

¿Cómo los demás influyen nuestro consumo?

Un análisis del consumo visible y los grupos de referencia en Uruguay

Julieta Zurbrigg

Programa de Maestría en Economía de la Facultad de Ciencias
Económicas, Universidad de la República.

Montevideo - Uruguay

Julio de 2021

¿Cómo los demás influyen nuestro consumo?

Un análisis del consumo visible y los grupos de referencia en Uruguay

Julieta Zurbrigg

Tesis de Maestría presentada al Programa de Maestría en Economía de la Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de la República, como parte de los requisitos para la obtención del título de Magíster en Economía.

Director de tesis:

Profesor Titular Dr. Martin Leites

Director académico:

Profesor Titular Dr. Rodrigo Ceni

Montevideo - Uruguay

Julio de 2021

INTEGRANTES DEL TRIBUNAL DE DEFENSA DE TESIS

Ejemplo: Profesor Titular Dr. Nombre Apellido

Ejemplo: Profesor Titular Dr. Nombre Apellido

Ejemplo: Profesor Titular Dr. Nombre Apellido

Montevideo - Uruguay

Julio de 2021

Resumen

En este trabajo se explora el consumo posicional de los hogares uruguayos a partir de la estimación empírica del rol del grupo de pares en el gasto en consumo visible. Utilizando los datos de la última encuesta de gastos en ingresos correspondiente a 2016/2017 se analiza cómo las comparaciones afectan el gasto en distintas canastas de bienes visibles. Al igual que en los antecedentes revisado se considera consumo visible al gasto en vestimenta, joyas, cuidado personal y vehículos, pero, además, este trabajo innova en la inclusión de gastos en experiencias como viajes, recreación, salidas a comer y fiestas dentro de la canasta de consumo visible. Las estimaciones se realizan para distintas definiciones del grupo de referencia, teniendo en cuenta tanto la ubicación geográfica del hogar como características sociodemográficas. Una de las definiciones incluye por primera vez para Uruguay la étnico-racial, una variable generalmente considerada relevante para la conformación de los grupos (Kaus, 2013). Las estimaciones muestran que el grupo de referencia afecta el gasto en consumo visible y este resultado es robusto para todas las definiciones del grupo de pares. Sin embargo, el efecto es diferente entre los bienes visibles básicos y los nuevos bienes visibles considerados en este trabajo. Pertenecer a un grupo de menores ingresos estimularía el consumo de vestimenta, vehículos y los gastos en cuidado personal, en tanto la situación inversa se encuentra en el caso de los gastos en viajes y actividades recreativas.

Palabras clave

Consumo posicional; Bienes visibles; Grupos de referencia

Contenidos

1.	Introducción	1
2.	Fundamentos teóricos	4
2.1	El rol de las comparaciones en las decisiones de consumo	4
2.2	Modelo teórico sobre las decisiones de consumo posicional motivadas por el grupo de referencia	5
3.	Antecedentes	8
3.1	Antecedentes sobre la determinación de los grupos de referencia	8
3.2	Antecedentes sobre la determinación de la canasta de bienes posicionales	9
3.3	Antecedentes sobre los gastos en consumo posicional y el rol del grupo de referencia	12
4.	Estrategia empírica	15
4.1	Preguntas de investigación e hipótesis	15
4.2	Modelo de análisis	16
4.3	Fuente de datos y definición de variables	19
4.3.1	<i>Variables del modelo de análisis</i>	20
4.3.2	<i>Determinación del grupo de referencia</i>	22
4.3.3	<i>Elección de la canasta de bienes visibles</i>	25
4.3.4	<i>Descriptivas del gasto en bienes visibles</i>	27
5.	Resultados	31
5.1	El consumo de bienes visibles	31
5.2	El rol del grupo de referencia en el consumo de bienes visibles	35
5.3	Explorando las desigualdades dentro de los grupos y la dirección de las comparaciones	37
5.4	Explorando las diferencias en rol del grupo de referencia en el consumo de nuevos bienes visibles	45
6.	Conclusiones	48

1. Introducción

Los trabajos que estudian las decisiones de consumo no pueden eludir el hecho de que al menos parte de éstas están influenciadas por quienes nos rodean. Además de consumir con el fin de disfrutar de las características intrínsecas de los bienes y servicios, el consumo puede estar motivado por la imagen que un individuo quiere mostrar a los demás. Esta doble motivación detrás del consumo ya es discutida en los trabajos pioneros de Veblen (1899) quien plantea que, para satisfacer sus deseos de reconocimiento social y estatus, las personas intentan mostrar su riqueza a los demás, como ésta es inobservable, una forma de comunicarla es a través del consumo. Esta idea es retomada en trabajos posteriores como el de Frank (1985) quien define el consumo posicional como aquel que genera utilidad tanto directamente (como cualquier consumo), como indirectamente, consecuencia de la señal que ese consumo da sobre la posición socioeconómica del individuo.

Comprender el rol de los pares en el consumo es clave para evitar efectos indirectos e indeseados derivados de un mayor gasto en consumo posicional (Clark et al., 2008). Si algunos individuos deciden reorganizar sus recursos para gastar más en consumo posicional, los que decidan no hacerlo quedarán rezagados en la carrera por el consumo, por ende, para señalizarse deberán aumentar su gasto en bienes posicionales. Al final, como resultado de esta carrera, se dedican demasiados recursos a bienes posicionales y las ganancias de utilidad derivadas del reconocimiento social que generaba el consumo de estos bienes desaparecen (Frank 1985; Frank, 2005). En consecuencia, la competencia por consumo posicional podría generar externalidades negativas y tener efectos adversos en el bienestar de la sociedad y el medio ambiente. Además, en general los estudios señalan que los sectores más desfavorecidos de la sociedad son más propensos a asignar una proporción mayor de su presupuesto a este tipo de consumo, comprometiendo el consumo en otros (Charles et al, 2009; Kaus,2013; Chai y Kaus, 2013). En este sentido, el análisis del consumo posicional resulta relevante, ya que podría contribuir a la persistencia de desigualdad y pobreza de los grupos sociales menos ricos (Kaus, 2013).

La literatura sobre el consumo posicional resalta la importancia de los comportamientos emulativos que surgen de la pertenencia a un cierto grupo de referencia (Senik, 2009). Sin embargo, aún quedan abiertas algunas discusiones clave en relación a este tema ¿quiénes forman parte del grupo de referencia? ¿el consumo de qué bienes podría ser considerado consumo posicional? Y por último ¿cómo el grupo de referencia afecta las decisiones de consumo posicional? Este trabajo pretende ser un aporte a estas discusiones.

Los antecedentes que analizan el rol del grupo de referencia en el consumo posicional son escasos, y en el caso de Uruguay solo existe un antecedente que estudia este tipo de comportamientos con datos de la Encuesta de Gastos e Ingresos de los Hogares (ENGIH) de 2005/2006 (Gorga et al., 2016). En un periodo de 10 años caracterizados por un importante crecimiento económico y del consumo interno (BID, 2015) las pautas de consumo pueden haber variado de forma considerable, por lo que un análisis con los datos actualizados de la encuesta 2016/2017 es el primer aporte de este trabajo.

En esta investigación, se aproxima el concepto de consumo posicional mediante el gasto en bienes visibles, dado que es la visibilidad es un aspecto clave para que el consumo comunique información sobre la posición socioeconómica de un individuo (Charles et al., 2009). En estos 10 años también tuvieron lugar importantes cambios en la forma de mostrar el consumo a los demás, ahora, con el uso de las redes sociales es posible visibilizar ciertos consumos que antes no, por ejemplo, los gastos en bienes intangibles o experienciales como los viajes, las salidas y actividades recreativas (Bronner y de Hoog, 2018; Josiassen y Assaf, 2013). La incorporación de estos nuevos bienes visibles en el análisis constituye un segundo aporte de este trabajo.

Además, no existe consenso sobre cuáles son las variables adecuadas para definir el grupo de referencia. Dada la complejidad del análisis de las comparaciones interpersonales y las limitaciones en los datos, los resultados encontrados en la literatura sobre el tema dependen de las decisiones tomadas por los investigadores con relación a la forma en que se define el grupo. Algunos antecedentes argumentan el uso de variables regionales para definirlo, en tanto otros se basan en las características sociodemográficas de los individuos. En este trabajo el análisis del rol del grupo de pares en el consumo se realiza contemplando ambos criterios y, además, por primera vez se incluye la ascendencia étnico racial de los individuos en la determinación del grupo de referencia en un trabajo para Uruguay. Variedad de estudios han mostrado que esta variable es muy relevante para la conformación de los grupos (Kaus, 2013), sin embargo, las encuestas de gastos e ingresos previamente no reportaban la ascendencia de los individuos, por lo que su consideración constituye un avance respecto a los antecedentes sobre el tema.

Este trabajo aporta evidencia sobre la dirección e intensidad de las comparaciones con otros individuos y pretende ampliar la discusión de cómo las desigualdades dentro del grupo de pares pueden afectar el consumo posicional. En el antecedente uruguayo no se encontraron efectos de la desigualdad de ingresos en el gasto destinado a consumo visible, sin embargo, literatura reciente argumenta que atribuir las respuestas conductuales de los hogares a la desigualdad de ingresos dentro del grupo de pares podría ser inapropiado. A diferencia de los ingresos, el consumo posicional de

otros en el grupo de referencia es, por definición, visible. Por lo tanto, una métrica de desigualdad basada en el consumo visible es lo que realmente debería usarse para capturar una respuesta conductual como la competencia por estatus o posicionamiento social (Roychowdhury, 2016). En este sentido, otro aporte de este trabajo consiste en la estimación de esta nueva medida de desigualdad y la comparación de los resultados con la medida desigualdad de ingresos anteriormente utilizada.

El documento comienza presentando brevemente las principales discusiones teóricas en torno al rol de las comparaciones en el consumo y desarrollando el modelo teórico en el que se basa esta investigación (sección 2). Posteriormente, se repasan los principales antecedentes sobre la elección del grupo de referencia, la elección de la canasta de bienes posicionales y sobre el efecto del grupo de referencia en las decisiones de consumo (sección 3). En la siguiente sección se presenta la estrategia empírica que se seguirá en este trabajo (sección 4), se enumeran las preguntas de investigación que se pretenden responder y sus correspondientes hipótesis, se presenta el modelo a utilizar para el análisis empírico y las fuentes de datos y variables. Para finalizar, se presentan los resultados del trabajo (sección 5) y las conclusiones que se derivan del análisis (sección 6).

2. Fundamentos teóricos

2.1 El rol de las comparaciones en las decisiones de consumo

La presencia de comparaciones interpersonales al momento de tomar decisiones de consumo podría derivarse de varios motivos no excluyentes. Por ejemplo, los individuos podrían obtener información del consumo realizado por otros, y, por ende, internalizar los comportamientos de los demás para tomar sus propias decisiones (Heffetz y Frank, 2011). Además, el grupo de pares o la sociedad en su conjunto podrían establecer estándares de consumo que es necesario alcanzar para ser socialmente aceptado (Smith, 1776), en consecuencia, los individuos incorporarían estos estándares al momento de decidir qué y cuánto consumir, con el fin de no quedar excluidos. Por otra parte, los individuos obtendrían utilidad derivada de mostrarle su riqueza a los demás, como esta es inobservable para el resto, el consumo actuaría como una forma comunicar la situación socioeconómica del individuo (Veblen, 1899; Frank, 1985). Este último motivo es el que se pretende abordar en este trabajo.

No todos los consumos cumplen la condición de comunicar la posición socioeconómica de un individuo. Frank (1985) define el concepto de consumo posicional justamente para hacer referencia a aquella parte del consumo que genera utilidad tanto por su efecto directo, como cualquier consumo, como por su efecto indirecto, derivado de la señal que envía a los demás sobre la riqueza que posee el individuo. En la literatura teórica de consumo posicional aún está abierta la discusión sobre la dirección de las comparaciones con el resto. Por un lado, las personas podrían querer consumir posicionalmente para distinguirse de los más pobres (lo que se conoce como efecto *bandwagon*) o podrían querer hacerlo para acercarse a los más ricos (efecto *snob*). La prevalencia de uno u otro efecto depende de las normas sociales implícitas y la valoración del estatus que tenga cada sociedad (Corneo y Jeanne, 1997). Por ende, una misma modelización del efecto que los demás tienen en mis decisiones consumo posicional puede dar resultados muy diferentes entre países e incluso en un mismo país en distintos momentos del tiempo.

Por otro lado, en la literatura de las comparaciones interpersonales es una interrogante abierta con quién o quiénes se comparan los individuos. Según Veblen (1899), es la clase dominante de una sociedad quien determina los estándares de consumo de la sociedad toda. Sin embargo, quizás los individuos no sólo buscan emular a la quienes están en una mejor posición económica que ellos, sino que posible que miren a sus pares al momento de elegir qué consumir. En la actualidad parece difícil hablar de una sola clase ejemplar con la que todos los individuos se comparen, los estilos de vida son

plurales como expresión de una complejidad social cada vez mayor, y, por ende, los grupos de referencia se han diversificado considerablemente (Cortina, 2002).

Tampoco existe consenso respecto a quienes pertenecen al grupo de referencia de los individuos, podrían ser los familiares, amigos, vecinos o uno mismo etapas anteriores de la vida, además, las personas podrían tener múltiples grupos de referencia que influyen sus decisiones de consumo posicional (Senik, 2009). Incluso también es posible pensar en situaciones donde los individuos deseen consumir ciertos bienes para comunicarse estatus a sí mismo, por ejemplo, porque quiere percibirse como determinado tipo de persona o quiere reafirmarse a sí mismos que pertenecen a cierto grupo social (Cortina, 2002). Este tipo de comportamientos de consumo se asocian más al deseo de crear o confirmar una identidad, que a la definición de consumo posicional definida por Frank (1985). El correlato empírico de las comparaciones interpersonales y la forma de determinar grupos de referencia se aborda en el apartado 3.1.

La discusión respecto a qué tipo de bienes se consumen como señal para posicionarse también continúa abierta. Ya sea para lograr sentido de pertenencia o para mostrar estatus, es necesario que los bienes considerados sean visibles para el resto, de aquí que el concepto de bienes visibles parece el más apropiado para evaluar el consumo posicional. La característica de visibilidad de los bienes se asocia a la capacidad (y tendencia) de las personas para notar los gastos realizados por otras (Heffetz, 2011; Heffetz, 2018). Cuando hablamos de visibilidad, hablamos de visibilidad sociocultural, distinguiéndola de la visibilidad física de los bienes de consumo. La concepción de visibilidad es específica de un contexto social y cultural, y no debe considerarse como una propiedad intrínseca o culturalmente independiente. Un gasto es considerado culturalmente visible siempre que, en el contexto sociocultural en el que se hace, la sociedad tiene medios directos para evaluar correctamente la cantidad gastada, y, por ende, sacar conclusiones sobre la posición socioeconómica del consumidor (Heffetz, 2011; Charles et al., 2009). Una discusión más profunda acerca de la elección de la canasta de bienes a considerar en el análisis del consumo posicional se presenta en el apartado 3.2

2.2 Modelo teórico sobre las decisiones de consumo posicional motivadas por el grupo de referencia

Las diferencias en el gasto en consumo posicional de distintos individuos podrían explicarse por gustos y preferencias heterogéneas, sin embargo, la literatura encuentra explicaciones complementarias y satisfactorias a partir de las cuales, individuos con idénticas preferencias, pueden terminar tomando decisiones de consumo posicional muy diferentes como consecuencia de comportamientos de búsqueda de posicionamiento social.

Para poder analizar el rol de los grupos de referencia en las decisiones de consumo posicional, se parte de una adaptación del modelo de señalización de Spence (1979) y Frank (1985) desarrollada por Charles et al. (2009). Se trata de una economía en donde el consumo puede ser de dos tipos diferentes. Por un lado, está el consumo posicional y por otro está el consumo del resto de los bienes.

En este modelo cada individuo pertenece a un cierto grupo de referencia G con ingresos y que se distribuyen de forma continua entre $[y_{min}, y_{max}]$. Los individuos obtienen utilidad de los ambos tipos de consumo, así como también del estatus.¹ De esta forma la función de utilidad queda representada por:

$$\mu(cp^i) + \mu(co^i) + s^i$$

Donde μ es creciente y cóncava, cp representa el consumo posicional de i y co es el consumo de otros bienes. La suma de todos los consumos es igual al ingreso de i , y por ende el ahorro está incluido como otro consumo.

s^i representa el estatus del individuo i . En este modelo el estatus se obtiene a la interna del grupo de referencia al que pertenece el individuo, a diferencia de otros modelos en los que el individuo puede obtener estatus de la posición relativa que este ocupa en la sociedad en su conjunto o de sus trayectorias pasadas.

Los individuos no tienen información completa sobre el ingreso de los pares, por lo tanto, para inferir la posición de un individuo respecto al resto toman en cuenta su consumo. En equilibrio las inferencias que los individuos hacen sobre el ingreso de otros son correctas, de esta forma, los niveles de consumo posicional observados se asocian a un determinado nivel de ingresos que, en este caso se, modeliza a través del ingreso medio del grupo de referencia (μ_G). Así, el estatus del individuo i en equilibrio viene dado por:

$$s^i = s(cp^i, \mu_G)$$

Esta modelización del estatus tiene importantes implicancias ya que conduce a que el consumo posicional tenga, no solo un efecto directo en la utilidad a través de (cp^i) , sino otro indirecto a través de s^i . Como por definición, mayor consumo posicional está asociado a un mayor estatus (ya que comunica a los demás un mayor ingreso) la relación entre s y cp es positiva. La derivada parcial del estatus respecto al ingreso medio es menos clara y depende de la forma en que se modele el estatus.

¹ Se parte del supuesto de que todos los integrantes del grupo G tienen preferencias idénticas sobre los dos tipos de consumo y también sobre el estatus.

En general se asume que a los individuos les preocupa cómo su ingreso se compara con el de los demás en su grupo, por lo que la relación entre s y μ_G es negativa.²

El consumo de equilibrio se encuentra al maximizar la utilidad del individuo sujeto a su restricción presupuestal. A partir de las condiciones de primer orden, Charles et al. (2009) concluyen que: i) el consumo posicional es creciente con el ingreso propio y que ii) al incorporar el estatus en la modelización, el consumo posicional es mayor al que existiría en caso de no incorporarlo.

Por otro lado, de las condiciones de segundo orden, Charles et al. (2009) concluyen que, manteniendo el ingreso individual constante, el consumo posicional es decreciente con la media del ingreso del grupo de referencia. El signo de $s_{c\mu}$ refiere a si el aumento en el estatus de un individuo consecuencia de un mayor consumo posicional es mayor o menor cuando ingreso promedio de su grupo es ligeramente más alto. El hecho de que esta relación sea negativa implica que, ante un menor ingreso medio del grupo de pares, las personas gastan más en consumo posicional. Esto se explica porque el retorno marginal del “gasto en estatus” -materializado en un consumo posicional mayor- cae a medida que aumenta el ingreso promedio del grupo. La intuición detrás de esto es que el menor ingreso del grupo genera mayores incentivos para que el individuo aumente su consumo posicional, de forma de señalizarse (ya sea para distinguirse de aquellos más pobres o parecerse a los grupos más ricos).

Este modelo es la versión más simple para incorporar los efectos del estatus en del análisis del consumo posicional. Sin embargo, además de usar el ingreso promedio del grupo de referencia, podría ser relevante analizar también la desigualdad al interior de los grupos. Los miembros del grupo podrían tener información sobre la distribución del ingreso con la misma probabilidad que tienen información sobre el ingreso promedio del grupo (Kaus y Chai, 2013).

Charles et al. (2009) plantean que en caso de incorporar una medida de dispersión de los ingresos en el modelo antes planteado las predicciones serían ambiguas, ya que dependen de la concavidad o convexidad del consumo posicional con respecto a y_i . Hopkins y Kornienko (2009) argumentan que teóricamente es probable que exista una relación negativa entre el gasto de consumo posicional y la desigualdad del grupo de referencia. La intuición que subyace a este argumento es que una caída en el nivel de desigualdad del grupo de referencia aumenta los rendimientos marginales de gastar en bienes posicionales, ya que, con una desigualdad baja, el aumento en el consumo posicional le permite a uno individuo sobrepasar de sus pares más cercanos y diferenciarse más fácilmente. Sin

² Existen otros trabajos como el de Ireland (1994) en donde la relación entre las variables es positiva, dado que lo que importa no es la posición relativa de individuo a la interna del grupo, sino que es el hecho de pertenecer a un grupo de referencia más rico lo que genera estatus.

embargo, los autores no descartan la posibilidad de que pueda darse la situación opuesta, en donde una menor desigualdad podría generar una menor necesidad de diferenciación, y, por ende, desincentivar el consumo posicional.

Por otra parte, los efectos encontrados podrían ser diferentes al contemplar la situación relativa de cada individuo con respecto al ingreso de su grupo. En este sentido, Kaus (2013) plantea que los hogares en una peor posición económica dentro del grupo enfrentarían menores estímulos para señalizarse, ya que compiten con sus pares más ricos que tienen mayores medios para gastar en consumo posicional.

Por último, los efectos también podrían variar en función de las comparaciones entre grupos, ya que no está claro si las personas consumen posicionalmente mirando a los más ricos (el fin de parecerse a ellos) o lo hacen mirando a los más pobres (con el fin de diferenciarse) (Corneo y Jeanne, 1997).

3. Antecedentes

En esta sección se resumen los principales trabajos relacionados con el rol de las comparaciones en el consumo, intentando mostrar el correlato empírico de las interrogantes teóricas presentadas anteriormente. En el apartado 3.1 se discute la literatura respecto a los grupos de referencia y en el 3.2 se presentan los antecedentes relacionados con la elección de los bienes cuyo consumo podría asociarse a la búsqueda de estatus o posicionamiento social. Por último, en el apartado 3.3 se presentan los antecedentes directos de este trabajo, es decir, los estudios que analizan el rol del grupo de referencia en las decisiones de consumo posicional.

3.1 Antecedentes sobre la determinación de los grupos de referencia

Los antecedentes que estudian las comparaciones interpersonales pueden separarse en tres en grupos en función de las estrategias que han seguido para aproximar los grupos de referencia de los individuos.

En primer lugar, están los trabajos que usan indicadores macroeconómicos, como es el caso de Duesenberry (1949). Al hacer esto se supone implícitamente que los individuos toman a toda la sociedad como grupo de referencia. En segundo lugar están los trabajos que toman en cuenta grupos socioeconómicos similares (Charles, 2009; Clark et al., 1996; Clark et al., 2009; Ferrer-i-Carbonell, 2005; Pérez-Asenjo, 2011; Kaus, 2013; Kaus y Chai, 2013). En este caso, los grupos de referencia con los que los individuos se comparan tienen características socioeconómicas dadas, como edad y

logros educativos similares, misma ocupación, misma ascendencia étnico-racial, región de residencia, entre otros.

Por último, están los antecedentes que contemplan grupos de referencia auto reportados, es decir que trabajan con encuestas en donde se les pregunta a las personas con quiénes se comparan (Clark y Senik, 2010; Clark et al., 2013; Senik, 2009; Knight et al., 2009). De estos trabajos, a su vez, surgen dos tipos de comparaciones diferentes. Por un lado, se encuentran "puntos de referencia externos" como ex compañeros de estudio, colegas, vecinos, padres y, por otro lado, "puntos de referencia internos" que implican aspiraciones y comparaciones dinámicas con los propios ingresos en diferentes momentos de la vida (Senik, 2009).

Con relación a la discusión respecto a la exogeneidad o endogeneidad de los grupos de referencia, por la dificultad empírica que conlleva, estos en general se determinan de forma exógena. Sin embargo, Falk (2004) critica el hecho de que se determinen exógenamente y propone un modelo para endogeneizar la selección. El modelo predice que los estándares de referencia aumentan con las habilidades de los individuos y así las personas tienden a compararse con otras similares a ellas.

La mayoría de las investigaciones que se basan en datos de encuestas de gastos no cuenta con otra información que las características sociodemográficas de los encuestados, por lo que generalmente los investigadores tienen que decidir cómo delimitar los grupos de referencia, y luego verificar que el ingreso del grupo construido tiene alguna influencia en la variable de interés del modelo (Senik, 2009). Respecto a qué variables sociodemográficas deben considerarse, en los trabajos empíricos es habitual asumir que las personas se comparan con otras con características similares como edad, educación o ascendencia étnico racial (Heffetz, 2012), sin embargo, existen otros trabajos que asumen que las personas se comparan con quienes residen con mayor proximidad geográfica (por ejemplo, los vecinos) más allá de sus características sociodemográficas (Luttmer, 2005).³

3.2 Antecedentes sobre la determinación de la canasta de bienes posicionales

El modelo presentado en el marco teórico es precisamente un modelo de señalización en el que la visibilidad de los bienes que un hogar consume es el medio para mostrar su posición respecto a la de sus pares. Los antecedentes revisados aproximan empíricamente el concepto de consumo posicional a través del gasto en bienes visibles, es decir, bienes que son fácilmente observables en las interacciones sociales y cuyo consumo comunica a los demás que ese hogar se encuentra en una buena

³ Esta discusión se retoma en el contexto de este trabajo en el apartado 4.3.2

situación económica (Heffetz, 2011; Heffetz, 2012; Charles et al., 2009; Kaus, 2013). En consecuencia, en los antecedentes se toman en cuenta dos condiciones que deben cumplir los bienes para ser considerados en la canasta de consumo posicional: que sean socialmente visibles y que el mayor consumo de estos transmita la idea de riqueza o de un valor adicional socialmente valorado.

Heffetz crea un índice de visibilidad del consumo (Visibility Index, VINDEX) a partir de una encuesta realizada a una muestra representativa de 480 personas en Estados Unidos en 2004, en la cual la forma de evaluar la visibilidad es a través de una pregunta que intenta capturar qué tan rápido te darías cuenta de que un hogar similar al tuyo realiza gastos mayores al promedio en ciertos bienes y servicios.⁴ El índice visibilidad de Heffetz (2011) muestra que los bienes más visibles son los vehículos, relojes y joyas, bienes y servicios de cuidado personal, vestimenta y los mobiliarios del hogar incluidos los electrodomésticos. Muy cercanos en la lista están los gastos en recreación y en salir a comer afuera.

Con este índice, Heffetz (2011) captura la visibilidad social de los distintos bienes y servicios cuando los hogares gastan más que el promedio (*upward noticeability*). En un trabajo posterior, con datos para 2014/2015, el autor incluye una pregunta que evalúa la situación opuesta, es decir, que tan rápido te darías cuenta de que otro hogar consume menos que el promedio en un determinado bien (*downward noticeability*) (Heffetz, 2018). El autor comprueba que el índice es similar para los gastos por encima y por debajo del promedio y además muestra que no hubo cambios significativos en el listado de visibilidad con los datos de 2004 y con los de 2014/2015.⁵

Charles et al. (2009) plantean un ejercicio similar al realizado por Heffetz en 2004, también para Estados Unidos; por otra parte, Kaus (2013) lleva adelante una encuesta análoga en Sudáfrica y Leites et al. (2019) lo hacen para el caso uruguayo. En todos los casos se encuentran ordenamientos de visibilidad muy similares a los del trabajo original de Heffetz a pesar de tratarse de sociedades muy disímiles y de relevamientos en distintos momentos del tiempo.

⁴ La pregunta es la siguiente: *Imagine que se encuentra con una persona nueva que vive en un hogar similar al suyo. Imagine que ese hogar no tiene ninguna diferencia, salvo que les agrada realizar gastos mayores que el promedio en X bien (lista de bienes): ¿qué tan rápido se daría cuenta que esa persona hizo gastos significativos en (lista de bienes). ¿Se daría cuenta enseguida, luego de un rato, nunca?* (Heffetz, 2011).

⁵ El autor encuentra una correlación de 0.99 en los valores del índice de 2004 y de 2014/2015. Es decir que los cambios en la disponibilidad de bienes y servicios que tuvieron lugar desde 2004 no afectaron los rubros de consumo que las personas consideran como los más visibles. Heffetz (2018) observa que, si bien nuevos bienes y servicios reemplazaron a los más antiguos, las descripciones de los rubros son lo suficientemente amplias como para no verse muy afectadas.

En particular en Uruguay, las cinco categorías con mayor valor del índice de visibilidad son la compra de vehículos (sin incluir mantenimiento), el gasto en vestimenta y calzado, el gasto en cuidado personal, la compra de muebles y artículos para el hogar, y la compra de joyas y accesorios (Leites et al., 2019). Si bien el valor del índice varía según las características sociodemográficas de las personas, el ordenamiento no cambia demasiado y en general son los mismos bienes los que lideran el índice (Heffetz, 2011; Leites et al., 2019).

En el listado de visibilidad en Uruguay, a los bienes anteriormente mencionados le siguen los cigarrillos y alcohol consumido dentro el hogar. Estos bienes también aparecen entre los más visibles en los trabajos para Estados Unidos y Sudáfrica. Si bien los encuestados los reportan como bienes de alta visibilidad, el mayor consumo de estos no parece asociarse a un mayor ingreso ninguno de los antecedentes los incorpora en el análisis (Charles et al., 2009; Kaus, 2013; Gorga et al., 2016; Khamis, 2010).⁶

En el caso uruguayo, a las categorías antes mencionadas le siguen como consumos más visibles el gasto en salir a comer fuera del hogar (en restaurantes) y actividades recreativas como ir al cine y conciertos (Leites et al., 2019). Tradicionalmente los bienes durables eran los que tenían un rol más importante en el comportamiento de los consumidores, pero cada vez más los bienes intangibles relacionados con las experiencias van ganando terreno y entre los consumidores existe un creciente interés en las experiencias inmateriales en comparación con los bienes materiales. (Trentmann, 2017; Van Boven y Gilovich, 2003; Yang y Mattila, 2017).

Recientemente muchas actividades recreativas tienden a asociarse al consumo posicional. Bronner y Hoog (2019) encuentran que el consumir posicionalmente es importante para quienes asisten a festivales y conciertos de música y es de menor importancia en lo que respecta a ir al cine. De la misma forma, el gasto en fiestas también podría señalar el estatus o la posición social de los individuos (Bloch et al., 2004; Brown et al., 2011). Gorga et al. (2016) exploran el consumo el consumo en fiestas motivado por estatus en Uruguay, pero debido a la falta de comparabilidad entre países deciden excluirlo del análisis.

Por otra parte, Bronner y de Hoog (2018) estudian la relación entre un producto experiencial como es la elección del lugar para vacacionar y el consumo posicional, encontrando que tanto mostrar rasgos de la identidad como demostrar estatus a los demás juega un papel muy importante en la

⁶ Charles et al. (2009) en la misma encuesta en la que relevaron la visibilidad de los bienes, incluyeron una pregunta para medir cuáles de los bienes eran considerados bienes de lujo por los encuestados. Un muy bajo número de participantes expresaron que consideraban a los productos de tabaco y el alcohol eran bienes con una elasticidad mayor a 1, en contraposición al resto de los bienes más visibles. Es así como tiene sentido que, a pesar de su alta visibilidad, estos gastos no se incluyan para estimar el gasto en bienes visibles.

elección de las vacaciones. La visibilidad de los gastos asociados a viajes y el gasto transporte aéreo no están entre los más visibles siguiendo el listado del índice de visibilidad de Leites et al. (2019) sin embargo a partir del trabajo de *focus group* de Rivero (2018), se constató que los jóvenes uruguayos de mayor perfil socioeconómico mencionaban los viajes al exterior como un símbolo de estatus.

3.3 Antecedentes sobre los gastos en consumo posicional y el rol del grupo de referencia

Los primeros trabajos que incorporan las comparaciones en el análisis económico se encuentran ya desde el siglo XVIII (Bellet, 2018). De hecho, el propio Smith (1776) creía que el objetivo principal de la acumulación de riqueza más allá de un nivel mínimo era lograr la atención de los demás. En 1899 Veblen plantea que para ser notado por otros y poder satisfacer sus deseos de reconocimiento social, los individuos intentan comunicar su riqueza a los demás a través del consumo conspicuo de bienes. En 1949 Duesenberry formuló la hipótesis del ingreso relativo que afirma que la utilidad individual depende tanto del ingreso absoluto como del ingreso relativo, incorporado la idea de que ciertos consumos están determinados por las interacciones y comparaciones con otros miembros de la sociedad. Siguiendo esta línea de pensamiento, los modelos de preferencias interdependientes como el de Pollak (1976) suponen que los agentes obtienen utilidad de la comparación de sus logros personales con los de otros. A pesar de la resistencia de la economía neoclásica tradicional a la incorporación de comportamientos comparativos en la disciplina, los trabajos en torno a esta temática siguieron apareciendo (Frank, 1985; Schor, 1997; Frank, 1999; entre otros) y recientemente han vuelto a tomar relevancia de la mano de los estudios de economía comportamental y los importantes desarrollos de la economía de la felicidad.

A pesar de que el análisis de las comparaciones tiene larga data en la disciplina, los trabajos que estudian específicamente los efectos de las comparaciones con los pares en el consumo posicional, son escasos.

Charles et al. (2009) muestran que en Estados Unidos los afrodescendientes e hispanos gastan alrededor de un treinta por ciento más en bienes visibles en relación a las personas de ascendencia blanca con características e ingresos similares. Kaus (2013), con datos para Sudáfrica, también encuentra diferencias significativas en el gasto visible de hogares afro y no afro.

En función de estos resultados los autores se proponen estimar un modelo de señalización de estatus para analizar si ésta es la causa de las disparidades del gasto visible entre hogares con distinta ascendencia étnico-racial. Charles et al. (2009) encuentra que incorporar el comportamiento emulativo en las estimaciones elimina totalmente la brecha de consumo entre hogares con diferentes ascendencias, en tanto las diferencias entre afro y no afro se reducen, pero no desaparecen en el caso

del trabajo de Kaus (2013). Análogamente, Khamis (2010) encuentra que en India los grupos de castas más desfavorecidos gastan más en consumo visible que las castas altas. Al igual que Kaus (2013), en este caso las diferencias pueden explicarse solo parcialmente como resultado de la señalización del estatus, lo que indica que cuestiones identitarias y de preferencias también pueden estar jugando un papel importante en las decisiones de consumo (Khamis, 2010).⁷

Tanto Charles et al. (2009) como Kaus (2013) y Khamis (2010) encuentran que un mayor ingreso propio incrementa el gasto en bienes visibles, en cambio, un mayor ingreso medio del grupo de referencia tiene una relación negativa con el consumo visible. En línea con estos resultados, el único antecedente encontrado para América Latina constata que pertenecer a un grupo de referencia de menores ingresos generaría un mayor consumo visible (Gorga et al., 2016). En este caso, el análisis se realiza para Argentina, Brasil, México y Uruguay, y para definir los grupos de referencia se considera nivel educativo del jefe/a, su edad y región de residencia, ya que no fue posible incluir la ascendencia étnico-racial de los individuos por falta de datos.

Roychowdhury (2018), en vez de analizar cómo el ingreso de los pares afecta el consumo visible propio, analiza como los consumos visibles del hogar y de su grupo se afectan entre sí. Este es un abordaje poco utilizado dados los problemas de endogeneidad que conlleva, sin embargo, el autor propone una estrategia que le permite superar esa limitación y encuentra que aumentos en el consumo visible de las personas que viven en el mismo barrio o pueblo (grupo de referencia) aumenta el consumo visible propio.

En cuanto a las diferencias a la interna de los grupos de referencia, Charles et al. (2009) realiza un análisis separado para la muestra de hogares blancos y encuentra lo mismo que para muestra conformada por minorías raciales: caídas en el ingreso medio del grupo se asocian un aumento del gasto visible. En contraste con los hallazgos de Charles et al. (2009), esto no pasa en el caso sudafricano. Los individuos más pobres del grupo tienen mayores incentivos a gastar en bienes visibles cuando considero los hogares de ascendencia afro, pero el resultado no se sostiene dentro del grupo de hogares blancos.

En el análisis para Latinoamérica, no se encuentran diferencias asociadas a la posición del individuo en el grupo de referencia en el caso de Uruguay, en cambio, la evidencia para el resto de

⁷ Charles et al. (2009) y Kaus (2013) definen los grupos en función de la ascendencia étnico-racial y la región de residencia y Khamis (2010) lo hace en función de la casta o el grupo religioso al que pertenece el hogar y la región donde se ubica el hogar.

los países indicaría que las personas más pobres dentro de un grupo tienen menores estímulos para realizar gastos en consumo visible, en relación a quienes están en una mejor situación relativa.

Respecto al efecto de la desigualdad a la interna de los grupos, Charles et al. (2009) encuentran que un aumento en la dispersión del ingreso del grupo conduce a un aumento en el consumo visible de los hogares relativamente ricos, mientras que los hogares relativamente pobres reducirán el gasto en este tipo de consumo. Kaus y Chai (2013), en cambio, presentan evidencia en el sentido contrario: a medida que aumenta la dispersión del ingreso dentro de un grupo, los hogares relativamente ricos tienden a reducir el gasto en bienes visibles, mientras que los hogares relativamente pobres no muestran ningún efecto particular.

Por otra parte, Khamis (2010) encuentra que el coeficiente de dispersión de los ingresos del grupo de referencia es positivo, pero solo para algunas castas en particular, en el resto de los casos no se encuentran efectos de la desigualdad de ingresos en el consumo visible. La disparidad de ingresos dentro del grupo tampoco afectaría el gasto visible en Uruguay y México (Gorga et al., 2016). Por el contrario, la sí es relevante para Brasil y Argentina. En el primer caso una menor desigualdad al interior del grupo estimula un mayor consumo de bienes visibles, mientras que en el caso argentino se encuentra la relación inversa.

En los antecedentes mencionados anteriormente la desigualdad intragrupo es modelizada con una medida de dispersión del ingreso a la interna del grupo de referencia. Sin embargo, una de las premisas de la teoría de consumo posicional es que el ingreso es inobservable para los demás, y por eso para señalizarse deben consumirse ciertos bienes. Es por esto que Roychowdhury (2016) examina empíricamente la desigualdad del gasto visible grupo de referencia para el caso de India. Los resultados muestran que la desigualdad visible del grupo tiene un impacto negativo en el gasto en bienes visibles.

Solo el trabajo de Gorga et al. (2016) analiza el rol de las comparaciones entre grupos, encontrando que, en el caso de Uruguay, una mayor distancia con respecto a grupos más ricos desalienta el consumo de bienes visibles, mientras que la proximidad al nivel de ingreso de los grupos más pobres alienta estos consumos. Este último resultado también se confirma para Argentina, donde las comparaciones con los grupos de menores ingresos estimularían un mayor consumo. En México, operarían las comparaciones ascendentes, pero a diferencia de Uruguay, una mayor distancia estimula un mayor consumo de bienes visibles. En el caso de Brasil se encuentran resultados que indiquen comparaciones entre distintos grupos.

4. Estrategia empírica

En esta sección se plantean las preguntas e hipótesis que guían esta investigación, el modelo que se estimará empíricamente para dar respuesta a estas preguntas y por último las fuentes de datos y variables consideradas en el análisis. Además, se explicitan y justifican las decisiones tomadas para la determinación de los grupos de referencia, así como también para la elección de la canasta de bienes visibles.

4.1 Preguntas de investigación e hipótesis

Analizando los gastos en bienes visibles realizados por los hogares en este trabajo se pretende responder:

- i) ¿cómo el grupo de referencia incide en el consumo visible de los hogares uruguayos?
- ii) ¿el rol del grupo de referencia depende de la forma de definir el grupo de pares y la canasta de consumo visible elegida?

Siguiendo las derivaciones del modelo presentado en el marco teórico y los antecedentes directos de este trabajo, se espera que el grupo de referencia incida en el gasto en consumo visible de los hogares, y que un menor ingreso del grupo de pares afecte positivamente el consumo de bienes visibles.

En línea con los resultados encontrados en el antecedente para Uruguay con datos de la ENGIH 2005/2006 (Gorga et al., 2016) se espera que, ni la posición relativa del hogar en el grupo, ni las desigualdades de ingresos afecten el consumo visible. En cambio, en función del argumento presentado Roychowdhury (2016) se espera que la desigualdad en el consumo visible sí afecte el gasto en bienes visibles. Por último, también alineado con el antecedente de Gorga et al. (2016), se espera que comparaciones entre grupos operen de forma de un mayor gasto visible este motivado por querer diferenciarse de los más pobres.

Los antecedentes revisados encuentran resultados similares para distintas definiciones del grupo de referencia por lo que se espera que los resultados se mantengan al cambiar la forma de definir el grupo de pares. Respecto a las diferencias entre canastas de bienes visibles, los antecedentes no indagan sobre estas cuestiones por lo que no existen hipótesis claras al respecto y este trabajo será sobre todo de carácter exploratorio. Sin embargo, la forma de comunicar los gastos asociados a experiencias y las diferencias en el acceso a estos nuevos bienes visibles podrían derivar en comportamientos diferentes a los encontrados para los bienes visibles tangibles.

4.2 Modelo de análisis

Se parte de un modelo en donde la variable dependiente es log del gasto en bienes visibles y se controla por los recursos con los que dispone el hogar y algunas características sociodemográficas de sus integrantes. La estimación de la ecuación 1 es un modelo base en donde se asume que el grupo de referencia no influye en las decisiones de consumo y por ende no se incluye en la ecuación.

$$\log(gv_i) = \beta_0 + \beta_1(gt_i) + \sum_{i=2}^n \beta_i(X_i) + \varepsilon_i \quad (\text{Ecuación 1})$$

En esta ecuación gv_i es el gasto en bienes visibles del hogar i , gt_i es el gasto total per cápita del hogar y X es un vector que contiene variables sociodemográficas que permiten caracterizar al hogar (ver detalle en Cuadro 1). El gasto total es incluido en la regresión como una aproximación del ingreso permanente de los hogares, ya que dada la existencia de decisiones de consumo intertemporales, es de esperar que el gasto en bienes visibles dependa de éste y no del ingreso corriente.⁸ Esta decisión permite contabilizar los casos en que los gastos totales realizados son mayores o menores que el ingreso de ese período, lo que hace que los gastos totales sean una medida más suavizada de los ingresos (Kaus, 2013).

Dada la especificación log-log de la ecuación 1, β_1 es la elasticidad ingreso (permanente) del gasto visible. Según la teoría de Frank (1985) y la modelización de Charles et al. (2009) es esperable que este coeficiente sea mayor que uno dado que, además de que un mayor ingreso propio lleva a un mayor consumo, este también aumentaría como consecuencia de la búsqueda de posicionamiento social. Por otra parte, los restantes β excluyendo el intercepto muestran diferencias en el consumo visible entre hogares con distintas características sociodemográficas.

Para analizar si los grupos de referencia inciden en las decisiones de consumo visible de los hogares, siguiendo a Charles et al. (2009), Kaus (2013), Kaus y Chai (2013) y Gorga et al. (2016) se estima la siguiente ecuación:

$$\log(gv_i) = \beta_0 + \beta_1(gt_i) + \sum_{i=2}^n \beta_i(X_i) + \gamma(\mu_{G,i}) + \varepsilon_i \quad (\text{Ecuación 2})$$

Nuevamente, gv_i es el gasto en bienes visibles del hogar i , gt_i es el gasto total del hogar, X contiene variables sociodemográficas y $\mu_{G,i}$ es el ingreso medio del grupo de referencia al que pertenece el hogar. En este caso, γ mide el efecto del grupo de referencia y su signo nos indicaría si pertenecer a un grupo más pobre incentiva el consumo de bienes visibles o no.

⁸ La ENGIH no cuenta información longitudinal para aproximar el ingreso a lo largo del ciclo de vida

Por otra parte, para analizar la dirección de las comparaciones y cómo las desigualdades a la interna del grupo pueden afectar el gasto destinado a bienes visibles, a la ecuación anterior se le agrega un componente adicional, $\theta_{G,i}$.

$$\log(gv_i) = \beta_0 + \beta_1(gt_i) + \sum_{i=2}^n \beta_i(X_i) + \gamma(\mu_{G,i}) + \delta(\theta_{G,i}) + \varepsilon_i \quad (\text{Ecuación 3})$$

$\theta_{G,i}$ se modelizará de 3 formas diferentes como se presenta a continuación:

- i) Modelización de las diferencias dentro del grupo: para analizar si la posición del hogar en el grupo afecta el gasto visible se sigue a Ferrer-i-Carbonell (2005) y el indicador se define como la distancia entre el ingreso de hogar y el ingreso medio del grupo de referencia al que pertenece.
- ii) Modelización de la desigualdad en el grupo: el efecto de la desigualdad dentro del grupo de referencia en el gasto en consumo visible se modelizada a través de dos indicadores. En primer lugar, siguiendo a Kaus y Chai (2013), se utiliza el índice de Gini del ingreso per cápita de los hogares del grupo. En segundo lugar, en línea con Roychowdhury (2016), se utiliza el Gini del gasto per cápita en bienes visibles.
- iii) Modelización de las diferencias entre grupos: para analizar si las decisiones de gastar en consumo visible se toman mirando a los más ricos (comparaciones ascendentes) o a los más pobres (comparaciones descendentes), siguiendo a Gorga et al. (2016), se define un indicador que mide la diferencia entre el ingreso del grupo y el del grupo está por encima y por debajo de éste en la distribución del ingreso.

La identificación de los efectos de los pares está plagada de una serie de cuestiones econométricas y de problemas de endogeneidad (Manski, 1993; Maurer y Meier, 2005; De Giorgi, 2020). En primer lugar, la decisión de aproximar el ingreso permanente de los hogares con el gasto total no está exenta de inconvenientes. Esta decisión genera endogeneidad entre el gasto total y la variable dependiente dado que el gasto en consumo visible es uno de los componentes del gasto total y las decisiones están interconectadas. Además, los errores de medición en gasto visible se derivan en errores de medición en el total. De aquí la necesidad de usar la estrategia de variables instrumentales para mitigar los eventuales problemas de consistencia de la estimación. Siguiendo a Charles et al. (2009), Kaus (2013) y Gorga et al. (2016) se usa como instrumento el logaritmo del ingreso corriente.

En segundo lugar, encontrar efectos significativos del grupo de referencia en gasto visible podría derivarse de i) efectos endógenos, ii) efectos contextuales, y/o iii) efectos correlacionados. Los efectos endógenos son los efectos que nos interesan en este trabajo, en tanto son los que reflejarían la influencia que el grupo de referencia tiene en las decisiones de consumo visible de un hogar. Los efectos contextuales pueden surgir si los hogares que componen el grupo de referencia comparten rasgos que los hacen más propensos a consumir de cierta forma. Por último, es probable que existan efectos correlacionados si los hogares enfrentan shocks o situaciones que hacen que su consumo se mueva simultáneamente.

En consecuencia, resulta dificultoso distinguir el comportamiento de un hogar como causa o consecuencia del comportamiento de otro hogar. Si hogares similares tienen un comportamiento parecido, es muy difícil saber si esto se debe a que por definición son muy similares o porque se influyen entre sí (Manski, 1993; De Giorgi, 2020). La contemplación de controles sociodemográficos en las estimaciones ayuda a separar los efectos contextuales de los efectos endógenos, pero de todas formas las estimaciones deben ser instrumentadas para intentar aislar el efecto que el grupo de referencia tiene en el consumo visible.

Siguiendo la estrategia usada por Gorga et al. (2016), el ingreso del grupo de referencia también debería ser instrumentado. Al igual que en el antecedente, se considera como instrumento el ingreso medio del grupo más parecido en ingresos. Dado que por definición el hogar no integra el grupo, los inobservables individuales no estarían contenidos en esta variable instrumental y se estaría cumpliendo la condición de exclusión, necesaria para que el estimador de variables instrumentales sea consistente. En el resto del documento las estimaciones en donde el ingreso del grupo de referencia es instrumentado se denominan VI2, en tanto las que solo tienen instrumentado el gasto total con el ingreso corriente se denominan VII.

Las estrategias que permiten abordar estos problemas de endogeneidad son limitadas. De hecho, de los antecedentes directos de este trabajo solo Gorga et al. (2016) y el Roychowdhury (2018) intentan abordarlos. Roychowdhury (2018) argumenta que los hogares enfrentan shocks idiosincráticos que son específicos de ese hogar y no tienen influencia alguna en sus pares (por ejemplo, muerte de un miembro del hogar, accidente/lesión, pérdida del trabajo, incidente delictivo) y usa esa información para instrumentar el consumo del grupo de pares. Por otra parte, existen otros trabajos que logran aislar los efectos de pares endógenos de los exógenos, pero requieren que el investigador pueda observar todos los vínculos de interacción social en los datos, lo que implica la necesidad de tener datos de red muy detallados (por ejemplo, Bramoullé et al., 2009; Lee et al., 2010).

En consecuencia, las estrategias alternativas para combatir la endogeneidad que se encuentran en la literatura requieren información adicional que no está disponible en la ENGIH.

Todas las ecuaciones planteadas anteriormente se estiman por el método de variables instrumentales. En el caso de que el consumo visible esté extendido en gran parte de los hogares se realizan estimaciones por variables instrumentales tradicionales, en cambio, se estimará un modelo tobit instrumentado en el caso en que muchos hogares no registren ningún consumo visible. En estos casos, los datos están censurados en 0 por lo que estimar un modelo tradicional, no sería apropiado y los coeficientes de las estimaciones estarían subestimados.

La estimación de estos modelos permitirá evaluar si el grupo de referencia incide en las decisiones de consumo visible y la dirección de las comparaciones entre grupos. A su vez, replicar estas estimaciones para distintas canastas de bienes visibles y para grupos de referencia definidos en base a diferentes criterios, permitirá responder a las preguntas de investigación de este trabajo y discutir si el rol de las comparaciones varía en función de con quién se comparan los hogares y cuáles son los bienes asociados al consumo posicional.

4.3 Fuente de datos y definición de variables

Las estimaciones se realizan a partir de los microdatos de la Encuesta Nacional de Gastos e Ingresos de los Hogares (ENGIH) publicada en febrero de 2020. Esta encuesta releva detalladamente los gastos realizados por los hogares uruguayos entre octubre de 2016 y noviembre de 2017. En este trabajo se consideran únicamente los gastos en consumo destinado al hogar y se toman en cuenta los gastos mensualizados y en pesos constantes de noviembre 2017. La ENGIH también releva información sociodemográfica de los encuestados, lo que permite caracterizar a la población que realiza estos gastos. Se trabaja con total de hogares encuestados, correspondiente a 6889 hogares representativos de todo el territorio uruguayo.

En el apartado 4.3.1 se detallan las variables incluidas en el modelo de análisis presentado en la sección anterior. Por otra parte, los criterios para definir el grupo de referencia son discutidos en el apartado 4.3.2. En el apartado 4.3.3 se fundamenta la decisión de aproximar el consumo posicional a través del gasto en consumo visible y se presenta el listado de bienes visibles a considerar en las estimaciones. Por último, en el apartado 4.3.4 se muestran algunas descriptivas del gasto en bienes visibles de los hogares uruguayos.

4.3.1 Variables del modelo de análisis

En este trabajo el consumo posicional es aproximado a través del gasto en bienes visibles de los hogares, siendo esta la variable a explicar en el modelo de análisis (ver Cuadro 1). Una de las preguntas que se pretenden responder con esta investigación es si el grupo de referencia incide de manera distinta en función de los bienes que se consideren, por lo que las estimaciones se replican contemplando el gasto en distintos bienes visibles (ver discusión en apartado 4.3.3).

En la estimación se incluyen como controles variables regionales, del tamaño del hogar, de la etapa del ciclo de vida quienes viven en estos hogares, sexo, logros educativos y, por primera vez para Uruguay, ascendencia étnico-racial. Además, siguiendo a Charles et al. (2009) se incluye una variable que indica si el hogar cuenta con activos líquidos, lo que pretende ser una aproximación a la riqueza del hogar (ver Cuadro 1).

Respecto a las variables que intentan explicar el rol del grupo de referencia en el consumo visible, el detalle de las especificaciones utilizadas se presenta al final del Cuadro 1. En el marco de este trabajo, un coeficiente significativo de la variable de ingreso medio del grupo de referencia indicaría que el grupo de referencia tiene incidencia en las decisiones de consumo posicional del hogar, en tanto su signo nos indicaría si pertenecer a un grupo más pobre incentiva a consumir más posicionalmente o no. Con el fin de analizar si los resultados son robustos, se consideran tres formas diferentes de definir el grupo de referencia y todas las estimaciones se replican para los tres casos.

Por otra parte, el análisis de los coeficientes de la brecha entre el ingreso propio y el de los pares (privación o ventaja relativa) permitirá analizar si existe asimetría en las comparaciones o si estas son independientes de la posición del hogar en el grupo. Las comparaciones con otros grupos se analizan a través de la especificación de Gorga et al. (2016), con la cual el coeficiente y signo de las comparaciones ascendentes y descendentes permitirá discutir si las decisiones en torno a los gastos en consumo visible se toman mirando a los más ricos o a los más pobres (Cuadro 1).

En cuanto a la aproximación empírica a las desigualdades dentro del grupo, como se mencionó anteriormente, se incluyen en las estimaciones dos indicadores alternativos, el Gini de ingresos y el Gini de gasto visible. Esta última aproximación incorporará una dificultad adicional a la estimación dado que el Gini de gasto visible sería una variable endógena. Para paliar el problema de endogeneidad el Gini visible que se le computa al hogar i contempla el gasto de todos los de su grupo excluido él. Si bien esta estrategia es limitada otras alternativas seguidas en los antecedentes no puede aplicarse para este caso.

Por ejemplo, el trabajo de Roychowdhury (2016) instrumentar la desigualdad en gasto visible con medidas de desigualdad de ingresos corriente y educativas. Estos instrumentos podrían ser correctos bajo la condición crítica de que los logros educativos del hogar no se relacionan con las decisiones de consumo posicional del grupo. Roychowdhury (2016) define el grupo en base a pueblos y barrios y para justificar su instrumento argumenta que en general las personas no son conscientes del nivel educativo de quienes viven en su misma región. Esto podría ser cierto en el caso de definir los grupos con variables geográficas, sin embargo, no es posible utilizar esta estrategia ya que los grupos de referencia son definidos justamente usando los logros educativos.

Cuadro 1. Variables incluidas en el modelo de análisis

	Variable	Detalle
Dependiente	Log del gasto en bienes visibles	Log del gasto en bienes visibles per cápita del hogar en pesos de noviembre 2017
Controles	Log del ingreso corriente	Log del ingreso corriente per cápita del hogar con valor locativo en pesos de noviembre 2017
	Tamaño del hogar	Log de la cantidad de personas que viven el hogar
	Presencia de menores en el hogar	Vale 1 si en el hogar viven personas menores de 18 años y 0 en otro caso
	Presencia de mayores de adultos mayores el hogar	Vale 1 si en el hogar viven personas mayores de 65 años y 0 en otro caso
	Presencia de personas afrodescendientes mayores de edad en el hogar	Vale 1 si hay personas afro mayores en el hogar y 0 en otro caso
	Sexo del jefe/a del hogar	Vale 1 si jefa de hogar es mujer y 0 si es hombre
	Edad del jefe/a del hogar	Edad en años y edad en años al cuadrado
	Máximo nivel educativo del del hogar	Niveles educativos: Primaria, Secundaria, Terciaria o universitaria
	Región del país donde está el hogar	Vale 1 para las localidades +5000 hab. y 0 en otro caso
	Indicador de activos líquidos	Vale 1 si el hogar percibe ingresos por arrendamientos en donde no vive; intereses por depósitos bancarios, bonos, letras y otros títulos; intereses por préstamos a terceros; utilidades o dividendos de negocios en los que no trabaja y 0 en otro caso
Rol del grupo de referencia	Ingreso medio del grupo de referencia	Ingreso medio del grupo de referencia en pesos de noviembre 2017
	Desigualdad dentro del grupo de referencia	Gini del ingreso per cápita de los hogares del grupo de referencia
		Gini del consumo visible per cápita de los hogares grupo de referencia (sin incluir sin incluir al hogar i)
	Situación relativa respecto al ingreso medio del grupo	Diferencia absoluta del ingreso per cápita del hogar respecto al ingreso medio del grupo de referencia. Privación relativa hace referencia a esta diferencia para los hogares con ingresos per cápita menores al promedio del grupo, en tanto ventaja relativa es esta distancia para los hogares con ingresos por encima del promedio.
Distancia en ingresos respecto al grupo más cercano en ingresos	Diferencia absoluta de ingresos respecto al grupo más cercano en ingresos. Las comparaciones ascendentes hacen referencia a la diferencia con el grupo que está por encima en la distribución del ingreso, mientras que las comparaciones descendentes refieren a la distancia con el grupo que está por debajo.	

Fuente: Elaboración propia

4.3.2 Determinación del grupo de referencia

La forma de determinar el grupo de referencia del individuo es una de las decisiones más relevantes en el abordaje empírico de las comparaciones interpersonales. La literatura que evalúa cómo las personas eligen el grupo aún no es concluyente, por lo tanto, determinar con quién se comparan las personas continúa siendo un gran desafío (Clark, 2012).

Dada la restricción de datos que presentan las encuestas de gastos y siguiendo la estrategia asumida en trabajos previos (Charles et al. 2009; Kaus, 2013; Kaus y Chai, 2013; Gorga et al., 2016), en esta investigación el grupo de referencia se determina exógenamente en base a características observables de los jefes/as de hogar. Esta decisión es en general la alternativa elegida en la literatura que aborda comparaciones interpersonales de consumo, bienestar y satisfacción, dado que las encuestas no reportan otro tipo de información relevante para la determinación de los grupos (Senik, 2009).

Si bien en los trabajos empíricos es habitual asumir que las personas se comparan con otras con características similares (Heffetz, 2012), existen otros trabajos que asumen solo variables regionales para definir el grupo (Luttmer, 2005; Roychowdhury, 2016; Knight et al., 2009 son algunos ejemplos). La justificación de esta decisión es que la proximidad geográfica podría aumentar las interacciones y por ende la visualización de los consumos. Sin embargo, existe evidencia de que la visibilización social del consumo ha cambiado en los últimos años como consecuencia del mayor uso de las redes sociales, lo que permite a las personas mostrar experiencias pasajeras y previamente intangibles en tiempo real, haciendo que la proximidad geográfica ya no sea una limitante para la visibilización del consumo (Bronner y de Hoog, 2018; Josiassen y Assaf, 2013). Esta nueva dinámica en general se asocia a las personas más jóvenes y, dado que son pocos los hogares con jefatura joven, a pesar de esta nueva tendencia, parece relevante la contemplación de ubicación geográfica del hogar en la determinación de los grupos.

El criterio definido por el investigador/a para determinar el grupo de referencia podría influenciar los resultados encontrados, por lo que la estrategia a seguir en este trabajo apunta a contemplar ambas situaciones. En primer lugar, se asume que los jefes/as de hogar se comparan con otros parecidos a ellos y que viven en condiciones similares. En la definición del grupo se toman cuenta algunas características sociodemográficas del jefe/a del hogar como la edad, el nivel educativo y la ascendencia étnico-racial declarada, así como también la región donde se encuentra el hogar.⁹ En

⁹ Es importante tener en cuenta que utilizar como controles las mismas variables utilizadas en para la conformación del grupo de referencia podría traer problemas de multicolinealidad a la estimación, volviendo inestables los signos de los coeficientes estimados. Por este motivo, se utilizan como controles variables distintas a las utilizadas para definir el grupo. En caso de utilizar las mismas variables existiría alta correlación entre el ingreso medio del grupo de referencia y el resto

segundo lugar, los grupos son definidos en función de una variable geográfica, en este caso, toma en cuenta el estrato muestral de la ENGIH al que pertenece el hogar¹⁰ (ver

Cuadro 2).

Los principales antecedentes de este trabajo definen el grupo de referencia considerando la ascendencia étnico-racial de los individuos, sin embargo, la incorporación de estas variables no está exenta de debate (Charles et al. 2009; Kaus, 2013; Kaus y Chai, 2013). En el único antecedente existente para Uruguay la ascendencia étnico-racial no es incluida para la conformación del grupo de referencia debido a que en 2005/2006 la ENGIH no relevaba esta información.

Kaus (2013) en su trabajo para Sudáfrica señala como muy importante la incorporación de la ascendencia racial de los individuos para determinar el grupo de referencia, en tanto guarda una estrecha relación con el estatus. Sin embargo, es discutible si esto se cumple en el caso de Uruguay.

Según datos del censo 2011 la población afro representa un 8,1% de la población total, y presenta características sociodemográficas relativamente homogéneas a la interna, pero diferentes a las de sus pares de ascendencia blanca. Según Vera (2016), esto se deriva en la creación de lazos identitarios dentro de este grupo. Por otra parte, en el trabajo de Leites et al. (2019), se encuentra que las personas de ascendencia afro tienen mayores valores del índice de visibilidad en relación con el resto, sin embargo, las categorías de bienes que se consideran más visibles son las mismas sin importar la ascendencia de los encuestados. En consecuencia, es pertinente analizar si incluir la ascendencia étnico-racial en la determinación de los grupos cambia los resultados encontrados.

de los regresores. El R² de la regresión entre el ingreso medio del grupo de referencia y las variables que se toman en cuenta para la conformación del grupo de referencia es de alrededor de 0.95.

¹⁰ Para un mayor detalle de los estratos consultar la sección 6.1.1 del informe de principales resultados de la ENGIH 2016/2017. Disponible en: https://www.ine.gub.uy/c/document_library/get_file?uuid=3b50400d-c42f-44e7-83a6-339f30798068&groupId=10181

Cuadro 2. Conformación de los grupos de referencia

Criterio para definir el grupo de referencia	Variables	Categorías
Características sociodemográficas similares (con afro)	Máximo nivel educativo del jefe/a del hogar	Primaria, Secundaria, Terciaria o universitaria
	Edad del jefe/a del hogar	Menor de 40, Entre 40 y 54, 55 y más
	Región del país donde está el hogar	Montevideo, Localidades +5000 hab., Localidades -5000 hab.
	Ascendencia principal del jefe/a del hogar	Afro, No afro
Características sociodemográficas similares (sin afro)	Máximo nivel educativo del jefe/a del hogar	Primaria, Secundaria, Terciaria o universitaria
	Edad del jefe/a del hogar	Menor de 40, Entre 40 y 54, 55 y más
	Región del país donde está el hogar	Montevideo, Localidades +5000 hab., Localidades -5000 hab.
Ubicación geográfica del hogar	Estrato muestral	Estrato muestral al que pertenece el hogar

Fuente: Elaboración propia

Paralelamente, es necesario ser cautos al elegir el nivel agregación de las variables seleccionadas para la determinación del grupo de referencia. En pro de agrupar los hogares más parecidos uno podría tener en cuenta aquellos hogares cuyo jefes/as tengan la misma edad, el mismo nivel educativo, la misma ascendencia étnico-racial y que vivan en el mismo barrio, sin embargo, muy pocos hogares cumplirían todas estas condiciones a la vez y tendríamos grupos muy homogéneos, pero de muy pocos hogares. Por otro lado, al contemplar categorías más amplias tendríamos grupos de muchos hogares, pero estos serían muy diferentes entre sí. Esto no es más el conocido *trade-off* entre sesgo y varianza, y limita considerablemente la cantidad de variables que pueden utilizarse para definir el grupo y forma de categorizar estas variables.

En este sentido, en la muestra total solo existen 370 hogares (5%) con jefatura afro, por ende, la inclusión de esta variable para la conformación del grupo de referencia deriva en grupos conformados por pocos hogares. Para compensar esto se eligen categorizaciones más amplias de las otras variables como nivel educativo, grupo de edad y región dónde se ubica el hogar, y, además, siguiendo a Bowles y Park (2005) se excluyen los grupos de menos de 10 hogares.¹¹

De la misma forma, los grupos podrían definirse por unidades geográficas más reducidas que los estratos, como por ejemplo las secciones censales, lo que aseguraría la visibilidad del consumo entre los hogares. Sin embargo, la encuesta solo toma 5 hogares por sección y por ende las estimaciones se realizarían en base a muy pocas observaciones. En contraposición, elegir los

¹¹ Esta decisión solo implica la pérdida de observaciones 38 observaciones cuando se define el grupo contemplando la ascendencia étnico racial de los individuos. En tanto no se deben eliminar observaciones con las otras dos definiciones del grupo.

departamentos como variable geográfica podría ser un indicador muy amplio de la ubicación geográfica del hogar. Las descriptivas básicas de los distintos grupos pueden encontrarse en el Anexo 1.

4.3.3 Elección de la canasta de bienes visibles

Otra decisión importante en el marco de esta investigación es la elección de los bienes que se considerarán como consumo visible. En la literatura de consumo posicional parece existir consenso respecto a contemplar los gastos en vestimenta, cuidado personal, joyas y vehículos, ya que estos bienes son sistemáticamente reportados como los más visibles (Charles et al., 2009; Kaus, 2013; Gorga et al., 2016; Heffetz, 2011; Leites et al., 2019).

Los gastos en muebles y artículos para el hogar en general no son tenidos en cuenta en los antecedentes, a pesar de ocupar los primeros lugares en el índice de visibilidad. Esto se debe a que no se considera que los gastos de la vivienda sean consumos que se asocien a la búsqueda de reconocimiento social.

Heffetz (2011) plantea que existen dos explicaciones para un valor del índice tan alto en esta categoría en relación a otros gastos asociados a la vivienda. Una posibilidad es que las personas hablan más sobre los gastos en muebles y electrodomésticos que sobre otros gastos como el alquiler o hipoteca, lo que los hace más visibles culturalmente. Por otro lado, podría pasar que, al visitar la casa de un conocido, las personas son más conscientes del costo de los muebles y electrodomésticos, que del costo de la vivienda en sí, es decir que primaría un aspecto más visual de la visibilidad.

La inclusión de esta categoría en el análisis de consumo posicional es discutible, pero con el fin de mantener comparabilidad con los antecedentes, se decide no contemplar los gastos en muebles y electrodomésticos como consumo visible. Por otra parte, los trabajos revisados plantean la necesidad de extender el listado de bienes visibles para incluir los gastos en viajes, restaurantes, fiestas y salidas recreativas (Trentmann, 2017; Van Boven y Gilovich, 2003; Yang y Mattila, 2017).

En la Figura 1 se presentan los bienes considerados visibles en este trabajo. En el panel superior se muestran los bienes visibles básicos en dos versiones, una más amplia que replica el listado considerado en el antecedente para Uruguay de Gorga et al. (2016), y una versión más estricta que se adoptará en este trabajo.¹² Por otra parte, en el panel inferior se muestran los nuevos bienes

¹² Uno de los objetivos del trabajo de Gorga et al. (2016) consistía en comparar los resultados para cuatro países latinoamericanos, esto limitó las posibilidades de definir la canasta de bienes ya que debía poder estimarse la misma canasta para todos los países. En este trabajo, en cambio, es posible ser más precisos con el listado de bienes a considerar.

visibles que se agregan en esta investigación.¹³

A partir del listado de bienes presentadas de la Figura 1 se determinan tres canastas de consumo visible para realizar las estimaciones:

- Canasta Gorga et al.: incluye el total de bienes visibles básicos.
- Canasta estricta: incluye los bienes visibles básicos en su versión más estricta.
- Canasta extendida: incluye los bienes visibles básicos en su versión más estricta + los nuevos bienes visibles.

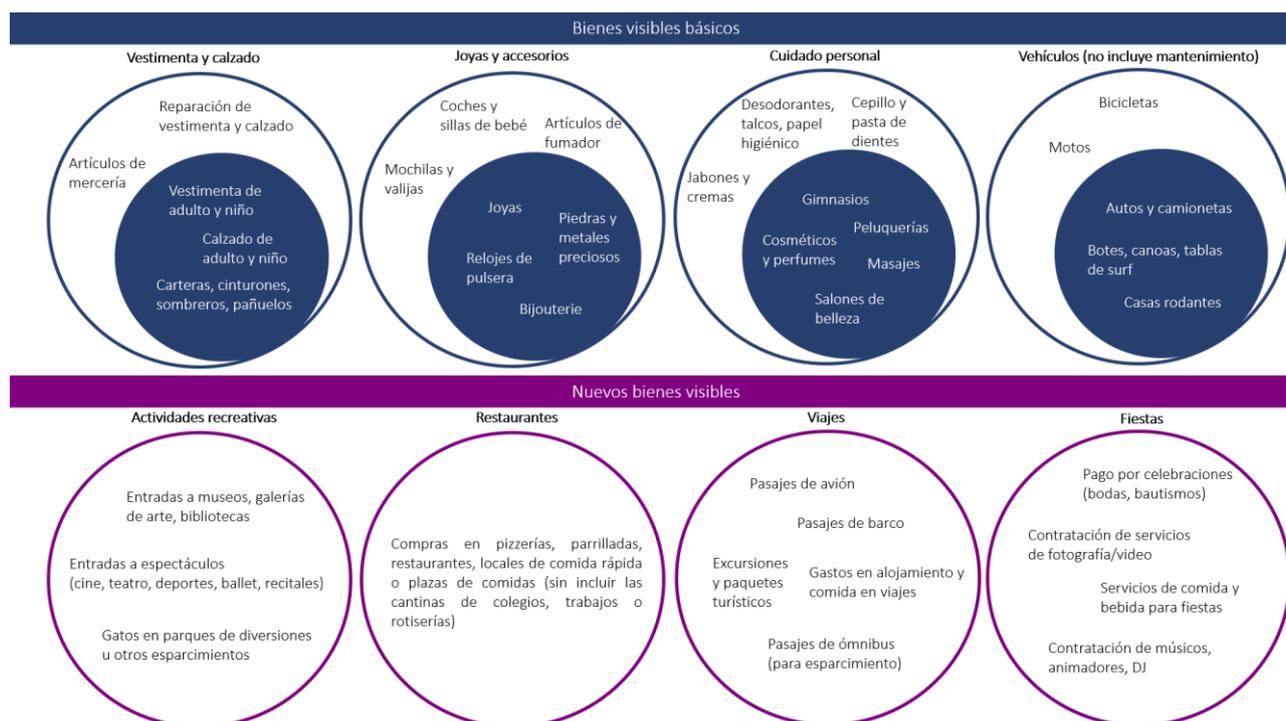
La estimación de los resultados utilizando la canasta Gorga et al. permitirá ver los cambios con respecto a las estimaciones para 2005/2006 presentadas en el antecedente. Sin embargo, el análisis de este trabajo se centra en la comparación de la canasta estricta y la canasta extendida, buscando analizar si las pautas de consumo de los nuevos bienes visibles son diferentes a las de los bienes visibles básicos.¹⁴

Cabe mencionar que evidencia muestra que los bienes visibles tienden a ser los mismos para personas con diferentes características sociodemográficas (Heffetz, 2011; Leites et al., 2019) Este resultado respalda la decisión de usar una misma canasta de bienes para todos los hogares.

¹³ El listado completo se encuentra en:
<https://drive.google.com/file/d/1U1O7PtzjuHGy0pN8x4IZB0ceQzALZCQT/view?usp=sharing>

¹⁴ En todos los casos los bienes no visibles se definen como el complemento.

Figura 1. Bienes visibles considerados en este trabajo.



Fuente: Elaboración propia

4.3.4 Descriptivas del gasto en bienes visibles

Un alto porcentaje de los hogares uruguayos gasta en bienes visibles, esto se debe principalmente a que en todas las canastas se contemplan los gastos en vestimenta y calzado y cuidado personal, que están muy extendidos en la población (Cuadro 3). El 99% de los hogares realiza algún gasto en bienes visibles si consideramos la canasta utilizada por Gorga et al. (2016), esto se explica principalmente porque esa canasta contempla un listado más amplio dentro de los gastos de cuidado personal (se incluyen por ejemplo gastos en jabón/papel higiénico/cepillo de dientes), es así que, según esa categorización, un 96% de los hogares realiza gastos en cuidado personal versus un 57% con la definición más estricta.

El gasto en vehículos es otra categoría que difiere entre la canasta de Gorga et al. y la otras dos (14% vs 7%). Esto se debe a que, en la primera el gasto en vehículos incluía, por ejemplo, la compra de bicicletas y motos de baja cilindrada, sin embargo, la categoría de vehículos en la categorización de Heffetz (2011) adoptada en este trabajo no incluye estos vehículos. En la misma línea, el gasto en joyas y accesorios también es diferente entre canastas, pasando de 17% con el listado de bienes de Gorga et al. a 10% con el listado usado en este trabajo. Como resultado de las diferencias en el listado de bienes incluidos, una menor cantidad de hogares registran gastos en bienes visibles si se tiene en cuenta la canasta estricta. 91% del total de hogares gasta en bienes visibles considerando

esta canasta.

Un resultado interesante es que cuando se considera la canasta extendida, a pesar de que contempla cuatro nuevas categorías de bienes, el porcentaje de hogares que consume bienes visibles es solo levemente mayor (93%) al encontrado en con la canasta estricta. Este indica que los hogares que consumen estos servicios y experiencias también consumen los bienes visibles básicos. Un 37% de los hogares realiza gastos en viajes, un 30% sale a comer afuera, un 23% gasta en actividades recreativas y solo un 1% registra desembolsos destinados a fiestas y eventos. Esto tiene sentido dado que la periodicidad de gastos en festejos es menor a las de otras categorías de gasto y puede ser que los eventos asociados a fiestas se dieran por fuera del período de la encuesta. Como era esperable, junto a los gastos en fiestas, los gastos en joyas y accesorios y vehículos son los que están presentes en una menor cantidad de hogares.

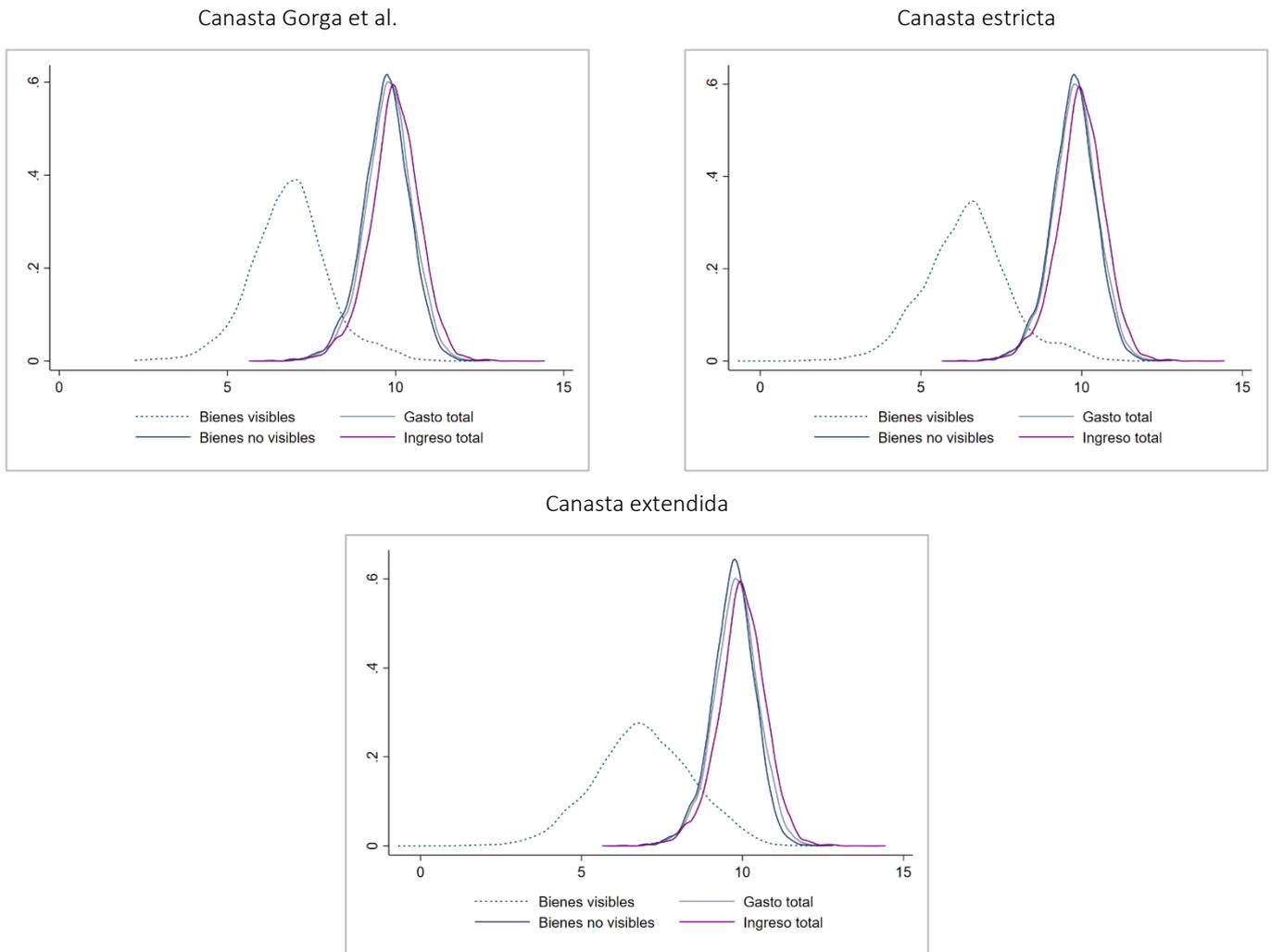
Cuadro 3. Descriptivas del gasto en bienes visibles

	Hogares que realizan gastos en bienes visibles	Peso del gasto en bienes visibles en el gasto total		
		Hogar promedio	10% que gasta menos	10% que gasta más
Canasta estricta	91%	6%	1%	12%
Canasta extendida	93%	9%	1%	22%
Canasta Gorga et al.	99%	8%	2%	16%
Vestimenta y calzado	84%	3%	1%	8%
Vestimenta y calzado (Gorga et al.)	86%	4%	1%	8%
Joyas y accesorios	10%	0%	0%	1%
Joyas y accesorios (Gorga et al.)	17%	1%	0%	1%
Cuidado personal	57%	2%	0%	3%
Cuidado personal (Gorga et al.)	96%	3%	1%	6%
Compra de vehículos	7%	25%	10%	38%
Compra de vehículos (Gorga et al.)	14%	14%	1%	34%
Actividades recreativas	23%	2%	0%	4%
Restaurantes	30%	1%	0%	3%
Viajes	37%	4%	0%	10%
Fiestas	1%	1%	0%	4%
No visible - Canasta estricta	100%	95%	89%	100%
No visible - Canasta extendida	100%	92%	79%	100%
No visible - Canasta Gorga et al.	100%	92%	84%	99%

Fuente: Elaboración propia en base a ENGIH 2016/2017

Un hogar promedio destina menos del 10% del gasto total a bienes visibles, en tanto los hogares que más los consumen visiblemente destinan un cuarto de su gasto total (Cuadro 3). En consonancia, en la Figura 2 se muestra que el gasto en bienes visibles concentra su distribución a la izquierda de la distribución del gasto en bienes no visibles. Además, se encuentra que la distribución para estos gastos es más dispersa que la del resto de los bienes. Los bienes no visibles presentan una distribución similar a la del gasto total y a la del ingreso corriente, lo que era esperable dado que representan al menos 90% del gasto total de un hogar promedio. Las funciones de densidad de Kernel para los bienes y servicios que componen las canastas de bienes visibles se encuentran en el Anexo 2.

Figura 2. Funciones de densidad Kernel del logaritmo del gasto e ingreso per cápita de los hogares



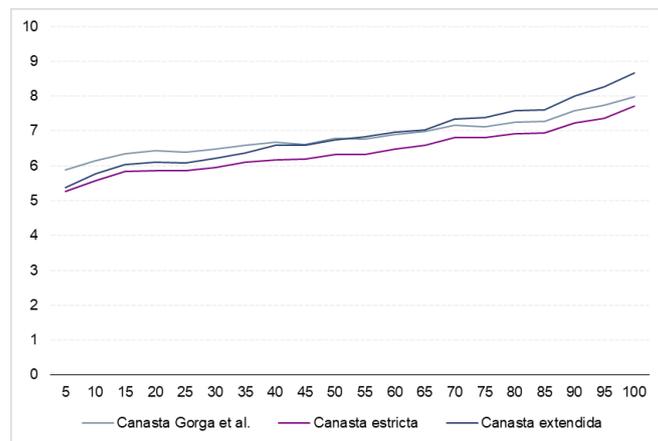
Fuente: Elaboración propia en base a ENGIH 2016/2017

Una de las dimensiones a considerar para determinar el consumo de qué bienes podría considerarse consumo posicional es la asociación positiva entre un mayor consumo y un mayor ingreso. En la Figura 3 se muestra que existe una relación positiva entre ingreso corriente del hogar y gasto en bienes visibles, esto se cumple tanto para las tres canastas bienes consideradas como para todos bienes y servicios que las componen.

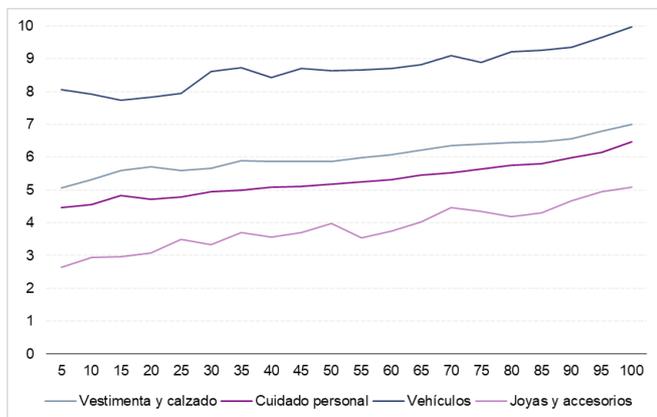
Se encuentra un comportamiento diferente antes y después del percentil 60 de ingresos, derivado principalmente del comportamiento diferente que presenta el gasto en los bienes visibles básicos en comparación con los de la canasta extendida. El gasto promedio asociado a viajes y actividades recreativas es similar entre los hogares con ingresos inferiores a la mediana, sin embargo, la relación entre gasto promedio e ingreso se vuelve creciente para los más ricos, particularmente a partir del percentil 90 en el caso de los viajes y desde el percentil 85 en el caso de las actividades recreativas.

En lo que respecta a las salidas a restaurantes la relación creciente entre las variables se encuentra a lo largo de toda la distribución, pero el crecimiento es mayor en los percentiles de ingreso mayores. La baja cantidad de hogares que realiza gastos en fiestas y eventos hace las estimaciones para esta categoría presenten una variabilidad mayor y hace difícil sacar conclusiones sobre esta categoría. En el caso de los bienes visibles básicos, la asociación encontrada entre gasto e ingreso también es positiva. En caso de las joyas y accesorios y el gasto en vehículos la relación es notablemente mayor entre el 15% más rico.

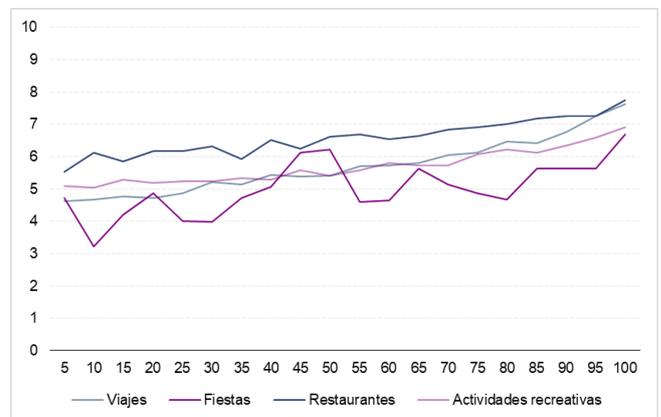
Figura 3. Promedio del logaritmo del gasto per cápita de los hogares, por cuantil de ingreso per cápita del hogar.



Bienes visibles básicos



Nuevos bienes visibles



Fuente: Elaboración propia en base a ENGIH 2016/2017

Los resultados presentados en esta sección son muy similares a los encontrados con los datos 2005/2006 en el trabajo de Gorga et al. (2016).¹⁵ Esto muestra que el patrón de consumo visible no ha variado considerablemente en estos 10 años. La única categoría que aumenta sustancialmente su presencia en el gasto total de los uruguayos es el gasto en vehículos, impulsado principalmente por

¹⁵ La excepción es la categoría joyas y accesorios. En la ENGIH anterior se consideraba en gastos en mochilas como gasto en la categoría joyas y accesorios, mientras que ahora el INE lo considera un gasto de vestimenta y calzado. Es por esto en Gorga et al. encontraban que prácticamente la mitad de los hogares uruguayos tenía gastos en joyas y accesorios con los datos 2005/2006 y ahora se encuentra que el porcentaje es menor al 20%.

un mayor desembolso destinado a la compra de autos, el hogar promedio gastaba 1% de su gasto total en vehículos hace 10 años y ahora gasta 14%.

Para el resto de las categorías los gastos se mantienen iguales, sin embargo, es probable que existan cambios a la interna de los rubros derivados de los cambios tecnológicos y la mayor disponibilidad de bienes y servicios. Esto podría indicar que se produjo una sustitución a la interna de las categorías en tanto no se expandió (ni en monto ni en consumidores) el consumo de ninguna de ellas.

5. Resultados

En los siguientes apartados se discuten los principales resultados de este trabajo. En el apartado 5.1 se muestran los resultados del modelo base que no incluye al grupo de referencia. Posteriormente, en el apartado 5.2 se incluye el grupo de referencia en las estimaciones y se analiza su incidencia en el gasto en bienes visibles. En el apartado 5.3 se profundiza en el análisis de la dirección de las comparaciones y las desigualdades entre grupos, y, por último, en el apartado 5.4 se exploran las diferencias entre los resultados para los bienes visibles básicos y los nuevos bienes visibles.

5.1 El consumo de bienes visibles

Antes de explorar el rol del grupo de referencia en las decisiones de consumo visible, en este apartado se discuten los resultados del modelo base (Ecuación 1). Como era esperable se encuentra que, para las tres canastas de bienes visibles consideradas y los bienes que las componen, un mayor consumo se asocia a un mayor nivel de ingresos (Figura 4, Panel A). Es más, en todos los casos los bienes visibles considerados son bienes suntuarios, en tanto la su elasticidad ingreso permanente es mayor a 1. Encontrar un aumento más que proporcional del consumo visible ante un aumento de los ingresos tienen sentido en el marco de la teoría de consumo posicional Frank (1985) y el modelo de Charles et al. (2009). Según estos autores, el aumento en el consumo visibles derivado una mayor disponibilidad de recursos sería aún mayor como consecuencia de comportamientos posicionales.

Al igual que en Gorga et al. (2016) los bienes con mayor elasticidad son los vehículos, sin embargo, el coeficiente de la elasticidad es considerablemente mayor que en el antecedente. Esto se debe que ahora los resultados de esta categoría son estimados con un modelo tobit dada la gran cantidad de hogares que no acceden a la compra vehículos, y también es consecuencia de los cambios en el listado de bienes incluidos en esta categoría con relación a Gorga et al. (2016). Lo mismo sucede con el gasto en joyas y accesorios que es el segundo gasto con mayor elasticidad ingreso permanente (Figura 4, Panel A). Las estimaciones no son significativas para el caso de los gastos en fiestas, lo

que probablemente se asocie a que muy pocos hogares reportan gastos en esta categoría lo que genera estimaciones imprecisas. Por este motivo, las estimaciones para esta categoría no se presentan de forma separada en lo que resta del documento, en tanto si se incluyen los gastos en fiestas en la canasta extendida.

Respecto a las variables de control, el Panel B de la Figura 4 resume el signo encontrado para de los coeficientes significativos al 95%. Como era esperable, los gastos en consumo visible son mayores cuantas más personas vivan en el hogar, e incluso más si en el hogar viven menores de edad. En particular la presencia de niños y adolescentes se asocia a un gasto mayor en vestimenta y calzado, mientras que no afecta el consumo en las otras categorías. Lo opuesto sucede con los hogares en los que viven adultos de más de 65 años, aunque solo se registra una relación negativa entre la edad avanzada y el gasto visible en las salidas recreativas o a comer en restaurantes. Por otra parte, el consumo visible es mayor para los hogares con jefes/as más jóvenes y la jefatura femenina se asocia a un menor gasto, aunque solo en la canasta extendida (Figura 4).

Hasta aquí todos los resultados coinciden con los encontrados por Gorga et al. (2016) con datos para 2005/2006. Sin embargo, los resultados no se mantienen en lo que respecta al efecto de la educación en el gasto en bienes visibles. Con los datos 2016/2017 se encuentra que el nivel educativo no influye en los gastos visibles ni con la canasta de Gorga et al. ni con la canasta estricta definida en este trabajo. Sin embargo, un mayor nivel educativo se asocia a un mayor consumo en el caso de la canasta extendida, consecuencia de un mayor gasto en viajes, restaurantes y salidas recreativas entre los más educados. En particular las diferencias están entre los egresados de carreras terciarias o universitarias y el resto. No se encuentran diferencias en el comportamiento de quienes tienen secundaria como máximo nivel educativo alcanzado en comparación con los que alcanzaron primaria. Esto es consistente con el resultado del trabajo de *focus groups* de Rivero (2018) en donde eran los más educados los que mencionaban que viajar reportaba estatus a sus pares.¹⁶

Por otro lado, la región de residencia del hogar también afecta el gasto en bienes visibles. Se encuentra que en general en las localidades urbanas el gasto en bienes visibles es menor. Esto no sucede en el caso de los gastos en actividades recreativas y salidas a comer, lo que podría estar asociado a cuestiones de oferta para realizar gastos de este tipo en los centros urbanos. En el

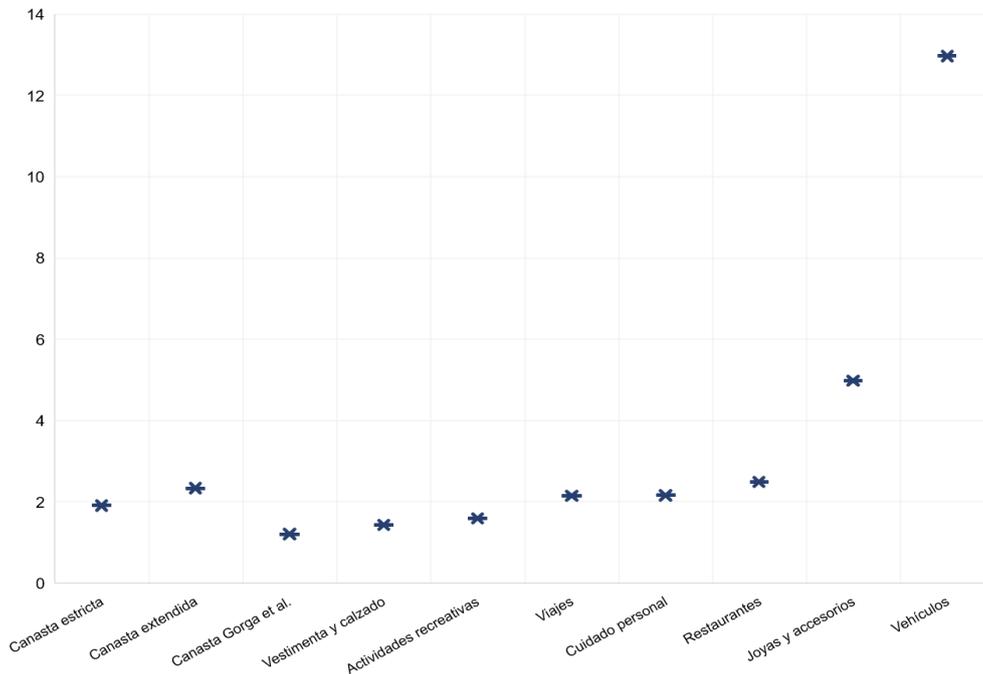
¹⁶ En las estimaciones se aproxima la educación con el máximo nivel educativo del hogar dividido en tres categorías: primaria, secundaria y terciaria/universitaria. Los resultados son los mismos se si sustituye esta variable por el máximo nivel educativo del jefe/a de hogar como lo hacen Gorga et al. (2016). Además, se replican las estimaciones usando la cantidad de años de educación del jefe/a en vez de los niveles alcanzados, y no se encuentran efectos significativos de esta variable, ni siquiera en la canasta ampliada. Esto reforzaría la idea de que el gasto diferencial en bienes visibles se da entre quienes alcanzan cierto nivel educativo y lo que no, y no depende la cantidad de años de formación.

antecedente para Uruguay, Gorga et al. (2016) no incluyeron variables de región como control, por lo que no existen antecedentes que recojan el efecto de esta variable.

A diferencia de lo encontrado en los antecedentes para Estados Unidos y Sudáfrica (Charles et al., 2009; Kaus 2013), se encuentra que en Uruguay no existen diferencias en el consumo visible de hogares donde viven personas de ascendencia afro respecto a los que no. Solo se encuentra diferencias significativas en la categoría de joyas y accesorios indicando un mayor consumo de los hogares con presencia afro. Por último, se encuentra que la disponibilidad de activos líquidos del hogar no afecta el gasto en bienes visibles, salvo en el caso del gasto en viajes en donde se encuentra una relación positiva con el gasto.

Figura 4. Estimaciones de la Ecuación 1 para las tres canastas consideradas y los bienes que las componen.

Panel A. Estimaciones de la elasticidad ingreso permanente (coeficientes significativos al 95%)



Panel B. Signos de los controles significativos al 95%

	Canasta estricta	Canasta extendida	Canasta Gorga et al.	Vestimenta y calzado	Actividades recreativas	Viajes	Cuidado personal	Restaurantes	Joyas y accesorios	Vehículos
Tamaño del hogar	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Menores en el hogar	+	+	+	+			-			
Mayores de 65 en el hogar		-			-			-		
Afro mayores de edad en el hogar									+	
Mujer jefa de hogar		-					+			-
Años de edad del jefe/a	-	-		-				-	-	
Máximo nivel educativo del hogar: secundaria										
Máximo nivel educativo del hogar: terciaria/universitaria		+			+	+		+		
Localidades +5000 hab.	-	-	-	-	+	-	-	+		-
Indicador de riqueza						+				

Estimaciones realizadas por variables instrumentales. Las estimaciones completas se encuentran en el Anexo 3 y **Error! Reference source not found.** En el caso de los gastos en, Joyas y accesorios y Vehículos se considera un modelo tobit y en la figura se presentan los coeficientes de los efectos marginales en la media.

Fuente: Elaboración propia en base a EGIH 2016/2017

5.2 El rol del grupo de referencia en el consumo de bienes visibles

Como primera forma de modelizar el rol de las comparaciones en las decisiones de consumo visible de los hogares se incorpora el ingreso medio del grupo de referencia en las estimaciones. Al igual que con los datos de 2005/2006 presentados en el trabajo de Gorga et al. (2016) se encuentra que el grupo de referencia de los hogares afecta el gasto destinado consumo visible (Cuadro 4, Panel A). Los resultados para las tres canastas se alinean con las derivaciones del modelo de Charles et al. (2009) planteado en el marco teórico ya que el signo negativo indicaría que pertenecer a un grupo de referencia de menor ingreso se asocia a un mayor consumo posicional. La interpretación de este resultado es que grupos con menos ingresos tienen mayores incentivos (retornos) para gastar en consumo visible de forma de diferenciarse de los más pobres, y, por ende, destinan una mayor parte de su presupuesto la compra bienes que los distinguan de estos.¹⁷

Los resultados se mantienen tanto en la primera estimación, en la que se instrumenta el gasto total intentando aproximar el ingreso permanente de los hogares (VI1), como en la segunda estimación, en la que además se instrumenta el ingreso del grupo de referencia con el ingreso del grupo más cercano (VI2) (ver Anexo 6). Esto sustenta la idea de que la relación encontrada entre las variables no se debe solamente al contexto en que los grupos toman sus decisiones de consumo, sino que el grupo de referencia tiene un rol en las decisiones de consumo más allá del efecto derivado de que todas las personas de un mismo grupo pueden estar siendo afectadas por una misma situación o ser parecidas entre sí. Dada la similitud de los resultados encontrados, en lo que resta del documento solo se presentan las estimaciones VI2 y los resultados sin instrumentar el grupo de referencia pueden encontrarse en los anexos.

El coeficiente asociado al ingreso medio del grupo de referencia en el gasto visible es negativo, significativo, y de pequeña magnitud en las distintas especificaciones, aunque en el caso de considerar la ubicación geográfica del hogar para definir el grupo los coeficientes son algo mayores. Respecto al resto de los controles incluidos en la estimación los resultados también son muy similares en términos de su signo, magnitud y significación (ver Anexo 6 y **Error! Reference source not found.**).

¹⁷ Se realiza una prueba de placebo replicando las estimaciones para el gasto en alimentos del hogar. Se encuentran coeficientes no significativos para el ingreso medio del grupo de referencia, lo que da robustez a los resultados (Ver Anexo 7).

Cuadro 4. Efecto del grupo de referencia en el consumo de bienes visibles.
Estimaciones de la Ecuación 2 para las tres canastas consideradas y los bienes que las componen.

	Coeficiente del ingreso medio del grupo de referencia:		
	definido por características sociodemográficas CA	definido por características sociodemográficas SA	definido por ubicación geográfica del hogar
Panel A: Canastas de bienes visibles agregadas			
Canasta estricta	-0.00002***	-0.00002**	-0.00003***
Canasta extendida	-0.00001***	-0.00001***	-0.00002***
Canasta Gorga et al.	-0.00001***	-0.00001***	-0.00002***
Panel B: Categorías de bienes visibles			
Vestimenta y calzado	-0.00002***	-0.00002***	-0.00004***
Joyas y accesorios	-0.00001	-0.00001	-0.00002
Cuidado personal	-0.00002***	-0.00002***	-0.00003***
Vehículos	-0.00016***	-0.00017***	-0.00017***
Restaurantes	0.0000	0.0000	0.00001*
Actividades recreativas	0.00003***	0.00002***	0.00002***
Viajes	0.00002***	0.00002***	0.00003***

Estimaciones realizadas por variables instrumentales (VI2). Las estimaciones completas se encuentran los anexos Anexo 6 y **Error! Reference source not found.** tanto el test de evaluación de debilidad de los instrumentos se presenta en el Anexo 5. En el caso de los gastos en Joyas y accesorios y Vehículos se considera un modelo tobit instrumentado y en el cuadro se presentan los coeficientes de los efectos marginales en la media. ***p-valor<0.01**p-valor<0.05*p-valor<0.1

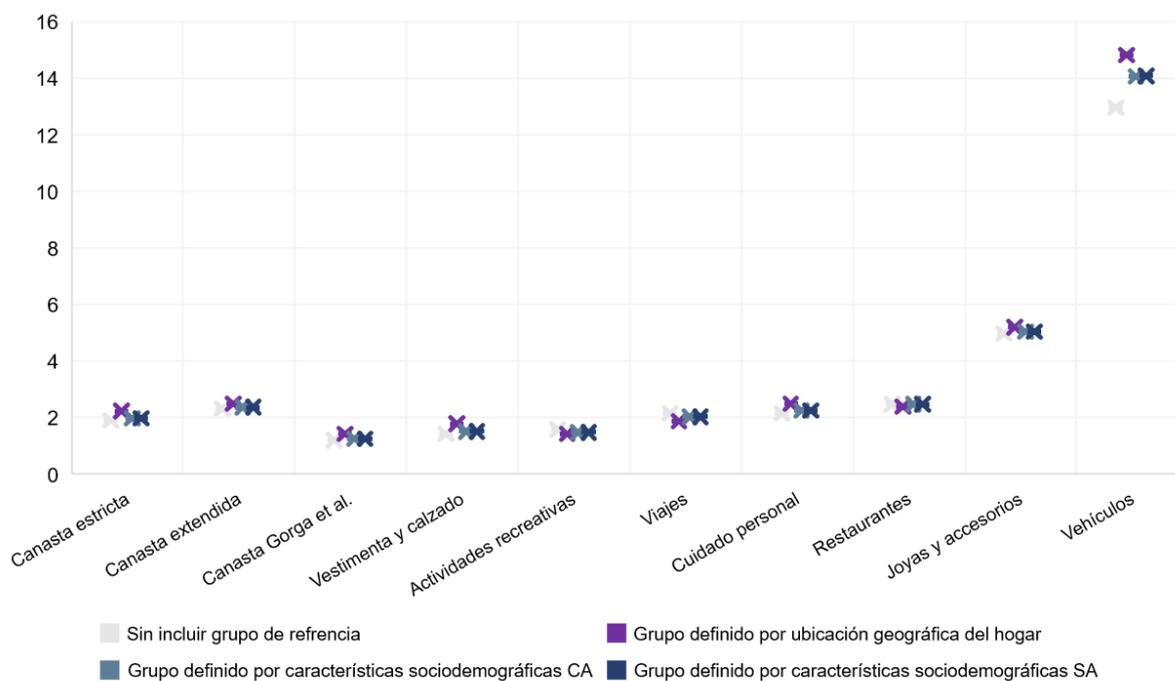
Fuente: Elaboración propia en base a EGIH 2016/2017

Qué tan fuerte es el efecto del grupo de referencia en el consumo depende también de la canasta de bienes visibles considerada. Se encuentran efectos más fuertes para la canasta estricta que para la canasta extendida. Esto es consecuencia de los efectos contrapuestos que tiene el grupo de referencia en los bienes básicos y los nuevos bienes visibles como se muestra en el Panel B del Cuadro 4. En el caso de los bienes visibles básicos el signo del ingreso medio del grupo de referencia negativo y significativo en el gasto en vehículos, vestimenta y calzado y cuidado personal, en cambio, no se encuentran efectos del grupo de referencia en el gasto en joyas y accesorios.¹⁸ En el caso de los nuevos bienes visibles, el grupo de referencia no parece tener un efecto en los gastos en salir comer afuera (restaurantes) ya que solo en un caso el coeficiente es significativo y lo es con un 90% confianza. Respecto a los viajes y actividades recreativas se encuentra un efecto del grupo de referencia significativo y con signo positivo, es decir, que el efecto de la comparación con los pares es contrario al encontrado para los bienes básicos.

¹⁸ Esto es una diferencia respecto al trabajo de Gorga et al. (2016) y se debe seguramente a los cambios en el listado de bienes que se considera dentro de esta categoría en uno y otro trabajo, ya que al considerar la categoría de joyas como se define en Gorga et al. (2016) se encuentra, al igual que en los casos anteriores, un signo negativo y significativo.

Cabe mencionar que la consideración del grupo de referencia en las estimaciones no reduce los coeficientes de la elasticidad ingreso permanente de los hogares y nuevamente en todos los casos los coeficientes son mayores que 1 (ver Figura 5). Es decir que el grupo de referencia influencia las decisiones de consumo visible, pero en ningún caso los comportamientos emulativos provocan una reducción en el consumo visible. Incluso a pesar de que el efecto del grupo de referencia es opuesto según se trate de los bienes visibles básicos o los nuevos bienes visibles en todos los casos esto la elasticidad ingreso permanente permanece incambiada.

Figura 5. Elasticidad ingreso permanente luego de incorporar el grupo de referencia en las estimaciones (coeficientes significativos al 95%).
Estimaciones de la Ecuación 2 para las tres canastas consideradas y los bienes que las componen.



Estimaciones realizadas por variables instrumentales (VI2). Las estimaciones completas se encuentran los anexos Anexo 6 y **Error! Reference source not found.** tanto el test de evaluación de debilidad de los instrumentos se presenta en el Anexo 5. En el caso de los gastos en Joyas y accesorios y Vehículos se considera un modelo tobit instrumentado y en la figura se presentan los coeficientes de los efectos marginales en la media. ***p-valor<0.01**p-valor<0.05*p-valor<0.1

Fuente: Elaboración propia en base a EGIH 2016/2017

5.3 Explorando las desigualdades dentro de los grupos y la dirección de las comparaciones

En el apartado anterior se muestra que el grupo de pares juega un rol en las decisiones de consumo de los hogares, sin embargo, el efecto de este puede ser diferente en función del lugar que el hogar ocupe en su grupo o el lugar que el grupo ocupe en la sociedad. Por otra parte, las desigualdades existentes dentro de los grupos también podrían influir en las decisiones de consumo

visible. En este apartado se explora la direccionalidad de las comparaciones y como estas varían en función del grupo y la canasta de bienes elegida.

El Cuadro 5 muestra el efecto de incorporar modelización de la posición de los hogares dentro del grupo al que pertenecen. Al igual que con datos para 2005/2006 en el trabajo de Gorga et al. (2016) se encuentra que la posición que ocupa el individuo dentro del grupo no afecta su gasto en bienes visibles. Un resultado como este a priori podría derivarse de la decisión tomada por el investigador/a al definir grupos muy homogéneos o con ingresos muy concentrados, sin embargo, este resultado se mantiene para los tres grupos de referencia definidos en este trabajo, lo que da robustez al resultado de que no se cumple la asimetría de las comparaciones a la interna de los grupos más allá de la forma de definir el grupo.

Cuadro 5. Efecto del grupo de referencia en el consumo de bienes visibles teniendo en cuenta la posición dentro del grupo. Estimaciones para las tres canastas consideradas.

	Grupo de referencia definido por:		
	características sociodemográficas CA	características sociodemográficas SA	ubicación geográfica del hogar
	Canasta estricta		
Ingreso medio del grupo	-0.00002**	-0.00002**	-0.00004***
Ventaja relativa	-0.10688	0.15312	0.03095
Privación relativa	-0.00123	0.06331	0.12515
	Canasta extendida		
Ingreso medio del grupo	-0.00001*	-0.00001*	-0.00002***
Ventaja relativa	-0.00651	-0.07514	0.02506
Privación relativa	0.01614	0.11356	0.15301
	Canasta Gorga et. Al		
Ingreso medio del grupo	-0.00001***	-0.00002***	-0.00002***
Ventaja relativa	-0.03631	-0.7159	0.0855
Privación relativa	0.01443	0.05991	0.00909

Estimaciones realizadas por variables instrumentales (VI2). La estimación completa, así como la estimación VII se encuentran en el Anexo 8. ***p-valor<0.01**p-valor<0.05*p-valor<0.1

Fuente: Elaboración propia en base a EGIH 2016/2017

Al desagregar las canastas de bienes visibles se encuentra que quienes están en una posición de ventaja relativa respecto al resto del grupo gastan más salir a comer a restaurantes. Para esta categoría anteriormente no se había encontrado un efecto del ingreso medio del grupo de referencia, lo que se mantiene en estas nuevas estimaciones. Esto indicaría que para el gasto en restaurantes lo que importa es la situación relativa dentro del grupo y no el lugar que este ocupe en la sociedad. Por otra parte, se encuentra que pertenecer a los más ricos del grupo estimularía el gasto en viajes y joyas y accesorios, aunque solo se considera el grupo referencia definido en términos de ubicación y los coeficientes son solo significativos al 90%. Para el resto de los consumos no se encuentran diferencias en el consumo dentro del grupo (Cuadro 6).

La incorporación de las variables de privación o ventaja relativa dentro del grupo en general no cambian los resultados los resultados para el ingreso medio del grupo de referencia. Sin embargo, en el caso de los gastos en vehículos y joyas y accesorios el coeficiente del ingreso medio del grupo de referencia deja de ser significativo. En cuanto a la elasticidad ingreso permanente el coeficiente se reduce levemente tanto en las canastas agregadas como para las estimaciones por categoría, aunque en todos los casos sigue siendo mayor a la unidad (ver

Anexo 9).

Cuadro 6. Efecto del grupo de referencia en el consumo de bienes visibles teniendo en cuenta la posición dentro del grupo. Estimaciones por categoría de bienes visibles.

	Grupo de referencia definido por:		
	características sociodemográficas CA	características sociodemográficas SA	ubicación geográfica del hogar
	Vestimenta y calzado		
Ingreso medio del grupo	-0.00002***	-0.00003**	-0.00004***
Ventaja relativa	-0.12656	-0.17241	-0.11091
Privación relativa	0.03159	0.07435	0.04165
	Joyas y accesorios		
Ingreso medio del grupo	-0.00000884	-0.000000	-0.0000708
Ventaja relativa	-0.159356	0.1247167	2.112478*
Privación relativa	-0.033557	-0.414016	-1.727926
	Cuidado personal		
Ingreso medio del grupo	-0.00003***	-0.00004***	-0.00004***
Ventaja relativa	-0.26306	-0.30018	-0.14498
Privación relativa	0.2122	0.28962	0.2647
	Vehículos		
Ingreso medio del grupo	-0.000176	-0.000195	-0.000213
Ventaja relativa	-3.045509	-3.272083	-2.584064
Privación relativa	-1.805278	-1.637349	-0.396327
	Actividades recreativas		
Ingreso medio del grupo	0.00002**	0.00002*	0.00001*
Ventaja relativa	-0.19142	-0.15412	-0.0828
Privación relativa	0.11302	0.12418	0.30455
	Restaurantes		
Ingreso medio del grupo	0.00001	0.00001	0.00002
Ventaja relativa	0.52599**	0.55463**	0.39844*
Privación relativa	0.11298	0.14071	-0.01082
	Viajes		
Ingreso medio del grupo	0.00003***	0.00003***	0.00003**
Ventaja relativa	0.36926	0.34098	0.51350*
Privación relativa	-0.04492	0.34098	0.07867

1. Estimaciones realizadas por variables instrumentales (VI2). En el caso de los gastos en Joyas y accesorios y Vehículos se considera un modelo tobit instrumentado y en el cuadro se presentan los coeficientes de los efectos marginales en la media. La estimación completa se encuentra en el

Anexo 9. ***p-valor<0.01**p-valor<0.05*p-valor<0.1

Fuente: Elaboración propia en base a EGIH 2016/2017

Para analizar cómo las desigualdades dentro del grupo pueden afectar los resultados, se incorpora a la estimación el Gini de ingreso per cápita del hogar. Como en Gorga et al. (2016), no se encuentran efectos del Gini de ingresos en el consumo visible para ninguna de las canastas agregadas (En este caso, en contextos de baja desigualdad el gasto visible es mayor. Esto quiere decir que, en un grupo donde los individuos son parecidos en su nivel de ingresos, los miembros tienen mayores incentivos para gastar en viajes y salidas, ya que consumiendo solo un poco más lograrían diferenciarse del resto (Hopkins y Kornienko, 2009).

Cuadro 7). En cambio, si se encuentran efectos significativos de la desigualdad en el análisis por categoría de bienes en presentado en el Cuadro 8.

Mientras el Gini de ingresos no es relevante para el caso del gasto en vestimenta, joyas y vehículos, sí lo es para los gastos en cuidado personal, presentando signo positivo. La intuición detrás de este resultado sería que, ante una menor desigualdad, hay una menor necesidad de diferenciación, y, por ende, hay menos incentivo para gastar en bienes de cuidado personal. En contraposición para el gasto en restaurantes, salidas recreativas y viajes el coeficiente de Gini es negativo y significativo. En este caso, en contextos de baja desigualdad el gasto visible es mayor. Esto quiere decir que, en un grupo donde los individuos son parecidos en su nivel de ingresos, los miembros tienen mayores incentivos para gastar en viajes y salidas, ya que consumiendo solo un poco más lograrían diferenciarse del resto (Hopkins y Kornienko, 2009).

Cuadro 7. Efecto del grupo de referencia en el consumo de bienes visibles teniendo en cuenta el Gini de ingresos dentro del grupo. Estimaciones para las tres canastas consideradas.

	Grupo de referencia definido por:		
	características sociodemográficas CA	características sociodemográficas SA	ubicación geográfica del hogar
	Canasta estricta		
Ingreso medio del grupo	-0.00002***	-0.00002***	-0.00003***
Gini de ingresos	0.94539	1.07401	1.22754
	Canasta extendida		
Ingreso medio del grupo	-0.00001***	-0.00001***	-0.00002***
Gini de ingresos	0.86887	0.85470	0.18087
	Canasta Gorga et. Al		
Ingreso medio del grupo	-0.00001***	-0.00001***	-0.00002***
Gini de ingresos	0.08525	0.30979	0.69915

2. Estimaciones realizadas por variables instrumentales (VI2). La estimación completa se presenta en el Anexo 10.

***p-valor<0.01**p-valor<0.05*p-valor<0.1

Cuadro 8. Efecto del grupo de referencia en el consumo de bienes visibles teniendo en cuenta la desigualdad dentro del grupo. Estimaciones por categoría de bienes visibles.

	Grupo de referencia definido por:		
	características sociodemográficas CA	características sociodemográficas SA	ubicación geográfica del hogar
Vestimenta y calzado			
Ingreso medio del grupo	-0.00004***	-0.00002***	-0.00002***
Gini de ingresos	0.85559	0.85559	0.94568
Joyas y accesorios			
Ingreso medio del grupo	-0.00000429	-0.00000791	-0.0000232
Gini de ingresos	-2.361145	-2.31318	-16.46792
Cuidado personal			
Ingreso medio del grupo	-0.00003***	-0.00003***	-0.00003***
Gini de ingresos	1.5499	3.91974***	4.19572***
Vehículos			
Ingreso medio del grupo	-0.00016***	-0.0001693**	-0.00017***
Gini de ingresos	-17.65229	-14.55045	8.149931
Viajes			
Ingreso medio del grupo	0.00003***	0.00004***	0.00005***
Gini de ingresos	-3.57352**	-3.66514**	-2.75136**
Actividades recreativas			
Ingreso medio del grupo	0.00002***	0.00003***	0.00003***
Gini de ingresos	-0.76066	-2.76930**	-2.25541*
Restaurantes			
Ingreso medio del grupo	0.00001*	0.0000	0.0000
Gini de ingresos	-0.97107	-3.14510**	-3.08393**

Estimaciones realizadas por variables instrumentales (VI2). En el caso de los gastos en Joyas y accesorios y Vehículos se considera un modelo tobit instrumentado y en el cuadro se presentan los coeficientes de los efectos marginales en la media. Las regresiones completas no se presentan por cuestiones de espacio, pero pueden solicitarse a la autora. ***p-valor<0.01**p-valor<0.05*p-valor<0.1

Los resultados para las canastas agregadas cambian al contemplar el Gini de gasto visible. En este caso se encuentra una relación negativa entre el gasto y la desigualdad visible del grupo de referencia. Sin embargo, este resultado se encuentra solo para las canastas que contemplan bienes básicos (ver Cuadro 9). Este resultado podría indicar que ésta es una mejor medida para capturar las heterogeneidades dentro de los grupos. Además, el signo encontrado indicaría que una caída en el

nivel de desigualdad visible intensificaría el grado de competencia por el estatus social lo que derivaría en un aumento del gasto en bienes visibles.

El caso de la canasta extendida no se encuentran efectos de la desigualdad del gasto visible. Este resultado llama la atención dado que al considerar la desigualdad de ingresos se encontraban efectos de la desigualdad para los gastos en viajes, recreación y restaurantes. Para entender mejor estos resultados se deberían replicar las estimaciones del rol de la desigualdad de gasto visible por categoría de bienes, sin embargo, muchos hogares no tienen datos para el gasto visible para estas categorías y el Gini se calcularía en base a muy pocas observaciones. En consecuencia, futuros trabajos podrían abocarse en desarrollar estrategias para intentar dar respuesta a este resultado.

En ninguno de los casos, contemplar las desigualdades intragrupo afectan considerablemente coeficientes encontrados para el ingreso medio del grupo de referencia ni tampoco las elasticidades ingreso permanente (ver Anexo 10).

Cuadro 9. Efecto del grupo de referencia en el consumo de bienes visibles teniendo en cuenta el Gini del gasto visible dentro del grupo. Estimaciones para las tres canastas consideradas.

	Grupo de referencia definido por:		
	características sociodemográficas CA	características sociodemográficas SA	ubicación geográfica del hogar
	Canasta estricta		
Ingreso medio del grupo	-0.00002***	-0.00002***	-0.00003***
Gini de gasto visible	-8.49546**	-4.55816***	0.34938
	Canasta extendida		
Ingreso medio del grupo	-0.00001***	-0.00001***	-0.00002***
Gini de gasto visible	0.11114	0.40876	2.44801*
	Canasta Gorga et. Al		
Ingreso medio del grupo	-0.00001***	-0.00001***	-0.00002***
Gini de visible	-3.70262**	-1.57474**	-0.49211

3. Estimaciones realizadas por variables instrumentales (VI2). La estimación completa se presenta en el Anexo 10 ***p-valor<0.01 **p-valor<0.05 *p-valor<0.1

Fuente: Elaboración propia en base a EGIH 2016/2017

En cuanto a la direccionalidad de las comparaciones entre grupos, para las tres canastas de bienes visibles se encuentra un signo significativo y positivo de la variable que resume las comparaciones descendentes (ver Cuadro 10). El signo encontrado para esta variable indica que la proximidad con los grupos más pobres desalentaría el consumo visible. Sin embargo, también se encuentran coeficientes positivos y significativos para las comparaciones ascendentes. Este resultado implica que una mayor distancia de los más ricos estimula un mayor consumo de bienes visibles. En consecuencia, los resultados no son concluyentes respecto a si los hogares se comparan con los grupos más ricos o con los más pobres y las comparaciones en ambos sentidos podrían coexistir al momento de decidir cuánto gastar en consumo visible. Sin importar la forma que tomen las comparaciones entre grupos, incluirlas en ningún caso elimina el efecto del ingreso medio del grupo de referencia en el encontrado con anterioridad.

Cuadro 10. Efecto del grupo de referencia en el consumo de bienes visibles teniendo cuenta comparaciones entre grupos
Estimaciones de la Ecuación 3 para las tres canastas consideradas.

	Grupo de referencia definido por:		
	características sociodemográficas CA	características sociodemográficas SA	ubicación geográfica
Canasta estricta			
Ingreso medio del grupo	-0.00003***	-0.00003***	-0.00005***
Comparaciones ascendentes	0.00002	0.00004***	0.00001
Comparaciones descendientes	0.00004**	0.00005***	0.00005***
Canasta extendida			
Ingreso medio del grupo	-0.00002***	-0.00002***	-0.00003***
Comparaciones ascendentes	0.00002*	0.00003***	0.00002***
Comparaciones descendientes	0.00003***	0.00004***	0.00004***
Canasta Gorga et. Al			
Ingreso medio del grupo	-0.00002****	-0.00002***	-0.00003***
Comparaciones ascendentes	0.00001	0.00002**	0.00000
Comparaciones descendientes	0.00002*	0.00003***	0.00003***

Estimaciones realizadas por variables instrumentales (VI2). La estimación completa, así como la estimación VII se encuentran en el Anexo 8. ***p-valor<0.01**p-valor<0.05*p-valor<0.1

Fuente: Elaboración propia en base a EGIH 2016/2017

Nuevamente la agregación de bienes visible en las canastas esconde heterogeneidades entre distintas categorías de bienes visibles (ver Cuadro 11). Las comparaciones ascendentes y descendientes serían importantes para los gastos en vestimenta y también en cuidado personal, y, al igual que para las canastas agregadas, los signos no permiten concluir si los mayores gastos se explican por querer alejarse del grupo más pobre o acercarse al más rico.

Por otra parte, en el caso de los gastos en viajes y actividades recreativas se encuentra efectos de las comparaciones descendientes solo en el caso de los grupos definidos por ubicación geográfica. Las comparaciones descendientes presentan signo negativo, es decir que la proximidad con grupos más pobres estimularía el consumo en viaje y recreación de forma de distinguirse de los más pobres.

Cuadro 11. Efecto del grupo de referencia en el consumo de bienes visibles teniendo cuenta comparaciones entre grupos
Estimaciones de la Ecuación 3 por categoría de bienes visibles

	Grupo de referencia definido por:		
	características sociodemográficas CA	características sociodemográficas SA	ubicación geográfica
Vestimenta y calzado			
Ingreso medio del grupo	-0.00003***	-0.00003***	-0.00005***
Comparaciones ascendentes	0.00002	0.00004**	0.00001
Comparaciones descendientes	0.00004**	0.00006***	0.00006***
Joyas y accesorios			
Ingreso medio del grupo	0.00000378	-0.00000616	0.0000439
Comparaciones ascendentes	-0.0000911	-0.0000537	-0.0000392

Comparaciones descendientes	-0.0000318	-0.0000173	-0.0001461
	Cuidado personal		
Ingreso medio del grupo	-0.00004***	-0.00004***	-0.00005***
Comparaciones ascendentes	0.00005***	0.00008***	0.00001*
Comparaciones descendientes	0.00004**	0.00006***	0.00006***
	Vehículos		
Ingreso medio del grupo	-0.0001481*	-0.0002013*	-0.0001913*
Comparaciones ascendentes	-0.0002209	-0.0000162	-0.0000702
Comparaciones descendientes	0.00000144	0.0001494	0.0001972
	Actividades recreativas		
Ingreso medio del grupo	0.00003***	0.00003***	0.00000
Comparaciones ascendentes	0.00000	0.00000	0.00002
Comparaciones descendientes	-0.00003	-0.00003	-0.00003*
	Restaurantes		
Ingreso medio del grupo	0.00001	0.00001	0.00000
Comparaciones ascendentes	-0.00003	-0.00004	0.00002
Comparaciones descendientes	-0.00003	-0.00003	0.0000
	Viajes		
Ingreso medio del grupo	0.00003***	0.00003***	0.00004***
Comparaciones ascendentes	-0.00003	-0.00003	0.00000
Comparaciones descendientes	-0.00003	-0.00003	-0.00005**

Estimaciones realizadas por variables instrumentales (VI2). En el caso de los gastos en Joyas y accesorios y Vehículos se considera un modelo tobit instrumentado y en la figura se presentan los coeficientes de los efectos marginales en la media.

4. La estimación completa se encuentra en el

Fuente: Elaboración propia en base a EGIH 2016/2017

5.4 Explorando las diferencias en rol del grupo de referencia en el consumo de nuevos bienes visibles

Los resultados presentados en los apartados anteriores muestran claras diferencias entre los nuevos bienes visibles considerados este trabajo y los gastos en bienes visibles básicos. En este apartado se profundiza sobre estas diferencias y se discuten brevemente posibles explicaciones.

Una posible explicación detrás del signo positivo encontrado para el efecto del grupo de referencia en el gasto en viajes y actividades recreativas es el "efecto túnel" definido por Hirschman. Según este autor, el ingreso del grupo de referencia podría reflejar las expectativas de mayores ingresos futuros. En consecuencia, a mayor ingreso del grupo, mayores expectativas de ingresos propios y por ende mayor consumo visible, generando que el ingreso del grupo de referencia se asocie positivamente con el consumo de bienes visibles.¹⁹

Si creemos que el signo positivo de los nuevos bienes visibles está asociado al "efecto túnel" y expectativas de ingresos, tendría sentido pensar en encontrar un efecto positivo y significativo en los hogares con jefatura más joven, en tanto, luego de cierta edad estos efectos deberían desaparecer (o al menos disminuir). El Cuadro 12 muestra el coeficiente asociado al ingreso medio del grupo de referencia para los hogares cuyos jefes/as tienen hasta 40 años *versus* el resto de los hogares. Se constata que el grupo de referencia afecta en mayor medida las decisiones de consumo de los más jóvenes, sin embargo, los efectos positivos del grupo de referencia también se encuentran en los hogares con jefatura más adulta.²⁰ En consecuencia, el efecto túnel podría estar presente pero no explica totalmente el signo positivo encontrado para los nuevos bienes visibles.²¹

¹⁹ El "efecto túnel" también podría estar presente en los gastos en los bienes visibles básicos, esto en cierta medida compensaría parcialmente los efectos encontrados, y por ende las estimaciones serían un escenario de mínima.

²⁰ Las diferencias entre los coeficientes entre las submuestras son estadísticamente significativas al 95% de confianza excepto en el caso de los gastos en actividades recreativas al contemplar el grupo de ubicación geográfica.

²¹ El efecto diferencial por edad también abre otra discusión. Podría ser que no encuentren efectos en entre los hogares con jefaturas más adultas porque para estos los nuevos bienes visibles no son considerados como consumo posicional. La teoría indica que la visibilidad y la posibilidad de reportar estatus al consumir en actividades recreativas, salidas y viajes se asocia mucho con el crecimiento del uso de las redes sociales, lo que es más común entre los más jóvenes.

Cuadro 12. Coeficiente del ingreso medio del grupo de referencia significativos al 95%. del gasto en los nuevos bienes visibles según edad del jefe/a del hogar.

Grupo de referencia:		Hasta 40	Mayores de 40
ubicación geográfica	Viajes	0.00005***	0.00001***
	Restaurantes	0.00002	0.00001
	Actividades recreativas	0.00002***	0.00002***
características sociodemográficas CA	Viajes	0.00006***	0.00001**
	Restaurantes	0.00002	0.00000
	Actividades recreativas	0.00005***	0.00002***
características sociodemográficas SA	Viajes	0.00006***	0.00001**
	Restaurantes	0.00003*	0.00000
	Actividades recreativas	0.00005***	0.00002***

Estimaciones realizadas por variables instrumentales (VI2) de la Ecuación 2.

***p-valor<0.01**p-valor<0.05*p-valor<0.1

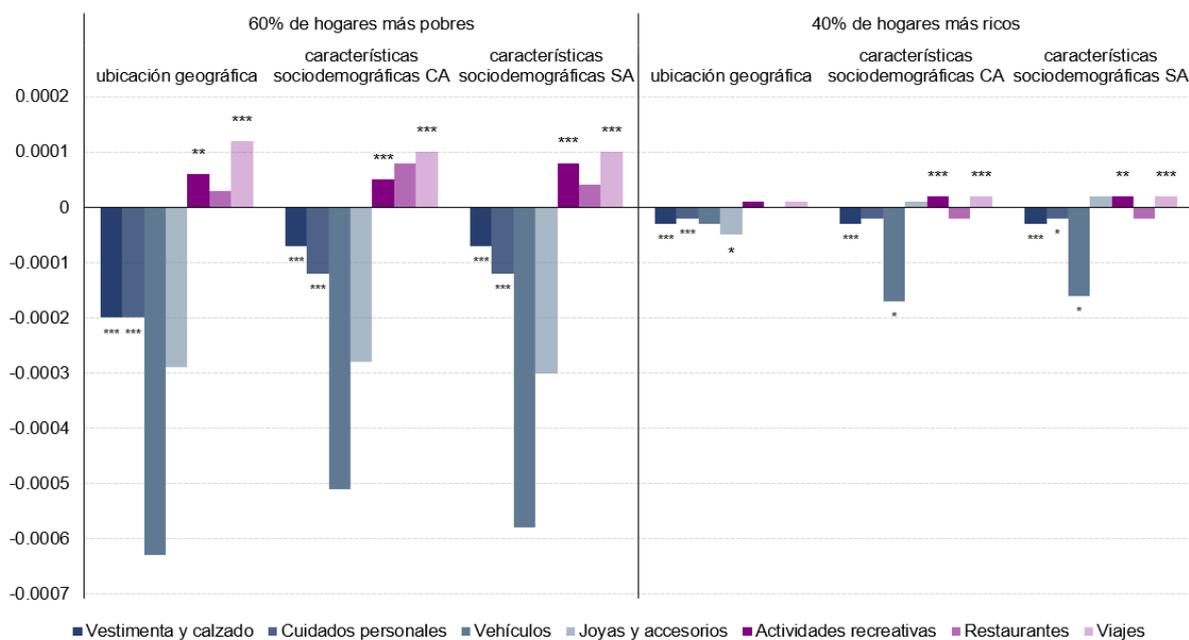
Fuente: Elaboración propia en base a EGIH 2016/2017

Otra posible explicación del signo diferencial entre los bienes visibles básicos y los nuevos bienes visibles podría que el consumo de viajes y actividades recreativas solo reporte estatus para los grupos más ricos, en tanto no forme parte del consumo posicional de los más pobres.

Para ampliar la discusión al respecto se realizan las estimaciones del efecto del grupo de referencia dividiendo la muestra entre los hogares por debajo y por encima del percentil de ingreso 60 de la distribución del ingreso per cápita (Figura 6).²² Los resultados encontrados anteriormente en general se mantienen para los hogares por encima y por debajo del percentil 60, respaldando la idea de que el grupo de referencia incide en los gastos en viajes y salidas recreativas tanto entre los más ricos como entre los más pobres.

²² La elección de este punto de corte surge del análisis descriptivo de la Figura 3 que muestra que la relación entre consumo visible e ingreso se vuelve más fuerte para el 40% más rico

Figura 6. Coeficiente del ingreso medio del grupo de referencia en el consumo de bienes visibles según posición del hogar en la distribución de ingreso per cápita



5. Estimaciones realizadas por variables instrumentales (VI2) de la Ecuación 2. En el caso de los gastos en Joyas y accesorios y Vehículos se considera un modelo tobit instrumentado y en la figura se presentan los coeficientes de los efectos marginales en la media. La estimación completa se encuentra en el

Fuente: Elaboración propia en base a EGIH 2016/2017

Por otra parte, Bronner y de Hoog (2018) argumentan que el consumo de productos experienciales como vacacionar o la realización de actividades recreativas, además de reportar estatus a los demás, se relaciona estrechamente con la identidad de los consumidores. Por ende, las diferencias encontradas para estos consumos podrían asociarse, al menos en parte, a factores identitarios.

Otra posible explicación para las diferencias encontradas en el gasto en viajes podría enmarcarse en el argumento presentado por Heffetz (2018). El autor afirma que el consumo en viajes se caracteriza por ser notado por los demás solamente cuando se consume más de lo que lo hace una persona promedio (*upward noticeability*). Según el autor, los pares no notan cuando un hogar consume poco en viajes. En consecuencia, quienes tienen más recursos para acceder a estos bienes también tienen más incentivos para consumirlos y diferenciarse del resto.

Por último, de la Figura 6 se desprende que el grupo de referencia afecta en mayor medida el consumo de los grupos más pobres. Este resultado se alinea con los antecedentes sobre el tema que plantean que el rol del grupo de referencia en las decisiones de consumo posicional juega un papel más relevante en los grupos más desfavorecidos (Kaus, 2013; Charles et. al., 2009).

6. Conclusiones

Este trabajo se propuso analizar el gasto en consumo visible de los hogares uruguayos intentando explorar el rol del grupo de referencia al momento de decidir cuánto gastar en estos bienes. En línea con la hipótesis planteada al principio de esta investigación, se encuentra que el grupo de pares influencia las decisiones de consumo visible de los hogares, sin embargo, el rol del grupo varía dependiendo de los bienes visibles considerados.

Los hogares de los grupos más pobres tendrían mayores incentivos a gastar en vehículos, vestimenta y calzado y cuidado personal, en cambio, esto no se cumple para los gastos asociados a experiencias intangibles como los viajes y los gastos en actividades recreativas. En estos casos, pertenecer a grupos más ricos incentivaría su consumo.

Las razones detrás estas diferencias no son claras, aunque se descarta que este resultado se deba que los viajes y actividades recreativas solo sean parte de la canasta de consumo posicional de los hogares más ricos. Se encuentra que el grupo de referencia incide en los gastos en viajes y salidas recreativas tanto para los hogares de menores ingresos de Uruguay, como en aquellos de mayores

recursos. Es más, en línea con los antecedentes, la magnitud de efecto del grupo de pares en el gasto es mayor entre los hogares de menores ingresos.

Los antecedentes revisados señalan la posibilidad de que estas diferencias se deban a factores identitarios, ya que el consumo de bienes experienciales como viajes o actividades recreativas, además de reportar estatus a los demás, se relaciona muy estrechamente con la identidad de los consumidores. Futuras investigaciones podrían dedicarse a explorar en mayor profundidad el gasto en estos nuevos bienes visibles.

En concordancia con la hipótesis de este trabajo, no se detectan diferencias en el gasto visible en función de la posición del hogar dentro del grupo de referencia. Respecto a las comparaciones entre grupos, se encuentra que tanto las comparaciones ascendentes como las descendentes inciden las decisiones de consumo visible, sin embargo, los signos encontrados no permiten sacar conclusiones respecto a si las personas se comparan con el resto con el objetivo de diferenciarse de los más pobres o de acercarse a los más ricos.

Los resultados encontrados respecto al rol de la desigualdad en el consumo visible no son concluyentes y sin duda merecen una discusión más profunda. Para las canastas que incluyen los bienes visibles más básicos no se encuentran efectos de la desigualdad al considerar el Gini de ingresos, sin embargo, sí se encuentran efectos al considerar el Gini de gasto visible. Esto podría ser consecuencia de que la desigualdad de ingresos no es observable, en tanto la desigualdad de consumo sí lo es. Sin embargo, la incorporación de la desigualdad del gasto visible incorpora un problema de endogeneidad adicional por lo que los resultados deben interpretarse con cautela. Futuras investigaciones podrían ensayar otras estrategias que permitan superar esta limitación y analizar con mayor profundidad el rol de las desigualdades en el consumo visible.

El hecho de que los resultados más relevantes de esta investigación se mantengan para los distintos grupos de referencia definidos da robustez a la conclusión de que los pares influyen el gasto en bienes visibles. En este sentido, sería relevante ahondar en las consecuencias que puede tener un mayor consumo motivado por la búsqueda de estatus y reconocimiento social, por ejemplo, analizando si el consumo posicional genera algún desplazamiento de otros tipos de consumo como salud o educación, o sobre el ahorro, que puede tener repercusiones sobre el bienestar de los individuos en el corto y largo plazo.

Bibliografía

- Bellet, C., y Colson-Sihra, E. (2018). The conspicuous consumption of the poor: Forgoing calories for aspirational goods. *Working paper*.
- BID (2015). Crecimiento económico y brechas de desarrollo en Uruguay. *Technical Note*.
- Bloch, F., Rao, V., y Desai, S. (2004). Wedding celebrations as conspicuous consumption signaling social status in rural India. *Journal of Human Resources*, 39(3), 675-695.
- Bowles, S., y Park, Y. (2005). Emulation, inequality, and work hours: Was Thorsten Veblen right?. *The Economic Journal*, 115(507), 397-412.
- Bramoullé, Y., Djebbari, H., y Fortin, B. (2009). Identification of peer effects through social networks. *Journal of econometrics*, 150(1), 41-55.
- Bronner, F., y de Hoog, R. (2019). Comparing conspicuous consumption across different experiential products: Culture and leisure. *International journal of market research*, 61(4), 430-446.
- Brown, P. H., Bulte, E., & Zhang, X. (2011). Positional spending and status seeking in rural China. *Journal of Development Economics*, 96(1), 139-149.
- Clark, A. E., Frijters, P., y Shields, M. A. (2008). "Relative Income, Happiness, and Utility: An Explanation for the Easterlin Paradox and Other Puzzles." *Journal of Economic Literature*, 46(1), 95-144.
- Charles, K. K., Hurst, E., y Roussanov, N. (2009). Conspicuous consumption and race. *The Quarterly Journal of Economics*, 124(2), 425-467.
- Clark, A. E., y Oswald, A. J. (1996). Satisfaction and comparison income. *Journal of public economics*, 61(3), 359-381.
- Clark, A. E., Westergård-Nielsen, N., & Kristensen, N. (2009). Economic satisfaction and income rank in small neighbourhoods. *Journal of the European Economic Association*, 7(2-3), 519-527.
- Clark, A. E., y Senik, C. (2010). Who compares to whom? The anatomy of income comparisons in Europe. *The Economic Journal*, 120(544), 573-594.
- Clark, A. E. (2012). Happiness, habits and high rank: Comparisons in economic and social life: SOEP papers on multidisciplinary panel data research.
- Clark, A. E., Senik, C., y Yamada, K. (2020). The Joneses in Japan: Income comparisons and financial satisfaction. *The Japanese Economic Review*, 1-22.
- Corneo, G., y Jeanne, O. (1997). Conspicuous consumption, snobbism and conformism. *Journal of public economics*, 66(1), 55-71.
- Cortina, A. (2002). Por una ética del consumo. Taurus, Madrid.
- De Giorgi, G., Frederiksen, A. y Pistaferri, L. Consumption Network Effects (2020). *The Review of Economic Studies*, 87(1), 130–163

- Duesenberry, J. (1949). *Income, Savings and the Theory of Consumer Behavior*. Harvard University Press, Cambridge: Mass.
- Falk, A., y Knell, M. (2004). Choosing the Joneses: Endogenous goals and reference standards. *Scandinavian Journal of Economics*, 106(3), 417-435.
- Ferrer-i-Carbonell, A. (2005). Income and well-being: an empirical analysis of the comparison income effect. *Journal of public economics*, 89(5-6), 997-1019.
- Frank, R. (1985). The Demand for Unobservable and Other Nonpositional Goods. *American Economic Review*, 75(1), 101-116.
- Frank R. (1999). *Luxury Fever: Why Money Fails to Satisfy in an Era of Excess*. New York: The Free Press.
- Frank, R. (2005). Positional Externalities Cause Large and Preventable Welfare Losses. *American Economic Review*, 95(2), 137-141.
- Frank, R. y Heffetz, O. (2011) "Preferences for status: Evidence and economic implications." *Handbook of social economics*. Vol. 1. North-Holland, 2011. 69-91.
- Gorga, R. (2016). El consumo de bienes visibles y el rol del grupo de referencia: un análisis para cuatro países de América Latina. *Documento de trabajo IECON*, 13/16.
- Heffetz, O. (2011). A test of conspicuous consumption: Visibility and income elasticities. *Review of Economics and Statistics*, 93(4), 1101-1117.
- Heffetz, O. (2012). Who sees what? Demographics and the visibility of consumer expenditures. *Journal of Economic Psychology*, 33(4), 801-818.
- Heffetz, O. (2018). Expenditure Visibility and Consumer Behavior: New Evidence. *National Bureau of Economic Research. Working paper*.
- Hopkins, E., y Kornienko, T. (2009). Status, affluence, and inequality: Rank-based comparisons in games of status. *Games and Economic Behavior*, 67(2), 552-568.
- Ireland, N. J. (1994). On limiting the market for status signals. *Journal of public Economics*, 53(1), 91-110.
- Josiassen, A., y Assaf, A. G. (2013). Look at me, I am flying: The influence of social visibility of consumption on tourism decisions. *Annals of Tourism Research*, 40, 155-175.
- Kaus, W. (2013). Conspicuous Consumption and "Race": Evidence from South Africa. *Journal of Development Economics*, 100(1), 63-73
- Kaus W. y Chai A. (2013). Signalling to whom? Conspicuous spending and the local density of the social group income distribution. *Papers on Economics and Evolution*.
- Khamis, M., Prakash, N., y Siddique, Z. (2012). Consumption and social identity: Evidence from India. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 83(3), 353-371.
- Knight, J., Lina, S, y Gunatilaka, R. (2009). Subjective well-being and its determinants in rural China. *China economic review*, 20(4), 635-649.

- Lee, L. F., Liu, X., y Lin, X. (2010). Specification and estimation of social interaction models with network structures. *Econometrics Journal*, 13, 145–176.
- Leites, M., Salas, G., & Vigorito, A. (2019). Bienes visibles, rasgos de personalidad y preferencias por estatus. *Serie Documentos de Trabajo IECON 19/19*.
- Luttmer, E. F. (2005). Neighbors as negatives: Relative earnings and well-being. *The Quarterly Journal of Economics*, 120(3), 963-1002.
- Manski, C. F. (1993). Identification of endogenous social effects: The reflection problem. *The review of economic studies*, 60(3), 531-542.
- Maurer, J., y Meier, A. (2005). Do the "Joneses" Really Matter? Peer-group vs. Correlated Effects in Intertemporal Consumption Choice. *IFS Working Paper*.
- Musgrave, R.A., 1959. *The Theory of Public Finance: A Study in Public Economy*. McGraw-Hill, New York.
- Pérez-Asenjo, E. (2011). If happiness is relative, against whom do we compare ourselves? Implications for labour supply. *Journal of Population Economics*, 24(4), 1411-1442.
- Pollak, R. A. (1976). Interdependent preferences. *The American Economic Review*, 66(3), 309-320.
- Rivero, L. (2018). Informe de resultados de grupos focales realizados en Uruguay. *Documento repositorio*.
- Roychowdhury, P. (2016). Visible inequality, status competition, and conspicuous consumption: evidence from rural India. *Oxford Economic Papers*, 69(1), 36-54.
- Roychowdhury, P. (2019). Peer effects in consumption in India: An instrumental variables approach using negative idiosyncratic shocks. *World Development*, 114, 122-137.
- Schor, J. (1997). New Analytic bases for an economic critique of the consumer society, en Goodwin, N. R., Ackerman, F. y Kiron, D. (Eds.). (1996). *The consumer society* (pp. 31 a 33). Washington: Island press.
- Sen, A. (1999). *Development as freedom*. Oxford University Press.
- Senik, C. (2009). Direct evidence on income comparisons and their welfare effects. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 72, 408–424
- Smith, A. (1776). *La riqueza de las naciones*.
- Spence, M. (1973) "Job Market Signaling". *The Quarterly Journal of Economics*, 87(3), 355-374
- Trentmann, F. (2017). *Empire of things*. London, England: Penguin books.
- Van Boven, L., y Gilovich, T. (2003). To do or to have? That is the question. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85, 1193–1202.
- Veblen, T. (2007), *Theory of the Leisure Class: An Economic Study in the Evolution of Institutions*, Oxford World's Classics. (Edición original: 1899, MacMillan New York).

Vera, V (2016). Discriminación racial e identidad afrodescendiente en Uruguay: un análisis generacional. Capítulo 3 de “Horizontes críticos sobre afrodescendencia en el Uruguay contemporáneo”. Mides.

Yang, W., & Mattila, A. S. (2017). The impact of status seeking on consumers' word of mouth and product preference—A comparison between luxury hospitality services and luxury goods. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 41(1), 3-22.

Anexos

Anexo 1. Descriptivas de los grupos de referencia.

Grupo definido por características sociodemográficas (con afro)							
N° de grupo	N° de hogares	Ingreso medio en pesos de nov. 2017	Desvío estándar	Ascendencia	Región	Nivel educativo	Edad
1	17	10988	8472.661	Afro	-5000 hab.	Primaria	Entre 40 y 55
2	10	11911	12449.53	Afro	-5000 hab.	Secundaria	Entre 40 y 55
3	14	12352	6936.728	Afro	Montevideo	Primaria	Menor de 40
4	21	12396	7408.759	Afro	+5000 hab.	Primaria	Menor de 40
5	14	13719	9020.004	Afro	-5000 hab.	Primaria	Menor de 40
6	20	13902	7987.993	Afro	+5000 hab.	Primaria	Entre 40 y 55
7	52	13978	7775.464	No afro	Montevideo	Primaria	Menor de 40
8	16	14673	7711.707	Afro	Montevideo	Primaria	Entre 40 y 55
9	122	14727	10418.78	No afro	+5000 hab.	Primaria	Menor de 40
10	27	14782	11372.67	Afro	+5000 hab.	Secundaria	Entre 40 y 55
11	116	15993	13764.67	No afro	-5000 hab.	Primaria	Menor de 40
12	22	17169	9226.466	Afro	Montevideo	Secundaria	Menor de 40
13	26	17203	9550.338	Afro	-5000 hab.	Primaria	Mayor de 55
14	207	17862	10382.32	No afro	-5000 hab.	Secundaria	Menor de 40
15	223	18316	12107.16	No afro	+5000 hab.	Primaria	Entre 40 y 55
16	77	18431	11430.83	No afro	Montevideo	Primaria	Entre 40 y 55
17	33	18750	11420.79	Afro	+5000 hab.	Secundaria	Menor de 40
18	237	18780	13132.57	No afro	-5000 hab.	Primaria	Entre 40 y 55
19	36	19906	8066.164	Afro	+5000 hab.	Primaria	Mayor de 55
20	354	20522	12627.9	No afro	+5000 hab.	Secundaria	Menor de 40
21	22	20830	13775.68	Afro	Montevideo	Secundaria	Entre 40 y 55
22	530	20942	12450.8	No afro	-5000 hab.	Primaria	Mayor de 55
23	260	22822	14142.43	No afro	Montevideo	Secundaria	Menor de 40
24	178	23121	20194.72	No afro	-5000 hab.	Secundaria	Entre 40 y 55
25	453	23207	15447.73	No afro	+5000 hab.	Secundaria	Entre 40 y 55
26	32	23789	12249.94	Afro	Montevideo	Primaria	Mayor de 55
27	21	25304	15525.47	Afro	+5000 hab.	Secundaria	Mayor de 55
28	718	25320	12387.99	No afro	+5000 hab.	Primaria	Mayor de 55
29	38	25473	13525.25	No afro	-5000 hab.	Terciaria/Universitaria	Menor de 40
30	271	27080	19703.26	No afro	Montevideo	Secundaria	Entre 40 y 55
31	393	30522	17824.53	No afro	Montevideo	Primaria	Mayor de 55
32	503	31020	25459.89	No afro	+5000 hab.	Secundaria	Mayor de 55
33	125	31032	30099.46	No afro	+5000 hab.	Terciaria/Universitaria	Menor de 40
34	120	33655	22666.29	No afro	+5000 hab.	Terciaria/Universitaria	Entre 40 y 55
35	37	34076	25625.13	No afro	-5000 hab.	Terciaria/Universitaria	Entre 40 y 55
36	158	35071	148222.4	No afro	-5000 hab.	Secundaria	Mayor de 55
37	292	42321	32581.23	No afro	Montevideo	Terciaria/Universitaria	Menor de 40
38	233	42381	23407.24	No afro	Montevideo	Terciaria/Universitaria	Entre 40 y 55
39	413	44741	31103.58	No afro	Montevideo	Secundaria	Mayor de 55
40	22	47141	44327.94	No afro	-5000 hab.	Terciaria/Universitaria	Mayor de 55
41	119	48861	42128.7	No afro	+5000 hab.	Terciaria/Universitaria	Mayor de 55
42	268	65436	65350.05	No afro	Montevideo	Terciaria/Universitaria	Mayor de 55

Grupo definido por características sociodemográficas (sin afro)						
N° de grupo	N° de hogares	Ingreso medio en pesos de nov. 2017	Desvío estándar	Región	Nivel educativo	Edad
1	66	13634	7564.132	Montevideo	Primaria	Menor de 40
2	143	14433	10078.63	+5000 hab.	Primaria	Menor de 40
3	130	15748	13344.82	-5000 hab.	Primaria	Menor de 40
4	213	17668	10334.66	-5000 hab.	Secundaria	Menor de 40

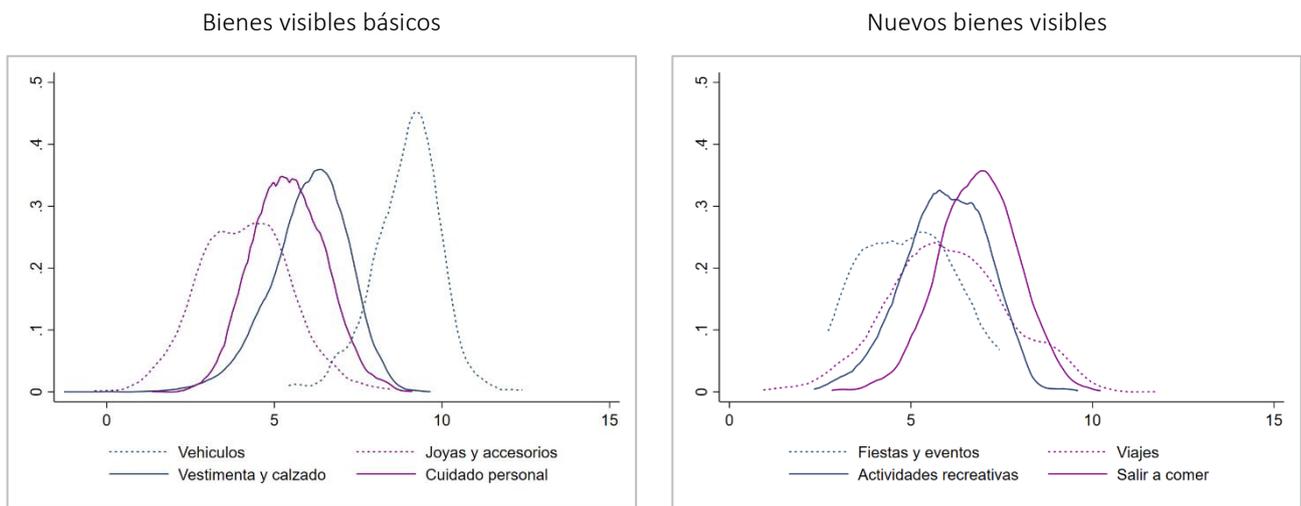
5	93	17905	10936.79	Montevideo	Primaria	Entre 40 y 55
6	243	17921	11876.81	+5000 hab.	Primaria	Entre 40 y 55
7	254	18343	12911.59	-5000 hab.	Primaria	Entre 40 y 55
8	387	20388	12544	+5000 hab.	Secundaria	Menor de 40
9	556	20797	12350.43	-5000 hab.	Primaria	Mayor de 55
10	282	22352	13886.35	Montevideo	Secundaria	Menor de 40
11	188	22772	19967.02	-5000 hab.	Secundaria	Entre 40 y 55
12	480	22786	15358.32	+5000 hab.	Secundaria	Entre 40 y 55
13	754	25073	12263.09	+5000 hab.	Primaria	Mayor de 55
14	40	25656	13228.14	-5000 hab.	Terciaria/Universitaria	Menor de 40
15	293	26605	19418.44	Montevideo	Secundaria	Entre 40 y 55
16	425	29994	17532.57	Montevideo	Primaria	Mayor de 55
17	131	30787	29742.54	+5000 hab.	Terciaria/Universitaria	Menor de 40
18	524	30796	25145.67	+5000 hab.	Secundaria	Mayor de 55
19	122	33401	22593.54	+5000 hab.	Terciaria/Universitaria	Entre 40 y 55
20	39	33513	25390.77	-5000 hab.	Terciaria/Universitaria	Entre 40 y 55
21	161	34666	146862.4	-5000 hab.	Secundaria	Mayor de 55
22	297	42189	32386.25	Montevideo	Terciaria/Universitaria	Menor de 40
23	233	42381	23407.24	Montevideo	Terciaria/Universitaria	Entre 40 y 55
24	421	44489	30913.4	Montevideo	Secundaria	Mayor de 55
25	22	47141	44327.94	-5000 hab.	Terciaria/Universitaria	Mayor de 55
26	120	48835	41952.96	+5000 hab.	Terciaria/Universitaria	Mayor de 55
27	272	65176	64956.54	Montevideo	Terciaria/Universitaria	Mayor de 55

Grupo definido por ubicación geográfica del hogar			
N° de grupo	N° de hogares	Ingreso medio	Desvío estándar
39	75	10554	7097.866
21	32	15100	5758.328
38	23	15588	10148.76
14	97	15998	10185.11
19	144	16873	12345.8
40	60	17643	18588.68
30	56	17699	9304.654
17	118	18051	13757.98
31	88	18469	13240.58
20	76	18958	27763.63
23	151	19433	15090.39
32	387	20475	13992.37
26	93	21577	12278.83
2	150	21757	13926.92
44	346	22077	14130.38
28	59	22081	16521.76
29	31	22238	17106.58
1	145	22764	16487.41
27	95	22970	12844.51
24	58	23477	18244.26
4	157	23568	17770.46
22	144	23686	13961.71
16	182	24035	15060.17
15	65	24175	15207.15
10	29	24610	11489.66
8	94	24863	17858.18
41	218	25420	16256.21
6	84	25473	15162.5
7	102	25476	14518.86
33	483	25648	16799.69
50	90	25802	16700.44
12	106	26035	24501.43
9	96	26123	19240.97
18	59	26372	22876.82
46	195	26501	14781.73

42	187	26589	18641.07
45	151	26624	14547.86
11	90	27515	15432.91
3	29	28113	15375.89
5	79	28472	45591.68
49	31	29076	12770.06
43	83	29576	204522.2
48	30	30232	17630.66
13	90	30994	43771.9
34	26	31314	21221.98
25	30	32780	16652.84
35	634	33483	21656.93
47	135	38801	33158.86
51	28	41867	19426.42
36	600	44873	28562.48
37	278	67846	66922.7

Fuente: Elaboración propia en base a ENGIH 2016/2017

Anexo 2. Funciones de densidad Kernel del logaritmo del gasto per cápita de los hogares por categoría de bienes visibles.



Fuente: Elaboración propia en base a ENGIH 2016/2017

Anexo 3. Estimaciones de la Ecuación 1 para las tres canastas de bienes visibles consideradas.

	Canasta estricta	Canasta extendida	Canasta Gorga et al.
Log del gasto total	1.905***	2.331***	1.205***
	(1.764)	(2.206)	(1.122)
	2.046	2.457	1.288
Tamaño del hogar	0.850***	0.807***	0.281***
	(0.671)	(0.656)	(0.184)
	1.028	0.958	0.378
Hay menores en el hogar	0.421***	0.245***	0.126***
	(0.279)	(0.124)	(0.0466)
	0.563	0.366	0.206
Hay mayores de 65 en el hogar	-0.157*	-0.170**	-0.107*
	(-0.340)	(-0.337)	(-0.216)
	0.0255	-0.00386	0.00161
Hay afro mayores en el hogar	0.00793	0.0195	0.0612
	(-0.175)	(-0.159)	(-0.0343)
	0.191	0.198	0.157
Mujer jefa de hogar	-0.00271	-0.107**	-0.00408
	(-0.104)	(-0.192)	(-0.0630)
	0.0987	-0.0213	0.0549
Edad del jefe/a de hogar	-0.0320***	-0.0289***	-0.00904
	(-0.0532)	(-0.0481)	(-0.0233)
	-0.0109	-0.00977	0.00526
Edad del jefe/a de hogar2	0.000114	3.36e-05	-4.15e-05
	(-0.000102)	(-0.000166)	(-0.000187)
	0.000331	0.000234	0.000104
Max nivel. Secundaria [ref. Primaria]	-0.0242	0.138*	0.0432
	(-0.199)	(-0.0242)	(-0.0512)
	0.151	0.299	0.138
Max nivel. Terciaria/Universitaria [ref. Primaria]	-0.0829	0.223**	-0.00880
	(-0.299)	(0.0328)	(-0.129)
	0.133	0.413	0.111
Región de +5000 hab.	-0.370***	-0.310***	-0.273***
	(-0.497)	(-0.424)	(-0.346)
	-0.242	-0.195	-0.200
Indicador de riqueza	0.00240	0.0361	-0.0469
	(-0.191)	(-0.115)	(-0.167)
	0.196	0.187	0.0726
Constante	-12.12***	-15.66***	-4.501***
	(-13.49)	(-16.86)	(-5.308)
	-10.74	-14.46	-3.693
Observaciones	6,881	6,881	6,881
R2	0.274	0.422	0.326
Intervalos de confianza al 95% debajo de los coeficientes / *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1			
Estimaciones realizadas por variables instrumentales (VI1). En el caso de los gastos en Joyas y accesorios y Vehículos se considera un modelo tobit y en se presentan los coeficientes de los efectos marginales en la media.			

Fuente: Elaboración propia en base a ENGIH 2016/2017

Anexo 4. Estimaciones de la Ecuación 1 por categoría de bienes visibles.

	Vestimenta y calzado	Joyas y accesorios	Cuidado personal	Vehículos
Log del gasto total	1.427*** (1.265)	4.976*** (3.997)	2.159*** (1.974)	12.97*** (10.89)
	1.588	5.955	2.345	15.06
Tamaño del hogar	0.614*** (0.418)	3.215*** (2.126)	1.127*** (0.911)	12.11*** (9.692)
	0.811	4.303	1.344	14.52
Hay menores en el hogar	0.749*** (0.587)	-0.401 (-1.346)	-0.251** (-0.450)	-1.822* (-3.960)
	0.911	0.544	-0.0517	0.316
Hay mayores de 65 en el hogar	-0.211* (-0.434)	0.790 (-0.320)	0.0176 (-0.220)	-2.831* (-5.922)
	0.0117	1.900	0.255	0.261
Hay afro mayores en el hogar	0.0415 (-0.153)	1.448** (0.204)	0.124 (-0.107)	0.145 (-2.712)
	0.236	2.691	0.354	3.003
Mujer jefa de hogar	0.0590 (-0.0579)	0.00925 (-0.672)	0.212*** (0.0731)	-2.336*** (-3.856)
	0.176	0.690	0.351	-0.816
Edad del jefe/a de hogar	-0.0293** (-0.0528)	-0.161** (-0.285)	-0.00351 (-0.0303)	-0.255 (-0.657)
	-0.00587	-0.0366	0.0233	0.146
Edad del jefe/a de hogar2	2.10e-05 (-0.000220)	0.000712 (-0.000505)	5.58e-05 (-0.000206)	0.000757 (-0.00361)
	0.000262	0.00193	0.000318	0.00513
Max nivel. Secundaria [ref. Primaria]	0.0742 (-0.126)	0.0697 (-1.191)	-0.170 (-0.384)	-0.938 (-4.104)
	0.274	1.330	0.0435	2.228
Max nivel. Terciaria/Universitaria [ref. Primaria]	0.0740 (-0.178)	0.259 (-1.240)	-0.277* (-0.561)	-3.162* (-6.841)
	0.326	1.758	0.00676	0.517
Región de +5000 hab.	-0.339*** (-0.483)	0.380 (-0.559)	-0.336*** (-0.510)	-2.370** (-4.307)
	-0.196	1.318	-0.163	-0.433
Indicador de riqueza	0.0445 (-0.194)	-0.482 (-1.739)	-0.113 (-0.401)	-0.858 (-3.706)
	0.283	0.774	0.175	1.990
Constante	-8.096*** (-9.700)	-56.16*** (-66.22)	-18.79*** (-20.66)	-146.6*** (-168.2)
	-6.492	-46.11	-16.92	-125.1
	Actividades recreativas	Restaurantes	Viajes	Fiestas y eventos
Log del gasto total	1.591*** (1.409)	2.485*** (2.273)	2.144*** (1.937)	3.386* (-0.401)
	1.772	2.697	2.352	7.173
Tamaño del hogar	0.941*** (0.733)	1.244*** (0.999)	0.863*** (0.628)	3.379 (-0.869)
	1.148	1.489	1.099	7.628
Hay menores en el hogar	0.184* (-0.0128)	-0.208* (-0.432)	-0.177 (-0.389)	5.465*** (1.643)
	0.381	0.0152	0.0358	9.288
Hay mayores de 65 en el hogar	-0.274*** (-0.481)	-0.339** (-0.600)	-0.188 (-0.435)	0.660 (-3.521)
	-0.0671	-0.0782	0.0586	4.842
Hay afro mayores en el hogar	-0.0446 (-0.242)	0.0828 (-0.178)	-0.0356 (-0.269)	-1.398 (-5.759)
	0.153	0.343	0.197	2.963
Mujer jefa de hogar	0.0790 (-0.0526)	-0.0823 (-0.239)	-0.0223 (-0.170)	0.161 (-2.445)

	0.211	0.0744	0.125	2.766
Edad del jefe/a de hogar	-0.00487	-0.0446***	-0.0199	-0.708***
	(-0.0281)	(-0.0732)	(-0.0466)	(-1.098)
	0.0184	-0.0161	0.00686	-0.318
Edad del jefe/a de hogar2	1.86e-05	0.000170	-7.19e-05	0.00612***
	(-0.000198)	(-0.000104)	(-0.000324)	(0.00236)
	0.000235	0.000444	0.000180	0.00987
Max nivel. Secundaria [ref. Primaria]	0.0650	-0.158	-0.0907	-0.133
	(-0.0842)	(-0.365)	(-0.292)	(-4.809)
	0.214	0.0489	0.111	4.543
Max nivel. Terciaria/Universitaria [ref. Primaria]	0.945***	0.496***	0.650***	-1.470
	(0.708)	(0.192)	(0.359)	(-7.716)
	1.183	0.800	0.942	4.775
Región de +5000 hab.	0.150**	0.199**	-0.175**	-1.324
	(0.0143)	(0.0189)	(-0.349)	(-4.468)
	0.286	0.379	-0.00116	1.821
Indicador de riqueza	-0.00912	-0.143	0.381**	2.425
	(-0.313)	(-0.481)	(0.0433)	(-2.038)
	0.295	0.194	0.718	6.889
Constante	-15.43***	-21.70***	-18.39***	-48.28***
	(-17.28)	(-23.88)	(-20.52)	(-83.30)
	-13.58	-19.52	-16.26	-13.25

Intervalos de confianza al 95% debajo de los coeficientes / *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Estimaciones realizadas por variables instrumentales (VI1). En el caso de los gastos en, Joyas y accesorios, Vehículos y Fiestas se considera un modelo tobit y en la figura se presentan los coeficientes de los efectos marginales en la media

Fuente: Elaboración propia en base a ENGIH 2016/2017

Anexo 5. Test de evaluación de la debilidad de los instrumentos (valores del estadístico F)

	Instrumento: log del gasto total per cápita	Instrumento: ingreso medio del grupo más cercano
Grupo de referencia definido por características sociodemográficas (con afro)	1003.11	3532.96
Grupo de referencia definido por características sociodemográficas (sin afro)	1006.76	3135.91
Grupo de referencia definido por ubicación geográfica	1063.93	826.47

Fuente: Elaboración propia en base a ENGIH 2016/2017

Anexo 6. Efecto del grupo de referencia en el consumo de bienes visibles.
Estimaciones de la Ecuación 2 por canasta de bienes visibles y para las tres definiciones de grupo de referencia.

	Grupo definido por características sociodemográficas (con afro)					
	Estimaciones VI1			Estimaciones VI2		
	Canasta estricta	Canasta extendida	Canasta Gorga et al.	Canasta estricta	Canasta extendida	Canasta Gorga et al.
Log del gasto total	1.95855	2.35377	1.25427	1.97621	2.36751	1.26300
	(0.075)***	(0.068)***	(0.044)***	(0.076)***	(0.068)***	(0.045)***
Tamaño del hogar	0.84616	0.80610	0.27872	0.84516	0.80533	0.27822
	(0.092)***	(0.077)***	(0.050)***	(0.092)***	(0.077)***	(0.050)***
Hay menores en el hogar	0.39835	0.23643	0.10601	0.39117	0.23085	0.10246
	(0.073)***	(0.062)***	(0.041)***	(0.072)***	(0.062)***	(0.041)**
Hay mayores de 65 en el hogar	-0.14438	-0.16345	-0.09446	-0.13975	-0.15985	-0.09217
	(0.093)	(0.085)*	(0.055)*	(0.094)	(0.085)*	(0.056)*
Hay afro mayores en el hogar	-0.05075	-0.01965	0.01076	-0.06428	-0.03017	0.00408
	(0.098)	(0.096)	(0.051)	(0.098)	(0.096)	(0.051)
Mujer jefa de hogar	0.01728	-0.09909	0.01209	0.02329	-0.09441	0.01506
	(0.052)	(0.044)**	(0.030)	(0.052)	(0.044)**	(0.030)
Edad del jefe/a de hogar	-0.02654	-0.02664	-0.00414	-0.02481	-0.02530	-0.00329
	(0.011)**	(0.010)***	(0.007)	(0.011)**	(0.010)***	(0.007)
Edad del jefe/a de hogar2	0.00009	0.00002	-0.00007	0.00008	0.00001	-0.00007
	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)
Max nivel. Secundaria [ref. Primaria]	0.04755	0.16385	0.11077	0.07255	0.18330	0.12312
	(0.091)	(0.084)*	(0.049)**	(0.091)	(0.084)**	(0.049)**
Max nivel. Terciaria/Universitaria [ref. Primaria]	0.11886	0.30051	0.18051	0.18857	0.35474	0.21496
	(0.119)	(0.104)***	(0.064)***	(0.121)	(0.107)***	(0.065)***
Región de +5000 hab.	-0.32091	-0.28871	-0.22449	-0.30492	-0.27627	-0.21659
	(0.066)***	(0.059)***	(0.038)***	(0.067)***	(0.059)***	(0.038)***
Indicador de riqueza	0.01821	0.03685	-0.03794	0.02261	0.04027	-0.03577
	(0.099)	(0.077)	(0.062)	(0.099)	(0.077)	(0.062)
Ingreso medio del grupo	-0.00001	-0.00000	-0.00001	-0.00002	-0.00001	-0.00001
	(0.000)***	(0.000)*	(0.000)***	(0.000)***	(0.000)***	(0.000)***
Constante	-12.62570	-15.87436	-4.97059	-12.79277	-16.00432	-5.05314
	(0.729)***	(0.641)***	(0.428)***	(0.736)***	(0.647)***	(0.433)***
Observaciones	6,842	6,842	6,842	6,842	6,842	6,842
R2	0.275	0.422	0.331	0.275	0.422	0.331

Estimaciones por variables instrumentales / Errores estándar entre paréntesis / *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Fuente: Elaboración propia en base a ENGIH 2016/2017

	Grupo definido por características sociodemográficas (sin afro)					
	Estimaciones VI1			Estimaciones VI2		
	Canasta estricta	Canasta extendida	Canasta Gorga et al.	Canasta estricta	Canasta extendida	Canasta Gorga et al.
Log del gasto total	1.95740	2.35257	1.25296	1.97750	2.36795	1.26343
	(0.075)***	(0.067)***	(0.044)***	(0.076)***	(0.068)***	(0.045)***
Tamaño del hogar	0.84490	0.80479	0.27649	0.84307	0.80339	0.27554
	(0.091)***	(0.077)***	(0.049)***	(0.091)***	(0.077)***	(0.049)***
Hay menores en el hogar	0.39976	0.23603	0.10651	0.39153	0.22973	0.10222
	(0.072)***	(0.062)***	(0.041)***	(0.072)***	(0.062)***	(0.040)**
Hay mayores de 65 en el hogar	-0.14297	-0.16442	-0.09385	-0.13744	-0.16019	-0.09097
	(0.093)	(0.085)*	(0.055)*	(0.093)	(0.085)*	(0.055)
Hay afro mayores en el hogar	0.00859	0.01980	0.06179	0.00885	0.01999	0.06193
	(0.093)	(0.091)	(0.049)	(0.093)	(0.091)	(0.049)
Mujer jefa de hogar	0.01537	-0.09956	0.01261	0.02234	-0.09423	0.01624
	(0.052)	(0.044)**	(0.030)	(0.052)	(0.044)**	(0.030)
Edad del jefe/a de hogar	-0.02670	-0.02677	-0.00412	-0.02464	-0.02520	-0.00305
	(0.011)**	(0.010)***	(0.007)	(0.011)**	(0.010)***	(0.007)
Edad del jefe/a de hogar2	0.00009	0.00002	-0.00007	0.00008	0.00002	-0.00007
	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)

Max nivel. Secundaria [ref. Primaria]	0.05187 (0.091)	0.16836 (0.084)**	0.11341 (0.049)**	0.08119 (0.091)	0.19080 (0.084)**	0.12869 (0.049)**
Max nivel. Terciaria/Universitaria [ref. Primaria]	0.12853 (0.119)	0.30886 (0.104)**	0.18637 (0.064)**	0.21001 (0.121)*	0.37122 (0.107)**	0.22885 (0.066)**
Región de +5000 hab.	-0.32279 (0.066)**	-0.29071 (0.059)**	-0.22972 (0.038)**	-0.30476 (0.066)**	-0.27691 (0.059)**	-0.22031 (0.038)**
Indicador de riqueza	0.01577 (0.099)	0.04149 (0.077)	-0.03459 (0.062)	0.02092 (0.099)	0.04544 (0.077)	-0.03191 (0.062)
Ingreso medio del grupo	-0.00001 (0.000)**	-0.00000 (0.000)*	-0.00001 (0.000)**	-0.00002 (0.000)**	-0.00001 (0.000)**	-0.00001 (0.000)**
Constante	-12.61768 (0.724)**	-15.86470 (0.636)**	-4.96265 (0.425)**	-12.81056 (0.731)**	-16.01230 (0.642)**	-5.06322 (0.431)**
Observaciones	6,881	6,881	6,881	6,881	6,881	6,881
R2	0.276	0.422	0.331	0.276	0.422	0.332

Estimaciones por variables instrumentales / Errores estándar entre paréntesis / *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Fuente: Elaboración propia en base a ENGIH 2016/2017

	Grupo definido por ubicación geográfica del hogar					
	Estimaciones IV1			Estimaciones IV2		
	Canasta estricta	Canasta extendida	Canasta Gorga et al.	Canasta estricta	Canasta extendida	Canasta Gorga et al.
Log del gasto total	2.17299 (0.081)**	2.48038 (0.074)**	1.38144 (0.049)**	2.23579 (0.084)**	2.49844 (0.076)**	1.42765 (0.051)**
Tamaño del hogar	0.97594 (0.094)**	0.87697 (0.079)**	0.36419 (0.051)**	1.00556 (0.095)**	0.88549 (0.080)**	0.38598 (0.052)**
Hay menores en el hogar	0.39365 (0.072)**	0.22941 (0.062)**	0.10810 (0.040)**	0.38721 (0.072)**	0.22756 (0.062)**	0.10336 (0.040)**
Hay mayores de 65 en el hogar	-0.13691 (0.093)	-0.15888 (0.085)*	-0.09364 (0.055)*	-0.13213 (0.093)	-0.15751 (0.085)*	-0.09012 (0.055)
Hay afro mayores en el hogar	-0.01641 (0.092)	0.00599 (0.091)	0.04513 (0.048)	-0.02212 (0.092)	0.00434 (0.091)	0.04093 (0.048)
Mujer jefa de hogar	0.03021 (0.051)	-0.08858 (0.044)**	0.01763 (0.030)	0.03793 (0.052)	-0.08635 (0.044)**	0.02332 (0.030)
Edad del jefe/a de hogar	-0.04001 (0.011)**	-0.03338 (0.010)**	-0.01431 (0.007)**	-0.04188 (0.011)**	-0.03392 (0.010)**	-0.01569 (0.007)**
Edad del jefe/a de hogar2	0.00018 (0.000)*	0.00007 (0.000)	0.00000 (0.000)	0.00020 (0.000)*	0.00008 (0.000)	0.00001 (0.000)
Max nivel. Secundaria [ref. Primaria]	-0.02816 (0.088)	0.13532 (0.082)*	0.04058 (0.048)	-0.02908 (0.088)	0.13505 (0.082)*	0.03990 (0.048)
Max nivel. Terciaria/Universitaria [ref. Primaria]	0.00524 (0.109)	0.27218 (0.097)**	0.04937 (0.060)	0.02592 (0.109)	0.27813 (0.097)**	0.06458 (0.059)
Región de +5000 hab.	-0.25523 (0.066)**	-0.24606 (0.059)**	-0.19747 (0.037)**	-0.22841 (0.066)**	-0.23834 (0.059)**	-0.17773 (0.037)**
Indicador de riqueza	0.05581 (0.098)	0.06579 (0.076)	-0.01170 (0.061)	0.06834 (0.098)	0.06939 (0.075)	-0.00248 (0.061)
Ingreso medio del grupo	-0.00003 (0.000)**	-0.00001 (0.000)**	-0.00002 (0.000)**	-0.00003 (0.000)**	-0.00002 (0.000)**	-0.00002 (0.000)**
Constante	-14.00284 (0.754)**	-16.71080 (0.672)**	-5.74461 (0.445)**	-14.44513 (0.773)**	-16.83804 (0.682)**	-6.07003 (0.457)**
Observaciones	6,881	6,881	6,881	6,881	6,881	6,881
R2	0.287	0.425	0.345	0.286	0.425	0.346

Estimaciones por variables instrumentales / Errores estándar entre paréntesis / *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Fuente: Elaboración propia en base a ENGIH 2016/2017

Anexo 7. Efecto del grupo de referencia en el consumo de bienes visibles.
Estimaciones de la Ecuación 2 por categoría de bienes visibles y para las tres definiciones de grupo de referencia.

	Grupo definido por características sociodemográficas (con afro)			
	Vestimenta y calzado	Joyas y accesorios	Cuidados personales	Vehículos
Log del gasto total	1.51938 (0.087)***	5.03611 (0.522)***	2.25635 (0.099)***	14.06219 (1.140)***
Tamaño del hogar	0.60814 (0.101)***	3.23178 (0.558)***	1.11234 (0.111)***	12.52978 (1.270)***
Hay menores en el hogar	0.71139 (0.083)***	-0.44808 (0.481)	-0.29942 (0.101)***	-2.08159 (1.065)*
Hay mayores de 65 en el hogar	-0.18767 (0.114)*	0.84695 (0.568)	0.03749 (0.122)	-2.57936 (1.582)
Hay afro mayores en el hogar	-0.05556 (0.104)	1.68514 (0.655)**	0.08166 (0.121)	-0.19381 (1.495)
Mujer jefa de hogar	0.0932 (0.060)	-0.008 (0.352)	0.24224 (0.071)***	-2.09638 (0.785)***
Edad del jefe/a de hogar	-0.01989 (0.012)*	-0.15797 (0.064)**	0.00582 (0.014)	-0.24857 (0.194)
Edad del jefe/a de hogar2	-0.00003 (0.000)	0.0007 (-0.001)	0.00001 (0.000)	0.00102 (0.002)
Max nivel. Secundaria [ref. Primaria]	0.20189 (0.103)*	0.1451 (0.657)	-0.02593 (0.112)	-0.26274 (1.67)
Max nivel. Terciaria/Universitaria [ref. Primaria]	0.434 (0.139)***	0.41914 (0.872)	0.12602 (0.164)	-0.73388 (2.066)
Región de +5000 hab.	-0.2582 (0.075)***	0.35687 (0.487)	-0.2393 (0.091)***	-1.53957 (1.038)
Indicador de riqueza	0.07051 (0.121)	-0.49352 (0.639)	-0.07823 (0.149)	-1.02896 (1.447)
Ingreso medio del grupo	-0.00002 (0.000)***	-0.00001 (0.000)	-0.00002 (0.000)***	-0.00016 (0.000)***
Constante	-8.97401 (0.857)***	-56.73768 (5.353)***	-19.69609 (0.999)***	-155.9727 (11.636)***
Observaciones	6,842	6,842	6,842	6,842
R2	0.187		0.153	
Errores estándar entre paréntesis / *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1				
Estimaciones realizadas por variables instrumentales (VI2). En el caso de los gastos en, Joyas y accesorios y Vehículos se considera un modelo tobit y en la figura se presentan los coeficientes de los efectos marginales en la media. Las estimaciones VI1 no se presentan por razones de espacio, pero pueden solicitarse a la autora.				

Fuente: Elaboración propia en base a ENGIH 2016/2017

	Grupo definido por características sociodemográficas (con afro)			
	Actividades recreativas	Restaurantes	Viajes	Alimentos dentro del hogar
Log del gasto total	1.48826 (0.095)***	2.4745 (0.113)***	2.03574 (0.110)***	0.66206 (0.035)***
Tamaño del hogar	0.94184 (0.106)***	1.23128 (0.125)***	0.86184 (0.120)***	0.01097 (0.035)
Hay menores en el hogar	0.22815 (0.101)**	-0.18744 (0.115)	-0.12424 (0.109)	-0.0356 (0.027)
Hay mayores de 65 en el hogar	-0.31612 (0.106)***	-0.34096 (0.134)**	-0.22259 (0.127)*	0.05182 (0.032)
Hay afro mayores en el hogar	0.07396 (0.102)	0.07247 (0.134)	0.02512 (0.123)	-0.02477 (0.037)
Mujer jefa de hogar	0.03625 (0.068)	-0.09184 (0.080)	-0.05281 (0.076)	0.00505 (0.021)
Edad del jefe/a de hogar	-0.01616 (0.012)	-0.04644 (0.015)***	-0.02886 (0.014)**	0.02798 (0.004)***
Edad del jefe/a de hogar2	0.00008	0.00018	-0.00003	-0.00021

	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)***
Max nivel. Secundaria [ref. Primaria]	-0.09207	-0.17949	-0.23947	0.01706
	-0.081	-0.111	(0.106)**	(0.039)
Max nivel. Terciaria/Universitaria [ref. Primaria]	0.51715	0.46778	0.24231	0.0151
	(0.143)***	(0.179)***	(0.171)	(0.050)
Region de +5000 hab.	0.05298	0.20314	-0.26274	0.2005
	-0.071	(0.095)**	(0.091)***	(0.040)***
Indicador de riqueza	-0.02792	-0.15457	0.35561	-0.01405
	-0.156	-0.173	(0.173)**	(0.038)
Ingreso medio del grupo	0.00003	0.0000	0.00002	0.0000
	(0.000)***	(0.000)	(0.000)***	-0.033
Constante	-14.45253	-21.55211	-17.40527	0.57863
	(0.970)***	(1.153)***	(1.123)***	(0.357)
Observaciones	6,842	6,842	6,842	6,842
R2	0.207	0.234	0.248	0.284
Errores estándar entre paréntesis / *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1				
Estimaciones realizadas por variables instrumentales (VI2). Las estimaciones VI1 no se presentan por razones de espacio, pero pueden solicitarse a la autora.				

Fuente: Elaboración propia en base a ENGIH 2016/2017

	Grupo definido por características sociodemográficas (sin afro)			
	Vestimenta y calzado	Joyas y accesorios	Cuidados personales	Vehículos
Log del gasto total	1.51773	5.04103	2.26229	14.09203
	(0.087)***	(0.521)***	(0.099)***	(1.134)***
Tamaño del hogar	0.60611	3.22392	1.11789	12.50377
	(0.100)***	(0.556)***	(0.111)***	(1.266)***
Hay menores en el hogar	0.71181	-0.42413	-0.29285	-2.12181
	(0.082)***	(0.481)	(0.101)***	(1.061)**
Hay mayores de 65 en el hogar	-0.18602	0.80545	0.04592	-2.68081
	(0.114)	(0.568)	(0.122)	(1.589)*
Hay afro mayores en el hogar	0.04266	1.45387	0.12485	0.08326
	(0.099)	(0.635)**	(0.117)	(1.435)
Mujer jefa de hogar	0.09066	0.01553	0.24777	-2.01156
	(0.060)	(0.351)	(0.071)***	(0.784)**
Edad del jefe/a de hogar	-0.02001	-0.15598	0.0070	-0.24547
	(0.012)*	(0.064)**	(0.014)	(0.193)
Edad del jefe/a de hogar2	-0.00003	0.0007	0.0000	0.00103
	(0.000)	(0.001)	(0.000)	(0.002)
Max nivel. Secundaria [ref. Primaria]	0.20736	0.15601	-0.02002	-0.17554
	(0.103)**	(0.657)	(0.112)	(1.672)
Max nivel. Terciaria/Universitaria [ref. Primaria]	0.44394	0.42688	0.1397	-0.47389
	(0.139)***	(0.870)	(0.164)	(2.067)
Region de +5000 hab.	-0.25756	0.41643	-0.24375	-1.64972
	(0.075)***	(0.484)	(0.091)***	(1.034)
Indicador de riqueza	0.06786	-0.49376	-0.08686	-0.81395
	(0.121)	(0.637)	(0.149)	(1.432)
Ingreso medio del grupo	-0.00002	-0.00001	-0.00002	-0.00017
	(0.000)***	(0.000)	(0.000)***	(0.000)***
Constante	-8.97186	-56.86159	-19.77588	-156.2607
	(0.852)***	(5.347)***	(0.996)***	(11.586)***
Observaciones	6,881	6,881	6,881	6,881
R2	0.187		0.153	
Errores estándar entre paréntesis / *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1				
Estimaciones realizadas por variables instrumentales (VI2). En el caso de los gastos en Joyas y accesorios y Vehículos se considera un modelo tobit y en la figura se presentan los coeficientes de los efectos marginales en la media. Las estimaciones VI1 no se presentan por razones de espacio, pero pueden solicitarse a la autora.				

Fuente: Elaboración propia en base a ENGIH 2016/2017

	Grupo definido por características sociodemográficas (sin afro)			
	Actividades recreativas	Restaurantes	Viajes	Alimentos dentro del hogar
Log del gasto total	1.48358 (0.095)***	2.47871 (0.112)***	2.0372 (0.110)***	0.66019 (0.035)***
Tamaño del hogar	0.95045 (0.106)***	1.24455 (0.125)***	0.87296 (0.120)***	0.0095 (0.034)
Hay menores en el hogar	0.22785 (0.100)**	-0.20583 (0.115)*	-0.13264 (0.108)	-0.03354 (0.027)
Hay mayores de 65 en el hogar	-0.30363 (0.105)***	-0.34083 (0.133)**	-0.21783 (0.126)*	0.05328 (0.032)*
Hay afro mayores en el hogar	-0.04592 (0.100)	0.08271 (0.133)	-0.03691 (0.118)	-0.02943 (0.035)
Mujer jefa de hogar	0.04195 (0.067)	-0.08453 (0.080)	-0.0595 (0.076)	0.00441 (0.021)
Edad del jefe/a de hogar	-0.0158 (0.012)	-0.04531 (0.015)***	-0.03086 (0.014)**	0.02793 (0.004)***
Edad del jefe/a de hogar2	0.00007 (0.000)	0.00017 (0.000)	-0.00002 (0.000)	-0.00021 (0.000)***
Max nivel. Secundaria [ref. Primaria]	-0.09102 (0.082)	-0.16736 (0.111)	-0.24727 (0.107)**	0.01889 (0.038)
Max nivel. Terciaria/Universitaria [ref. Primaria]	0.5115 (0.144)***	0.47004 (0.179)***	0.21511 (0.171)	0.01877 (0.049)
Region de +5000 hab.	0.05423 (0.070)	0.19328 (0.094)**	-0.27158 (0.090)***	0.20149 (0.039)***
Indicador de riqueza	-0.03654 (0.156)	-0.14498 (0.172)	0.35301 (0.172)**	-0.01929 (0.038)
Ingreso medio del grupo	0.00002 (0.000)***	0.0000 (0.000)	0.00002 (0.000)***	0.0000 (0.021)
Constante	-14.40661 (0.967)***	-21.63613 (1.150)***	-17.36154 (1.120)***	0.59974 (0.356)*
Observaciones	6,881	6,881	6,881	6,881
R2	0.205	0.233	0.248	0.283
Errores estándar entre paréntesis / *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1				
Estimaciones realizadas por variables instrumentales (VI2). Las estimaciones VI1 no se presentan por razones de espacio, pero pueden solicitarse a la autora.				

Fuente: Elaboración propia en base a ENGIH 2016/2017

	Grupo definido por ubicación geográfica del hogar			
	Vestimenta y calzado	Joyas y accesorios	Cuidados personales	Vehículos
Log del gasto total	1.7875 (0.097)***	5.20779 (0.589)***	2.48822 (0.110)***	14.81672 (1.223)***
Tamaño del hogar	0.7847 (0.104)***	3.3206 (0.582)***	1.28234 (0.114)***	13.06464 (1.298)***
Hay menores en el hogar	0.71214 (0.082)***	-0.41718 (0.481)	-0.28446 (0.101)***	-1.85439 (1.064)*
Hay mayores de 65 en el hogar	-0.18361 (0.114)	0.81042 (0.566)	0.04268 (0.122)	-2.52552 (1.592)
Hay afro mayores en el hogar	0.00868 (0.098)	1.43169 (0.633)**	0.09366 (0.117)	-0.34523 (1.433)
Mujer jefa de hogar	0.10341 (0.060)*	0.03903 (0.349)	0.25254 (0.071)***	-2.18482 (0.766)***
Edad del jefe/a de hogar	-0.0401 (0.012)***	-0.16886 (0.064)***	-0.01332 (0.014)	-0.32701 (0.205)
Edad del jefe/a de hogar2	0.00011 (0.000)	0.00078 (0.001)	0.00014 (0.000)	0.00142 (0.002)
Max nivel. Secundaria [ref. Primaria]	0.06893 (0.101)	0.07921 (0.645)	-0.1749 (0.110)	-0.73754 (1.632)
Max nivel. Terciaria/Universitaria [ref. Primaria]	0.19288 (0.127)	0.30388 (0.760)	-0.169 (0.145)	-2.17255 (1.866)

Región de +5000 hab.	-0.18523 (0.074)**	0.46227 (0.485)	-0.1956 (0.091)**	-1.62801 (1.017)
Indicador de riqueza	0.11649 (0.120)	-0.44944 (0.638)	-0.04764 (0.148)	-0.62058 (1.430)
Ingreso medio del grupo	-0.00004 (0.000)***	-0.00002 (0.000)	-0.00003 (0.000)***	-0.00017 (0.000)***
Constante	-10.63869 (0.904)***	-57.96177 (5.688)***	-21.10432 (1.044)***	-159.9418 (11.983)***
Observaciones	6,881	6,881	6,881	6,881
R2	0.194		0.152	

Errores estándar entre paréntesis / *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Estimaciones realizadas por variables instrumentales (VI2). En el caso de los gastos en, Joyas y accesorios y Vehículos se considera un modelo tobit y en la figura se presentan los coeficientes de los efectos marginales en la media. Las estimaciones VI1 no se presentan por razones de espacio, pero pueden solicitarse a la autora.

Fuente: Elaboración propia en base a ENGIH 2016/2017

	Grupo definido por ubicación geográfica del hogar			
	Actividades recreativas	Restaurantes	Viajes	Alimentos dentro del hogar
Log del gasto total	1.42406 (0.104)***	2.38567 (0.126)***	1.88197 (0.121)***	0.67775 (0.040)***
Tamaño del hogar	0.86218 (0.108)***	1.19703 (0.129)***	0.73936 (0.124)***	0.02452 (0.036)
Hay menores en el hogar	0.20112 (0.100)**	-0.19827 (0.114)*	-0.14966 (0.108)	-0.03167 (0.027)
Hay mayores de 65 en el hogar	-0.28689 (0.105)***	-0.34663 (0.133)***	-0.2083 (0.126)*	0.05223 (0.032)*
Hay afro mayores en el hogar	-0.02943 (0.100)	0.09184 (0.133)	-0.01169 (0.118)	-0.03227 (0.035)
Mujer jefa de hogar	0.05856 (0.067)	-0.09453 (0.080)	-0.05457 (0.076)	0.00389 (0.021)
Edad del jefe/a de hogar	0.00009 -0.012	-0.04168 (0.015)***	-0.01206 (0.014)	0.02582 (0.004)***
Edad del jefe/a de hogar2	-0.00002 (0.000)	0.00015 (0.000)	-0.00014 (0.000)	-0.0002 (0.000)***
Max nivel. Secundaria [ref. Primaria]	0.06749 (0.076)	-0.15648 (0.105)	-0.08685 (0.103)	0.00097 (0.038)
Max nivel. Terciaria/Universitaria [ref. Primaria]	0.89036 (0.121)***	0.46343 (0.154)***	0.56372 (0.147)***	-0.02009 (0.046)
Región de +5000 hab.	0.07911 (0.071)	0.15656 (0.094)*	-0.28742 (0.090)***	0.20336 (0.039)***
Indicador de riqueza	-0.04233 (0.155)	-0.16318 (0.173)	0.32815 (0.174)*	-0.01647 (0.038)
Ingreso medio del grupo	0.00002 (0.000)***	0.00001 (0.000)*	0.00003 (0.000)***	-0.0001 (0.038)
Constante	-14.2608 (1.001)***	-20.99727 (1.209)***	-16.54253 (1.173)***	0.50674 (0.377)
Observaciones	6,881	6,881	6,881	6,881
R2	0.206	0.235	0.249	0.285

Errores estándar entre paréntesis / *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Estimaciones realizadas por variables instrumentales (VI2). Las estimaciones VI1 no se presentan por razones de espacio, pero pueden solicitarse a la autora.

Fuente: Elaboración propia en base a ENGIH 2016/2017

Anexo 8. Efecto del grupo de referencia en el consumo de bienes visibles teniendo en cuenta las comparaciones dentro del grupo (ventaja o privación relativa) y las comparaciones con otros grupos (comparaciones ascendentes o descendentes). Estimaciones por canasta de bienes visibles y para las tres definiciones de grupo de referencia.

	Grupo definido por características sociodemográficas (con afro)											
	Estimaciones VI1						Estimaciones VI2					
	Canasta estricta		Canasta extendida		Canasta Gorga et al.		Canasta estricta		Canasta extendida		Canasta Gorga et al.	
Log del gasto total	1.75343	1.96638	2.17500	2.36053	1.15657	1.25799	2.03494	1.97453	2.38694	2.36658	1.29747	1.26221
	(0.205)***	(0.076)***	(0.160)***	(0.068)***	(0.113)***	(0.045)***	(0.256)***	(0.076)***	(0.211)***	(0.068)***	(0.133)***	(0.045)***
Tamaño del hogar	0.78661	0.84072	0.75751	0.80218	0.25127	0.27615	0.85738	0.83930	0.81079	0.80112	0.28669	0.27542
	(0.107)***	(0.092)***	(0.087)***	(0.078)***	(0.056)***	(0.050)***	(0.114)***	(0.092)***	(0.093)***	(0.078)***	(0.058)***	(0.050)***
Hay menores en el hogar	0.41376	0.40182	0.24998	0.23911	0.11338	0.10765	0.38624	0.40009	0.22926	0.23783	0.09961	0.10676
	(0.074)***	(0.073)***	(0.063)***	(0.062)***	(0.042)***	(0.041)***	(0.074)***	(0.073)***	(0.062)***	(0.062)***	(0.042)**	(0.041)***
Hay mayores de 65 en el hogar	-0.15468	-0.15146	-0.16916	-0.16951	-0.09846	-0.09782	-0.14098	-0.15166	-0.15885	-0.16966	-0.09160	-0.09793
	(0.094)*	(0.094)	(0.085)**	(0.085)**	(0.055)*	(0.055)*	(0.094)	(0.094)	(0.086)*	(0.085)**	(0.055)*	(0.056)*
Hay afro mayores en el hogar	-0.06876	-0.08190	-0.03648	-0.04588	0.00187	-0.00402	-0.05852	-0.09436	-0.02877	-0.05512	0.00699	-0.01047
	(0.101)	(0.099)	(0.098)	(0.096)	(0.053)	(0.052)	(0.101)	(0.099)	(0.098)	(0.096)	(0.053)	(0.052)
Mujer jefa de hogar	0.01576	0.01911	-0.10154	-0.09779	0.01105	0.01295	0.02560	0.02155	-0.09413	-0.09598	0.01598	0.01421
	(0.052)	(0.052)	(0.044)**	(0.044)**	(0.030)	(0.030)	(0.053)	(0.052)	(0.044)**	(0.044)**	(0.030)	(0.030)
Edad del jefe/a de hogar	-0.02788	-0.02199	-0.02765	-0.02300	-0.00474	-0.00199	-0.02455	-0.02034	-0.02514	-0.02178	-0.00307	-0.00114
	(0.011)**	(0.011)**	(0.010)***	(0.010)**	(0.007)	(0.007)	(0.011)**	(0.011)*	(0.010)**	(0.010)**	(0.007)	(0.007)
Edad del jefe/a de hogar2	0.00009	0.00006	0.00002	-0.00000	-0.00006	-0.00008	0.00008	0.00005	0.00001	-0.00001	-0.00007	-0.00008
	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)
Max nivel. Secundaria [ref. Primaria]	0.05949	0.07790	0.17412	0.18809	0.11642	0.12514	0.07093	0.09359	0.18273	0.19972	0.12214	0.13325
	(0.091)	(0.092)	(0.084)**	(0.085)**	(0.049)**	(0.049)**	(0.091)	(0.093)	(0.084)**	(0.085)**	(0.049)**	(0.050)***
Max nivel. Terciaria/Universitaria [ref. Primaria]	0.15480	0.16332	0.33113	0.33556	0.19743	0.20155	0.18373	0.19758	0.35292	0.36098	0.21191	0.21927
	(0.124)	(0.121)	(0.107)***	(0.106)***	(0.065)***	(0.065)***	(0.124)	(0.123)	(0.107)***	(0.108)***	(0.066)***	(0.066)***
Región de +5000 hab.	-0.31201	-0.29206	-0.28082	-0.26224	-0.22021	-0.21075	-0.30662	-0.27840	-0.27676	-0.25210	-0.21752	-0.20368
	(0.067)***	(0.069)***	(0.060)***	(0.061)***	(0.038)***	(0.040)***	(0.067)***	(0.069)***	(0.060)***	(0.060)***	(0.038)***	(0.039)***
Indicador de riqueza	0.03236	0.01536	0.04608	0.03523	-0.03207	-0.03928	0.02310	0.01650	0.03911	0.03608	-0.03670	-0.03869

	(0.099)	(0.099)	(0.078)	(0.077)	(0.063)	(0.062)	(0.100)	(0.099)	(0.078)	(0.077)	(0.063)	(0.062)
Ingreso medio del grupo	-0.00001	-0.00002	-0.00000	-0.00001	-0.00001	-0.00002	-0.00002	-0.00003	-0.00001	-0.00002	-0.00001	-0.00002
	(0.000)	(0.000)***	(0.000)	(0.000)***	(0.000)***	(0.000)***	(0.000)**	(0.000)***	(0.000)	(0.000)***	(0.000)***	(0.000)***
Ventaja relativa	0.05848		0.11799		0.04645		-0.10688		-0.00651		-0.03631	
	(0.144)		(0.113)		(0.087)		(0.165)		(0.136)		(0.094)	
Privación relativa	-0.18042		-0.11877		-0.07525		-0.00123		0.01614		0.01443	
	(0.135)		(0.109)		(0.073)		(0.166)		(0.139)		(0.085)	
Comparaciones ascendentes		0.00001		0.00001		0.00001		0.00002		0.00002*		0.00001
		(0.000)		(0.000)		(0.000)		(0.000)		(0.000)		(0.000)
Comparaciones descendentes		0.00003		0.00002		0.00001		0.00004		0.00003		0.00002
		(0.000)**		(0.000)**		(0.000)		(0.000)**		(0.000)***		(0.000)*
Constante	-10.62937	-12.69559	-14.16554	-15.93030	-4.02838	-5.00368	-13.32205	-12.76976	-16.19283	-15.98534	-5.37612	-5.04203
	(1.984)***	(0.731)***	(1.562)***	(0.644)***	(1.081)***	(0.429)***	(2.469)***	(0.734)***	(2.038)***	(0.646)***	(1.274)***	(0.432)***
Observaciones	6,842	6,842	6,842	6,842	6,842	6,842	6,842	6,842	6,842	6,842	6,842	6,842
R2	0.273	0.276	0.421	0.422	0.327	0.331	0.276	0.276	0.421	0.422	0.332	0.331

Errores estándar entre paréntesis / *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Fuente: Elaboración propia en base a ENGIH 2016/2017

	Grupo definido por características sociodemográficas (sin afro)											
	Estimaciones VI1						Estimaciones VI2					
	Canasta estricta		Canasta extendida		Canasta Gorga et al.		Canasta estricta		Canasta extendida		Canasta Gorga et al.	
Log del gasto total	1.74462	1.97556	2.21810	2.36701	1.15723	1.26223	2.12449	1.98479	2.52145	2.37374	1.36205	1.26670
	(0.214)***	(0.075)***	(0.164)***	(0.068)***	(0.118)***	(0.045)***	(0.275)***	(0.076)***	(0.223)***	(0.068)***	(0.143)***	(0.045)***
Tamaño del hogar	0.78455	0.84463	0.76948	0.80462	0.25017	0.27567	0.87879	0.84328	0.84474	0.80363	0.30099	0.27502
	(0.108)***	(0.091)***	(0.088)***	(0.077)***	(0.056)***	(0.049)***	(0.117)***	(0.091)***	(0.095)***	(0.077)***	(0.058)***	(0.049)***
Hay menores en el hogar	0.41591	0.40541	0.24648	0.24052	0.11384	0.10947	0.37905	0.40359	0.21704	0.23919	0.09397	0.10859
	(0.074)***	(0.072)***	(0.063)***	(0.062)***	(0.042)***	(0.041)***	(0.074)***	(0.072)***	(0.063)***	(0.062)***	(0.041)**	(0.040)***
Hay mayores de 65 en el hogar	-0.15324	-0.15567	-0.16809	-0.17450	-0.09764	-0.10062	-0.13467	-0.15595	-0.15326	-0.17470	-0.08763	-0.10076
	(0.094)	(0.093)*	(0.085)**	(0.085)**	(0.055)*	(0.055)*	(0.094)	(0.093)*	(0.085)*	(0.085)**	(0.055)	(0.055)*
Hay afro mayores en el hogar	-0.01546	0.00028	0.00368	0.01320	0.05070	0.05731	0.02679	-0.00107	0.03742	0.01222	0.07349	0.05666
	(0.096)	(0.093)	(0.092)	(0.091)	(0.050)	(0.049)	(0.097)	(0.093)	(0.094)	(0.091)	(0.051)	(0.048)
Mujer jefa de hogar	0.01303	0.02061	-0.10187	-0.09540	0.01131	0.01540	0.02633	0.02379	-0.09126	-0.09308	0.01848	0.01694
	(0.052)	(0.052)	(0.044)**	(0.044)**	(0.030)	(0.030)	(0.052)	(0.052)	(0.044)**	(0.044)**	(0.030)	(0.030)

Edad del jefe/a de hogar	-0.02821	-0.02110	-0.02757	-0.02235	-0.00475	-0.00087	-0.02363	-0.01922	-0.02391	-0.02097	-0.00228	0.00004
	(0.011)***	(0.011)*	(0.010)***	(0.010)**	(0.007)	(0.007)	(0.011)**	(0.011)*	(0.010)**	(0.010)**	(0.007)	(0.008)
Edad del jefe/a de hogar2	0.00009	0.00005	0.00003	-0.00001	-0.00006	-0.00009	0.00007	0.00003	0.00001	-0.00002	-0.00007	-0.00010
	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)
Max nivel. Secundaria [ref. Primaria]	0.06291	0.08428	0.17484	0.19397	0.11823	0.13293	0.07852	0.10169	0.18731	0.20667	0.12665	0.14136
	(0.091)	(0.092)	(0.083)**	(0.085)**	(0.049)**	(0.050)***	(0.091)	(0.093)	(0.084)**	(0.085)**	(0.049)***	(0.051)***
Max nivel. Terciaria/Universitaria [ref. Primaria]	0.16378	0.17984	0.33009	0.34947	0.20192	0.21607	0.19893	0.21773	0.35816	0.37709	0.22087	0.23441
	(0.123)	(0.121)	(0.106)***	(0.106)***	(0.065)***	(0.065)***	(0.123)	(0.123)*	(0.107)***	(0.108)***	(0.065)***	(0.067)***
Región de +5000 hab.	-0.31413	-0.28274	-0.28501	-0.25884	-0.22575	-0.20985	-0.30859	-0.27169	-0.28059	-0.25078	-0.22277	-0.20450
	(0.067)***	(0.067)***	(0.060)***	(0.059)***	(0.038)***	(0.038)***	(0.067)***	(0.067)***	(0.060)***	(0.059)***	(0.038)***	(0.038)***
Indicador de riqueza	0.03048	0.01752	0.04800	0.04292	-0.02880	-0.03436	0.01653	0.01878	0.03685	0.04384	-0.03632	-0.03375
	(0.099)	(0.099)	(0.077)	(0.077)	(0.063)	(0.061)	(0.100)	(0.099)	(0.078)	(0.077)	(0.063)	(0.061)
Ingreso medio del grupo	-0.00001	-0.00003	-0.00000	-0.00002	-0.00001	-0.00002	-0.00002	-0.00003	-0.00001	-0.00002	-0.00002	-0.00002
	(0.000)	(0.000)***	(0.000)	(0.000)***	(0.000)**	(0.000)***	(0.000)**	(0.000)***	(0.000)*	(0.000)***	(0.000)***	(0.000)***
Ventaja relativa	0.07273		0.10522		0.05018		-0.15312		-0.07514		-0.07159	
	(0.150)		(0.116)		(0.090)		(0.176)		(0.144)		(0.100)	
Privación relativa	-0.17906		-0.07999		-0.07078		0.06331		0.11356		0.05991	
	(0.142)		(0.112)		(0.077)		(0.179)		(0.147)		(0.092)	
Comparaciones ascendentes		0.00004		0.00003		0.00002		0.00004		0.00003		0.00002
		(0.000)***		(0.000)**		(0.000)**		(0.000)***		(0.000)***		(0.000)**
Comparaciones descendentes		0.00005		0.00004		0.00002		0.00005		0.00004		0.00003
		(0.000)***		(0.000)***		(0.000)***		(0.000)***		(0.000)***		(0.000)***
Constante	-10.54508	-12.79374	-14.58230	-16.00425	-4.03835	-5.06049	-14.19393	-12.89086	-17.49613	-16.07507	-6.00578	-5.10753
	(2.078)***	(0.728)***	(1.603)***	(0.642)***	(1.136)***	(0.429)***	(2.658)***	(0.733)***	(2.155)***	(0.645)***	(1.375)***	(0.433)***
Observaciones	6,881	6,881	6,881	6,881	6,881	6,881	6,881	6,881	6,881	6,881	6,881	6,881
R2	0.273	0.277	0.422	0.423	0.327	0.333	0.276	0.277	0.421	0.423	0.334	0.333

Errores estándar entre paréntesis / *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Fuente: Elaboración propia en base a ENGIH 2016/2017

	Grupo definido por ubicación geográfica del hogar											
	Estimaciones VI1						Estimaciones VI2					
	Canasta estricta		Canasta extendida		Canasta Gorga et al.		Canasta estricta		Canasta extendida		Canasta Gorga et al.	
Log del gasto total	1.68519	2.20177	2.41302	2.49776	0.93619	1.39606	2.34400	2.21892	2.63906	2.51009	1.38125	1.40948
	(0.240)***	(0.082)***	(0.192)***	(0.075)***	(0.152)***	(0.050)***	(0.320)***	(0.083)***	(0.263)***	(0.076)***	(0.180)***	(0.050)***
Tamaño del hogar	0.83570	0.98114	0.86461	0.88506	0.23423	0.36463	1.04587	0.98826	0.93672	0.89018	0.37621	0.37019
	(0.114)***	(0.094)***	(0.096)***	(0.080)***	(0.066)***	(0.051)***	(0.135)***	(0.094)***	(0.112)***	(0.080)***	(0.073)***	(0.051)***
Hay menores en el hogar	0.42524	0.38965	0.23171	0.23377	0.13751	0.10305	0.37755	0.38902	0.21535	0.23332	0.10529	0.10256
	(0.074)***	(0.072)***	(0.062)***	(0.062)***	(0.043)***	(0.040)***	(0.074)***	(0.072)***	(0.063)***	(0.062)***	(0.042)**	(0.040)***
Hay mayores de 65 en el hogar	-0.14572	-0.13015	-0.15690	-0.15624	-0.10257	-0.08956	-0.12606	-0.12805	-0.15015	-0.15474	-0.08929	-0.08792
	(0.094)	(0.093)	(0.085)*	(0.085)*	(0.056)*	(0.055)	(0.094)	(0.093)	(0.085)*	(0.085)*	(0.055)	(0.055)
Hay afro mayores en el hogar	-0.06500	-0.03164	-0.00283	-0.00683	0.00136	0.03900	-0.01460	-0.03691	0.01446	-0.01062	0.03541	0.03488
	(0.095)	(0.092)	(0.091)	(0.091)	(0.050)	(0.048)	(0.094)	(0.092)	(0.091)	(0.091)	(0.049)	(0.048)
Mujer jefa de hogar	0.02362	0.03776	-0.09096	-0.08752	0.01203	0.02303	0.03800	0.04011	-0.08603	-0.08584	0.02175	0.02487
	(0.052)	(0.051)	(0.044)**	(0.044)**	(0.030)	(0.030)	(0.052)	(0.051)	(0.044)*	(0.044)**	(0.030)	(0.030)
Edad del jefe/a de hogar	-0.03684	-0.04054	-0.03285	-0.03293	-0.01144	-0.01492	-0.04256	-0.04082	-0.03481	-0.03312	-0.01531	-0.01514
	(0.011)***	(0.011)***	(0.010)***	(0.010)***	(0.007)	(0.007)**	(0.011)***	(0.011)***	(0.010)***	(0.010)***	(0.008)**	(0.007)**
Edad del jefe/a de hogar2	0.00016	0.00018	0.00007	0.00007	-0.00002	0.00001	0.00020	0.00019	0.00008	0.00007	0.00001	0.00001
	(0.000)	(0.000)*	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)*	(0.000)*	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)
Max nivel. Secundaria [ref. Primaria]	0.02184	-0.02169	0.13934	0.13479	0.08703	0.04584	-0.04336	-0.02122	0.11697	0.13513	0.04298	0.04621
	(0.092)	(0.088)	(0.084)*	(0.082)	(0.050)*	(0.047)	(0.094)	(0.088)	(0.086)	(0.082)*	(0.051)	(0.047)
Max nivel. Terciaria/Universitaria [ref. Primaria]	0.12876	0.01870	0.28348	0.25688	0.16372	0.06663	-0.00634	0.02053	0.23712	0.25819	0.07245	0.06806
	(0.124)	(0.109)	(0.107)***	(0.097)***	(0.070)**	(0.059)	(0.133)	(0.109)	(0.113)**	(0.097)***	(0.073)	(0.059)
Region de +5000 hab.	-0.23418	-0.20857	-0.24268	-0.22350	-0.17839	-0.17126	-0.23077	-0.19427	-0.24151	-0.21322	-0.17608	-0.16008
	(0.066)***	(0.067)***	(0.059)***	(0.059)***	(0.038)***	(0.039)***	(0.066)***	(0.068)***	(0.060)***	(0.059)***	(0.037)***	(0.039)***
Indicador de riqueza	0.08341	0.03931	0.06249	0.05454	0.01547	-0.01951	0.05452	0.03722	0.05258	0.05304	-0.00405	-0.02115
	(0.099)	(0.098)	(0.076)	(0.076)	(0.061)	(0.061)	(0.100)	(0.098)	(0.077)	(0.076)	(0.062)	(0.061)
Ingreso medio del grupo	-0.00002	-0.00004	-0.00001	-0.00003	-0.00001	-0.00002	-0.00004	-0.00005	-0.00002	-0.00003	-0.00002	-0.00003
	(0.000)**	(0.000)***	(0.000)***	(0.000)***	(0.000)*	(0.000)***	(0.000)***	(0.000)***	(0.000)***	(0.000)***	(0.000)***	(0.000)***
Ventaja relativa	0.38078		0.14509		0.32183		0.03095		0.02506		0.08550	
	(0.151)**		(0.116)		(0.095)*		(0.185)		(0.150)		(0.106)	

Privación relativa	-0.24881		0.02470		-0.24354		0.12515		0.15301		0.00909	
	(0.148)*		(0.123)		(0.094)*		(0.189)		(0.157)		(0.105)	
Comparaciones ascendentes		0.00000		0.00002		-0.00000		0.00001		0.00002		0.00000
		(0.000)		(0.000)***		(0.000)		(0.000)		(0.000)***		(0.000)
Comparaciones descendentes		0.00004		0.00003		0.00002		0.00005		0.00004		0.00003
		(0.000)***		(0.000)***		(0.000)**		(0.000)***		(0.000)***		(0.000)***
Constante	-9.57434	-13.90005	-16.14098	-16.56769	-1.69075	-5.72844	-15.47070	-13.93225	-18.16406	-16.59082	-5.67407	-5.75361
	(2.193)***	(0.750)***	(1.771)***	(0.670)***	(1.388)	(0.444)***	(2.900)***	(0.751)***	(2.379)***	(0.671)***	(1.622)***	(0.445)***
Observaciones	6,881	6,881	6,881	6,881	6,881	6,881	6,881	6,881	6,881	6,881	6,881	6,881
R2	0.281	0.288	0.425	0.426	0.322	0.348	0.286	0.288	0.424	0.426	0.345	0.348
Errores estándar entre paréntesis / *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1												

Fuente: Elaboración propia en base a ENGIH 2016/2017

Anexo 9. Efecto del grupo de referencia en el consumo de bienes visibles teniendo en cuenta las comparaciones dentro del grupo (ventaja o privación relativa) y las comparaciones con otros grupos (comparaciones ascendentes o descendentes). Estimaciones por categoría de bienes visibles y para las tres definiciones de grupo de referencia.

Grupo definido por características sociodemográficas (con afro)								
	Vestimenta y calzado	Vestimenta y calzado	Joyas y accesorios	Joyas y accesorios	Cuidados personales	Cuidados personales	Vehículos	Vehículos
Log del gasto total	1.62124	1.51715	5.116273	5.039677	2.61137	2.26292	14.43852	14.00057
	(0.287)***	(0.087)***	(1.580276)	(0.5217087)	(0.331)***	(0.099)***	(3.566872)***	(1.141012)***
Ingreso medio del grupo	-0.00002	-0.00003	-8.84E-06	3.78E-06	-0.00003	-0.00004	-0.0001759	-0.0001481
	(0.000)***	(0.000)***	(0.0000536)	(0.0000393)	(0.000)***	(0.000)***	(0.0001198)	(0.0000864)*
Tamaño del hogar	0.63221	0.60111	3.249341	3.232235	1.20496	1.11707	12.3986	12.46215
	(0.126)***	(0.101)***	(0.6868884)	(0.5604956)	(0.141)***	(0.111)***	(1.54889)***	(1.275705)***
Hay menores en el hogar	0.70292	0.72163	-0.456491	-0.424739	-0.32865	-0.29579	-2.141664	-2.064695
	(0.085)***	(0.083)***	(0.4925158)	(0.4793628)	(0.105)***	(0.101)***	(1.092297)**	(1.068438)**
Hay mayores de 65 en el hogar	-0.18693	-0.20098	0.8453769	0.8668621	0.04878	0.02361	-2.655542	-2.555876
	(0.115)	(0.114)*	(0.5722207)	(0.568636)	(0.123)	(0.122)	(1.577076)*	(1.578663)
Hay afro mayores en el hogar	-0.04661	-0.08904	1.69091	1.737921	0.10976	0.04326	-0.1785516	-0.1882649
	(0.108)	(0.106)	(0.6636197)	(0.6624707)	(0.124)	(0.123)	(1.534064)	(1.503054)
Mujer jefa de hogar	0.09624	0.09136	-0.003252	0.0010243	0.24990	0.23762	-2.078802	-2.099493
	(0.061)	(0.060)	(0.3543908)	(0.351182)	(0.072)***	(0.071)***	(0.78353)***	(0.78227)***
Edad del jefe/a de hogar	-0.01929	-0.01477	-0.15769	-0.1447322	0.00836	0.00806	-0.2507952	-0.2273928
	(0.012)	(0.012)	(0.0649873)	(0.0667437)	(0.014)	(0.014)	(0.192728)	(0.1949238)
Edad del jefe/a de hogar2	-0.00003	-0.00006	0.0007018	0.0005972	0.00000	0.00000	0.0010879	0.000858
	(0.000)	(0.000)	(0.000623)	(0.0006366)	(0.000)	(0.000)	(0.0020757)	(0.002082)
Max nivel. Secundaria [ref. Primaria]	0.19901	0.22609	0.1399188	0.2146613	-0.03614	-0.01818	-0.2514202	-0.1520626
	(0.103)*	(0.104)**	(0.6581328)	(0.6653704)	(0.113)	(0.114)	(1.665182)	(1.685465)
Max nivel. Terciaria/Universitaria [ref. Primaria]	0.42516	0.44500	0.4149822	0.4995701	0.09381	0.11439	-0.6364745	-0.6330448
	(0.142)***	(0.141)***	(0.8775161)	(0.8795623)	(0.168)	(0.166)	(2.067316)	(2.084905)
Región de +5000 hab.	-0.26099	-0.23038	0.3530915	0.2363781	-0.24854	-0.16477	-1.580396	-1.743043
	(0.076)***	(0.078)***	(0.4902784)	(0.4968847)	(0.093)***	(0.095)*	(1.047944)	(1.056822)
Indicador de riqueza	0.06864	0.06303	-0.493903	-0.5109142	-0.09296	-0.06970	-0.9704242	-1.135369

	(0.122)	(0.121)	(0.6418497)	(0.6418121)	(0.151)	(0.149)	(1.440966)	(1.440019)
Ventaja relativa	-0.12656		-0.159356		-0.26306		-3.045509	
	(0.199)		(1.042524)		(0.226)		(2.361345)	
Privación relativa	0.03159		-0.033557		0.2122		-1.805278	
	(0.185)		(1.058699)		(0.215)		(2.493553)	
Comparaciones ascendentes		0.00002		-0.0000911		0.00005		-0.0002209
		(0.000)		(0.0000797)		(0.000)***		(0.0002055)
Comparaciones descendentes		0.00004		-0.0000318		0.00004		1.44E-06
		(0.000)**		(0.0000909)		(0.000)**		(0.0002126)
Constante	-9.91926	-8.94833			-23.07341	-19.66852		
	(2.759)***	(0.854)***			(3.194)***	(0.998)***		
Observaciones	6,842	6,842	6,843	6,844	6,842	6,842	6,843	6,844
R2	0.186	0.188			0.144	0.154		
Errores estándar entre paréntesis / *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1								
Estimaciones realizadas por variables instrumentales (VI2). En el caso de los gastos en, Joyas y accesorios y Vehículos se considera un modelo tobit y en la figura se presentan los coeficientes de los efectos marginales en la media. Las estimaciones VI1 no se presentan por razones de espacio, pero pueden solicitarse a la autora.								

Fuente: Elaboración propia en base a ENGIH 2016/2017

Grupo definido por características sociodemográficas (con afro)						
	Actividades recreativas	Actividades recreativas	Restaurantes	Restaurantes	Viajes	Viajes
Log del gasto total	1.70612	1.49270	2.29003	2.47214	1.78476	2.03265
	(0.299)***	(0.095)***	(0.356)***	(0.113)***	(0.345)***	(0.110)***
Ingreso medio del grupo	0.00002	0.00003	0.00001	0.00001	0.00003	0.00003
	(0.000)**	(0.000)***	(0.000)	(0.000)	(0.000)***	(0.000)***
Tamaño del hogar	0.99721	0.95094	1.20224	1.23092	0.80535	0.86081
	(0.131)***	(0.106)***	(0.156)***	(0.126)***	(0.147)***	(0.121)***
Hay menores en el hogar	0.21017	0.21813	-0.17164	-0.19156	-0.10329	-0.12847
	(0.103)**	(0.100)**	(0.119)	(0.115)*	(0.111)	(0.109)
Hay mayores de 65 en el hogar	-0.31066	-0.30592	-0.32777	-0.33157	-0.22160	-0.21211
	(0.107)***	(0.105)***	(0.134)**	(0.133)**	(0.128)*	(0.127)*
Hay afro mayores en el hogar	0.09173	0.09852	0.05103	0.09763	0.00204	0.05339

	(0.106)	(0.105)	(0.137)	(0.136)	(0.125)	(0.126)
Mujer jefa de hogar	0.04144	0.03682	-0.10226	-0.08935	-0.06126	-0.04989
	(0.068)	(0.067)	(0.080)	(0.080)	(0.076)	(0.076)
Edad del jefe/a de hogar	-0.01468	-0.02103	-0.04675	-0.04869	-0.03018	-0.03120
	(0.012)	(0.013)*	(0.015)***	(0.015)***	(0.014)**	(0.015)**
Edad del jefe/a de hogar2	0.00007	0.00011	0.00017	0.00019	-0.00003	-0.00002
	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)
Max nivel. Secundaria [ref. Primaria]	-0.09830	-0.11598	-0.17461	-0.18885	-0.23245	-0.24900
	(0.082)	(0.085)	(0.110)	(0.113)*	(0.106)**	(0.109)**
Max nivel. Terciaria/Universitaria [ref. Primaria]	0.49762	0.50162	0.48151	0.47021	0.26366	0.24623
	(0.148)***	(0.145)***	(0.182)***	(0.181)***	(0.174)	(0.173)
Región de +5000 hab.	0.04723	0.04570	0.20901	0.16342	-0.25570	-0.30945
	(0.072)	(0.077)	(0.095)**	(0.101)	(0.091)***	(0.096)***
Indicador de riqueza	-0.03558	-0.01716	-0.16486	-0.15650	0.35758	0.35260
	(0.157)	(0.156)	(0.174)	(0.172)	(0.175)**	(0.173)**
Ventaja relativa	-0.19142		0.52599		0.36926	
	(0.213)		(0.256)**		(0.248)	
Privación relativa	0.11302		0.11298		-0.04492	
	(0.191)		(0.228)		(0.219)	
Comparaciones ascendentes		0.0000		-0.00004		-0.00003
		(0.000)		(0.000)		(0.000)
Comparaciones descendentes		-0.00003		-0.00003		-0.00003
		(0.000)		(0.000)		(0.000)
Constante	-16.51111	-14.47194	-19.97803	-21.57058	-15.10276	-17.42593
	(2.888)***	(0.967)***	(3.447)***	(1.152)***	(3.327)***	(1.122)***
Observaciones	6,842	6,842	6,842	6,842	6,842	6,842
R2	0.203	0.207	0.238	0.235	0.247	0.248
Errores estándar entre paréntesis / *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1						
Estimaciones realizadas por variables instrumentales (VI2). Las estimaciones VI1 no se presentan por razones de espacio, pero pueden solicitarse a la autora.						

Fuente: Elaboración propia en base a ENGIH 2016/2017

Grupo definido por características sociodemográficas (sin afro)								
	Vestimenta y calzado	Vestimenta y calzado	Joyas y accesorios	Joyas y accesorios	Cuidados personales	Cuidados personales	Vehículos	Vehículos
Log del gasto total	1.68627	1.52392	4.596824	5.038289	2.71372	2.28014	14.75154	14.09904
	(0.310)***	(0.087)***	(1.696705)**	(0.521090)***	(0.361)***	(0.099)***	(3.874396)***	(1.139908)***
Ingreso medio del grupo	-0.00003	-0.00003	4.31E-06	-6.16E-06	-0.00004	-0.00004	-0.00019	-0.0002013
	(0.000)***	(0.000)***	(0.0000567)	(0.0000371)	(0.000)***	(0.000)***	(0.000129)	(0.0000828)*
Tamaño del hogar	0.64722	0.60454	3.101127	3.229848	1.23572	1.13032	12.456	12.488
	(0.129)***	(0.100)***	(0.699427)***	(0.559071)***	(0.145)***	(0.110)***	(1.582708)***	(1.276022)***
Hay menores en el hogar	0.69751	0.72480	-0.388896	-0.4221066	-0.33049	-0.28227	-2.21494	-2.073711
	(0.085)***	(0.082)***	(0.4938341)	(0.4790827)	(0.105)***	(0.101)***	(1.095471)**	(1.064476)**
Hay mayores de 65 en el hogar	-0.18270	-0.20598	0.781068	0.8081481	0.06252	0.02971	-2.75804	-2.736853
	(0.114)	(0.113)*	(0.5735489)	(0.5702446)	(0.123)	(0.122)	(1.586308)*	(1.598298)*
Hay afro mayores en el hogar	0.06318	0.03190	1.401492	1.474526	0.17734	0.11663	0.128457	0.0625483
	(0.104)	(0.099)	(0.653637)**	(0.634527)**	(0.125)	(0.118)	(1.506483)	(1.432563)
Mujer jefa de hogar	0.09519	0.09204	0.0087907	0.0203694	0.25763	0.25025	-1.99187	-2.003597
	(0.061)	(0.060)	(0.3542081)	(0.3504871)	(0.072)***	(0.071)***	(0.785828)**	(0.78323)**
Edad del jefe/a de hogar	-0.01884	-0.01353	-0.16002	-0.1431209	0.01059	0.00743	-0.24777	-0.2018067
	(0.012)	(0.013)	(0.065568)**	(0.068460)**	(0.014)	(0.015)	(0.191661)	(0.1970429)
Edad del jefe/a de hogar2	-0.00003	-0.00008	0.0007183	0.0006112	-0.00001	-0.00000	0.001117	0.0006979
	(0.000)	(0.000)	(0.0006248)	(0.0006504)	(0.000)	(0.000)	(0.002061)	(0.0020929)
Max nivel. Secundaria [ref. Primaria]	0.20428	0.23467	0.165105	0.2439647	-0.02963	-0.03753	-0.13952	-0.0042914
	(0.103)**	(0.105)**	(0.6579987)	(0.6704835)	(0.113)	(0.116)	(1.665983)	(1.711985)
Max nivel. Terciaria/Universitaria [ref. Primaria]	0.43117	0.45648	0.462439	0.5089146	0.10269	0.11762	-0.35765	-0.3279489
	(0.141)***	(0.141)***	(0.8745664)	(0.882827)	(0.168)	(0.166)	(2.061833)	(2.102426)
Región de +5000 hab.	-0.26194	-0.22667	0.4287296	0.4005285	-0.25487	-0.18224	-1.68862	-1.629507
	(0.075)***	(0.075)***	(0.4883932)	(0.485555)	(0.092)***	(0.092)**	(1.043422)	(1.041173)
Indicador de riqueza	0.06268	0.06353	-0.467637	-0.4966198	-0.10836	-0.07488	-0.76636	-0.8679042
	(0.122)	(0.120)	(0.642574)	(0.6405532)	(0.152)	(0.148)	(1.427073)	(1.426478)
Ventaja relativa	-0.17241		0.1247167		-0.30018		-3.27208	
	(0.214)		(1.115352)		(0.244)		(2.533883)	

Privación relativa	0.07435		-0.414016		0.28962		-1.63735	
	(0.200)		(1.125887)		(0.233)		(2.679879)	
Comparaciones ascendentes		0.00004		-0.0000537		0.00008		-0.0000162
		(0.000)**		(0.0000799)		(0.000)***		(0.000191)
Comparaciones descendentes		0.00006		-0.0000173		0.00006		0.0001494
		(0.000)***		(0.0000891)		(0.000)***		(0.0002096)
Constante	-10.55944	-9.06374			-24.10301	-19.81012		
	(2.995)***	(0.853)***			(3.492)***	(1.001)***		
Observaciones	6,881	6,881	6,879	6,880	6,881	6,881	6,879	6,880
R2	0.185	0.189			0.140	0.155		

Errores estándar entre paréntesis / *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Estimaciones realizadas por variables instrumentales (VI2). En el caso de los gastos en, Joyas y accesorios y Vehículos se considera un modelo tobit y en la figura se presentan los coeficientes de los efectos marginales en la media. Las estimaciones VI1 no se presentan por razones de espacio, pero pueden solicitarse a la autora.

Fuente: Elaboración propia en base a ENGIH 2016/2017

Grupo definido por características sociodemográficas (sin afro)						
	Actividades recreativas	Actividades recreativas	Restaurantes	Restaurantes	Viajes	Viajes
Log del gasto total	1.69116	1.48619	2.31127	2.47049	1.86639	2.03225
	(0.327)***	(0.094)***	(0.387)***	(0.112)***	(0.374)***	(0.110)***
Tamaño del hogar	0.00002	0.00003	0.00001	0.00001	0.00003	0.00003
	(0.000)*	(0.000)***	(0.000)	(0.000)	(0.000)***	(0.000)***
Hay menores en el hogar	1.00387	0.95848	1.22197	1.23863	0.83921	0.87166
	(0.135)***	(0.106)***	(0.160)***	(0.125)***	(0.151)***	(0.120)***
Hay mayores de 65 en el hogar	0.21048	0.21954	-0.19009	-0.21041	-0.11749	-0.13897
	(0.103)**	(0.100)**	(0.119)	(0.115)*	(0.111)	(0.108)
Hay afro mayores en el hogar	-0.29677	-0.29085	-0.32584	-0.33382	-0.21326	-0.20811
	(0.107)***	(0.105)***	(0.134)**	(0.133)**	(0.128)*	(0.127)
Mujer jefa de hogar	-0.02153	-0.03877	0.05640	0.08625	-0.06028	-0.03175
	(0.107)	(0.100)	(0.140)	(0.133)	(0.126)	(0.118)
Edad del jefe/a de hogar	0.04670	0.04175	-0.09444	-0.08566	-0.06643	-0.06037
	(0.067)	(0.067)	(0.080)	(0.080)	(0.076)	(0.076)

Edad del jefe/a de hogar2	-0.01420	-0.02243	-0.04542	-0.04530	-0.03159	-0.03328
	(0.012)	(0.013)*	(0.015)***	(0.016)***	(0.014)**	(0.015)**
Max nivel. Secundaria [ref. Primaria]	0.00007	0.00012	0.00017	0.00017	-0.00002	0.00000
	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)
Max nivel. Terciaria/Universitaria [ref. Primaria]	-0.09531	-0.12885	-0.16748	-0.15821	-0.24552	-0.25457
	(0.082)	(0.087)	(0.110)	(0.116)	(0.107)**	(0.111)**
Región de +5000 hab.	0.49476	0.48693	0.47605	0.48087	0.22516	0.21388
	(0.148)***	(0.146)***	(0.182)***	(0.182)***	(0.174)	(0.174)
Indicador de riqueza	0.04905	0.05311	0.19905	0.16523	-0.26652	-0.29210
	(0.072)	(0.073)	(0.094)**	(0.097)*	(0.091)***	(0.092)***
Ingreso medio del grupo	-0.04566	-0.02581	-0.15791	-0.15078	0.35043	0.35278
	(0.157)	(0.155)	(0.174)	(0.172)	(0.174)**	(0.172)**
Ventaja relativa	-0.15412		0.55463		0.34098	
	(0.230)		(0.275)**		(0.266)	
Privación relativa	0.12418		0.14071		0.34098	
	(0.209)		(0.248)		(0.239)	
Comparaciones ascendentes		0.00000		-0.00004		-0.00003
		(0.000)		(0.000)		(0.000)
Comparaciones descendentes		-0.00003		-0.00003		-0.00003
		(0.000)		(0.000)		(0.000)
Constante	-16.38900	-14.32708	-20.23612	-21.62294	-15.82940	-17.32292
	(3.168)***	(0.971)***	(3.761)***	(1.156)***	(3.629)***	(1.125)***
	0.186	0.188			0.144	0.154
Observaciones	6,881	6,881	6,881	6,881	6,881	6,881
Errores estándar entre paréntesis / *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1						
Estimaciones realizadas por variables instrumentales (VI2). Las estimaciones VI1 no se presentan por razones de espacio, pero pueden solicitarse a la autora.						

Fuente: Elaboración propia en base a ENGIH 2016/2017

Grupo definido por ubicación geográfica del hogar								
	Vestimenta y calzado	Vestimenta y calzado	Joyas y accesorios	Joyas y accesorios	Cuidados personales	Cuidados personales	Vehículos	Vehículos
Log del gasto total	1.90251	1.77106	1.9895	5.2266	2.85425	2.47137	16.3748	14.5937
	(0.371)***	(0.096)***	(2.1340)	(0.5886)	(0.448)***	(0.109)***	(4.5390)***	(1.2358)***
Ingreso medio del grupo	-0.00004	-0.00005	0.0001	0.0000	-0.00004	-0.00005	-0.0002	-0.0002
	(0.000)***	(0.000)***	(0.0001)	(0.0001)	(0.000)***	(0.000)***	(0.0001)	(0.0001)*
Tamaño del hogar	0.81660	0.76749	2.3553	3.3557	1.39969	1.26435	13.3429	12.9005
	(0.152)***	(0.103)***	(0.8543)	(0.5814)	(0.180)***	(0.113)***	(1.8787)***	(1.3054)***
Hay menores en el hogar	0.70510	0.71424	-0.2136	-0.4470	-0.31154	-0.28198	-1.9236	-1.8956
	(0.085)***	(0.082)***	(0.5054)	(0.4801)	(0.107)***	(0.101)***	(1.1070)*	(1.0609)*
Hay mayores de 65 en el hogar	-0.18216	-0.17938	0.7297	0.7919	0.05452	0.04728	-2.5214	-2.5124
	(0.115)	(0.114)	(0.5703)	(0.5648)	(0.123)	(0.121)	(1.5868)	(1.5933)
Hay afro mayores en el hogar	0.02001	-0.00694	1.1460	1.4737	0.12489	0.07646	-0.2122	-0.3563
	(0.101)	(0.098)	(0.6680)	(0.6336)	(0.122)	(0.117)	(1.4860)	(1.4356)
Mujer jefa de hogar	0.10573	0.10563	-0.0103	0.0414	0.25667	0.25491	-2.1666	-2.1744
	(0.060)*	(0.060)*	(0.3518)	(0.3486)	(0.072)***	(0.071)***	(0.7646)***	(0.7668)***
Edad del jefe/a de hogar	-0.04096	-0.03899	-0.1441	-0.1695	-0.01584	-0.01210	-0.3393	-0.3210
	(0.012)***	(0.012)***	(0.0653)	(0.0636)	(0.014)	(0.014)	(0.2070)	(0.2047)
Edad del jefe/a de hogar2	0.00012	0.00010	0.0006	0.0008	0.00016	0.00013	0.0015	0.0013
	(0.000)	(0.000)	(0.0006)	(0.0006)	(0.000)	(0.000)	(0.0022)	(0.0022)
Max nivel. Secundaria [ref. Primaria]	0.05819	0.07686	0.4051	0.0570	-0.21550	-0.16652	-0.8079	-0.7179
	(0.107)	(0.101)	(0.6811)	(0.6456)	(0.119)*	(0.110)	(1.6879)	(1.6301)
Max nivel. Terciaria/Universitaria [ref. Primaria]	0.16728	0.18649	1.0534	0.3002	-0.26304	-0.17668	-2.3543	-2.1239
	(0.153)	(0.128)	(0.9083)	(0.7619)	(0.180)	(0.145)	(2.1176)	(1.8598)
Región de +5000 hab.	-0.18867	-0.14964	0.5541	0.3879	-0.20521	-0.15681	-1.7058	-1.4690
	(0.075)**	(0.076)**	(0.4869)	(0.4915)	(0.092)**	(0.093)*	(1.0128)	(1.0350)
Indicador de riqueza	0.11272	0.08436	-0.2823	-0.3744	-0.07545	-0.08237	-0.6364	-0.7895
	(0.122)	(0.120)	(0.6551)	(0.6387)	(0.153)	(0.148)	(1.4339)	(1.4082)
Ventaja relativa	-0.11091		2.1125		-0.14498		-2.5841	
	(0.224)		(1.2398)		(0.270)		(2.6708)	

Privación relativa	0.04165		-1.7279		0.26470		-0.3963	
	(0.218)		(1.2815)*		(0.264)		(2.8824)	
Comparaciones ascendentes		0.00001		0.0000		0.00001*		-0.0001
		(0.000)		(0.0000)		(0.000)		(0.0001)
Comparaciones descendentes		0.00006		-0.0001		0.00006		0.0002
		(0.000)***		(0.0001)		(0.000)***		(0.0002)
Constante	-11.66494	-10.11013			-24.46269	-20.53402		
	(3.379)***	(0.879)***			(4.086)***	(1.025)***		
Observaciones	6,881	6,881			6,881	6,881		
R2	0.192	0.196			0.141	0.155		

Errores estándar entre paréntesis / *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Estimaciones realizadas por variables instrumentales (VI2). En el caso de los gastos en, Joyas y accesorios y Vehículos se considera un modelo tobit y en la figura se presentan los coeficientes de los efectos marginales en la media. Las estimaciones VI1 no se presentan por razones de espacio, pero pueden solicitarse a la autora.

Fuente: Elaboración propia en base a ENGIH 2016/2017

Grupo definido por ubicación geográfica del hogar						
	Actividades recreativas	Actividades recreativas	Restaurantes	Restaurantes	Viajes	Viajes
Log del gasto total	1.79043	1.44250	2.11487	2.41333	1.62797	1.91783
	(0.415)***	(0.103)***	(0.505)***	(0.125)***	(0.477)***	(0.120)***
Tamaño del hogar	0.00001	0.00000	0.00002	0.0000	0.00003	0.00004
	(0.000)*	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)**	(0.000)***
Hay menores en el hogar	0.98438	0.87233	1.13236	1.21685	0.68933	0.76992
	(0.165)***	(0.108)***	(0.201)***	(0.129)***	(0.191)***	(0.124)***
Hay mayores de 65 en el hogar	0.17262	0.20760	-0.18474	-0.19298	-0.14010	-0.14751
	(0.105)	(0.100)**	(0.119)	(0.114)*	(0.113)	(0.108)
Hay afro mayores en el hogar	-0.27287	-0.28460	-0.34530	-0.34674	-0.20220	-0.21219
	(0.106)**	(0.105)***	(0.134)***	(0.133)***	(0.127)	(0.126)*
Mujer jefa de hogar	0.00038	-0.04366	0.06197	0.08643	-0.04295	-0.00178
	(0.108)	(0.100)	(0.138)	(0.133)	(0.125)	(0.118)
Edad del jefe/a de hogar	0.06173	0.05862	-0.10213	-0.09572	-0.06387	-0.05747
	(0.068)	(0.067)	(0.080)	(0.080)	(0.076)	(0.075)

Edad del jefe/a de hogar2	-0.00237	0.00077	-0.03955	-0.04163	-0.00993	-0.01303
	(0.012)	(0.012)	(0.015)***	(0.015)***	(0.014)	(0.014)
Max nivel. Secundaria [ref. Primaria]	-0.00000	-0.00003	0.00013	0.00015	-0.00016	-0.00013
	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)
Max nivel. Terciaria/Universitaria [ref. Primaria]	0.02493	0.06554	-0.13543	-0.16289	-0.07142	-0.09886
	(0.087)	(0.076)	(0.118)	(0.105)	(0.114)	(0.103)
Región de +5000 hab.	0.79247	0.86769	0.51542	0.44441	0.60404	0.55497
	(0.159)***	(0.121)***	(0.198)***	(0.155)***	(0.187)***	(0.148)***
Indicador de riqueza	0.06990	0.10058	0.16555	0.15794	-0.27809	-0.31835
	(0.073)	(0.072)	(0.094)*	(0.097)	(0.091)***	(0.093)***
Ingreso medio del grupo	-0.07489	-0.05399	-0.16470	-0.15672	0.31612	0.36195
	(0.157)	(0.156)	(0.176)	(0.173)	(0.178)*	(0.172)**
Ventaja relativa	-0.08280		0.39844		0.51350	
	(0.263)		(0.308)		(0.293)*	
Privación relativa	0.30455		-0.01082		0.07867	
	(0.244)		(0.297)		(0.279)	
Comparaciones ascendentes		0.00002		0.00002		0.00000
		(0.000)		(0.000)		(0.000)
Comparaciones descendentes		0.00003		0.0000		-0.00005
		(0.000)*		(0.000)		(0.000)**
Constante	-17.64997	-14.09544	-18.64180	-21.13000	-14.39522	-17.11857
	(3.787)***	(0.991)***	(4.615)***	(1.195)***	(4.363)***	(1.152)***
Observaciones	6,881	6,881	6,881	6,881	6,881	6,881
R2	0.199	0.207	0.239	0.236	0.248	0.251
Errores estándar entre paréntesis / *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1						
Estimaciones realizadas por variables instrumentales (VI2). Las estimaciones VI1 no se presentan por razones de espacio, pero pueden solicitarse a la autora.						

Fuente: Elaboración propia en base a ENGIH 2016/2017

Anexo 10. Efecto del grupo de referencia en el consumo de bienes visibles teniendo en cuenta el Gini de ingresos dentro del grupo y el Gini del gasto visible dentro del grupo.

Grupo definido por características sociodemográficas (con afro)						
	Canasta estricta	Canasta estricta	Canasta extendida	Canasta extendida	Canasta Gorga et al.	Canasta Gorga et al.
Log del gasto total	1.97476	1.99443	2.36618	2.3675	1.26287	1.27113
	(0.076)***	(0.076)***	(0.068)***	(0.068)***	(0.045)***	(0.045)***
Tamaño del hogar	0.84241	0.86816	0.8028	0.80491	0.27798	0.28235
	(0.091)***	(0.092)***	(0.077)***	(0.077)***	(0.050)***	(0.050)***
Hay menores en el hogar	0.39243	0.39172	0.232	0.23082	0.10258	0.10612
	(0.072)***	(0.072)***	(0.062)***	(0.062)***	(0.041)**	(0.041)***
Hay mayores de 65 en el hogar	-0.1399	-0.14398	-0.15999	-0.15986	-0.09218	-0.09625
	-0.094	-0.093	(0.085)*	(0.085)*	(0.056)*	(0.056)*
Hay afro mayores en el hogar	-0.06283	-0.06578	-0.02883	-0.0301	0.00421	0.00555
	-0.098	-0.098	-0.096	-0.096	-0.051	-0.051
Mujer jefa de hogar	0.02471	0.02516	-0.09311	-0.0945	0.01518	0.01595
	-0.052	-0.052	(0.044)**	(0.044)**	-0.031	-0.03
Edad del jefe/a de hogar	-0.02504	-0.02087	-0.02551	-0.0254	-0.00331	-0.00225
	(0.011)**	(0.011)*	(0.010)***	(0.010)***	-0.007	-0.007
Edad del jefe/a de hogar2	0.00008	0.00004	0.00002	0.00001	-0.00007	-0.00009
	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
Max nivel. Secundaria [ref. Primaria]	0.0599	0.074	0.17167	0.18477	0.12198	0.13648
	-0.092	-0.091	(0.085)**	(0.085)**	(0.049)**	(0.049)***
Max nivel. Terciaria/Universitaria [ref. Primaria]	0.19162	0.15281	0.35754	0.35666	0.21523	0.22457
	-0.122	-0.122	(0.107)***	(0.108)***	(0.065)***	(0.065)***
Región de +5000 hab.	-0.27143	-0.29349	-0.2455	-0.27681	-0.21357	-0.22165
	(0.074)***	(0.067)***	(0.064)***	(0.059)***	(0.043)***	(0.038)***
Indicador de riqueza	0.02146	0.02909	0.03921	0.04018	-0.03587	-0.03348
	-0.099	-0.099	-0.077	-0.077	-0.062	-0.062
Ingreso medio del grupo	-0.00002	-0.00002	-0.00001	-0.00001	-0.00001	-0.00001
	(0.000)***	(0.000)***	(0.000)***	(0.000)**	(0.000)***	(0.000)***
Gini de ingreso	0.94539		0.86887		0.08525	
	-1.022		-0.858		-0.573	
Gini de gasto visible		-8.49546		0.11114		-3.70262
		(3.086)***		-0.985		(1.640)**
Constante	-13.0747	-7.01312	-16.2634	-16.0774	-5.07856	-2.8829

	(0.834)***	(2.223)***	(0.711)***	(0.960)***	(0.491)***	(1.039)***
Observaciones	6,842	6,842	6,842	6,842	6,842	6,842
R2	0.275	0.276	0.422	0.422	0.331	0.332
Errores estándar entre paréntesis / *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1						
Estimaciones realizadas por variables instrumentales (VI2). Las estimaciones VI1 y por categoría de gasto no se presentan por razones de espacio, pero pueden solicitarse a la autora.						

Fuente: Elaboración propia en base a ENGIH 2016/2017

Grupo definido por características sociodemográficas (sin afro)						
	Canasta estricta	Canasta estricta	Canasta extendida	Canasta extendida	Canasta Gorga et al.	Canasta Gorga et al.
Log del gasto total	1.97540	1.98714	2.36628	2.36726	1.26283	1.26674
	(0.075)***	(0.076)***	(0.068)***	(0.068)***	(0.045)***	(0.045)***
Tamaño del hogar	0.84004	0.85015	0.80098	0.80151	0.27466	0.27598
	(0.091)***	(0.091)***	(0.077)***	(0.077)***	(0.049)***	(0.049)***
Hay menores en el hogar	0.39316	0.39665	0.23103	0.22975	0.10268	0.10531
	(0.072)***	(0.072)***	(0.062)***	(0.062)***	(0.040)**	(0.040)***
Hay mayores de 65 en el hogar	-0.13732	-0.14314	-0.16009	-0.16041	-0.09094	-0.09303
	(0.093)	(0.093)	(0.085)*	(0.085)*	(0.055)	(0.055)*
Hay afro mayores en el hogar	0.00695	0.01003	0.01848	0.01859	0.06138	0.06140
	(0.093)	(0.093)	(0.091)	(0.092)	(0.049)	(0.049)
Mujer jefa de hogar	0.02365	0.02464	-0.09319	-0.09475	0.01662	0.01711
	(0.052)	(0.052)	(0.044)**	(0.044)**	(0.030)	(0.030)
Edad del jefe/a de hogar	-0.02505	-0.02223	-0.02552	-0.02555	-0.00317	-0.00233
	(0.011)**	(0.011)**	(0.010)***	(0.010)***	(0.007)	(0.007)
Edad del jefe/a de hogar2	0.00009	0.00005	0.00002	0.00002	-0.00007	-0.00008
	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)
Max nivel. Secundaria [ref. Primaria]	0.06560	0.10325	0.17839	0.19427	0.12420	0.14236
	(0.091)	(0.092)	(0.085)**	(0.084)**	(0.049)**	(0.049)***
Max nivel. Terciaria/Universitaria [ref. Primaria]	0.21139	0.21600	0.37231	0.37594	0.22925	0.24222
	(0.121)*	(0.121)*	(0.107)***	(0.108)***	(0.066)***	(0.066)***
Región de +5000 hab.	-0.26695	-0.32951	-0.24682	-0.27618	-0.20941	-0.23365
	(0.074)***	(0.066)***	(0.064)***	(0.059)***	(0.043)***	(0.039)***
Indicador de riqueza	0.01942	0.01864	0.04424	0.04460	-0.03234	-0.03206
	(0.099)	(0.099)	(0.077)	(0.077)	(0.062)	(0.062)
Ingreso medio del grupo	1.07401		0.85470		0.30979	
	(1.022)		(0.848)		(0.584)	
Gini de ingreso		-4.55816		0.40876		-1.57474
		(2.228)**		(0.914)		(1.239)

Gini de gasto visible	-0.00002	-0.00002	-0.00001	-0.00001	-0.00001	-0.00001
	(0.000)***	(0.000)***	(0.000)***	(0.000)***	(0.000)***	(0.000)***
Constante	-13.12754	-9.72461	-16.26455	-16.27280	-5.15464	-4.15859
	(0.828)***	(1.662)***	(0.705)***	(0.908)***	(0.487)***	(0.831)***
Observaciones	6,881	6,881	6,881	6,881	6,881	6,881
R2	0.276	0.276	0.422	0.422	0.332	0.332
Errores estándar entre paréntesis / *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1						
Estimaciones realizadas por variables instrumentales (VI2). Las estimaciones VI1 y por categoría de gasto no se presentan por razones de espacio, pero pueden solicitarse a la autora.						
Fuente: Elaboración propia en base a ENGIH 2016/2017						

Grupo definido por ubicación geográfica del hogar						
	Canasta estricta	Canasta estricta	Canasta extendida	Canasta extendida	Canasta Gorga et al.	Canasta Gorga et al.
Log del gasto total	2.23867	2.23575	2.49886	2.49583	1.42929	1.42735
	(0.084)***	(0.084)***	(0.076)***	(0.076)***	(0.051)***	(0.051)***
Tamaño del hogar	1.00532	1.00559	0.88546	0.88360	0.38585	0.38571
	(0.095)***	(0.095)***	(0.080)***	(0.080)***	(0.052)***	(0.052)***
Hay menores en el hogar	0.38707	0.38755	0.22754	0.22835	0.10328	0.10278
	(0.072)***	(0.072)***	(0.062)***	(0.062)***	(0.040)***	(0.040)***
Hay mayores de 65 en el hogar	-0.13041	-0.13220	-0.15725	-0.15618	-0.08914	-0.08989
	(0.093)	(0.093)	(0.085)*	(0.085)*	(0.055)	(0.055)
Hay afro mayores en el hogar	-0.02548	-0.02207	0.00385	0.00799	0.03901	0.04117
	(0.092)	(0.092)	(0.091)	(0.091)	(0.047)	(0.048)
Mujer jefa de hogar	0.03860	0.03797	-0.08626	-0.08532	0.02370	0.02333
	(0.052)	(0.052)	(0.044)**	(0.044)*	(0.030)	(0.030)
Edad del jefe/a de hogar	-0.04205	-0.04177	-0.03394	-0.03303	-0.01578	-0.01583
	(0.011)***	(0.011)***	(0.010)***	(0.010)***	(0.007)**	(0.007)**
Edad del jefe/a de hogar2	0.00020	0.00020	0.00008	0.00007	0.00002	0.00002
	(0.000)*	(0.000)*	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)
Max nivel. Secundaria [ref. Primaria]	-0.02699	-0.02901	0.13536	0.13617	0.04109	0.03994
	(0.088)	(0.088)	(0.082)*	(0.082)*	(0.048)	(0.048)
Max nivel. Terciaria/Universitaria [ref. Primaria]	0.02630	0.02546	0.27819	0.27667	0.06480	0.06559
	(0.109)	(0.109)	(0.097)***	(0.097)***	(0.059)	(0.059)
Región de +5000 hab.	-0.20101	-0.22894	-0.23431	-0.23610	-0.16213	-0.17667
	(0.070)***	(0.066)***	(0.062)***	(0.059)***	(0.039)***	(0.037)***
Indicador de riqueza	0.06390	0.06775	0.06874	0.06116	-0.00501	-0.00196
	(0.098)	(0.098)	(0.075)	(0.076)	(0.061)	(0.061)
Ingreso medio del grupo	-0.00003	-0.00003	-0.00002	-0.00002	-0.00002	-0.00002

	(0.000)***	(0.000)***	(0.000)***	(0.000)***	(0.000)***	(0.000)***
Gini de ingreso	1.22754		0.18087		0.69915	
	(0.748)		(0.616)		(0.421)*	
Gini de gasto visible		0.34938		2.44801		-0.49211
		(1.310)		(1.070)*		(0.869)
Constante	-14.88454	-14.69351	-16.90278	-18.49024	-6.32030	-5.76909
	(0.858)***	(1.285)***	(0.737)***	(1.082)***	(0.498)***	(0.735)***
Observaciones	6,881	6,881	6,881	6,881	6,881	6,881
R2	0.286	0.286	0.425	0.425	0.346	0.346
Errores estándar entre paréntesis / *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1						
Estimaciones realizadas por variables instrumentales (VI2). Las estimaciones VI1 y por categoría de gasto no se presentan por razones de espacio, pero pueden solicitarse a la autora.						
Fuente: Elaboración propia en base a ENGIH 2016/2017						

Anexo 11. Efecto del ingreso medio del grupo de referencia en el consumo de bienes visibles según posición del hogar en la distribución de ingreso per cápita. Estimaciones de la Ecuación 2 por canasta de bienes visibles y para las tres definiciones de grupo de referencia.

Grupo definido por características sociodemográficas (con afro)							
	60% más pobre						
	Vestimenta y calzado	Joyas y accesorios	Cuidados personales	Vehículos	Actividades recreativas	Restaurantes	Viajes
Log del gasto total	1.59025	4.30930	1.98460	14.82918	0.94003	1.95033	1.45545
	(0.128)***	(0.894)***	(0.149)***	(2.339)***	(0.115)***	(0.154)***	(0.143)***
Tamaño del hogar	0.51902	2.78552	0.81877	12.46836	0.56929	0.99396	0.60963
	(0.137)***	(0.860)***	(0.148)***	(2.183)***	(0.113)***	(0.155)***	(0.138)***
Hay menores en el hogar	0.95960	-0.15449	-0.13927	-1.73246	0.26321	-0.16256	-0.06604
	(0.112)***	(0.701)	(0.132)	(1.733)	(0.107)**	(0.139)	(0.124)
Hay mayores de 65 en el hogar	-0.12843	0.57011	-0.09550	-7.64204	-0.35618	-0.39756	-0.19278
	(0.142)	(0.822)	(0.153)	(3.442)**	(0.104)***	(0.139)***	(0.135)
Hay afro mayores en el hogar	0.05232	1.16507	-0.00571	0.84642	0.00787	-0.02734	0.01302
	(0.109)	(0.824)	(0.139)	(1.797)	(0.106)	(0.143)	(0.129)
Mujer jefa de hogar	0.04841	0.32951	0.22563	-2.90679	0.08343	0.01954	-0.02135
	(0.072)	(0.482)	(0.089)**	(1.210)**	(0.072)	(0.092)	(0.085)
Edad del jefe/a de hogar	-0.04519	-0.12889	-0.00636	-0.50095	-0.01201	-0.06233	-0.04583
	(0.014)***	(0.098)	(0.017)	(0.276)*	(0.013)	(0.017)***	(0.016)***
Edad del jefe/a de hogar2	0.00025	0.00087	0.00014	0.00405	0.00012	0.00040	0.00020
	(0.000)	(0.001)	(0.000)	(0.003)	(0.000)	(0.000)**	(0.000)
Max nivel. Secundaria [ref. Primaria]	0.17781	0.10668	-0.12782	-0.69642	0.06918	-0.11482	-0.06644
	(0.121)	(0.887)	(0.134)	(2.523)	(0.078)	(0.113)	(0.113)
Max nivel. Terciaria/Universitaria [ref. Primaria]	0.24582	1.08012	0.00924	-1.44512	0.65041	0.18454	0.42230
	(0.170)	(1.184)	(0.201)	(3.151)	(0.155)***	(0.200)	(0.188)**
Region de +5000 hab.	-0.24230	0.81300	-0.12753	-2.07535	0.03414	0.07319	-0.21823
	(0.087)***	(0.617)	(0.114)	(1.472)	(0.075)	(0.110)	(0.104)**
Indicador de riqueza	0.15531	0.49360	-0.10875	-5.52985	0.19682	-0.23511	0.49982
	(0.193)	(1.162)	(0.279)	(3.850)	(0.255)	(0.274)	(0.281)*
Ingreso medio del grupo	-0.00007	-0.00028	-0.00012	-0.00051	0.00008	0.00005	0.00010

	(0.000)***	(0.000)	(0.000)***	(0.000)	(0.000)***	(0.000)	(0.000)***
Constante	-8.55596	-47.15555	-15.32648	-153.30807	-9.96511	-16.91262	-12.73326
	(1.201)***	(8.678)***	(1.414)***	(23.327)***	(1.165)***	(1.476)***	(1.352)***
Observaciones	4,023	4,023	4,023	4,023	4,023	4,023	4,023
R2	0.217		0.089		0.135	0.138	0.160

Errores estándar entre paréntesis / *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Estimaciones realizadas por variables instrumentales (VI2). En el caso de los gastos en, Joyas y accesorios y Vehículos se considera un modelo tobit y en la figura se presentan los coeficientes de los efectos marginales en la media. Las estimaciones VI1 no se presentan por razones de espacio, pero pueden solicitarse a la autora.

Fuente: Elaboración propia en base a ENGIH 2016/2017

Grupo definido por características sociodemográficas (con afro)							
	40% más rico						
	Vestimenta y calzado	Joyas y accesorios	Cuidados personales	Vehículos	Actividades recreativas	Restaurantes	Viajes
Log del gasto total	1.38792	9.71001	2.12721	4.09372	1.81692	2.71107	2.40847
	(0.223)***	(2.337)***	(0.253)***	(1.005)***	(0.266)***	(0.288)***	(0.300)***
Tamaño del hogar	0.65584	11.86517	1.27168	3.10692	1.19320	1.30771	1.02479
	(0.157)***	(1.722)***	(0.175)***	(0.739)***	(0.188)***	(0.204)***	(0.206)***
Hay menores en el hogar	0.49422	-1.81453	-0.44559	-0.25998	0.34608	0.01585	-0.02777
	(0.120)***	(1.416)	(0.165)***	(0.665)	(0.187)*	(0.196)	(0.195)
Hay mayores de 65 en el hogar	-0.32381	-0.67319	0.13561	0.98304	-0.27154	-0.38395	-0.32236
	(0.182)*	(1.864)	(0.193)	(0.785)	(0.194)	(0.232)*	(0.223)
Hay afro mayores en el hogar	-0.67536	-2.91539	0.42755	2.89856	0.15236	0.24106	-0.08817
	(0.343)**	(3.703)	(0.314)	(1.316)**	(0.360)	(0.407)	(0.397)
Mujer jefa de hogar	0.14242	-1.50203	0.21273	-0.14466	0.05432	-0.18914	0.02935
	(0.102)	(1.043)	(0.116)*	(0.495)	(0.125)	(0.140)	(0.136)
Edad del jefe/a de hogar	0.01025	-0.09257	0.02231	-0.22819	-0.03868	-0.04266	-0.02808
	(0.021)	(0.273)	(0.023)	(0.088)***	(0.023)*	(0.026)*	(0.025)
Edad del jefe/a de hogar2	-0.00029	-0.00062	-0.00013	0.00115	0.00022	0.00013	-0.00007
	(0.000)	(0.003)	(0.000)	(0.001)	(0.000)	(0.000)	(0.000)
Max nivel. Secundaria [ref. Primaria]	0.29915	0.56033	0.14196	0.74327	0.03690	0.00226	-0.20678
	(0.193)	(2.176)	(0.203)	(0.991)	(0.163)	(0.220)	(0.205)

Max nivel. Terciaria/Universitaria [ref. Primaria]	0.60214	-0.17277	0.14080	0.53323	0.70558	0.93769	0.30688
	(0.238)**	(2.779)	(0.265)	(1.227)	(0.246)***	(0.301)***	(0.291)
Region de +5000 hab.	-0.31069	-0.87294	-0.41577	0.21124	0.29216	0.46068	-0.27429
	(0.159)*	(1.604)	(0.177)**	(0.806)	(0.168)*	(0.213)**	(0.202)
Indicador de riqueza	0.02953	0.14861	-0.15607	-0.44172	-0.14035	-0.19902	0.24498
	(0.150)	(1.620)	(0.178)	(0.753)	(0.196)	(0.215)	(0.219)
Ingreso medio del grupo	-0.00003	-0.00017	-0.00002	0.00001	0.00002	-0.00002	0.00002
	(0.000)***	(0.000)*	(0.000)	(0.000)	(0.000)**	(0.000)	(0.000)**
Constante	-7.64933	-113.03615	-18.81564	-45.34031	-17.87205	-23.70222	-21.53333
	(2.208)***	(23.153)***	(2.501)***	(10.178)***	(2.646)***	(2.868)***	(3.005)***
Observaciones	2,764	2,764	2,764	2,764	2,764	2,764	2,764
R2	0.147		0.092		0.183	0.211	0.217

Errores estándar entre paréntesis / *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Estimaciones realizadas por variables instrumentales (VI2). En el caso de los gastos en, Joyas y accesorios y Vehículos se considera un modelo tobit y en la figura se presentan los coeficientes de los efectos marginales en la media. Las estimaciones VI1 no se presentan por razones de espacio, pero pueden solicitarse a la autora.

Fuente: Elaboración propia en base a ENGIH 2016/2017

Grupo definido por características sociodemográficas (sin afro)							
	60% más pobre						
	Vestimenta y calzado	Joyas y accesorios	Cuidados personales	Vehículos	Actividades recreativas	Restaurantes	Viajes
Log del gasto total	1.58765	4.01184	1.98049	14.99094	0.95886	1.96166	1.44863
	(0.126)***	(1.013)***	(0.147)***	(2.329)***	(0.114)***	(0.152)***	(0.142)***
Tamaño del hogar	0.51171	3.1634	0.82392	12.50547	0.58353	0.99861	0.60301
	(0.137)***	(0.736)***	(0.147)***	(2.167)***	(0.112)***	(0.154)***	(0.137)***
Hay menores en el hogar	0.96071	-0.16855	-0.13838	-1.79337	0.25841	-0.18089	-0.06133
	(0.112)***	-0.66	-0.132	-1.729	(0.107)**	-0.139	-0.124
Hay mayores de 65 en el hogar	-0.12974	0.86419	-0.10219	-7.26456	-0.34344	-0.38654	-0.18279
	-0.141	-0.773	-0.152	(3.354)**	(0.104)***	(0.138)***	-0.135
Hay afro mayores en el hogar	0.1405	1.45309	0.12757	1.08551	-0.02471	-0.07204	-0.08911
	-0.102	-1.098	-0.13	-1.727	-0.1	-0.135	-0.122
Mujer jefa de hogar	0.04792	-0.07709	0.23755	-2.84384	0.09717	0.01853	-0.02237

	-0.072	-0.492	(0.089)***	(1.208)**	-0.072	-0.092	-0.084
Edad del jefe/a de hogar	-0.0458	-0.22158	-0.00581	-0.48986	-0.01192	-0.06245	-0.04682
	(0.014)***	(0.089)**	-0.017	(0.270)*	-0.013	(0.017)***	(0.016)***
Edad del jefe/a de hogar2	0.00026	0.00112	0.00014	0.00392	0.00011	0.00041	0.00021
	(0.000)*	-0.001	0	-0.003	0	(0.000)**	0
Max nivel. Secundaria [ref. Primaria]	0.18801	0.73875	-0.12449	-0.74957	0.06479	-0.08708	-0.06427
	-0.121	-0.987	-0.134	-2.495	-0.079	-0.114	-0.113
Max nivel. Terciaria/Universitaria [ref. Primaria]	0.26754	0.46551	0.02615	-1.45367	0.65558	0.21501	0.41452
	-0.171	-1.223	-0.202	-3.103	(0.157)***	-0.201	(0.189)**
Region de +5000 hab.	-0.23419	0.31849	-0.14336	-1.91494	0.01977	0.08592	-0.23168
	(0.087)***	-0.798	-0.113	-1.446	-0.076	-0.111	(0.105)**
Indicador de riqueza	0.1531	-0.55246	-0.10961	-5.56275	0.19329	-0.23434	0.50492
	-0.193	-0.752	-0.279	-3.86	-0.254	-0.274	(0.281)*
Ingreso medio del grupo	-0.00007	0.00002	-0.00012	-0.00058	0.00008	0.00004	0.0001
	(0.000)***	0	(0.000)***	0	(0.000)***	0	(0.000)***
Constante	-8.50611	-45.3609	-15.2641	-154.199	-10.1276	-16.8661	-12.6076
	(1.194)***	(10.254)***	(1.402)***	(23.046)***	(1.162)***	(1.466)***	(1.347)***
Observaciones	4,052	2,820	4,052	4,052	4,052	4,052	4,052
R2	0.217		0.09		0.136	0.138	0.158

Errores estándar entre paréntesis / *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Estimaciones realizadas por variables instrumentales (VI2). En el caso de los gastos en, Joyas y accesorios y Vehículos se considera un modelo tobit y en la figura se presentan los coeficientes de los efectos marginales en la media. Las estimaciones VI1 no se presentan por razones de espacio, pero pueden solicitarse a la autora.

Fuente: Elaboración propia en base a ENGIH 2016/2017

Grupo definido por características sociodemográficas (sin afro)							
	40% más rico						
	Vestimenta y calzado	Joyas y accesorios	Cuidados personales	Vehículos	Actividades recreativas	Restaurantes	Viajes
Log del gasto total	1.40142	4.01184	2.15080	9.49206	1.83247	2.71123	2.43017
	(0.224)***	(1.013)***	(0.253)***	(2.349)***	(0.266)***	(0.288)***	(0.300)***
Tamaño del hogar	0.68098	3.16340	1.31156	11.89144	1.21625	1.33854	1.05720
	(0.156)***	(0.736)***	(0.173)***	(1.715)***	(0.185)***	(0.202)***	(0.204)***

Hay menores en el hogar	0.47275 (0.120)***	-0.16855 (0.660)	-0.44704 (0.162)***	-1.80519 (1.411)	0.34444 (0.184)*	-0.03947 (0.194)	-0.05046 (0.192)
Hay mayores de 65 en el hogar	-0.27806 (0.180)	0.86419 (0.773)	0.18963 (0.189)	-1.04041 (1.845)	-0.26457 (0.190)	-0.33109 (0.231)	-0.25034 (0.219)
Hay afro mayores en el hogar	-0.26246 (0.257)	1.45309 (1.098)	0.03226 (0.263)	-2.10879 (2.694)	-0.27891 (0.264)	0.33343 (0.340)	-0.08496 (0.294)
Mujer jefa de hogar	0.14289 (0.102)	-0.07709 (0.492)	0.20998 (0.115)*	-1.52807 (1.036)	0.07006 (0.123)	-0.17002 (0.139)	0.00564 (0.134)
Edad del jefe/a de hogar	0.00558 (0.021)	-0.22158 (0.089)**	0.02495 (0.023)	-0.09708 (0.271)	-0.03381 (0.023)	-0.03921 (0.026)	-0.02958 (0.025)
Edad del jefe/a de hogar2	-0.00026 (0.000)	0.00112 (0.001)	-0.00016 (0.000)	-0.00051 (0.003)	0.00019 (0.000)	0.00009 (0.000)	-0.00007 (0.000)
Max nivel. Secundaria [ref. Primaria]	0.28333 (0.191)	0.73875 (0.987)	0.17076 (0.202)	0.49108 (2.150)	0.04471 (0.161)	0.05494 (0.218)	-0.20443 (0.203)
Max nivel. Terciaria/Universitaria [ref. Primaria]	0.56840 (0.238)**	0.46551 (1.223)	0.16916 (0.264)	-0.26799 (2.776)	0.70531 (0.245)***	0.95824 (0.302)***	0.29558 (0.290)
Region de +5000 hab.	-0.32470 (0.156)**	0.31849 (0.798)	-0.37233 (0.175)**	-1.35034 (1.582)	0.31366 (0.165)*	0.46097 (0.209)**	-0.24115 (0.198)
Indicador de riqueza	0.04258 (0.149)	-0.55246 (0.752)	-0.15652 (0.176)	0.31156 (1.610)	-0.17288 (0.194)	-0.16186 (0.214)	0.24398 (0.217)
Ingreso medio del grupo	-0.00003 (0.000)***	0.00002 (0.000)	-0.00002 (0.000)*	-0.00016 (0.000)*	0.00002 (0.000)**	-0.00002 (0.000)	0.00002 (0.000)**
Constante	-7.64025 (2.211)***	-45.36085 (10.254)***	-19.07074 (2.509)***	-110.93393 (23.247)***	-18.11638 (2.643)***	-23.82977 (2.872)***	-21.76820 (3.007)***
Observaciones	2,820	2,820	2,820	2,820	2,820	2,820	2,820
R2	0.147		0.094		0.181	0.208	0.217

Errores estándar entre paréntesis / *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Estimaciones realizadas por variables instrumentales (VI2). En el caso de los gastos en, Joyas y accesorios y Vehículos se considera un modelo tobit y en la figura se presentan los coeficientes de los efectos marginales en la media. Las estimaciones VI1 no se presentan por razones de espacio, pero pueden solicitarse a la autora.

Fuente: Elaboración propia en base a ENGIH 2016/2017

Grupo definido por ubicación geográfica	
60% más pobres	

	Vestimenta y calzado	Joyas y accesorios	Cuidados personales	Vehículos	Actividades recreativas	Restaurantes	Viajes
Log del gasto total	1.79869	3.66138	2.16038	15.20105	0.92566	1.93166	1.34344
	(0.137)***	(0.948)***	(0.156)***	(2.367)***	(0.122)***	(0.162)***	(0.152)***
Tamaño del hogar	0.62219	2.65316	0.94982	12.76350	0.53756	0.97492	0.50680
	(0.139)***	(0.855)***	(0.149)***	(2.172)***	(0.113)***	(0.156)***	(0.140)***
Hay menores en el hogar	0.96124	-0.09929	-0.13160	-1.79766	0.24921	-0.20073	-0.07562
	(0.112)***	(0.706)	(0.132)	(1.717)	(0.107)**	(0.138)	(0.124)
Hay mayores de 65 en el hogar	-0.09781	0.46189	-0.05988	-6.67349	-0.33980	-0.37922	-0.20291
	(0.140)	(0.812)	(0.152)	(3.179)**	(0.103)***	(0.138)***	(0.133)
Hay afro mayores en el hogar	0.06988	1.37918	0.06544	0.93025	-0.00831	-0.06523	-0.05447
	(0.101)	(0.749)*	(0.129)	(1.757)	(0.101)	(0.136)	(0.122)
Mujer jefa de hogar	0.06516	0.20021	0.23206	-2.93868	0.10456	0.01858	-0.01591
	(0.071)	(0.478)	(0.089)***	(1.170)**	(0.072)	(0.092)	(0.085)
Edad del jefe/a de hogar	-0.05670	-0.12843	-0.02105	-0.45967	-0.00562	-0.05891	-0.03505
	(0.014)***	(0.099)	(0.017)	(0.280)	(0.012)	(0.017)***	(0.015)**
Edad del jefe/a de hogar2	0.00031	0.00071	0.00019	0.00300	0.00010	0.00040	0.00017
	(0.000)**	(0.001)	(0.000)	(0.003)	(0.000)	(0.000)**	(0.000)
Max nivel. Secundaria [ref. Primaria]	0.12431	-0.24466	-0.23468	-1.26576	0.13193	-0.04748	0.03754
	(0.116)	(0.857)	(0.130)*	(2.447)	(0.071)*	(0.109)	(0.110)
Max nivel. Terciaria/Universitaria [ref. Primaria]	0.14052	0.14575	-0.24292	-2.78597	0.83220	0.28723	0.64952
	(0.151)	(1.045)	(0.182)	(2.835)	(0.137)***	(0.181)	(0.172)***
Region de +5000 hab.	-0.08062	0.11083	-0.06146	-1.88067	0.05903	0.10798	-0.24977
	(0.087)	(0.616)	(0.109)	(1.413)	(0.075)	(0.106)	(0.103)**
Indicador de riqueza	0.18880	0.58798	-0.08274	-7.99544	0.22212	-0.25493	0.46004
	(0.193)	(1.173)	(0.283)	(4.532)*	(0.253)	(0.275)	(0.279)*
Ingreso medio del grupo	-0.00020	0.00029	-0.00020	-0.00063	0.00006	0.00003	0.00012
	(0.000)***	(0.000)	(0.000)***	(0.000)	(0.000)**	(0.000)	(0.000)***
Constante	-8.32274	-48.53968	-15.24243	-154.24754	-9.84646	-16.62600	-12.35581
	(1.178)***	(8.411)***	(1.393)***	(22.477)***	(1.139)***	(1.452)***	(1.336)***
Observaciones	4,050	4,050	4,050	4,050	4,050	4,050	4,050

R2	0.229		0.093		0.134	0.136	0.158
Errores estándar entre paréntesis / *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1							
Estimaciones realizadas por variables instrumentales (VI2). En el caso de los gastos en, Joyas y accesorios y Vehículos se considera un modelo tobit y en la figura se presentan los coeficientes de los efectos marginales en la media. Las estimaciones VI1 no se presentan por razones de espacio, pero pueden solicitarse a la autora.							

Fuente: Elaboración propia en base a ENGIH 2016/2017

Grupo definido por ubicación geográfica							
	40% más ricos						
	Vestimenta y calzado	Joyas y accesorios	Cuidados personales	Vehículos	Actividades recreativas	Restaurantes	Viajes
Log del gasto total	1.65824	4.93019	2.36795	8.80113	1.89497	2.61985	2.42696
	(0.245)***	(1.110)***	(0.274)***	(2.642)***	(0.293)***	(0.324)***	(0.325)***
Tamaño del hogar	0.84348	3.46808	1.41553	11.85666	1.19526	1.32052	0.99498
	(0.165)***	(0.782)***	(0.184)***	(1.862)***	(0.195)***	(0.216)***	(0.219)***
Hay menores en el hogar	0.54037	-0.30012	-0.42249	-1.39465	0.30255	0.00214	-0.11845
	(0.118)***	(0.654)	(0.162)***	(1.433)	(0.184)	(0.193)	(0.192)
Hay mayores de 65 en el hogar	-0.27148	0.93921	0.19698	-1.03663	-0.23979	-0.35330	-0.22373
	(0.181)	(0.769)	(0.191)	(1.861)	(0.192)	(0.232)	(0.221)
Hay afro mayores en el hogar	-0.27866	1.38311	0.03646	-2.72070	-0.26042	0.30393	-0.09197
	(0.255)	(1.095)	(0.262)	(2.692)	(0.266)	(0.344)	(0.298)
Mujer jefa de hogar	0.16748	0.00895	0.19583	-1.62497	0.08506	-0.19220	-0.00720
	(0.101)*	(0.493)	(0.116)*	(1.026)	(0.124)	(0.140)	(0.136)
Edad del jefe/a de hogar	-0.02340	-0.23750	0.00974	-0.16755	-0.01736	-0.05013	-0.01515
	(0.020)	(0.086)***	(0.023)	(0.288)	(0.022)	(0.025)**	(0.024)
Edad del jefe/a de hogar2	-0.00005	0.00127	-0.00006	-0.00014	0.00007	0.00016	-0.00018
	(0.000)	(0.001)	(0.000)	(0.003)	(0.000)	(0.000)	(0.000)
Max nivel. Secundaria [ref. Primaria]	0.06966	0.88970	-0.01627	-0.37544	0.17314	-0.07429	-0.05393
	(0.189)	(0.963)	(0.197)	(2.074)	(0.152)	(0.208)	(0.195)
Max nivel. Terciaria/Universitaria [ref. Primaria]	0.15662	0.80330	-0.13194	-2.25181	1.00137	0.71057	0.60007
	(0.222)	(1.093)	(0.241)	(2.503)	(0.216)***	(0.268)***	(0.255)**
Region de +5000 hab.	-0.34908	0.32252	-0.35953	-1.51323	0.30216	0.54251	-0.24492
	(0.161)**	(0.798)	(0.178)**	(1.554)	(0.169)*	(0.209)***	(0.201)
Indicador de riqueza	0.02238	-0.44491	-0.17484	0.45839	-0.15795	-0.12175	0.27145

	(0.149)	(0.757)	(0.177)	(1.609)	(0.195)	(0.216)	(0.219)
Ingreso medio del grupo	-0.00003	-0.00005	-0.00002	-0.00003	0.00001	-0.00000	0.00001
	(0.000)***	(0.000)*	(0.000)***	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)
Constante	-9.34789	-51.53262	-20.51819	-105.28739	-18.76268	-23.03334	-21.48244
	(2.315)***	(10.781)***	(2.602)***	(24.981)***	(2.783)***	(3.068)***	(3.130)***
Observaciones	2,799	2,799	2,799	2,799	2,799	2,799	2,799
R2	0.152		0.095		0.177	0.209	0.213
Errores estándar entre paréntesis / *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1							
Estimaciones realizadas por variables instrumentales (VI2). En el caso de los gastos en Joyas y accesorios y Vehículos se considera un modelo tobit y en la figura se presentan los coeficientes de los efectos marginales en la media. Las estimaciones VI1 no se presentan por razones de espacio, pero pueden solicitarse a la autora.							

Fuente: Elaboración propia en base a ENGIH 2016/2017