



Población y Salud en Mesoamérica

E-ISSN: 1659-0201

revista@ccp.ucr.ac.cr

Universidad de Costa Rica

Costa Rica

García Arancibia, Rodrigo; Depetris-Guiguet, Edith; Rossini, Gustavo  
Consumo de alimentos fuera del hogar en Argentina. Relevancia de la composición demográfica y  
tipología de los hogares  
Población y Salud en Mesoamérica, vol. 10, núm. 2, enero-junio, 2013, pp. 1-19  
Universidad de Costa Rica  
San José, Costa Rica

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=44625652003>

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

redalyc.org

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



## Población y Salud en Mesoamérica

Revista electrónica publicada por el  
Centro Centroamericano de Población,  
Universidad de Costa Rica, 2060 San José, Costa Rica  
<http://ccp.ucr.ac.cr>

---

### **Población y Salud en Mesoamérica**

**Revista electrónica semestral, ISSN-1659-0201**

Volumen 10, número 2, artículo 2

Enero - junio, 2013

Publicado 1 de enero, 2013

<http://ccp.ucr.ac.cr/revista/>

### **Consumo de alimentos fuera del hogar en Argentina. Relevancia de la composición demográfica y tipología de los hogares**

*Rodrigo García Arancibia*

*Edith Depetris-Guiguet*

*Gustavo Rossini*



Protegido bajo licencia Creative Commons

Centro Centroamericano de Población

## **Consumo de alimentos fuera del hogar en Argentina. Relevancia de la composición demográfica y tipología de los hogares**

### **Food consumption outside the home in Argentina. Relevance of demographic composition and typology of households**

*Rodrigo García Arancibia<sup>1</sup>, Edith Depetris-Guiguet<sup>2</sup>, Gustavo Rossini<sup>3</sup>*

#### **RESUMEN**

Con el crecimiento económico experimentado por Argentina en los últimos años se produjeron cambios en los patrones de consumo, incluyendo el de alimentos fuera del hogar (AFH). Si bien el poder adquisitivo ha sido indicado como un factor determinante, otras características de los hogares y sus interrelaciones han sido también propuestas como relevantes sin que se haya profundizado su estudio. Para cubrir esa laguna, el objetivo del presente trabajo es conocer la relación entre el tamaño, la composición y el tipo de hogar sobre el consumo de AFH para el período 2004-2005, con datos de la Encuesta Nacional de Gastos de Hogares 2004/05. El análisis se aplica a la provincia de Santa Fe, en Argentina, una de las de mayor importancia económica y demográfica del país. Metodológicamente se aplica un modelo Logit para utilizar sus predichos y los efectos de cada variable sobre la probabilidad de compra. Los resultados indican la relevancia que tiene el tamaño, medido en términos de cantidad de miembros; la composición en función de grupos etarios y género, así como el tipo de hogares. También denotan diferencias en los patrones de consumo según las características analizadas. Se concluye sobre la relevancia de tomar en cuenta los resultados obtenidos para el diseño de programas y políticas específicas, tales como las de prevención de la salud, control de la obesidad y nutrición infantil.

**Palabras clave:** Calidad de Vida, Género, Políticas Publicas

#### **ABSTRACT**

The economic growth experienced by Argentina in the last years influenced consumption patterns, including food-away-from-home. Even though increased purchasing power was pointed as a determinant factor, other household characteristics and their interaction have been assumed relevant but not sufficiently studied. To fill the gap, the objective of this study is know the relationship between size, demographic composition and type of household in food-away-from-home-consumption for the 2004/05 period, using National Household survey data. The analysis is conducted for Santa Fe province, Argentina, one of the country's most economically and demographically important. A Logit model is used for their forecasts and each variable marginal effects on the purchasing probabilities. The results confirm the size significance, in terms of number of members; the composition significance controlling by age groups and gender; and the type of households. There also appears differences in consumption patterns according to each analysed household characteristic. The conclusions stress the importance of taking into account these results for designing specific policies and programs, such as health prevention, obesity control and children nutrition.

**Key words:** Quality of Life, Gender, Public Policy

**Recibido: 24 may. 2012**

**Aprobado: 14 set. 2012**

---

<sup>1</sup>Universidad Nacional del Litoral, Facultad de Ciencias Económicas, Instituto de Economía Aplicada Litoral. Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas. ARGENTINA rgarcia@fce.unl.edu.ar

<sup>2</sup>Universidad Nacional del Litoral, Facultad de Ciencias Económicas, Instituto de Economía Aplicada Litoral. ARGENTINA eguiguet@fce.unl.edu.ar

<sup>3</sup>Universidad Nacional del Litoral, Facultad de Ciencias Económicas, Instituto de Economía Aplicada Litoral. ARGENTINA grossini@fce.unl.edu.ar

## 1. INTRODUCCIÓN

En los últimos años, Argentina ha experimentado un fuerte crecimiento económico, con importantes cambios en el nivel de actividad y en el poder adquisitivo de la población. Con ellos, se afectó no solamente el ritmo de vida, en particular de la población urbana, sino también el de sus hábitos sociales y alimentarios, como el del consumo de alimentos fuera del hogar (AFH).

La elección de consumir AFH, además de cubrir la necesidad básica de alimentación, tiene otras dimensiones. En primer lugar, ante la posibilidad de que una mayor cantidad de adultos del hogar puedan insertarse en el mercado laboral, deja menos tiempo para realizar las tareas que requiere la preparación de alimentos, por lo que el consumo de AFH resulta funcional por el ahorro de tiempo que implica.

Además, la ausencia de los integrantes del hogar durante muchas horas exige alternativas para el cuidado y la supervisión de los menores, incluyendo la provisión de alimentos en el tiempo en que se encuentran afuera. En particular en las grandes ciudades, la asistencia a lugares de trabajo alejados, o a las instituciones educativas, puede representar un considerable tiempo de traslado tanto para adultos como para menores, que dificulta o impide el regreso al hogar al mediodía, debiéndose cubrir las necesidades alimentarias fuera del mismo.

Aparte de estas situaciones de trabajo o estudio, el consumo de AFH puede darse en ocasión de esparcimiento. Ya sea como distracción familiar o social durante los fines de semanas, o en ocasión de eventos especiales, en la cultura argentina está muy difundida la costumbre de reunirse para cenas o almuerzos en lugares públicos, sustituyendo en gran cantidad de casos, la tradicional socialización en el hogar. Esto ha sido potenciado por el mayor ingreso promedio de los hogares en la última década.

En todos los casos, el consumo de AFH puede hacerse en una gran variedad de locales, que van desde los más sofisticados bares y restaurantes hasta las cadenas de comidas rápidas. Inclusive se mantienen en algunos lugares puestos callejeros que también ofrecen sus servicios.

Estos cambios no han sido neutrales para la economía ni para la salud de los consumidores.

A pesar de los efectos económicos positivos que pudo traer el desarrollo del rubro gastronómico, se ha detectado que el consumo de algunos de los AFH tiene efectos adversos sobre la salud, en particular en relación a la obesidad y nutrición infantil (Kyureghian, 2009; Kyureghian *et al.* 2007). Es por ello que, desde las ciencias sociales y de la economía en particular (Dong, 2000; Fabiosa, 2008; Gazi Nurul, 2010; 2011, Tey *et al.*, 2009, entre otros), el aporte al conocimiento de los patrones de consumo de AFH intenta ser relevante para el diseño de políticas públicas.

Los estudios realizados sobre el consumo de AFH para Argentina (Depetris Guiguet *et al.*, 2009, 2010; García Arancibia *et al.*, 2011, García Arancibia, 2011), en forma general mostraron que habían sido particularmente relevante: el poder adquisitivo, la composición demográfica y la tipología del hogar. El poder adquisitivo por permitir disponer de ingreso adicional, particularmente con motivos de esparcimiento; la composición demográfica porque la presencia de niños, ancianos o solamente adultos, incidiría en la preferencia o necesidad de preparar alimentos caseros más saludables o con determinadas características; y la tipología, por las diferentes formas de organización de las tareas hogareñas. Si bien el factor económico ha sido siempre una variable destacada en este tipo de estudios, la influencia de los aspectos demográficos de los hogares y sus interrelaciones han tenido menor énfasis, situación que se intenta revertir en este estudio.

Por lo tanto, el objetivo del presente trabajo es conocer la relación entre el tamaño, la composición y el tipo de hogar sobre el consumo de AFH para el período 2004-2005. El análisis se aplica a la provincia de

Santa Fe, en Argentina, una de las de mayor importancia económica y la tercera provincia más poblada del país, con dos de los mayores centros urbanos, Gran Rosario y Gran Santa Fe.<sup>4</sup>

Para ello se construyen una serie de categorías que describen las características de los hogares, en base a variables ya definidas en la encuesta, como ser la cantidad de miembros, la edad y el género de sus integrantes, y el tipo de hogar considerando la relación conyugal en los mismos. Se analiza la proporción de hogares y se estima la probabilidad de consumo de AFH en función de las características demográficas de los hogares, como así también el gasto realizado por los mismos.

## **2. MATERIALES Y MÉTODOS**

Este trabajo constituye una investigación empírica sobre el consumo de AFH y su relación con características específicas de los hogares, con estimaciones obtenidas a partir de la base de datos de la Encuesta Nacional de Gasto de Hogares 2004/05 llevada a cabo por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos de Argentina (INDEC), para el caso específico de la provincia de Santa Fe (IPEC, 2010). Estas encuestas revelan los gastos en hogares de los principales aglomerados urbanos de la provincia: Gran Santa Fe y Gran Rosario. Por lo tanto, los consumos a los que se refiere responden a los generados en los mercados o circuitos comerciales corrientes. Sin embargo, dadas las dimensiones y características de tales ciudades, es muy probable que la autoproducción y autoconsumo de alimentos sea prácticamente nula.

El período de análisis en el cual se realiza esta investigación (2004-2005), se corresponde con una situación económica favorable en el país y en la provincia, con un crecimiento del producto bruto real superiores al 8% y 6%, respectivamente. Por ello, debe tenerse en cuenta que el análisis se realiza en un escenario de recuperación económica (luego del período de crisis (años 2001-2002), con una recomposición del poder adquisitivo de los hogares.

Para el análisis empírico, en primer lugar se construyen una serie de variables que hacen al consumo de AFH y otras que describen las características demográficas de los hogares. Mediante el cruzamiento de las mismas se realiza un análisis descriptivo utilizando estadísticos básicos. Luego se considera la elección dicotómica de consumo de AFH en función de las características demográficas y del poder adquisitivo de los hogares, mediante la estimación de un modelo 'logit'. En lo que sigue se presentan las variables con las que se trabaja, en función de la información disponible en la encuesta y del interés específico de la presente investigación, para luego especificar el modelo estadístico utilizado.

### **2.1 Variables Consideradas**

Para el estudio del consumo de AFH se define, en primer término, las variables disponibles que serán estudiadas. El consumo de AFH se define a partir de la categoría de "Alimentos y Bebidas Comprados y Consumidos en Restaurantes, Bares y Comedores" contenida explícitamente en la encuesta. Dentro del rubro de alimentos, la ENGH divide entre los alimentos y bebidas comprados para ser consumidos dentro del hogar y aquellos que se consumen fuera del mismo. Por lo tanto, es posible distinguir claramente el consumo de AFH dado que el gasto es imputado de acuerdo al lugar donde se consumen dichos alimentos. Sin embargo, el conjunto de AFH así definido, contiene una gama diversa de productos comestibles, de manera que no se tiene una unidad de medida específica y homogénea para que se pueda evaluar la 'cantidad' consumida. Tampoco se tiene la frecuencia con que se asiste a un bar o restaurante. Sin embargo, en la muestra se tienen dos variables que pueden caracterizar satisfactoriamente el

---

<sup>4</sup> No se ha podido aplicar a la totalidad del país por no haberse publicado la base de datos de la ENGH 2004/05 por parte del INDEC.

comportamiento del consumidor. Por un lado se conoce si el hogar consumió o no AFH durante el período de la encuesta, por lo que esta información puede ser interpretada como una elección de abstención (por ejemplo por cuestiones de salud), de solución de esquina (dado los precios o ingreso) o por el período de la encuesta junto a la infrecuencia de consumo. Estos motivos resultan fundamentales al momento de estudiar modelos de demanda con censura. Sin embargo, para los fines del presente trabajo, el hecho de que un hogar esté consumiendo AFH puede entenderse como una elección de participación en el consumo. Una manera sencilla de estimarla es por medio de la proporción muestral de los hogares o mediante un modelo de probabilidad. En este trabajo, para la primera, se especifica que se trata del porcentaje o proporción de hogares que compran en la muestra, mientras que la estimación vía probabilidad predicha del modelo se connota como probabilidad de participación en el consumo.

Otra variable disponible en la encuesta es el gasto realizado en AFH. Dados los diferentes tamaños de los hogares, resulta una mejor medida, para los fines del trabajo, el gasto *per capita*, i.e. por miembro del hogar. Por lo tanto, se toma como estadístico descriptivo básico la media del gasto de AFH por miembro, condicionado a que el hogar compró alguna cantidad de AFH (i.e. nos centraremos en el consumo ‘real’ y no ‘potencial’). También a través del gasto en AFH y el gasto total realizado por el hogar, se construye, con su cociente, la participación de los AFH en el gasto total, indicando la importancia que tiene este rubro en el presupuesto familiar.

Como medida de poder adquisitivo, se toma el gasto total en bienes y servicios del hogar en vez del ingreso total, puesto que esta última medida tiene muchas falencias en la captación estadística (sub o sobre declaración), y en general el ingreso y el gasto total están fuertemente correlacionados (García Arancibia, 2011).

Las características demográficas de los hogares que se consideran en la presente investigación, en función de los datos disponibles, pueden agruparse en aquellas que hacen al tamaño del hogar, a su composición y a las tipologías definidas a partir de la estructura familiar junto con la situación conyugal del jefe o jefa del mismo.

El tamaño de los hogares es medido por la cantidad de miembros en el hogar. Otra medida de Tamaño/Composición, es la cantidad de miembros en grupos etarios extremos: menores de 14 años y mayores de 65.

En términos de la composición del hogar, una variable adicional que se estudia es el género de los miembros. En primer lugar, se analiza el género del jefe de hogar, considerando que en otros estudios se han encontrado diferencias significativas en los patrones de consumo de AFH (Depetris Guiguet *et al.*, 2010). Ahora bien, dada la ambigüedad en la definición de jefe de hogar, se considera también el género de sus miembros, construyendo variables que indiquen la preponderancia de varones o mujeres en el hogar. Específicamente, para la caracterización por género se toman tres categorías: 1) Género del Jefe/a de hogar; 2) Predominancia: Si en el hogar es mayor la cantidad de varones o mujeres; 3) Presencia/Ausencia: Si es un hogar con o sin mujer o varón.

Respecto a las tipologías de los hogares, en la base de datos se definen cuatro tipos: 1) Hogar Unipersonal; 2) Nuclear sin hijos; 3) Nuclear con hijos; 4) Hogar Extendido. Sin embargo, la estructura de los hogares dentro de estos tipos es muy variable, por lo que, en base a la situación conyugal (Soltero/a, Unido/a, Casado/a, Separado/a o Viudo/a) se construye un total de 11 categorías, dejando agrupados los hogares extendidos a los fines de resumir la presentación. Adicionalmente, en el análisis de tales tipologías se consideran las variables género, edad y poder adquisitivo, cuando las mismas ayuden a reforzar las hipótesis que van apareciendo a lo largo de la presentación de los resultados empíricos encontrados.

## 2.2 Modelo Logit

Para la estimación de las probabilidades de consumo de AFH se especifica un modelo 'logit' usando como covariables el tamaño, la composición y las tipologías de los hogares, e incorporando el gasto total como medida de poder adquisitivo. De este modelo se utilizan los predichos en el análisis descriptivo, además de obtener el efecto de cada variable sobre la probabilidad de compra. La variable respuesta considerada ( $y_i$ ) es la elección binaria de consumir o no AFH en el hogar  $i$ . Si en el hogar se registra alguna compra positiva de AFH, luego  $y_i=1$ , mientras que  $y_i=0$  en caso contrario. Si se supone la existencia de una variable  $y_i^*$  representativa de la demanda de AFH, la misma puede modelarse por

$$y_i^* = x_i' \beta + \varepsilon_i \quad (1)$$

Donde  $x_i$  es un vector de las características del hogar  $i$ ,  $\beta$  es el vector de parámetros correspondientes y  $\varepsilon_i$  un término de error aleatorio independiente de  $x_i$  y con distribución simétrica alrededor de cero. La ecuación (1) puede ser mapeada a la indicadora  $y_i$  de forma tal que

$$y_i = \begin{cases} 1 & \text{si } y_i^* > 0 \\ 0 & \text{si } y_i^* \leq 0 \end{cases} \quad (2)$$

Sea  $F$  la función de distribución de  $\varepsilon_i$ , luego la probabilidad de consumo de AFH puede expresarse de la forma

$$\Pr(y_i = 1 | x_i) = \Pr(y_i^* > 0 | x_i) = \Pr(\varepsilon_i > -x_i \beta | x_i) = 1 - F(-x_i \beta) = F(x_i \beta) \quad (3)$$

Donde la última igualdad se da por el supuesto de simetría de la distribución de los términos de error. Por lo tanto, (3) indica que el supuesto que se realice sobre la forma específica que tome  $F$ , define un modelo en particular. Si  $F$  es la distribución normal estándar, se tiene el denominado modelo 'probit'. Si  $F(u) = \exp(u) / [1 + \exp(u)]$ , se especifica un modelo 'logit'. En el presente trabajo se utiliza este último modelo, debido a que la  $F$  involucrada constituye el enlace canónico para este tipo de modelos de respuesta binaria. Sin embargo, en general no hay diferencias importantes entre los resultados de ambos modelos. Por lo tanto, si  $p_i$  es la probabilidad condicionada de que en el hogar se consuman AFH, por (3) la misma queda modelada por:

$$p_i = \Pr(y_i = 1 | x_i) = F(x_i \beta) = \frac{\exp(x_i' \beta)}{1 + \exp(x_i' \beta)} \quad (4)$$

Los parámetros de (4) son estimados por medio del método de máxima verosimilitud, y a partir de tales estimaciones pueden computarse los efectos marginales de cada variable sobre la probabilidad de

consumo derivando (4) en el caso de que la covariable  $x_i \in x_i$  sea continua o realizando diferencias finitas en caso de que sea categórica<sup>5</sup>.

Como se mencionó anteriormente, entre las covariables incluidas en el vector  $x_i$  se tienen las características demográficas seleccionadas y una variable que representa al poder adquisitivo del hogar. Específicamente se tiene: 1) *Jefa mujer*: Variable binaria que vale uno en caso de que la jefatura esté presidida por una mujer, y cero en caso contrario; 2) *Edad del jefe/a de hogar*; 3) *Cantidad total de miembros*; 3) *Cantidad de menores de 14 años*; 4) *Cantidad de mayores de 65 años*; 5) *Predominan Hombres*: Variable binaria igual a uno si en el hogar predominan los hombres, y cero en caso contrario; 6) *Unipersonal-Soltero*: Variable binaria que vale 1 si el hogar es de tipo unipersonal y el jefe/a está soltero. Esta variable es tomada como base, por lo que las otras tipologías son interpretadas en función de esta. 7) *Unipersonal-Separado*; 8) *Unipersonal-Viudo*; 9) *Nuclear sin hijos (s/h) – Unido*; 10) *Nuclear s/h- Casado*; 11) *Nuclear con hijos (c/h)- Soltero*; 12) *Nuclear c/h- Unido*; 13) *Nuclear c/h- Casado*; 14) *Nuclear c/h- Separado*; 15) *Nuclear c/h- Viudo*; 16) *Extendido*. Estas variables ( de 7 a 16) son dicotómicas asumiendo el valor 1 cuando se trata de dicho tipo de hogar. 17) *Log del Gasto Total*: logaritmo natural del gasto total realizado en el hogar, tomado como medida del poder adquisitivo. Se toma el logaritmo por motivos de ajuste del modelo, al suavizar los extremos de la distribución del gasto total.

### 3. RESULTADOS

Los resultados se presentan a través de tres sub-secciones. En la primera se analiza la relación entre el tamaño y composición de los hogares con las distintas variables que caracterizan el consumo de AFH. En la segunda, el análisis se realiza respecto a los tipos de hogares definidos. Por último, en la tercer sub-sección se consideran los resultados del modelo logit detallando las variables estadísticamente significativas sobre la probabilidad de consumo.

#### 3.1 Tamaño y Composición de los Hogares

En primer lugar se analizan los patrones de consumo de AFH según el tamaño de hogar. La cantidad de miembros en el hogar puede afectar de diversas formas la probabilidad de consumo como del gasto en AFH, por lo que el efecto final depende de cuál de ellos prevalezca. Por un lado, el mayor tamaño puede tener un efecto negativo sobre el consumo de AFH debido al mayor costo relativo de AFH respecto a los consumidos en él, y a las mayores economías de escala en la preparación de alimentos dentro del hogar (Vernon, 2004). Por otra parte, considerando el modelo de Barten (1964), las economías de escala en el consumo de bienes públicos del hogar generan una liberación de recursos que pueden ser destinado al consumo de bienes privados, como ser los AFH (Deaton y Paxson, 1998). A su vez, en hogares con un mayor número de miembros es más probable que más integrantes del mismo deban almorzar fuera del hogar por el horario de trabajo o escolaridad de horarios de corrido. Adicionalmente, en familias más numerosas a la hora de compartir una salida de esparcimiento, los comedores y restaurantes familiares suelen ser la mejor opción para ello.

En el Gráfico 1 del Anexo se presenta por un lado, la proporción de hogares que compraron AFH (Parte (a)) y el gasto promedio *per capita* (Parte (b)) según la cantidad de miembros en el hogar. Se observa que la proporción de hogares que consumen AFH es mayor cuando se incrementa el número de miembros

<sup>5</sup> Para una revisión más detallada del modelo ver Wooldridge (2002) y Long y Freese (2005)



hasta un total de cuatro, comenzando luego a disminuir. A su vez, entre hogares con un número de 3 a 9 miembros, la proporción de hogares consumidores es mayor que en hogares unipersonales y que en aquéllos conformados por dos personas. Para hogares de mayor tamaño (más de 10 miembros), la proporción de hogares que compran AFH disminuye significativamente.

Al analizar el gasto promedio por miembro (entre aquellos hogares que participan en el consumo de AFH), se observa que el mismo es decreciente a medida que se incrementa el tamaño del hogar. Particularmente, la diferencia más notable se da entre los hogares unipersonales y el resto. Si bien esta diferencia puede deberse a que entre los hogares unipersonales que consumen AFH la frecuencia de compra sería mayor, también puede haber un efecto precio o calidad por asistencia a lugares más costosos.

El predominio de grupos etarios extremos en el hogar puede ser determinante en el consumo de alimentos y bebidas fuera del hogar, especialmente teniendo en cuenta que muchos de los AFH en general se asocian con efectos adversos sobre la salud de los consumidores. Por lo tanto, una hipótesis comúnmente sostenida y testeada (García Arancibia *et al.*, 2011; García Arancibia, 2011) es la disminución de la probabilidad de consumo y del gasto en AFH, en hogares con mayor cantidad de menores y mayores de edad. En esto descansa la hipótesis de que las estrategias familiares están orientadas a la protección de sus miembros más vulnerables (Calvo y Aguirre, 2005). En el Gráfico 2 se presenta la probabilidad predicha del modelo que incorpora el tamaño y la tipología de los hogares, según el poder adquisitivo de los hogares medida a partir del gasto total en bienes y servicios (tomada en logaritmo para suavizar la distribución). Del mismo se observa que las diferencias en las probabilidades de consumo aparecen a partir de hogares con ingresos mayores o iguales al promedio, mientras que en hogares con bajo poder adquisitivo, a la vez de que las probabilidades de consumo son cercanas a cero, no existen diferencias importantes según la cantidad de menores. En la Gráfica se puede apreciar que la probabilidad predicha de consumo de AFH de un hogar sin menores puede representar el doble que en hogares con 4 menores, particularmente en hogares con un poder adquisitivo medio-alto. A su vez, esta última duplica la probabilidad de consumo de hogares con 7 menores de edad.

Para el caso de miembros mayores de 65 años (Gráfico 3) se observa que en general, la probabilidad de consumo disminuye para cualquier nivel de gasto total, y al igual que en el caso de miembros menores, la brecha se acentúa para niveles medios-altos del poder adquisitivo.

Como mencionamos anteriormente, otra variable de especial interés que caracteriza al hogar es su composición de acuerdo al género de sus miembros. Ahora bien, ¿Cuál es el comportamiento esperado del consumo de AFH respecto al género de los consumidores? Considerando que el consumo de AFH implica un ahorro del tiempo en términos del menor trabajo doméstico, dada la distribución por género del mismo, es de esperarse que en hogares con más varones y la presencia de al menos una mujer, implique un menor consumo de AFH, puesto que, socialmente, la tarea de preparación de alimentos en el hogar, como el trabajo doméstico en general, forman parte del ámbito femenino (Borrás Catalá, 2007; Davies, 2006; Ribeiro Ferreira, 2004). Por lo tanto, la presencia de una mujer aumentaría las chances de preparación de alimentos en el hogar disminuyendo así el consumo de AFH. Sin embargo, en un hogar sin varones, es más probable que al menos una mujer del hogar participe en el mercado laboral, por lo que el consumo de alimentos fuera del hogar puede ser preferido al implicar un ahorro del tiempo para otras actividades<sup>6</sup>.

En la Tabla 1 se presenta la descripción de la proporción de hogares que participa en el consumo de AFH y, entre éstos, el Gasto promedio por miembro, según el conjunto de variables que representa la composición por género del hogar definidas en la sección metodológica.

<sup>6</sup> En estas hipótesis se encuentra el supuesto de una cierta inflexibilidad en la división sexual del trabajo doméstico dentro del modelo patriarcal de la familia. Para un tratamiento extensivo sobre el trabajo doméstico y su división por género ver Treas y Drobnic (2010)

Del género del jefe/a de hogar se observa que hay una mayor proporción de hogares con jefe varón que consumen AFH respecto a aquellos hogares con jefas mujeres, y tal diferencia es estadísticamente significativa. Sin embargo, entre aquellos hogares consumidores de AFH, no hay diferencias en los gastos por miembro.

En los hogares donde predominan los hombres, la participación y el gasto por miembro que realiza el hogar, es significativamente mayor que en aquellos hogares donde predominan las mujeres, siendo compatible con las hipótesis anteriormente planteadas.

Por su parte, la ausencia de varones en un hogar disminuye la proporción de participación en el consumo, pero aumenta el gasto por miembro, aunque tal diferencia no es significativa.

La mayor diferencia se detecta en el aumento en el gasto por miembro cuando en el hogar no hay mujeres, indicando con ello la menor disposición a la preparación de alimentos en el hogar por parte de los hombres.

Si bien estos resultados parecen concordar con gran parte de los enfoques teóricos que abordan las diferencias de género en el trabajo doméstico, y en particular, en la preparación de alimentos en el hogar, tales resultados sugieren la realización de un estudio más profundo y dirigido a detectar de manera más precisa tales diferencias. Dado que escapa a los objetivos del presente trabajo, se propone como línea de investigación futura.

### 3.2 Tipos de Hogares

Con las definiciones realizadas sobre las tipologías de los hogares, en primer lugar se analizan las probabilidades predichas de que los hogares participen en el consumo de AFH, y entre éstos el gasto promedio por miembro realizado en los mismos.

En los hogares unipersonales, la probabilidad de consumo en hogares con individuos solteros es mayor respecto a aquéllos compuestos por personas separadas o viudas. Sólo el 10% de las personas viudas participan en el consumo de AFH, siendo en su mayoría hogares con mujeres mayores (Ver Tabla 2 del Anexo). Sin embargo, entre aquéllos que participan en el consumo, el menor gasto lo realizan las personas solteras, y el mayor las separadas, lo que puede deberse tanto a una mayor frecuencia como al consumo en lugares más costosos. A su vez, en los hogares unipersonales, el gasto por miembro y la participación de los AFH en el gasto total (Gráfico 4) es significativamente mayor al realizado en hogares nucleares y extendidos, lo que es consistente con las economías de escala derivadas de la preparación de alimentos en el hogar para más de una persona.

Entre los hogares nucleares sin hijos, hay una mayor probabilidad de participación y gasto por miembro en los hogares con cónyuges unidos que casados. En promedio, los primeros están compuestos por personas más jóvenes, con un promedio de edad de 47 años del jefe, mientras que en los segundos la edad promedio del mismo es de 65 años. Por lo tanto, estos resultados son coincidentes con los encontrados al analizar el consumo de AFH según miembros de grupos etáreos extremos.

En los hogares nucleares con hijos, aquellos con jefe/a soltero/a, donde más del 80% se corresponde con hogares de madres solteras (Tabla 2), la probabilidad de consumo es relativamente baja. Sin embargo, los resultados muestran que si en estos hogares se consume AFH, el gasto por miembro realizado en el mismo es mayor respecto a los demás tipos de hogares nucleares. En el Gráfico 4 se observa que en aquellos hogares nucleares con hijos y donde, predominantemente, la madre es soltera, la participación del gasto en AFH sobre el gasto total es la mayor en relación a todos los tipos de hogares. Esto resulta razonable dado

que, generalmente en estos casos, es la madre quien debe mantener económicamente el hogar y a la vez estar a cargo de la preparación de alimentos, por lo que el consumo de AFH puede ser preferente en función del ahorro de tiempo.

Algo similar ocurre en los hogares nucleares con hijos y jefe/a viudo, donde el 85% son mujeres. En este caso, la probabilidad de consumo es mayor y el gasto por miembro es un poco menor. La mayor diferencia se detecta en la participación que tienen los AFH en el gasto total, donde en los hogares con jefe/a viudo/a es significativamente menor al caso de hogares nucleares con jefe/a soltero/a. Dado que en los primeros la edad promedio del jefe/a es de 61 años, mientras que en el segundo es de 41, es posible que la diferencia revelada en la importancia presupuestaria de los AFH se halle en un mayor poder adquisitivo de los hogares con viudos/as, suponiendo la existencia de un efecto positivo de la antigüedad sobre la percepción de ingresos, lo que se refleja en un mayor gasto total por miembro (Tabla 1).

Entre los hogares nucleares con hijos con jefes casados o separados, un poco menos de la mitad consume AFH, siendo mayor en el último caso. En los hogares con cónyuges unidos con hijos, la probabilidad de consumo y el gasto por miembro son los más bajos entre todos los tipos de hogares nucleares con hijos, siendo en general parejas jóvenes (con una edad promedio del jefe de 39 años) y por ello es probable que las actitudes de ahorro para compra de otros bienes durables (principalmente, la vivienda) como así también el menor ingreso disponible, genere una abstención a la salida a bares y/o restaurantes. Esto también se refuerza en la Gráfica 4 donde para estos hogares los AFH tienen menor importancia relativa en el presupuesto familiar respecto a los otros tipos de hogares. Este resultado se refuerza al considerar que estos tipos de hogares son los que poseen, en promedio, el menor gasto total por miembro, y por ende el menor poder adquisitivo.

Por su parte, los hogares extendidos que consumen AFH tienen un gasto por miembro relativamente bajo como así también su nivel de gastos totales (para ambas categorías, en segundo lugar luego de los hogares nucleares con hijos y jefe/a unido). Por lo tanto, estos indicios de un consumo relativamente bajo en hogares extendidos pueden relacionarse con el menor poder adquisitivo de los mismos.

### 3.3 Efectos Marginales en la Probabilidad de Consumo

A los fines de complementar los resultados descriptivos anteriores, se presentan los resultados del modelo logit a los fines de detectar cuáles son las variables que tienen un impacto estadísticamente significativo sobre la probabilidad de consumo. En la Tabla 4 se presentan los coeficientes estimados y efectos marginales de las variables seleccionadas para explicar la decisión dicotómica de consumo de AFH. Adicionalmente, del modelo presentado en la presente investigación, se probaron alternativas con la incorporación de variables adicionales. En particular se probó un modelo en donde se adicionaba la edad del jefe/a, la cantidad de miembros y logaritmo del gasto total elevadas al cuadrado, sin embargo a la vez de que tales efectos no mostraron ser significativos, tampoco mejoraron el ajuste del modelo. Otros tipos de variables socioeconómicas, como el nivel de instrucción y la categoría ocupacional del jefe/a de hogar, también fueron incorporadas no mostrando impacto significativo en las probabilidades de consumo, por lo que se decidió trabajar solo con aquellas variables que hacen a las características demográficas de los hogares más una medida del poder adquisitivo de los mismos.

De las variables que hacen al tamaño del hogar, la cantidad total de miembros tiene un signo positivo mostrando que en promedio un miembro más incrementa la probabilidad de consumo en 2%. Por lo tanto, la relación positiva parece sopesar sobre la disminución posterior que se da en hogares con mayor cantidad de miembros como se vio anteriormente. Por su parte, la cantidad de menores de 14 años es estadísticamente significativa, y su coeficiente muestra el signo esperado. Para el caso de mayores de 65 años, la disminución en la probabilidad de consumo no resulta significativa. Sin embargo, tal efecto puede

verse apaciguado con la incorporación de la edad del jefe/a de hogar, cuyo impacto sobre la probabilidad es negativo.

Las variables que hacen al género del jefe/a de hogar no son estadísticamente significativas en la probabilidad de consumo. A su vez, si bien el hecho de que en el hogar la jefatura esté presidida por una mujer impacta negativamente, coincidiendo con los resultados hallados anteriormente, la predominancia tienen un signo contrario al esperado, aunque tal efecto no es significativo.

Respecto a los tipos de hogares, se toma como base el hogar unipersonal cuyo jefe/a es soltero, por lo que los coeficientes y efectos marginales deben ser interpretados en función de ello. Los hogares unipersonales con jefe/a viudo/a tienen una menor probabilidad de consumo y tal diferencia es significativa al 10%. Respecto a los hogares unipersonales con jefe/a separado/a no hay diferencias significativas en relación al tipo base. Entre los hogares nucleares sin hijos, sólo aquéllos donde el jefe/a está casado, la diferencia en la probabilidad predicha es significativa, siendo en promedio menor en un 16% de probabilidad respecto al tipo base. Entre los hogares nucleares con hijos sólo aquéllos donde el jefe/a está casado/a o unido/a las diferencias son estadísticamente significativas, con una probabilidad menor en 10% y 14%, respectivamente. También puede observarse que entre todos los hogares nucleares, aquél en el que jefe/a es separado/a y tiene hijos es el único que presenta una probabilidad predicha mayor respecto al hogar unipersonal-soltero, a pesar de que tal diferencia no es estadísticamente significativa. Por último, en los hogares extendidos hay una probabilidad significativa menor de consumo respecto al tipo de hogar base, en un promedio de 9% de probabilidad.

La variable que representa el poder adquisitivo del hogar (logaritmo del gasto total), tiene un impacto positivo y estadísticamente significativo sobre la probabilidad de consumo de AFH, mostrando que si se duplica el poder adquisitivo la probabilidad de consumo se incrementa en un 27%.

#### 4. CONCLUSIONES

En este trabajo se estudió la relación entre los patrones de consumo de AFH y las características de los hogares dadas por el tamaño, la composición y los tipos de hogares, a partir de un análisis estadístico básico, planteando hipótesis de comportamiento acordes a diferentes posturas teóricas, a medida que se fueron obteniendo los resultados empíricos.

Respecto al tamaño, medido a través de la cantidad de miembros, el efecto sobre la probabilidad de consumo de AFH parece ser 'cuadrático' en el sentido de que es positivo para niveles pequeños, y negativo para los hogares más poblados. Al considerar la cantidad de miembros por grupos etarios, los resultados son consistentes con la hipótesis de una mayor abstención al ser grupos 'nutricionalmente más vulnerables'. Respecto al género, los resultados apuntan a una mayor inclinación de los varones sobre las mujeres en el consumo de AFH, detectándose que la presencia de al menos una mujer, disminuye significativamente el gasto por miembro en AFH, aunque no se observa un impacto significativo sobre la probabilidad de consumo. Estos resultados sugieren seguir avanzando en la línea específica de las diferencias de género a los fines de obtener resultados más precisos.

Respecto a los tipos de hogar, se encuentra que en los hogares unipersonales hay una mayor tendencia al consumo de AFH. Se pudo ver que en hogares nucleares con hijos con madres solteras y viudas, el gasto en AFH, entre aquellos hogares que consumen, es mayor respecto a todos los demás tipos de hogares con presencia de hijos, detectándose algunas diferencias en función de la edad y del poder adquisitivo. También al analizar los hogares nucleares sin hijos, la edad del jefe parece marcar la diferencia en el consumo de AFH.

Si bien este trabajo ha estado enfocado en el análisis de las características socioeconómicas y demográficas de los hogares y su relación con el consumo de AFH, existen otros factores contextuales que pueden ser cruciales en las decisiones de consumo del hogar. Los cambios en la situación socioeconómica de un país (como ser entre períodos de auge y crisis) y la variación en los precios relativos suelen afectar la forma en que se distribuye el presupuesto de los hogares entre las diferentes partidas de gasto, sea de forma directa por abaratamiento relativo de algunos bienes o indirectamente por cambios en la organización familiar que determinan otros patrones alimentarios. Sin embargo, para abordar tales factores desde una perspectiva empírica, es necesario contar con datos longitudinales en los que se detecte diferentes contextos en el cual las familias toman sus decisiones de consumo. Dada la forma en que suelen realizarse las ENGH en Argentina, no es trivial dicho análisis al existir importantes cambios metodológicos en la elaboración de las mismas.

Relacionado con esto, debe tenerse en cuenta que el panorama socioeconómico del país en el período de análisis (2004-2005) se corresponde con una situación de recuperación de un período anterior de crisis (2001-2002), con un importante crecimiento en el ingreso y en el empleo. Sería interesante contar con otros posibles escenarios, como ser los correspondientes a los períodos de crisis, para entender como la misma se expresa en la relación entre el consumo de AFH y las características socio-demográficas de los hogares, y comparar con los resultados encontrados en este trabajo en un contexto macroeconómico favorable. Dado que actualmente se están revelando datos para una nueva ENGH, una vez que la misma sea publicada, se espera continuar en esta línea de investigación, contemplando un período de crisis internacional, y un contexto de desaceleración e inflación en el ámbito nacional.

Por último, se destaca que el análisis del consumo de AFH en esta región de Argentina, profundizando algunos aspectos demográficos de los hogares más allá de los puramente económicos, ha permitido puntualizar la importancia que los mismos tienen para ser incluidos en diseños de políticas públicas. En particular, contribuye a justificar la necesidad de tomar en cuenta las características de los hogares y el comportamiento en el consumo de AFH en medidas de políticas de salud, y de programas de prevención en aspectos tales como los de obesidad y nutrición infantil. Los patrones que aparecen con este tipo de estudio también pueden ser aprovechados por los profesionales que atienden diversos aspectos de la salud para la formación de expectativas de comportamiento global, y de un mejor diagnóstico ante los casos que se les presentan.

## 5. REFERENCIAS

- Barten, A. (1964). Family composition, prices and expenditure patterns. *Econometric Analysis for National Economic Planning*; edited by Hart P., Mills G. & J. Whitaker. London: Butterworths.
- Borrás Catalá V. (2007). Las desigualdades en el consumo a través del género. *RES* (8), 139-156.
- Calvo B. y P. Aguirre (2005). Crisis de la seguridad alimentaria en la Argentina y estado nutricional en una población vulnerable. *Pediatría Sanitaria y Social*, 103(1), 77-90.
- Davies S. (2006). Income, gender and consumption: A study of Malawian households. MPRA Paper No. 2944, University of Bath, UK.
- Deaton A. y C. Paxson. (1998). Economies of scale, household size, and the demand for Food, *The Journal of Political Economy* 106 (5), 897-930.

Depetris Guiguet E. y R. García Arancibia (2009). Diferencias regionales en el consumo de alimentos fuera del hogar en los '90. Jornadas de Estudios Interdisciplinarios Agrarios y Agroindustriales, CIEA, Buenos Aires.

Depetris Guiguet E., R. García Arancibia y N. Ansaldo (2010). Consumo de alimentos fuera del hogar. Una visión desde el género aplicada a la Región Pampeana Argentina en los '90" Actas del *XVII Encuentro de Cátedras de Ciencias Sociales y Humanísticas para las Ciencias Económicas*, 10-11 de Junio, Salta, Argentina.

Dong, D., Byrne, P.J., Saha, A. y Capps, O. Jr. (2000). Determinants for food-away-from-home visit frequency: A count-data approach, *Journal of Restaurant and Foodservice Marketing* 4 (1), 31-46.

Fabiosa J. (2008). The Food Away From Home Consumption Expenditure Pattern in Egypt", Working Paper 08- WP 474, Center of Agricultural and Rural Development, July.

García Arancibia R., Rossini G. y Depetris Guiguet E. (2011). Un Modelo de Elección Multinomial de Consumo de Alimentos Fuera del Hogar con Datos de Encuesta de Hogares. *Cuadernos del Cimbaje* (13), 1-22.

García Arancibia R. (2011). Curvas de Engel de alimentos fuera del hogar según circunstancia de consumo. El caso de Argentina, próximamente en *Cuadernos de Economía*, Colombia.

Gazi Nurul, I., Tai Shzee Y., Kusairi Mohd, N. and Abdullah, N. (2010). Household expenditure on food-away-from-home by type of meal in Malaysia. *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities* 18 (2): 285-294.

INDEC (2010). *Censo 2010. Resultados provisionales*. [www.censo2010.indec.gov.ar/](http://www.censo2010.indec.gov.ar/)

IPEC Santa Fe (2010). *Encuesta Nacional de Gastos de Hogares de la Provincia de Santa Fe*. Convenio IPEC-UNL. 2010.

Kyureghian, G. (2009). Food away from home consumption and obesity: Is 'average consumer' a myth or reality? *Agricultural & Applied Economics Association & The American Council on Consumer Interests Joint Meeting*, Milwaukee, Wisconsin, May 26-29.

Kyureghian G., Nayga R. Jr., Davis G. and Lin, B. H. (2007). Food away from home consumption and obesity: An analysis by service type and by meal occasion. *American Agricultural Economics Association*, Annual Meeting, Portland, Oregon, July 29- August 1.

Ribeiro Ferreira M. (2004). Relaciones de género: Equilibrio entre las responsabilidades familiares y profesionales. *Papeles de Población* (39), 219-237.

Scott Long, J. and J. Fresse, J. (2005). [\*Regression models for categorical dependent variables using Stata\*](#), Stata Press, College Station: Texas, Second Edition

Tey, Y., Shamsudin, M., Mohamed, Z. Abdullah, A. y Radam, A. (2009). "Evidence of Engel Curve in food away from home: A study of Malaysia" MPRA Paper N° 1483, April.

Treas, J. and S. Drobic (eds.) (2010). *Dividing the domestic: men, women and household work in cross-national perspective*. Stanford University Press, Standford, California.

Vernon, V. (2004). *Household economies of scale, food consumption and intra-household allocation of time*. Ph.D. Dissertation, The University of Texas at Austin.

Wooldridge, J. (2002). *Econometric analysis of cross section and panel data. Introducción a la econometría: Un enfoque moderno*. The MIT Press, Cambridge, Massachusetts.

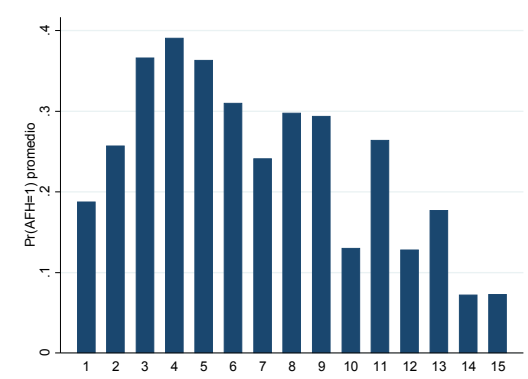
## **6. AGRADECIMIENTOS**

Este trabajo se realizó con el financiamiento y dentro del marco de los proyectos CAID-UNL No. 25-130 y Agencia-PICT 0654.

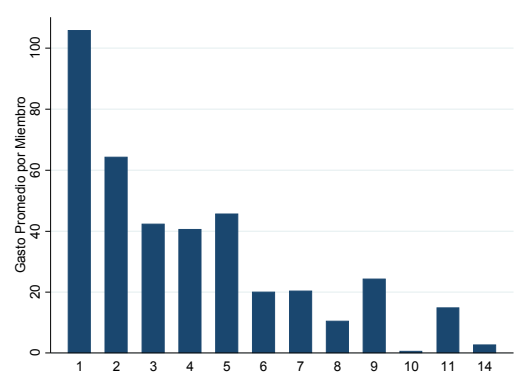
## ANEXO: Gráficos y Tablas

**Gráfico 1.** Proporción de Hogares que compran AFH según cantidad de miembros en el hogar y Gasto Promedio en AFH por miembro

(a) Proporción de hogares

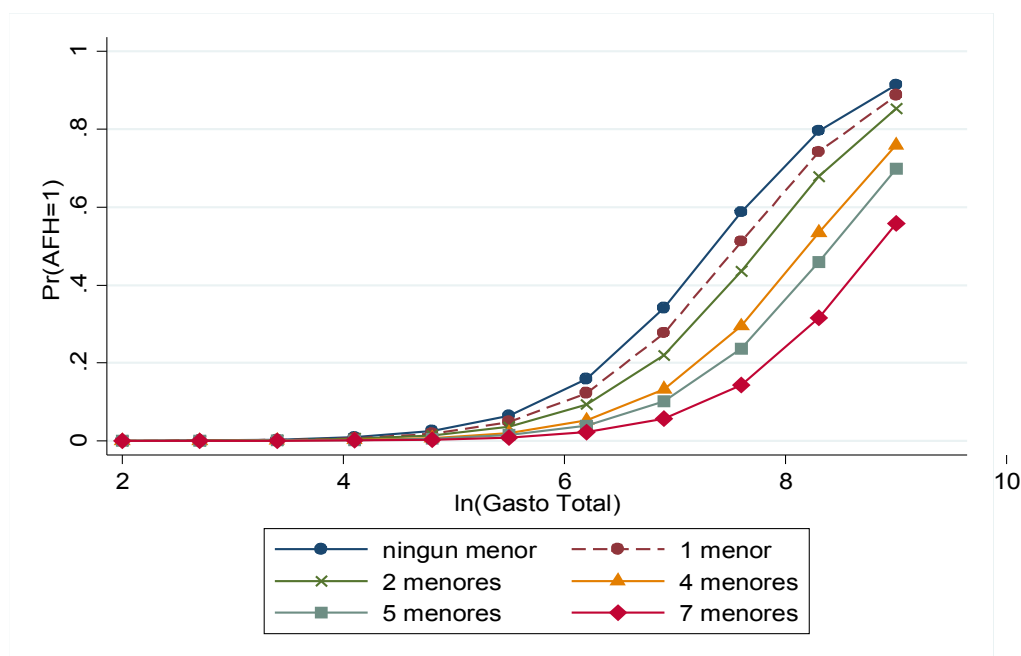


(b) Gasto Promedio por Miembro (\$ mensuales)



Fuente: Elaboración Propia en base a la ENGH 2004/05

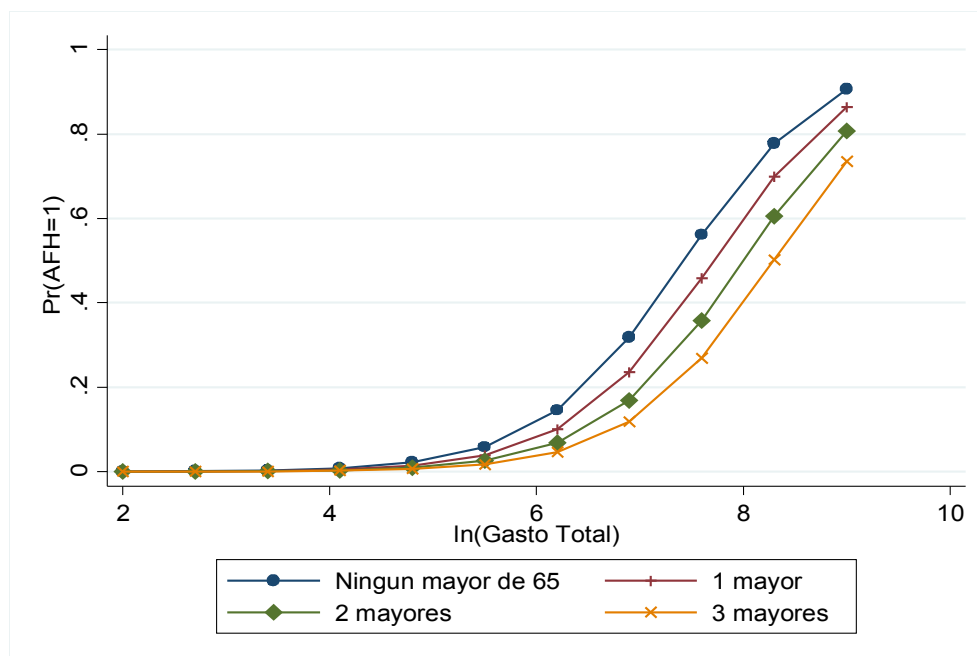
**Gráfico 2.** Probabilidad de Consumo de AFH según Poder Adquisitivo y Cantidad de Miembros menores de 14 años



Fuente: Elaboración Propia en base a la ENGH 2004/05



**Grafico 3.** Probabilidad de Consumo de AFH según Poder Adquisitivo y Cantidad de Miembros mayores de 65 años



**Fuente:** Elaboración Propia en base a la ENGH 2004/05

**Tabla 1.** Participación en el consumo en AFH y Gasto por miembro según Características de Género en la Composición del hogar.

	Participación en el consumo de AFH	Gasto en AFH por miembro
<b>Genero Jefe/a</b>		
Hombre	0,332 (0,0135)	50,318 (3,61)
Mujer	0,259 (0,019)	50,309 (4,91)
<i>Diferencia</i>	0,072***	0,009
<b>Predominan</b>		
Hombres	0,34 (0,02)	60,43 (6,48)
Mujeres	0,30 (0,013)	45,07 (2,97)
<i>Diferencia</i>	0,04*	15,36**
<b>Presencia de H</b>		
Sin Hombres	0,21 (0,025)	53,09 (8,08)
Con Hombres	0,33 (0,012)	50 (3,17)
<i>Diferencia</i>	-0,12 ***	3,09
<b>Presencia de M</b>		
Sin Mujeres	0,35 (0,045)	120,17 (19,06)
Con Mujeres	0,30 (0,011)	44,75 (2,67)
<i>Diferencia</i>	0,05	75,42***

Fuente: Elaboración propia en base a la ENGH 2004/05.

\*\*\*Estadísticamente significativo al 1%

\*\*significativo al 5%

\* significativo al 10%. Errores Estándares entre paréntesis.

**Tabla 2.** Probabilidades de consumo de AFH y Gasto por miembro según Tipo de hogar.

Tipo de Hogar	Probabilidad Estimada de consumo de AFH	Gasto en AFH por miembro (\$ mensuales)
<b>Unipersonal</b>		
Soltero	0,32	91,04
Separado	0,24	143,76
Viudo	0,10	109,92
<b>Nuclear s/h</b>		
Unido	0,32	76,45
Casado	0,21	61,97
<b>Nuclear c/h</b>		
Soltero	0,26	58,74
Unido	0,22	29,42
Casado	0,40	42,62
Separado	0,44	45,53
Viudo	0,35	53,54
<b>Extendido</b>	0,32	38,71

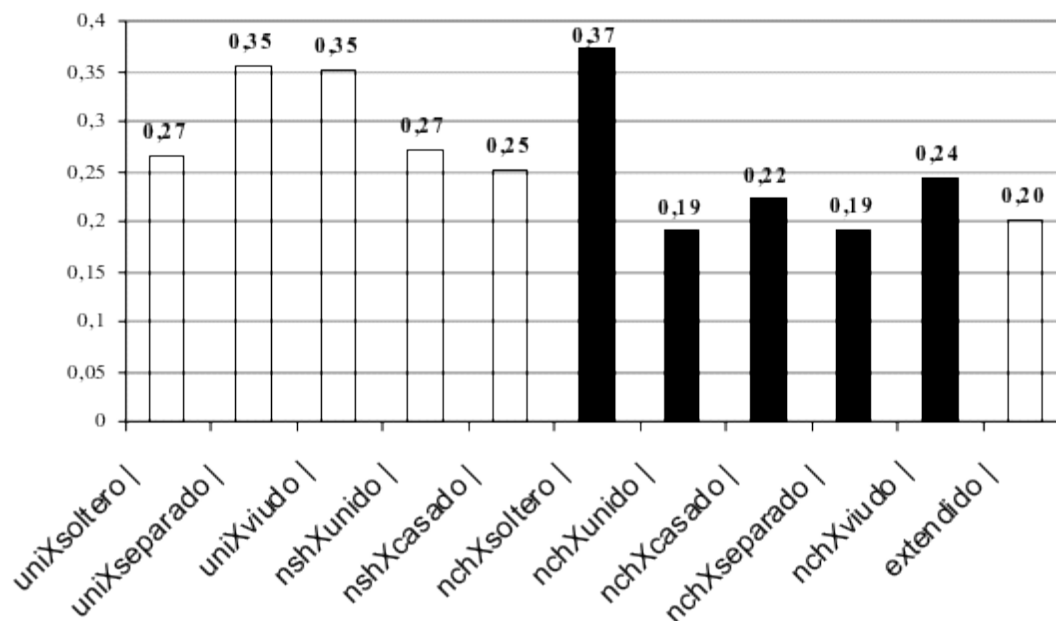
Fuente: Elaboración propia en base a la ENGH 2004/05

**Tabla 3.** Género, Edad del Jefe y Gasto Total en los distintos Tipos de Hogares

Tipo de Hogar	% De Jefas Mujeres	Edad Promedio del Jefe/a	Gasto Total por Miembro
<b>Unipersonal</b>			
Soltero/a	48,1	52	785,84
Separado/a	42,1	58	587,81
Viudo/a	84,4	74	532,35
<b>Nuclear s/h</b>			
Unido/a	10,5	47	498,71
Casado/a	7,7	65	591,61
<b>Nuclear c/h</b>			
Soltero/a	81,6	41	312,96
Unido/a	10,9	39	252,36
Casado/a	5,7	45	397,30
Separado/a	87,7	45	412,28
Viudo/a	85,3	62	477,49
<b>Extendido</b>	41,1	52	325,17

Fuente: Elaboración propia en base a la ENGH 2004/05

**Gráfico 4.** Participación del Gasto en AFH según tipos de hogares  
(Gasto en AFH/Gasto Total, Calculado sobre hogares que consumen AFH)



Fuente: Elaboración propia en base a la ENGH 2004/05

**Tabla 4.** Coeficientes y Efectos Marginales del Modelo Logit

VARIABLES	Coeficientes	Efectos Marginales
Jefa Mujer	-0.138 (0.180)	-0.0257 (0.0334)
Edad jefe/a de hogar	-0.0154*** (0.00589)	-0.00286*** (0.00109)
Cantidad total de miembros	0.111* (0.0645)	0.0205* (0.0120)
Cantidad de Menores de 14	-0.396*** (0.0877)	-0.0735*** (0.0163)
Cantidad de Mayores de 65	-0.198 (0.143)	-0.0369 (0.0265)
Predominan Hombres	-0.0791 (0.138)	-0.0146 (0.0253)
Unipersonal-Separado	-0.0368 (0.514)	-0.00677 (0.0938)
Unipersonal-Viudo	-0.606 (0.434)	-0.0978* (0.0595)
Nuclear s/h –Unido	-0.578 (0.444)	-0.0926 (0.0598)
Nuclear s/h- Casado	-1.117*** (0.368)	-0.163*** (0.0403)
Nuclear c/h – Soltero	-0.239 (0.505)	-0.0418 (0.0827)
Nuclear c/h –Unido	-0.932** (0.381)	-0.140*** (0.0449)
Nuclear c/h – Casado	-0.603* (0.340)	-0.106* (0.0557)
Nuclear c/h- Separado	0.0827 (0.402)	0.0157 (0.0775)
Nuclear c/h Xviudo	-0.376 (0.414)	-0.0636 (0.0634)
Extendido	-0.582 (0.364)	-0.0978* (0.0548)
Log del Gasto Total	1.431*** (0.0978)	0.266*** (0.0169)
Constante	-9.156*** (0.823)	
<i>Pseudo R2</i>	0.2016	
<i>Log Verosimilitud</i>	-862.51	
<i>Observaciones</i>	1,747	

Fuente: Elaboración propia en base a la ENGH 2004/05. \*\*\*Estadísticamente significativo al 1% \*\*significativo al 5% \* significativo al 10%. Desvíos Estándares entre paréntesis.