consume zumo natural nunca. Respecto a la variable edad, las mujeres mayores consumen más zumo natural que las mujeres jóvenes, aunque el patrón indica que sigue siendo un alimento con demanda irregular.

CUADRO 3. Demanda de alimentos fuera del hogar por mujeres (% desviación media)

Excesos en ultraprocesados	Excesos en alimentos saludables moderados	Déficits importantes en alimentos frescos y proteicos
<ul style="list-style-type: none"> ● Tortitas: +59,2% ● Barritas: +39,9% ● Bollería salada: +33,1% ● Galletas: +28,0% ● Batidos: +17,4% 	<ul style="list-style-type: none"> ● Frutas en general: +18,5% ● Plátanos: +29,2% ● Yogures: +28,5% ● Salmón: +21,2% 	<ul style="list-style-type: none"> ● Legumbres: -48,8% ● Judías verdes: -40,5% ● Sardinas: -32,4% ● Pescados y mariscos totales: -12,3%
Déficits moderados en verduras y frutas específicas	Desviaciones negativas en proteínas animales selectas	Desviaciones negativas en aceites y grasas saludables
<ul style="list-style-type: none"> ● Lechugas: -7,5% ● Espárragos: -8,3% ● Melón/sandía: -12,5% 	<ul style="list-style-type: none"> ● Ovino: -27,8% ● Jamón ibérico: -26,7% ● Rape: -28,0% 	<ul style="list-style-type: none"> ● Aceite para aliño: -8,9% ● Mantequilla: -24,1%

CONSUMO DE ALIMENTOS DE MUJERES FUERA DEL HOGAR

Para finalizar este artículo, se vuelve a reflexionar sobre posibles brechas de género en el consumo alimentario, pero, en este caso, tomando como referencia la demanda de alimentos que se realiza fuera del hogar (principalmente, en el sector Horeca).

La base de datos utilizada para esta parte del trabajo proviene del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA, 2025), y cuenta con 10.500 panelistas de entre 15 y 75 años que colaboran declarando cada día el consumo alimentario que realizan fuera del hogar. La información se puede desglosar por género y, por tanto, resulta posible inferir las principales características de la demanda femenina

En este sentido, el cuadro 3 muestra desviaciones relativas del consumo de alimentos realizado por mujeres fuera del hogar con respecto al valor de referencia medio de consumo extradoméstico (incluidos hombres y mujeres). Por tanto, una desviación positiva indica los alimentos consumidos por mujeres que están por encima del valor medio mientras que, por el contrario, una desviación negativa se vincula a aquellos alimentos consumidos por mujeres que están por debajo del valor medio. Por tanto, el análisis de este cuadro permite identificar excesos y carencias o déficits en el patrón dietético de la población femenina cuando se hace referencia al consumo extradoméstico. ■

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- FERACO, A., et al. (2024a). Gender differences in dietary patterns and physical activity: An insight with principal component analysis (PCA). *Journal of Translational Medicine*, 22, Article (some number).
- FERACO, A., et al. (2024b). Gender differences in eating behaviour, body composition, eating frequency and time of hunger in an Italian cohort with obesity. *Nutrients*, 16(23), 4226.
- INE (2025): *Encuesta Nacional de Salud (ENSE)*, Instituto Nacional de Estadística, disponible en <https://www.ine.es/dynt3/inebase/es/index.htm?type=pcaxis&path=/t15/p419/p04/a2003/&file=pcaxis&dh=0&capsel=1>, consultado el 12/12/2025
- LOMBARDO, M. (2025). Gender differences in protein consumption and body composition: The influence of socioeconomic status on dietary choices. *Foods*, 14(5), 887.
- MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN (2025): *Consumo Alimentario Extradoméstico*, disponible en <https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/consumo-tendencias/panel-de-consumo-alimentario/hosteleria-y-restauracion>, consultado el 12/12/2025.
- MINISTERIO DE SANIDAD (2025): *Encuesta de Salud de España*, 2023. Nota técnica, Ministerio de Sanidad, disponible en https://www.sanidad.gob.es/estadEstudios/estadisticas/encuestaSaludEspana/ESdE2023/ESdE2023_notatecnica.pdf, consultado el 12/12/2025.
- VARELA-MOREIRAS, G., ÁVILA, J. M., CUADRADO, C., DEL POZO, S., RUIZ, E., MOREIRAS, O., & VEIRA, G. (2018). The influence of place of residence, gender and age on food group choices in the Spanish population: Findings from the ANIBES study. *Nutrients*, 10(4), 392.