



Instituto de Economía

Facultad de Ciencias Económicas y de Administración
Universidad de la República - Uruguay

El consumo de bienes visibles y el rol del grupo de referencia. Un análisis para cuatro países de América Latina

Rodrigo Gorga
Martín Leites
Andrea Vigorito

INSTITUTO DE ECONOMÍA

Serie Documentos de Trabajo

Diciembre, 2016

DT 13/2016

ISSN: 1510-9305 (en papel)
ISSN: 1688-5090 (en línea)

Este trabajo se enmarca en el grupo interdisciplinario de Ética, Justicia y Economía y forma parte de un programa de investigación de estudio de las patologías sociales realizado con el apoyo del programa Grupos de Investigación I+D 2010 de la Comisión Sectorial de Investigación Científica. Agradecemos los comentarios de Verónica Amarante, Ignacio Munyo, Ambra Poggi, Andrés Rius, Carolina Román, Gustavo Pereira, Gonzalo Salas, Ana Fascioli, Agustín Pereira y los asistentes al Seminario del Instituto de Economía en el que se presentó este trabajo, la reunión de ALCADECA de Lima 2014, la reunión de la Human Development and Capabilities Association de 2014, las Jornadas del Banco Central de 2015, las Jornadas de Economía Crítica de 2015 y las Jornadas de la NIP-capítulo Uruguay 2016. Todos los errores son de nuestra exclusiva responsabilidad.

Forma de citación sugerida para este documento: Gorga, R., Leites, M. y Vigorito A. (2016). “El consumo de bienes visibles y el rol del grupo de referencia. Un análisis para cuatro países latinoamericanos”. Serie Documentos de Trabajo, DT 13/2016. Instituto de Economía, Facultad de Ciencias Económicas y Administración, Universidad de la República, Uruguay.

El consumo de bienes visibles y el rol del grupo de referencia. Un análisis para cuatro países de América Latina

Rodrigo Gorga*
Martín Leites**
Andrea Vigorito***

Resumen

En este estudio se presenta un análisis empírico de los determinantes del consumo de bienes visibles, con énfasis en el rol de los comportamientos emulativos, y, en particular, de la influencia del grupo de referencia. El análisis se presenta para los casos de Argentina, Brasil, México y Uruguay.

El fuerte crecimiento económico experimentado por América Latina en la última década plantea la pregunta de en qué medida las personas están en condiciones de transformar los mayores ingresos en logros de bienestar. Asimismo, las investigaciones recientes sobre consumo de bienes visibles y posicionales resaltan el rol de los grupos de referencia y llama la atención sobre el hecho que, en muchas ocasiones, los sectores que enfrentan mayores privaciones son los que están más expuestos a este tipo de comportamiento (Charles et al, 2009; Kaus y Chai, 2013).

El trabajo se realizó utilizando las Encuestas de Gasto e Ingresos de los Hogares realizadas por los organismos oficiales de estadísticas en los cuatro países considerados. La selección de los bienes visibles utilizados se basó en la clasificación de Heffetz y otros. En base a ello se toman los siguientes grupos de bienes: cuidado personal, vestimenta y calzado, joyas y autos. Para el conjunto de estos bienes y por subgrupos, se estimaron curvas de Engel incluyendo variables que dan cuenta de las características demográficas y socioeconómicas del hogar, al tiempo que se incluyen diversas especificaciones de potencial rol del grupo de referencia.

Los resultados indican que existe un efecto del grupo de referencia asociado al consumo posicional, pero esta constatación es dependiente de la modelización realizada. En los casos de Argentina, Brasil y Uruguay, un mayor ingreso medio del grupo de referencia, reduce el nivel de consumo en bienes visibles, mientras que en el caso de México, esta relación se vuelve significativa cuando se incorpora la posición relativa de los hogares dentro del grupo de referencia. A la vez, en los casos de Argentina, Brasil y México, un mayor ingreso en relación a la media del grupo, conduce a mayores consumos de estos bienes.

Palabras clave: consumo posicional, bienes visibles, grupos de referencia, América Latina.

JEL: D12, D31.

*Instituto de Economía, Facultad de Ciencias Económicas y de Administración, Universidad de la República. E-mail: rgorga@iecon.ccee.edu.uy.

**Instituto de Economía, Facultad de Ciencias Económicas y de Administración, Universidad de la República. E-mail: mleites@iecon.ccee.edu.uy

***Instituto de Economía, Facultad de Ciencias Económicas y de Administración, Universidad de la República. E-mail: andrea@iecon.ccee.edu.uy.

Visible consumption and the role of the reference group. Evidence from Latin America

Rodrigo Gorga
Martín Leites
Andrea Vigorito

Abstract

The aim of this paper is to analyze the empirical determinants of visible goods consumption, with focus on the role on reference groups and emulation. Based on expenditure surveys micro-data, we study the cases of Argentina, Brazil, Mexico and Uruguay, as the four countries present significant differences in terms of ethnicity, inequality and spatial distribution of the population.

Visible consumption patterns have strong implications in term of short and medium run inequality in a wide set of achievements. Recent research points out that in many cases the more deprived households are more exposed to allocate a higher fraction of their budget in this kind of goods, compromising consumption in other goods (Charles et al, 2009; Kaus and Chai, 2013), and highlights the role of peer groups as a key determinant of this behavior.

To identify visible goods, we follow Heffetz (2011) and consider the following items: personal care, garments, jewelry and watches and cars. We estimate Engel curves including demographic and socio-economic variables and different specifications on the group effect. Reference groups are defined on the basis of regional variables and age group and schooling of the household head.

Our findings show that reference groups influence visible goods consumption at the household level, although they highly depend on the reference group modelization. Given other things equal, in the four cases, visible consumption is negatively associated to average income of the reference group. However, in the case of Mexico this relation only becomes significant when the relative position of the household within the reference group is accounted for. At the same time, in Argentina, Brazil and Mexico, a higher relative income in relation to the average of the reference group, turns out into higher visible consumption.

Keywords: positional consumption, visible goods, reference groups, Latin America

JEL Classification: D12, D31.

I. Introducción

En esta investigación se estudian los determinantes del consumo posicional en cuatro países latinoamericanos y se profundiza, en particular, en el rol de las conductas emulativas generadas por la pertenencia a diversos grupos de referencia.

En CEPAL (2014) se presenta la evolución del consumo reciente en América Latina a nivel macro y microeconómico. Se observa un fuerte incremento del consumo en el período reciente, consistente con el aumento del ingreso de los hogares. En ese contexto, y debido a la caída de sus precios, se percibe un aumento del acceso a bienes durables y una caída de la participación del gasto en alimentos en el gasto total. Frente a ello, cabe preguntarse si los aumentos en los niveles de ingreso se traducen en mayores niveles de consumo conspicuo, en detrimento de otros bienes que podrían conducir a logros en dimensiones como, por ejemplo, salud, educación, participación ciudadana y autonomía (Sen, 1999).

La temática de las decisiones de consumo y las motivaciones detrás de las mismas ha sido tratada desde la perspectiva de la ética, la sociología y la economía. Cortina (2011) llama la atención sobre las dificultades de definir una ética del consumo, que permita identificar consumos deseables y no deseables. En su perspectiva, la motivación es siempre comparativa. Ubicándose en un punto medio entre las visiones deterministas que atribuyen toda la responsabilidad del consumo a la propaganda, como Adorno y Horkheimer (1974) o Galbraith (1958), y las vinculadas a la economía neoclásica tradicional que conciben al consumidor como soberano, sostiene que habría un espacio para plantear lo que denomina ciudadanía del consumidor, responsabilizándolo por algunas decisiones.

En la sociología, los escritos de Weber, Baudrillard y Bourdieu han dado cuenta de la centralidad del consumo en la dinámica social y de la vinculación de las decisiones de consumo a los gustos y su diferenciación según el estrato socioeconómico de pertenencia, alejándose también notoriamente de la idea neoclásica de soberanía del consumidor.

En economía, la temática del consumo posicional se remonta a los escritos de los clásicos, pero constituyó uno de los temas centrales de los trabajos de Thorsten Veblen (Veblen, 1899). El autor define al consumo conspicuo, distinguiendo las motivaciones para estos tipos de consumos, por un lado presentan un componente que refiere a la satisfacción que proporcionan los bienes per se, y otro que se motiva en la imagen que las personas quieren transmitir al resto de la sociedad. Este último refiere a la búsqueda de estatus social y se manifestaría en el consumo de ciertos bienes, cuya selección estaría fuertemente definida por las pautas de consumo de los estratos altos, a los que denominó la clase ociosa.

Así, las personas quisieran demostrar que han alcanzado ciertos niveles de riqueza, pero como ello no es visible directamente, optan por consumir ciertos bienes que serían indicativos de la misma y que pueden ser observados por el resto.¹ Como consecuencia, las comparaciones interpersonales constituyen una motivación adicional para estos consumos.

Más adelante, esta línea de pensamiento perdió relevancia frente a la teoría neoclásica del consumidor, enfoque que reduce la importancia de las interacciones sociales y los consumos relativos. Fue retomada mucho más tarde y en forma puntual con los trabajos de Duesenberry (1949); Galbraith (1958); Schor (2002); y Frank (2000). Los recientes desarrollos de la economía comportamental con su preocupación por el posicionamiento relativo y las interacciones sociales han revigorizado esta línea de trabajo (Frank y Heffetz, 2008).

Los trabajos previos que se ocupan del consumo posicional discuten cual es la forma precisa que toma las comparaciones interpersonales y su relación con la desigualdad general e intra grupos: ¿se trata de la emulación de las pautas de consumo de los más ricos o de intentos diferenciación

¹ Veblen hace también referencia al ocio de las clases altas, al que llama ocio conspicuo, como otro aspecto a emular.

de los más pobres? Coreno y Jeanne (1997) señalan que esta diferencia tiene implicaciones para predecir los consumos: mientras que la primer motivación conducirían a un dominio del efecto *snob*, si la búsqueda de estatus está motivada por el deseo de no ser identificado como pobre, domina un efecto *bandwagon*. La evidencia al respecto ha brindado ambos tipos de respuesta (véanse ejemplos de una y otra en Charles et al, 2009 y Bowles y Park (2005). Estas diferencias tienen fuertes implicaciones sobre los efectos de posibles cambios en los niveles de desigualdad en los países y en los grupos de referencia sobre el consumo emulativo. Estos aspectos se discutirán con más detalle en las secciones siguientes.

La presencia de fenómenos posicionales tiene implicaciones sobre diversos aspectos del funcionamiento económico. A nivel individual, el consumo posicional podrían sustituir otros tipos de gastos deseables, teniendo implicancias en sus logros de bienestar de corto y largo plazo. Por otra parte, Si a medida que las sociedades aumentan sus niveles de ingreso, el consumo posicional aumenta, las tasas de ahorro futuras podrían comprometerse y, así, enlentecer el proceso de desarrollo. La posible existencia de este tipo de comportamiento puede ser pensada como una externalidad negativa que unos individuos generan sobre otros, provocando pérdidas en el bienestar agregado (Kaus, 2012, Frank 2005). Por ejemplo, las carreras de consumo que buscan mejoras posicionales, podrían no incrementar el bienestar a nivel individual (pues los esfuerzos no se trasladan en cambios posicionales) y tener consecuencias negativas para el medio ambiente (Frank, 2011). Ello tiene diversas implicancias de política, entre las que se cuenta la imposición progresiva a los bienes de consumo conspicuo como posible forma de mitigar este tipo de conductas (Frank, 1995; Bowles y Park, 2005). En este sentido, el modelo desarrollado por Boskin y Sheshinski (1978) demuestra que el nivel de las tasas de redistribución óptima a nivel del bienestar agregado dependen positivamente de la preocupación de los individuos por el consumo relativo. Pero la presencia de preferencias por el estatus o lo posicional tienen efectos en las preferencias individuales por la redistribución, por lo que a través de este canal afecta de manera indirecta los resultados distributivos (Hopkins y Kornienko, 2010).

Los aspectos anteriormente mencionados, aunados a los fuertes niveles de desigualdad que caracterizan a América Latina, vuelven a la región un caso de especial interés para estudiar la presencia de consumos posicionales y de comportamientos emulativos. El fuerte crecimiento económico reciente lleva a que cobre vigencia la discusión acerca de los posibles efectos del mismo en el desarrollo de largo plazo.

En base a las consideraciones anteriores, para realizar este estudio hemos elegido los casos de Argentina, Brasil, México y Uruguay, países que dan cuenta del 61% de la población de la región (Cuadro 1).

Cuadro 1. Indicadores descriptivos de los cuatro países seleccionados

	Argentina	Brasil	Mexico	Uruguay	América Latina
PIB (per capita) PPP 2011		20216	16377	17343	13589
crecimiento PIB (%) 2000-2005	0,7	1,8	1,4	0,7	1,6
2005-2011	4,6	3,1	0,9	5,7	2,8
2011-2016	-0,1	-0,7	1,3	2,7	0,5
Población (miles)	41.563	200.252	118.030	3.384	591.334
Gini ingreso per cápita 2006	0,468	0,557	0,482	0,462	
Gini ingreso per cápita 2014	0,417	0,495	0,468	0,401	
IDH (lugar en el ranking):					
2006	47	77	72	56	
2014	40	75	74	52	
Diversidad étnico racial					
% población afrodescendiente	0.4	50.9	No relevado	4.6	
% pueblos indígenas	2.4	0.5	15.0	2.4 (*)	

Fuente: elaboración propia en base a microdatos de encuestas de gasto de los cuatro países circa 2009 a) PIB, crecimiento económico y población: CEPALSTAT; b) índices de Gini de gasto e ingresos: basados en Encuestas de Gastos e Ingresos de los países utilizadas en este estudio (Argentina: 2012/13; Brasil: 2006; México: 2006; Uruguay: 2005/6); c) Gini ingresos encuestas de hogares de Argentina, Brasil y México: SEDLAC, CEDLAS; d) Gini ingresos encuestas de hogares Uruguay: elaboración propia sobre Encuestas Continuas de Hogares del INE; d) IDH: Human Development Report Office; e) diversidad étnico racial: Del Popolo y Scholnik (2013) en base a ronda de censos circa 2010. En el trabajo citado figuran varias consideraciones en cuanto a la comparabilidad de esta información, ya que es autoreportada y las preguntas censales varían entre países. (*) Para el caso de los pueblos indígenas, la pregunta para Uruguay releva si cree tener ascendencia principal indígena

Se trata de los tres países grandes de la región y de un país pequeño y relativamente homogéneo en comparación a los otros. Los niveles de crecimiento económico y de PIB per cápita también difieren, lo que da cuenta de trayectorias distintas. Al mismo tiempo, los casos seleccionados presentan fuertes disparidades en términos de niveles de desigualdad de ingreso y consumo. Brasil es uno de los países con mayores niveles de desigualdad en la región y en el mundo, mientras que Uruguay y Argentina se ubican en los países de menores niveles de desigualdad en la región. Los cuatro países tienen composiciones étnico raciales diferenciales, con distintos predominios de la población afrodescendiente, indígena y blanca. Estas consideraciones llevan a concluir que la contrastación de estos casos puede ser de interés para conocer la dinámica del consumo visible en América Latina, en una variedad de contextos de crecimiento y niveles de desigualdad.

Igualmente, los cuatro países presentan niveles y evoluciones disímiles en términos del Índice de Desarrollo Humano y su evolución. Si bien sus niveles de PIB son relativamente similares, un aspecto relevante en relación a la temática de este trabajo, radica en que la capacidad de transformación de los recursos en logros de educación y salud presenta disparidades importantes.

El trabajo empírico se basó en las últimas encuestas de gasto e ingresos de los hogares disponibles en los cuatro países, con la excepción de México, en cuyo caso se utiliza la ENIGH 2006 debido a que presenta un tamaño muestral mayor que la última encuesta disponible que refiere al 2008. Se realizó un trabajo de selección y armonización de los ítems de consumo y agregados de gasto de interés, a efectos de dotar al trabajo de la mayor comparabilidad posible.

Para analizar el consumo posicional motivado por la búsqueda de estatus, este trabajo se concentra en aquellos bienes denominados visibles, es decir que pueden ser observados a simple vista, sin necesidad de ningún tipo de proximidad, más allá de la visual con su dueño (Heffetz,

2011). Para clasificar la visibilidad de los bienes se recurre a la escala de bienes visibles de Heffetz. En base a esta información se estimaron curvas de Engel para los bienes visibles de interés, incluyendo distintas especificaciones de los efectos del grupo de referencia y comparando los resultados con el consumo de bienes no visibles. Con el objetivo de tratar potenciales problemas de endogeneidad del ingreso permanente y del ingreso del grupo de referencia, las estimaciones están basadas en el método de variables instrumentales.

Los resultados aportan evidencia para comprender la relevancia del grupo de referencia sobre los niveles de consumo visible de los hogares de estos países de América Latina. En línea con los antecedentes, a similar nivel de ingreso y características individuales, un menor ingreso medio del grupo de referencia conduce a un mayor gasto en bienes visibles en los cuatro países, lo cual es consistente con la hipótesis de consumo posicional. En los países con mayores niveles de variabilidad regional y desigualdad (Argentina, Brasil y México) las modelizaciones que resultaron más significativas, consistieron en aquellas que consideran la situación relativa de cada hogar y distinguen su posición en relación a la media del grupo. En estos casos, se encontraron efectos positivos sobre el consumo para quienes tienen una situación ventajosa al interior de su grupo de referencia.

En lo que sigue, se presentan en primer lugar algunos antecedentes de investigación sobre consumo posicional e interacciones sociales (sección II), luego se describe el modelo econométrico y la información utilizada (sección III) y se presentan los principales resultados obtenidos (sección IV). Por último, la sección V reúne algunos comentarios finales.

II. El consumo posicional y los fenómenos emulativos

Como ya se señaló, los estudios económicos sobre el consumo tienen como referencia ineludible a los trabajos pioneros de Veblen, para quien el consumo se motivaba en el deseo de disfrutar de las características intrínsecas de los bienes, así como en el posicionamiento social. Según este autor, el sector más rico de la sociedad, la clase ociosa, determinaba los estándares de consumo del resto de la sociedad. De esta forma, el consumo emulativo pondría de manifiesto el estatus de las personas aún ante quienes no las conocen.

Relegadas durante mucho tiempo, las ideas de Veblen resurgieron con los trabajos de Galbraith, Duesenberry, Schor y Frank. Duesenberry (1949) retoma la idea de que algunos consumos están determinados por las interacciones y comparaciones sociales, principalmente con personas próximas, en términos de vecindario o grupo social. Esto generaría externalidades con implicancias tanto a nivel microeconómico como macroeconómico. Una primer consecuencia es que, dado un nivel de ingreso determinado, el consumo posicional compite, tanto a nivel individual como agregado, contra otros consumos que podrían conducir a mayores logros individuales (como educación, salud), así como a mayores tasas de ahorro. Pero además, también el consumo posicional tendría implicancias en términos del bienestar individual, ya que podría atender contra la supuesta soberanía del consumidor.

Para Frank (1985), el consumo posicional estaría constituido por “aquellos bienes cuyo valor depende fuertemente, en términos relativos, de cómo se comparan con los poseídos por otros”. Para explicar esta dinámica desarrolla un modelo de señalización, basado en los trabajos de Spence (1979), donde el consumo de bienes posicionales depende del monto consumido y de cómo éste se compara con lo consumido por otros. En este contexto, la visibilidad de los bienes es un medio para la señalización del estatus.

Desde esta perspectiva, los comportamientos emulativos generados a partir del grupo de referencia explicarían en buena parte estos consumos. A su vez, dentro del grupo de referencia, los efectos podrían variar dependiendo de la posición en la que las personas se sitúan dentro del

grupo (Frank, 1985; Charles et al, 2009). Si se interpreta la señalización como una forma de distinguirse de los más pobres, los miembros más pobres del grupo tendrían menos incentivos para señalar estatus comparados con los de posición alta. Así, el incentivo a señalar estatus se incrementa con la posición económica del hogar dentro del grupo de referencia. Esta visión sería contradictoria con la de Bowles y Park (2005) para quienes los efectos operarían en la medida en que las personas más pobres imitan las conductas de las más ricas.

Estas dos hipótesis se discuten en Coreno y Jeanne (1997), quienes señalan que dependiendo de cómo las normas sociales establecen las valoraciones del estatus, las motivaciones de la señalización pueden estar explicadas por el deseo de identificarse con los segmentos más ricos de la población, o la necesidad de diferenciarse de los hogares más pobres. Según los autores, en el primer caso las elecciones de consumo conducirían a un efecto *bandwagon*, mientras que en el segundo caso dominaría el *snobismo*.

A pesar de haber recibido la atención economistas clásicos como Smith y Keynes y como fue comentado en los párrafos anteriores, la potencial relevancia de sus efectos en distintas variables económicas, el interés empírico por evaluar la importancia del consumo relativo y sus motivaciones por la búsqueda de estatus es relativamente reciente. Desde comienzos del siglo XXI, varios trabajos han encontrado que las personas tienen preferencias por su posición relativa, así como el estatus, tanto con respecto al ingreso como al consumo (Alpizar et al., 2005; Carlsson et al. 2003; Carlsson et al. 2005; Johansson-Stenman et al., 2002; Solnick y Hemenway, 1998). Incluso algunos de estos trabajos estiman el parámetro de posicionalidad y demuestran que el mismo varía según características personales (Carlsson et al. 2005; Alpizar et al., 2005).

La consideración del posicionamiento permite relacionar la desigualdad, tanto a nivel del conjunto de la sociedad y del grupo de referencia, con el consumo y el ahorro individual: si los sectores de menores ingresos tratan de alcanzar los niveles de consumo conspicuo de los más ricos, a mayor desigualdad, mayores tendrán que ser sus gastos para emular a los más ricos, en detrimento de sus tasas de ahorro o la realización de otros gastos e inversiones. Vinculado a este punto, varios trabajos han analizado qué sucede con la satisfacción individual y el aprendizaje en relación a la desigualdad (Frank, 2007). Han concluido que, si la desigualdad es alta, las personas en la cola baja de la distribución inferirán del mayor número de personas con altos niveles de consumo, que consumir les llevará a incrementos sustanciales de satisfacción. Por el contrario, si la desigualdad es baja, las personas verían que quienes están en los sectores medios de la distribución no consumen bienes tan distintos a ellos y que, por lo tanto, aumentar el consumo no cambiaría sustancialmente sus niveles de satisfacción. Como se verá más adelante, esta hipótesis ha sido controvertida y existe evidencia empírica variada al respecto. La consideración de países con distintos niveles de desigualdad en el presente estudio, permite aportar evidencia adicional sobre esta hipótesis.

Arrow y Dasgupta (2009) presentan algunos cuestionamientos al determinismo de estas visiones. Critican la noción de que inevitablemente el consumo conspicuo lleva al problema de los comunes. Para ellos, dichas perspectivas no toman en cuenta la intertemporalidad de las decisiones, las cuales permitirían explicar que, en un momento dado, algunas personas consuman más y otras menos que el promedio.

Las contrastaciones empíricas del modelo de señalización han buscado analizar el rol del grupo de referencia en base a diseños experimentales variados así como a información de encuestas de gasto. Sus resultados no son aún conclusivos, debido a las dificultades empíricas para atribuir efectos causales a los comportamientos grupales (Heffetz y Frank, 2011). Las modelizaciones disponibles están fuertemente ligadas a los desarrollos realizados en el marco de la nueva economía de la felicidad, en los que el ingreso y el consumo relativo son utilizados para entender la paradoja de Easterlin (Clark, 2008; Easterlin, 1974).

En los que sigue, se reseñan brevemente los principales resultados empíricos alcanzados en cuanto a efectos del grupo de referencia en el consumo visible. Existen otros trabajos se han

ocupado de analizar externalidades en el consumo posicional vinculados a otras variables de interés, que no se revisan aquí por razones de espacio.² La mayor parte de las investigaciones que analizan el consumo posicional utilizan el gasto en automóviles, vestimenta, cuidado personal y celebraciones o funerales. En general esta elección se fundamenta en la escala de bienes visibles desarrollada por Heffetz (2011) para el caso de Estados Unidos y corroborada para Sudáfrica por Kaus (2012). Como ya se señaló, el consumo visible corresponde a aquellos bienes de consumo conspicuo que pueden ser observados por terceros sin que conozcan a las personas en cuestión (Heffetz, 2011).

Los trabajos empíricos que se concentran en el efecto del grupo de referencia en el consumo de bienes posicionales han realizado diversas modelizaciones para reflejar distintos canales que podrían estar operando, haciendo énfasis en particular en el nivel o la dispersión de ingresos a nivel de los grupos. Identificamos tres grupos de trabajos que aportan evidencia sobre este punto: los que abordan la hipótesis en base a modelos macroeconómicos; los que utilizan diseños experimentales y cuasi experimentales; y, finalmente, los que corresponden a encuestas de gasto, como las utilizadas en el presente trabajo.

Dentro del primer grupo, Bowles y Park (2005) analizan la presencia de lo que denominan efectos Veblen en la determinación de horas trabajadas (asumen que el ocio es un bien no visible). En base datos agregados para un panel de países, encuentran que el consumo posicional lleva al aumento de las horas trabajadas y que éstas aumentan con el nivel de desigualdad, en línea con el trabajo de Schor (1998) para Estados Unidos, quien en su libro *The overworked American*, constata que las personas que presentaban un estatus financiero por debajo del nivel del grupo de referencia ahorran menos y viceversa. Como ya se señaló, para estos autores, la motivación de este consumo es que las personas se comparan con los grupos más ricos y los siguen.

En el segundo grupo encontramos el trabajo de Carlsson et al. (2006), quienes investigan la relevancia de la posición absoluta versus la relativa en el ingreso y consumo de algunos bienes, a partir un experimento de campo realizado en Suecia. Se basan en cuestionarios que recogían información sobre el nivel de posicionalidad del ingreso, ocio, automóviles otorgados por el empleador, seguridad de los autos, y analizan en qué medida el consumo de ciertos bienes está afectado por los niveles relativos versus absolutos. Encuentran que los automóviles y el ingreso son altamente posicionales, mientras que el ocio y la seguridad en los autos no lo son.

En base a cinco experimentos de campo, Ordabayeva y Chandon (2011) analizan los efectos de cambios en los niveles de desigualdad en el grupo de referencia cercano de las personas sobre el consumo. Para ello contrastan la hipótesis, planteada antes en esta sección, de que aumentar la igualdad dentro de un grupo reduce el consumo y aumenta el ahorro, encontrando resultados no conclusivos. Cuando la desigualdad es menor y las personas se ubican en un contexto cooperativo donde no se preocupan por el estatus, el consumo conspicuo disminuye. Sin embargo, a diferencia de lo planteado más arriba, el consumo conspicuo aumenta frente a menores niveles de desigualdad si a las personas les preocupa el estatus. Esto ocurriría porque, si bien en estos contextos, las distancias observadas en el consumo serían menores, los incrementos en el gasto, permiten saltar más posiciones que en contextos de mayores niveles de desigualdad.

Hillesheim y Mechtel (2011) estudian la posicionalidad y consumo relativo en base a una encuesta a estudiantes en la Universidad de Tubigen (Alemania), analizando la observabilidad y factores no psicológicos como posibles determinantes de la posicionalidad del consumo de bienes y del ahorro, en base a un diseño cuasi experimental. Encuentran que a posicionalidad vendría dada por el segundo aspecto, no registrando la visibilidad como un factor relevante.

² Por ejemplo, Perez-Truglia (2013) contrasta la relación entre consumo conspicuo y bienestar subjetivo para el caso de Rusia, mientras que Danzer et al (2013) analizan las externalidades en el consumo visible en Kazakhstan sobre el estatus autopercebido ocasionadas por la migración interna.

Gorga, R., Leites, M. y Vigorito, A.

Khun et al (2011) estudian en Holanda externalidades en el consumo conspicuo en base a un experimento natural, que explota una forma especial de lotería donde se asignan ganadores a participantes seleccionados según un código postal elegido al azar. Los ganadores, en promedio unos 19, reciben una suma de dinero (aproximadamente 12500 euros) y uno de ellos recibe, además, un auto. Seis meses después del sorteo, los hogares que ganaron el auto ya no lo tienen.³ A la vez, los autores no encuentran efectos en los gastos totales, en alimentos y transporte de los ganadores. Sin embargo, encuentran pequeños cambios en los gastos en automóviles y otros bienes durables. En relación a las externalidades, encuentran que tener un vecino que haya ganado la lotería, eleva la probabilidad en la zona de comprar un auto en un 7%.

Un tercer grupo de estudios comprende los antecedentes más próximos para este trabajo, son aquellas investigaciones que utilizan información de encuestas de gasto. Las investigaciones de Charles et al. (2009), Kaus (2013) y Kaus y Chai (2013) para Estados Unidos y Sudáfrica respectivamente. En los tres casos, el grupo de referencia se define en términos de ascendencia étnico racial y de región.

Charles *et al* (2009) analizan comportamientos posicionales comparando poblaciones similares de hispanos, afro americanos y blancos, para el caso de Estados Unidos. Contrastan en qué medida las diferencias puede explicarse mediante un modelo de señalización de estatus. Encuentran que, a niveles de ingreso similares, hispanos y afroamericanos realizan mayores gastos en consumo posicional, reduciendo sus gastos en salud y educación, así como el ahorro. En estos grupos, el gasto en bienes visibles es mayor que en los blancos de iguales características, pero los efectos de etnia desaparecen al incluir información sobre el grupo de referencia en las estimaciones. En relación a las externalidades, al incluir en las estimaciones el ingreso medio del grupo de referencia, encuentran una relación negativa con el consumo visible. Esto último implica que, en todos los grupos, los mismos bienes son considerados como posicionales. A la vez, para los blancos, una mayor dispersión en el ingreso del grupo de referencia (medida mediante la desviación estándar y el coeficiente de variación), tiene un efecto negativo y significativo en el consumo visible.

Buscando contrastar un modelo similar para un país en desarrollo y con mayores niveles de desigualdad, Kaus (2013) analiza empíricamente la hipótesis de Veblen en Sudáfrica y, en línea con Charles et al. (2009), encuentra que los hogares de ascendencia racial negra gastan un 35-50% en bienes posicionales más que la población blanca con iguales características. Sin embargo, en contraste con el trabajo anterior, haya diferencias entre grupos étnicos, pues éstas persisten luego de incluir en las estimaciones el ingreso del grupo de referencia. De acuerdo a sus resultados, aumentos en el ingreso medio del hogar, incrementan el gasto en bienes visibles. Nuevamente, la relación del consumo visible con el ingreso medio del grupo de referencia es negativa, sin embargo, a diferencia de Charles, la incorporación de variables del grupo de referencia, vuelve no significativas las diferencias encontradas entre grupos socioeconómicos. Las medidas de dispersión de ingresos dentro del grupo son similares a las de Charles et al (2009), pero se agregan diez variables binarias indicativas del decil al que pertenece el hogar dentro del grupo de referencia, interactuadas con la media del grupo.

En un trabajo posterior, Kaus y Chai (2013) utilizan las encuestas de gasto de 1995, 2000 y 2005 de Sudáfrica y concentran su análisis en el efecto de la desigualdad en el grupo de referencia sobre el consumo visible. Utilizan como criterio alternativo para determinar la visibilidad de los bienes, la capacidad de los distintos rubros de generar externalidades cuando varían los niveles de desigualdad. Los autores modelizan la desigualdad dentro del grupo de referencia con índices sintéticos, con la proporción de hogares dentro del mismo, en un entorno del 5% ingreso similar al hogar de interés y con interacciones de estos indicadores con el nivel de dispersión en la distribución en el entorno del hogar o grupo de interés. Contradiendo las predicciones del modelo de Charles et al (2009) encuentran que a medida que la dispersión dentro de un grupo

³ Este cambio se interpreta, siguiendo a Moffit (1991) como la asimilación de una transferencia en especie a un aumento del ingreso.

aumenta, quienes tienen mayor riqueza reducen su consumo de bienes visibles, mientras que no encuentran efectos sobre los hogares de menores ingresos dentro del grupo. Los resultados en relación a los estratos altos se interpretan en tanto la necesidad de diferenciación se reduciría cuando la distribución se hace más dispersa. La no significación dentro del grupo más pobre se interpretaría como que estos bienes no son visibles para el grupo. De hecho, entre los hogares más privados, solo las joyas se comportarían como bienes visibles

La revisión anterior ilustra que los avances principales en la contrastación del consumo conspicuo se han basado en el análisis del rol del grupo de referencia sobre un conjunto de bienes visibles, con resultados contrapuestos en relación a las predicciones sobre la relación entre desigualdad y externalidades en el consumo. Se destaca también, que no se encontraron estudios para países de América Latina que analicen estas hipótesis.

Si bien los trabajos empíricos reseñados se han ocupado de captar los efectos del grupo de referencia, con excepción de Kaus y Chai (2013) han prestado menor atención a la forma funcional de la preocupación relativa. A la vez, ninguno de los trabajos basados en encuestas de gastos ha corregido por problemas de endogeneidad vinculados a la estimación de efectos del grupo de referencia (Manski, 1993). En ese sentido, es de interés el trabajo de Maurer y Meier (2008), quienes utilizan el panel de Michigan (PSID) para distinguir externalidades en las decisiones intertemporales de consumo producidas por efectos causales del grupo de referencia, de efectos correlacionados. Si bien estas últimas son altas, en sus estimaciones el efecto causal del grupo de referencia no resulta significativo. Sin embargo, la información de la que dispusieron se limita al gasto en alimentos dentro y fuera del hogar, por lo que no estarían testeando visibilidad y externalidades. A la vez, existen algunas modelizaciones recientes de la preocupación relativa que han sido contrastadas empíricamente en otros contextos y cuya incorporación al análisis de la relación de interés de este trabajo, puede arrojar nueva luz (Ferrer-i-Carbonell, 2005 y Vendrick y Woltjer 2007). Estos aspectos se detallan en la sección siguiente.

III. Modelización e información utilizada

En esta sección se presentan el modelo a estimar (III.1) y la información utilizada (III.2).

III.1 Un modelo de señalización para el análisis del consumo visible

En lo que sigue, se presenta el modelo de señalización utilizado como marco en este trabajo para explicar el consumo posicional de bienes visibles. De acuerdo a estos modelos, el entorno donde el individuo toma las decisiones podría conducir a que personas con idénticas preferencias tomen decisiones distintas sobre su nivel de consumo de este tipo de bienes (Frank, 1985; Charles et al, 2009). Para explicar este resultado resulta útil partir de un modelo simple que considere la “búsqueda de estatus”, en una economía donde los bienes se pueden agrupar en posicionales (bp) y no posicionales (bnp). Los individuos valoran el estatus que les reporta su ingreso relativo dentro de un grupo k . Cada individuo i enfrenta una restricción presupuestal y_i^k y busca optimizar su función objetivo definida por una función de utilidad:

$$v(y_i^k - c_i^{k bp}) + v(c_i^{k bp}) + w(s_i^k) = v(c_i^{k bnp}) + v(c_i^{k bp}) + w(s_i^k)$$

Donde $c_i^{k bp}$, y $c_i^{k bnp}$ representan el nivel de consumo de bienes posicionales y no posicionales del individuo i en el grupo k y s_i^k refleja su estatus. Como la riqueza y el ingreso son inobservables, la sociedad infiere el estatus de cada individuo a partir del consumo de bienes posicionales. Esto conduce a que el consumo de bienes posicionales tenga un efecto directo en la utilidad y otro

indirecto (externalidad) a través de la señalización del estatus de cada individuo. Las funciones $u(\cdot)$, $v(\cdot)$, y $w(\cdot)$ reflejan la utilidad que genera cada uno de estos componentes. Se asume que son crecientes y cóncavas.

Si se asume que los individuos optimizan sus decisiones de consumo y conocen cual es el consumo de bienes posicionales de su grupo, se puede derivar una función de gasto en bienes posicionales. Tomando como base el modelo de Spence (1973), en Charles et al (2009) se derivan formalmente las condiciones de equilibrio y se establecen las siguientes relaciones:

$c_i^{k\ bp}$ es estrictamente creciente en y_i .
 $c_i^{k\ bp}$ es decreciente con respecto al ingreso esperado del grupo k μ_{ki}

la primer relación es esperable, y plantea que la elasticidad ingreso del consumo de bienes posicionales es positiva (bienes normales). La segunda relación establece que ante una caída del ingreso esperado de su grupo, las personas destinan un mayor gasto al consumo de bienes posicionales. La intuición consiste en que el menor ingreso del grupo genera incentivos para que el individuo aumente su consumo en bienes posicionales, de forma de señalizarse y distinguirse de aquellos más pobres. Como se verá enseguida, esta formulación no toma en cuenta la situación relativa dentro del grupo.

De esta versión simple del modelo también se desprende que la desigualdad al interior de los grupos (σ_{ki}) podría ser relevante para explicar el consumo de bienes posicionales. Sin embargo las predicciones son ambiguas y dependen de que $c_i^{k\ bp}$ sea cóncava o convexa con respecto a y_i (Charles et al 2009; Kaus y Chai, 2013).⁴

La incorporación de la distribución del grupo podría ser relevante por su incidencia en la calidad de la señal o en la intensidad de la valoración del estatus. Los hallazgos de Frank (2007) son sugerentes en este sentido. Por otra parte, la situación relativa de cada individuo con respecto al ingreso de su grupo de referencia también podría ser un factor clave, alternando la sensibilidad marginal del estatus y los incentivos que operan en la toma de decisiones. Por ejemplo, Kaus (2013) argumenta que aquellos individuos con una peor posición económica en su grupo de referencia podrían enfrentar menores estímulos para invertir en "señales de estatus", comparado con aquellos que se encuentran en una mejor posición. Para los primeros, es esperable que el retorno en términos de estatus del consumo de bienes posicionales sea menor, porque compiten con pares más ricos que tienen mayores medios para ampliar su consumo de bienes posicionales. Como se señaló en la sección anterior, esto abre la posibilidad de que el nivel de consumo de bienes posicionales no sólo dependa del nivel ingreso medio del grupo o de la desigualdad dentro del mismo, sino también de la posición (ordinal o cardinal) que cada individuo ocupa en el mismo o de la densidad de observaciones cercanas (Ordabayeva y Chandon, 2011 y Kaus y Chai, 2013).

En este sentido, las modelizaciones realizadas por Ferrer-i-Carbonell (2005) y Vendrik y Woltjer, (2007) aplicadas a externalidades en la felicidad, podrían arrojar nueva luz sobre la forma en que se procesan las interacciones sociales. Leites (2013) realiza un testeo de dichas modelizaciones para el caso uruguayo, confirma la importancia del grupo de referencia como punto de referencias en las evaluaciones de satisfacción económica y encuentra que las valoraciones son asimétricas entre las personas que están por encima y por debajo del umbral de referencia, de acuerdo a la propuesta de Duesenberry. En lo que sigue, se propone una aplicación para contrastar las hipótesis planteadas en este trabajo.

⁴ Charles et al (2009) plantean que la concavidad o convexidad de $c_i^{k\ bp}$ dependen de si la concavidad de $w(\cdot)$ es mayor (o menor) que la concavidad de $v(\cdot)$ y $u(\cdot)$.

III.1.1 Modelo a estimar

La discusión presentada en el apartado anterior sugiere aproximarnos al consumo de bienes posicionales a través de tres ecuaciones. Una primera ecuación plantea estimar una curva de Engel que incluye los determinantes individuales del consumo de bienes posicionales:

$$\ln GBV_i = \beta_0 + \beta_1(GT_i) + \sum_{i=2}^n \beta_1(X_{ni}) + \varepsilon_i \quad (\text{Ec. 1})$$

donde i es un subíndice que representa hogares, GBV es el gasto en bienes visibles, GT es el gasto total del hogar, X es una matriz que contiene variables demográficas y socioeconómicas. Por la conexión intertemporal de las decisiones de consumo, sería deseable utilizar el ingreso permanente, el cual usualmente es aproximado a través del gasto total. El coeficiente β_1 puede ser interpretado como la elasticidad ingreso permanente del consumo visible, y por lo argumentado en los párrafos anteriores, es esperable que β_1 sea significativo y positivo. Posteriormente, se incorpora una primera modelización del efecto del ingreso del grupo de referencia, mediante el ingreso promedio del grupo ($\mu_{k,i}$)

$$\ln GBV_i = \beta_0 + \beta_1(GT_i) + \sum_{i=2}^n \beta_1(X_{ni}) + \alpha \ln \mu_{k,i} + \varepsilon_i \quad (\text{Ec.2})$$

en este caso, se espera que $\alpha < 0$. Este resultado confirmaría que aquellos que pertenecen a grupos más pobres buscan incrementar su consumo de bienes posicionales para distinguirse de los grupos más pobres. Algunos trabajos sugieren que el ingreso del grupo de referencia podría reflejar las expectativas de ingreso futuro de los individuos. En este caso, podría incorporar un efecto ingreso permanente cuyo signo sería positivo. Sin embargo, se incorpora como control el gasto total del hogar, por lo que este efecto estaría mitigado. Una tercera especificación propone incorporar alguna medida de desigualdad o privación relativa, al interior del grupo y entre grupos:

$$\ln GBV_i = \beta_0 + \beta_1(GT_i) + \sum_{i=2}^n \beta_1(X_{ni}) + \alpha \ln \mu_{k,i} + \theta \phi_{k,i} + \varepsilon_i \quad (\text{Ec.3})$$

Para ello, se realizaron distintas aproximaciones a $\phi_{k,i}$. En primer lugar, se consideró la incidencia de la desigualdad dentro del grupo de referencia, modelizada como el índice de Gini del ingreso al interior del grupo ($\phi_{i,j}^{int ra} = Gini_{k,i}$)⁵. En este caso, θ estaría indicando la incidencia de la desigualdad dentro del grupo sobre el consumo de bienes posicionales, y, como se señaló antes, su signo esperado es indeterminado. Por otra parte, la magnitud y signo de θ ofrecería evidencia indirecta sobre la función de utilidad de los individuos y la valoración del estatus en relación al consumo de bienes.

En una segunda instancia, $\phi_{i,j}^{entre}$ incorpora las distancias entre los grupos, para aproximar la idea de que el consumo de bienes visibles puede estar motivado por dar señales que lo acerquen o distingan de grupos con cierto estatus. Para ello, se genera un ordenamiento de los grupos según su ingreso medio. Si asumimos $\mu_{k,i}^1 < \mu_{j,i}^2 \dots < \mu_{l,i}^{n-1} < \mu_{z,i}^n$, los grupos de referencia k y z ocupan el primer y último lugar respectivamente. Para considerar que las decisiones consumo visibles son ascendentes ("forward looking"), es decir buscan generar estatus siguiendo a los grupos que están encima del ranking, se define $\phi_{i,k}^{entre-Ascendente} = \mu^p - \mu_{k,i}^{p-1}$. Para las personas que integran el grupo de referencia ubicado en el primer lugar en el ranking, se define $\phi_{i,n}^{entre-Ascendente} = 0$.

⁵ Para incorporar la desigualdad intra grupo, en las pruebas realizadas se consideraron distintos indicadores de desigualdad del ingreso: el desvío estándar, el coeficiente de variación y la relación entre el noveno y el primer percentil. Gorga, R, Leites, M. y Vigorito, A.

Alternativamente, se considera que las decisiones de consumo visibles son descendentes ("backward looking"), es decir buscan obtener estatus distanciándose de los grupos con menor estatus. Se define $\phi_{i,k}^{entre-descendente} = \mu^{p-1} - \mu_{k,i}^p$. Para las personas que pertenecen al grupo de referencia ubicado en el último lugar en el ranking, se define $\phi_{i,0}^{entre-Descendente} = 0$.

En una tercera instancia, $\phi_{i,j}^{int ra}$ se define como la distancia entre el ingreso del individuo (y_i) y el ingreso del grupo de referencia ($\mu_{k,i}$). Siguiendo los fundamentos de Duesenberry (1949) sobre la posibilidad de que las comparaciones sociales sean asimétricas, se sigue la especificación propuesta por Ferrer-i-Carbonell (2005):

$$\phi^{int ra} \phi_{k,i} \begin{cases} \theta^+ * (\log y_i - \log \mu_{k,i}) \text{ si } y_i \geq \mu_{k,i} \\ \theta^- * (\log \mu_{k,i} - \log y_i) \text{ si } y_i < \mu_{k,i} \end{cases}$$

Esta especificación considera, al mismo tiempo, aspectos de la distribución del ingreso al interior del grupo y de la potencial relevancia del lugar que ocupan los individuos en dicho grupo. La ventaja consiste en que permite distinguir cómo la brecha de ingresos en relación al grupo de referencia puede tener un efecto diferencial entre aquellos individuos que dentro de su grupo están por encima del ingreso medio o por debajo. Observar que $\log y_i - \log \mu_{k,i}$ se puede

rescribir como $\log(1 + \frac{y_i - \mu_{k,i}}{\mu_{k,i}})$, por lo que θ^+ y $|\theta^-|$ se pueden interpretar como ganancias o pérdidas porcentuales de ingresos en relación al ingreso del grupo de referencia.

III.1.2 Métodos de estimación

El método de estimación utilizado en esta investigación toma como base la estrategia adoptada por Charles et al (2009), Kaus y Chai (2013) y Kaus (2013). Charles et al (2009) argumentan que el gasto total es una variable endógena a cualquiera de sus subcomponentes, como consecuencia de la simultaneidad de las decisiones. Por otra parte, en general se argumenta, que las mediciones de gastos están sujetas a errores de medida, lo cual, podría ser otra fuente de endogeneidad. Para tratar este aspecto se utilizan variables instrumentales, siguiendo a Charles et al (2009) y Kaus (2013) se utilizó como instrumento el logaritmo del ingreso corriente (IVA).⁶

Como se señaló antes, otra fuente de endogeneidad podría estar asociada al ingreso del grupo de referencia (Maurer y Meier, 2008). Para tratar este aspecto se realizan estimaciones por variables instrumentales, utilizando como instrumento el ingreso medio del grupo de referencia de otros individuos con similares características. Para construir este instrumento, se seleccionó aquel grupo de referencia que tuviera la menor distancia en términos de ingreso. Dado que por definición el individuo 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 este caso, en las estimaciones por el método de variables instrumentales, se instrumentan al mismo tiempo el ingreso permanente individual y el ingreso del grupo de referencia (IVB).

⁶ Se hicieron algunas pruebas utilizando como instrumentos los deciles de ingreso del hogar, y un índice de riqueza de activos. Alternativamente, para tratar el tema de endogeneidad del gasto total, el ingreso permanente fue aproximado por el ingreso corriente del hogar y por una forma polinómica de tercer grado del ingreso permanente.

Para evaluar la posible debilidad de los instrumentos y la magnitud del potencial sesgo se sigue a Bound et al. (1995), quienes proponen probar la significación conjunta de los instrumentos en la ecuación auxiliar del método en dos etapas.

Las estimaciones del parámetro $\hat{\alpha}$ en base a las ecuaciones 1, 2 y 3, podría recoger efectos del grupo de referencia que no estén asociados a la búsqueda de estatus a través del consumo de bienes visibles. Para considerar este aspecto se plantea como ejercicio de falsación considerar dos categorías de bienes identificados como no visibles. Una primer categoría es el agregado de consumo de alimentos en el hogar, utilizada también con esos fines por Pérez-Truglia (2012). La segunda categoría es el total de gastos del hogar, excluyendo el agregado de bienes visibles. Por las características de ambas categorías se espera que su consumo no esté motivado por la búsqueda de status, por lo que si para estas categorías se confirma que $\hat{\alpha}$ es significativo y negativo, podría deberse a problemas de especificación en las estimaciones utilizadas para los bienes visibles. Cabe observar que para los alimentos y el agregado de bienes no visibles, se espera que el coeficiente del ingreso de referencia sea positivo o cero.

Finalmente, considerando que los criterios para definir el grupo de referencia en este trabajo son exógenos, la significación de su ingreso medio podría estar capturando algún efecto no deseado y ser una medida de la respuesta al "efecto comparativo" asociado a la búsqueda de estatus. Para evaluar esta posibilidad, se realizó una prueba "placebo" sorteando la composición de los grupos de referencia e incorporando el ingreso medio que surge este proceso (De Melo, 2014). Si el ingreso medio que surge los grupos sorteados diera significativo y negativo, estaría indicando que los criterios utilizados para construir los grupos de referencia no son consistentes.⁷

III.2 Fuentes de información utilizada

III.2.1 Definición de variables y selección de bienes posicionales

Los trabajos empíricos sobre bienes posicionales se enfrentan a la tarea de seleccionar los bienes que deben ser considerados. Heffetz (Heffetz, 2011; Heffetz, 2012) crea una escala de visibilidad del consumo (Visibility Index, VINDEX), a partir de una encuesta realizada a una muestra representativa de 480 personas en Estados Unidos, donde se les consulta por 32 conjuntos de bienes. Para ello, en la encuesta se les pregunta a las personas: *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 tal bien (lista): ¿qué tan rápido se daría cuenta que esa persona hizo gastos significativos en (lista). ¿Se daría cuenta enseguida, luego de un rato, nunca?* Heffetz indica que se trata de visibilidad socio cultural y no física y plantea también el concepto de cultura visible, entendida como el grupo que tiende a ver las mismas cosas. Esto último permitiría identificar grupos de referencia. Las variables demográficas que tienen poder explicativo sobre visibilidad, varían según grupos de bienes, el sexo presenta una asociación débil y la raza una asociación muy fuerte. La edad solo es significativa en el caso de la ropa.

Además para los países en que la información disponible lo permite, se considera el gasto asociado a fiestas, que por sus características podría ser asimilado al consumo de bienes visibles. Para mantener comparabilidad entre países y con los trabajos previos, no se considera este gasto para generar el agregado en consumo de bienes visibles.

Charles et al (2009) corroboraron esta escala con una encuesta a 119 estudiantes en Estados Unidos, encontrando resultados muy similares. Muchos de los estudios reseñados, así como la

⁷ En caso que el coeficiente fuera significativo, como los grupos son construidos de forma aleatoria en base a una muestra de toda la población, podría interpretarse de que las personas toman como referencia grupos de personas representativos de todos los estratos de la distribución del ingreso.

Gorga, R, Leites, M. y Vigorito, A.

presente investigación no han podido realizar escalas propias de visibilidad, por lo que se basan en la escala de Heffetz (2011).⁸

En todos los casos los ingresos y gastos de los hogares están expresados en términos reales. En el caso del gasto en cuidados personales se computa mensualmente, mientras que la vestimenta, el calzado y los accesorios trimestralmente y el gasto en automóviles semestralmente.

Para definir el grupo de referencia se siguieron los antecedentes sobre el tema, tomando criterios sociodemográficos y regionales.⁹ Sin embargo, dado que solo la encuesta de gasto de Brasil contiene información sobre ascendencia étnico racial, no se pudo incorporar este corte en el armado de los grupos.

Así, los grupos de pares se conformaron en base a la región, la educación y la edad del jefe de hogar. En el caso de la edad, se consideraron tres categorías: menor a 40 años, entre 40 y 55 y mayor a 55. Por su parte, para la educación se consideró el máximo nivel educativo alcanzado por el jefe de hogar. En el caso de la información sobre regiones se tomaron en cuenta las especificidades de cada país y la información disponible. Para Argentina se tomaron seis divisiones geográficas en Brasil cinco, en México nueve y en Uruguay dos (Montevideo e Interior). Los niveles considerados fueron: sin instrucción, primaria completa, preparatoria completa y superior. En general, la literatura estima las medias para cada grupo, y a cada persona que pertenece al mismo le asigna este estadístico como umbral de referencia (véase Charles et al, 2009; Kaus, 2013; Vendrik y Wotjer, 2007; Ferrer-i-Carbonell, 2005, Clark; 2008 y Clark et al, 2008).

En el Cuadro AI 1 del Anexo I se describe cómo se construye el agregado de bienes visibles para cada país y cómo se definieron las variables utilizadas en el trabajo empírico (Cuadro AI 2). En el Cuadro AI 3 se resumen sus principales estadísticos.

III.2.2 Fuentes de datos

El trabajo empírico se realizó en base a microdatos de corte transversal recogidos en las encuestas nacionales de Gastos de los cuatro países. En todos los casos, los períodos de consumo fueron de una semana para alimentos y cuidados personales, tres meses para vestimenta y un año para autos y joyas.

En el caso de Argentina se utilizó la Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares 2012/2013. La muestra incluye 37000 viviendas y es representativa de todo el país Urbano. Las estimaciones de Brasil están basadas en la *Pesquisa de Orçamentos Familiares, 2008-2009* (última encuesta de gasto disponible), la cual consiste en una muestra representativa a nivel nacional, donde fueron entrevistados 59548 hogares. A diferencia de los restantes países considerados en el estudio, las encuestas a hogares en Brasil recogen información sobre ingresos nominales y no líquidos. A efectos de asegurar la comparabilidad entre los agregados considerados, se restaron los aportes a la seguridad social tomados de las declaraciones realizadas en el formulario de gastos.

Los datos de México corresponden a la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares 2006 (ENIGH 2006) relevada formalmente por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) de ese país. El número de hogares registrados asciende a 20875.

Finalmente, para Uruguay se utilizó la Encuesta Nacional de Gastos e Ingresos de Hogares 2005-2006. La misma abarca a 7043 hogares y es representativa a nivel nacional.

⁸ En el marco de la Encuesta Longitudinal del Bienestar en Uruguay, se está recolectando información para identificar una lista de bienes posicionales para el caso uruguayo. Algunos resultados preliminares parecerían corroborar la lista de Heffetz.

⁹ En Clark (2008) y Clark et al (2008) se discute el tratamiento de los grupos de referencia. Algunos trabajos recientes han logrado relevar qué grupo de personas son relevantes para realizar las comparaciones interpersonales, concluyendo que en los países europeos dominan las comparaciones con los compañeros de trabajo y en China rural los habitantes de la misma villa (Knight et al, 2007, Clark y Senik, 2010).

Las encuestas incluyen los ingresos percibidos por cada uno de los integrantes del hogar y los gastos y erogaciones de capital por hogar. Además, recoge información de las características de los hogares y viviendas, así como sociodemográficas y ocupacionales de sus integrantes.

IV. Principales resultados

A continuación, se presentan en primer lugar algunas estadísticas descriptivas para ilustrar los principales rasgos del consumo de los bienes estudiados (IV.1) y luego se comentan los resultados encontrados mediante estimaciones econométricas (IV.2).

IV.1. Principales rasgos del consumo visible en los países analizados

En primer lugar, se indagó la prevalencia del gasto en bienes visibles en los países considerados en el estudio (Cuadro 2). Se constata que el agregado de estos consumos están extendidos al conjunto de la población, debido principalmente a los gastos en cuidados personales y vestimenta, mientras que, como era esperable, joyas y autos presentan frecuencias mucho más bajas.

Cuadro 2. Porcentaje de hogares que realizan un gasto mayor a cero según tipo de bien en los cuatro países. Circa 2009

	Al menos un bien visible	Cuidados personales	Autos	Joyas	Vestimenta	Bienes no visibles	Alimentos
Argentina	0.89	0.68	0.12	0.26	0.74	1.00	0.99
Brasil	0.96	0.90	0.25	0.34	0.87	1.00	0.92
Mexico	0.99	0.98	0.04	0.24	0.85	1.00	0.97
Uruguay	1.00	0.97	0.13	0.43	1.00	1.00	1.00

Fuente: elaboración propia en base a microdatos de encuestas de gasto de los cuatro países circa 2009

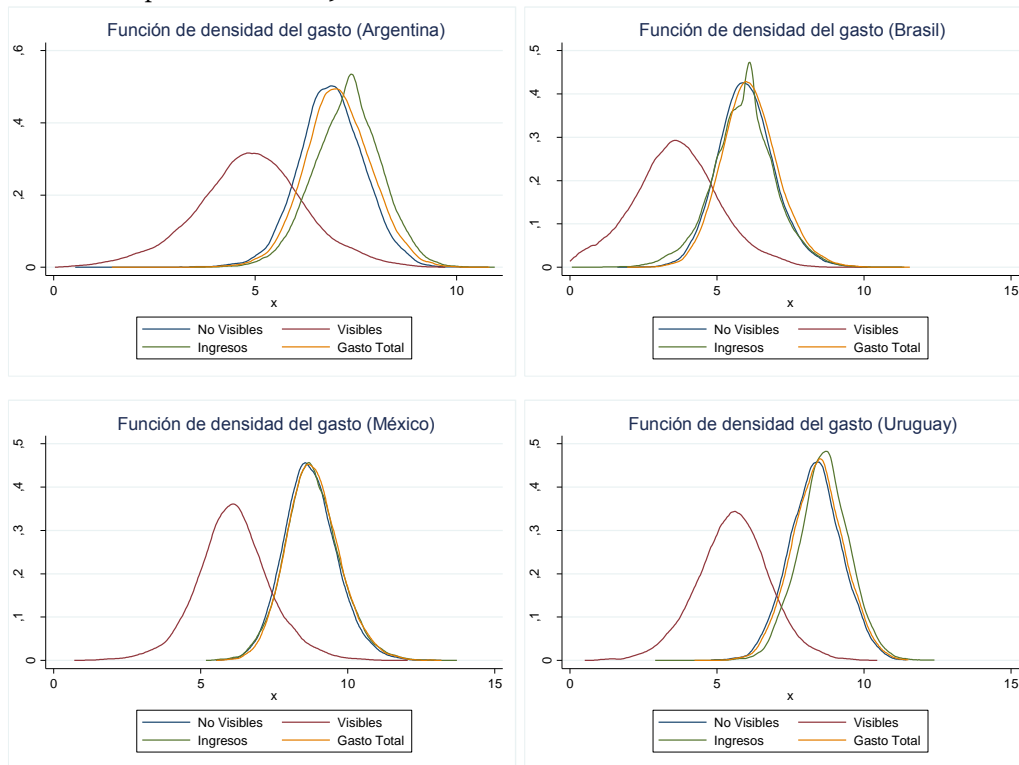
Cuadro 3. Participación del consumo posicional en el gasto per cápita de los hogares según tipo de bien en los cuatro países. Circa 2009

		Total bienes visibles	Cuidados personales	Autos	Joyas	Vestimenta	Bienes no visibles	Alimentos
Argentina	Media	0.13	0.02	0.03	0.00	0.07	0.87	0.31
	Desvío	0.15	0.03	0.12	0.01	0.09	0.15	0.19
	Percentil 10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.70	0.11
	Percentil 90	0.30	0.06	0.04	0.01	0.18	1.00	0.53
Brasil	Media	0.12	0.02	0.04	0.00	0.05	0.89	0.17
	Desvío	0.11	0.03	0.10	0.01	0.05	0.11	0.14
	Percentil 10	0.02	0.00	0.00	0.00	0.00	0.74	0.03
	Percentil 90	0.26	0.06	0.13	0.01	0.11	0.99	0.36
México	Media	0.08	0.03	0.01	0.00	0.04	0.92	0.21
	Desvío	0.07	0.02	0.05	0.01	0.04	0.07	0.14
	Percentil 10	0.01	0.01	0.00	0.00	0.00	0.84	0.05
	Percentil 90	0.16	0.06	0.00	0.00	0.10	0.99	0.39
Uruguay	Media	0.08	0.03	0.01	0.00	0.04	0.92	0.26
	Desvío	0.07	0.02	0.05	0.01	0.04	0.07	0.30
	Percentil 10	0.01	0.01	0.00	0.00	0.00	0.84	0.10
	Percentil 90	0.16	0.06	0.00	0.00	0.10	0.99	0.46

Fuente: elaboración propia en base a microdatos de encuestas de gasto de los cuatro países circa 2009

En términos de las distribuciones del consumo de bienes visibles y no visibles, se encuentran algunas tendencias comunes en los cuatro países (Panel 1). En primer lugar, se observa que el gasto en bienes visibles presenta un nivel inferior al gasto en bienes no visibles, concentrada su distribución a la izquierda del resto de las distribuciones. En segundo lugar, el gasto en bienes visibles es más disperso que el correspondiente al resto de los bienes. Los bienes no visibles presentan una distribución similar a la del gasto total y también a la del ingreso, lo que de forma indirecta expresa su importancia en la canasta de gastos de los hogares. Esto no sucede para el caso de los bienes visibles que presenta la distribución más desigual de las presentadas en el Panel 1. Como se observará más adelante, en este tipo de consumo intervienen otras características de los hogares más allá de su nivel de ingresos.

Panel 1. Funciones de densidad kernel del logaritmo del gasto per cápita de los hogares según tipo de bien en los cuatro países. Circa 2009

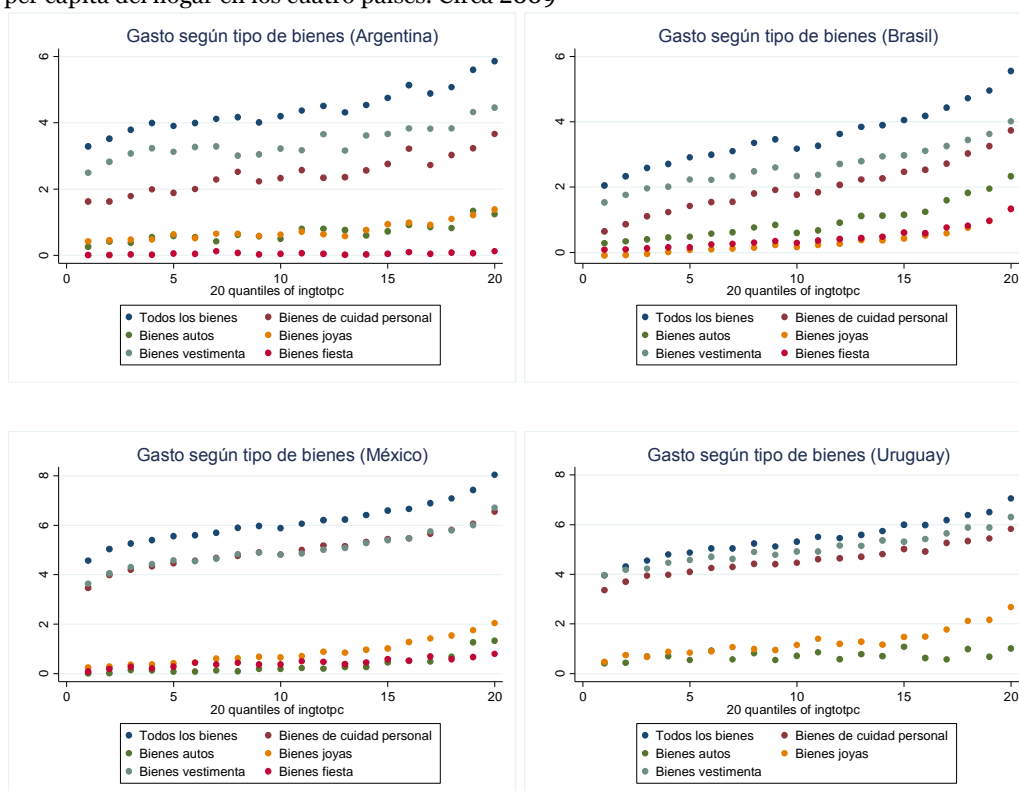


Fuente: elaboración propia en base a microdatos de encuestas de gasto de los cuatro países circa 2009

Al igual que en el caso de los antecedentes relevados, el gasto en bienes visibles de los hogares se asocia al nivel educativo y la edad del jefe (Panel 2). Allí se puede observar que, en los cuatro países, el gasto en bienes visibles y no visibles es creciente con estas variables. A su vez, el panel muestra como la diferencia entre el gasto en bienes no visibles y visibles es mayor a medida que aumenta la edad del jefe de hogar.

En trabajos previos se ha encontrado que la relación entre el nivel de consumo de bienes visibles y el ingreso es positiva, con una elasticidad ingreso mayor a la unidad, lo que ha llevado a definir a este grupo de bienes como de lujo. En el Panel 3, se puede observar la asociación positiva entre ingreso y gasto en el total de bienes visibles y para cada tipo de bienes visibles considerado. A su vez, en todos los países considerados, los bienes de cuidado personal y vestimenta son los que representan la mayor parte de los bienes visibles considerados. Los bienes incluidos dentro de la categoría automóviles son aquellos que presentan un mayor crecimiento en los ventiles de ingreso mayores.

Panel 3. Promedio del logaritmo del gasto per cápita de los hogares según tipo de bien, por ventíl de ingreso per cápita del hogar en los cuatro países. Circa 2009

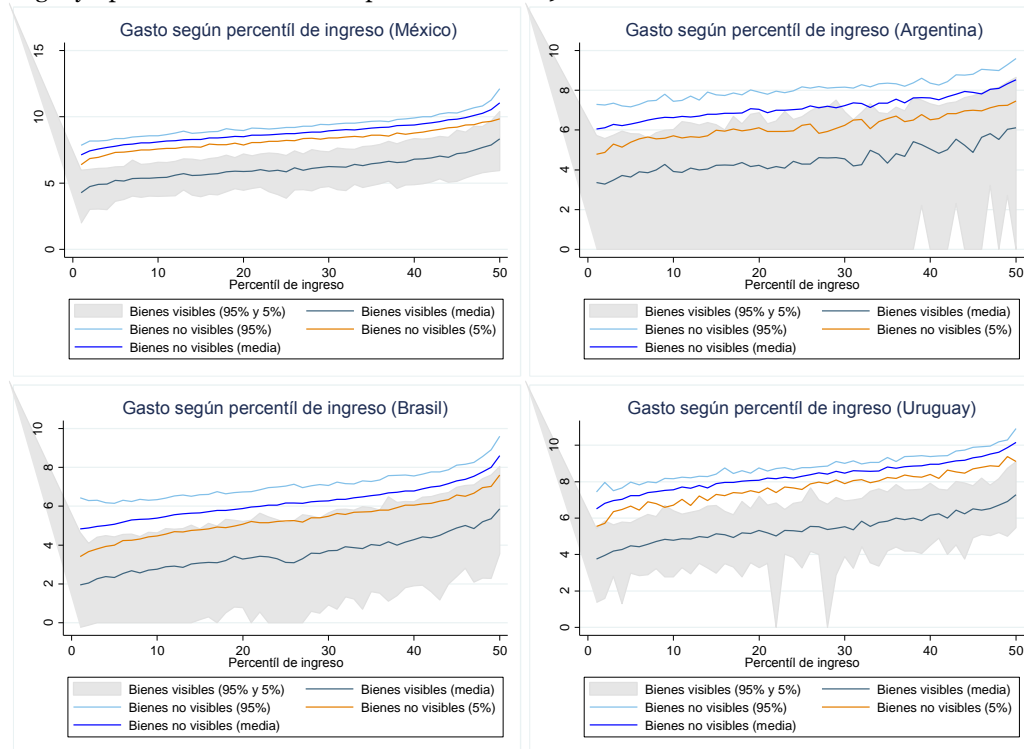


Fuente: elaboración propia en base a microdatos de encuestas de gasto de los cuatro países circa 2009

El panel 4 presenta el nivel del gasto en bienes visibles y no visibles (en logaritmos), y una medida de su dispersión para cada percentil de ingresos. Tanto en Brasil como en Argentina, México y Uruguay, se observa una asociación positiva entre el nivel de ingresos y el nivel de gastos para ambos tipos de bienes. Esta asociación parece más pronunciada en el caso de los bienes visibles, es decir, en términos relativos los hogares de mayores ingresos (ubicados en los percentiles más altos de la distribución del ingreso) presentan un mayor consumo de bienes visibles.

A su vez, se puede observar la mayor variabilidad que existe en el consumo de bienes visibles en comparación con el consumo de bienes no visibles para el mismo nivel de ingreso. Este resultado es particularmente relevante para el caso de Argentina y Brasil, donde para un mismo percentil de ingresos existen hogares cuyo gasto en bienes visibles presenta niveles similares al realizado en bienes no visibles.

Panel 4. Promedio del logaritmo del gasto per cápita de los hogares según percentil de ingreso per cápita del hogar y tipo de bien en los cuatro países. Circa 2009



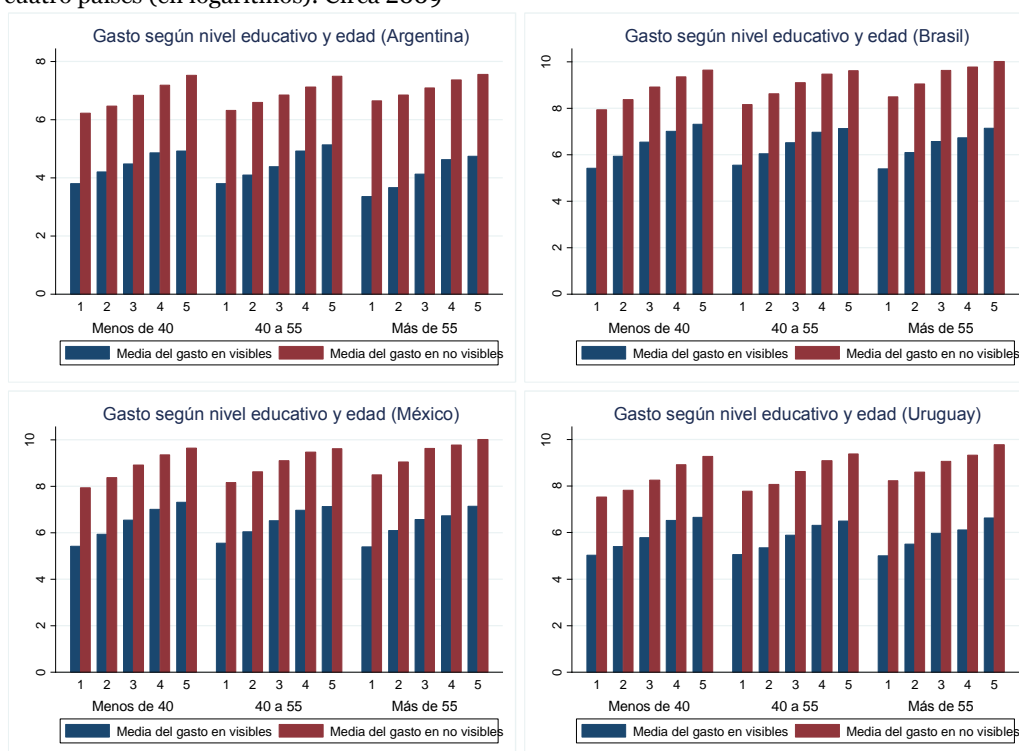
Fuente: elaboración propia en base a microdatos de encuestas de gasto de los cuatro países circa 2009

La mayor variabilidad observada en los gastos en bienes visibles también se encuentra cuando analizamos el consumo para distintos niveles educativos o grupos de edad, para un mismo ventíl de ingresos.¹⁰ Estas variables, edad y nivel educativo, son las utilizadas para la construcción de los grupos de referencia en los trabajos previos. En el Panel 5 se ilustra, para todos los países considerados, la evolución del gasto en bienes visibles y no visibles según los niveles educativos y los grupos de edad. Se observa que para un mismo nivel de ingreso la variabilidad entre los niveles educativos y los grupos de edad del gasto en bienes visibles es mayor que para los bienes no visibles, repitiéndose el patrón ya comentado. Además, se observa una asociación entre el ciclo de vida y el consumo en este tipo de bienes, siendo este mayor entre las edades más jóvenes. Otro hecho relevante, es que no se encuentran diferencias sistemáticas según los niveles educativos. Estos resultados en cierta medida respaldan el uso de estas variables para conformar los grupos de referencia.

¹⁰ Como en este caso se trabaja con hogares agrupados por estas características, para mantener estadísticos representativos, la distribución es presentada según ventiles de ingresos.

Gorga, R, Leites, M. y Vigorito, A.

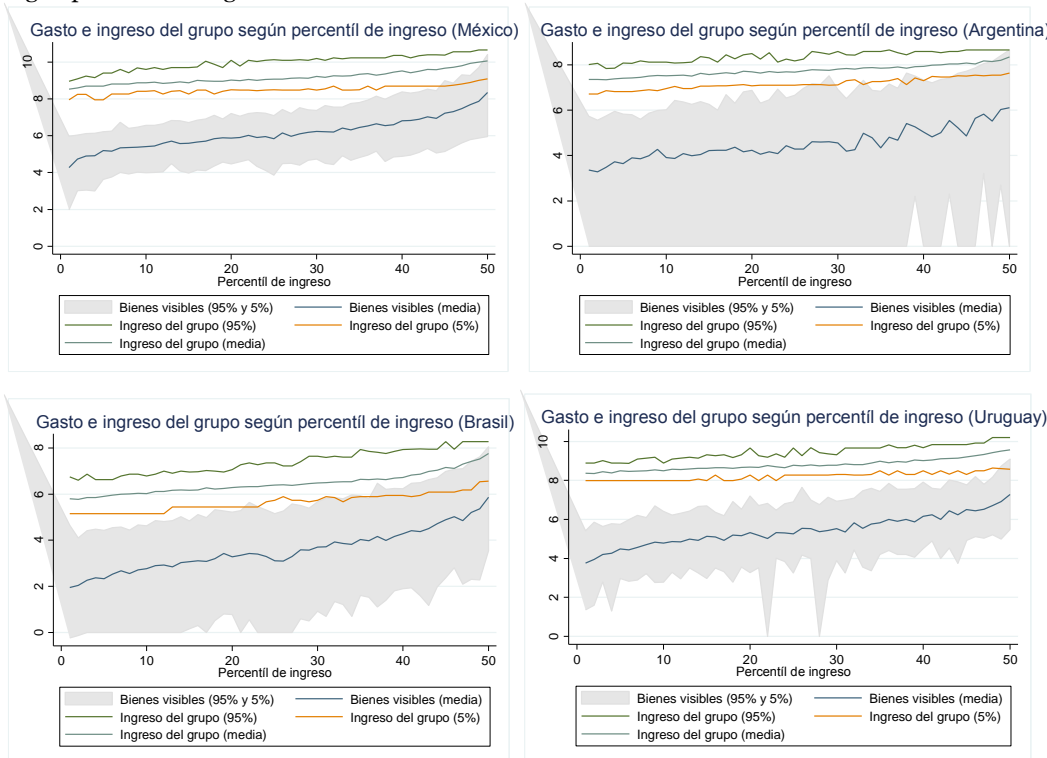
Panel 5. Gasto per capita promedio por tipo de bien según nivel educativo y edad del jefe de hogar en los cuatro países (en logaritmos). Circa 2009



Fuente: elaboración propia en base a microdatos de encuestas de gasto de los cuatro países circa 2009

Entre otros aspectos, esta mayor variabilidad podría vincularse a que los individuos de un mismo ingreso que presentan distintos niveles de consumo visible pertenezcan a distintos grupos de referencia (conformados a partir de las ya mencionadas nivel educativo y la edad del jefe de hogar y la región del hogar). En el panel 6 se incorpora el promedio del ingreso de los grupos de referencia de los individuos de ese percentil y una medida de su dispersión. Así, puede observarse que para un mismo percentil de ingreso, los individuos pertenecen a distintos grupos de referencia, con distinto nivel de ingreso medio.

Panel 6. Promedio del gasto e ingreso per cápita de los hogares y de sus grupo de referencia por tipo de bien según percentil de ingreso.



Fuente: elaboración propia en base a microdatos de encuestas de gasto de los cuatro países circa 2009

IV.2. Estimaciones econométricas

Como se indicó en la metodología, el análisis econométrico consistió en la estimación de curvas de Engel con el logaritmo del consumo de bienes posicionales, total y por subgrupos de bienes, para los cuatro países por separado, como variable dependiente. Se incluyeron como regresores el gasto per cápita del hogar (como proxy del ingreso permanente), un conjunto de variables demográficas; variables binarias que reflejan el nivel educativo del jefe de hogar (sin instrucción; primaria completa; preparatoria completa; y terciaria); área geográfica (rural-urbano) y varios indicadores que se detallan más adelante, a efectos de captar diversas particularidades del potencial efecto de grupos. Dentro de las variables demográficas se incluyeron el tamaño del hogar (en logaritmo), variables binarias que reflejaron la presencia de menores de 18 años en el hogar y la de mayores de 65 años, el sexo del jefe de hogar y una parábola en la edad del jefe

En lo que sigue, se presenta en primer lugar el análisis de las variables demográficas y socioeconómicas que refieren al hogar (IV.2.1) y luego se analizan las distintas especificaciones utilizadas para captar el rol del grupo de referencia (IV.2.2). En el cuerpo del texto se presentan estimaciones en base a variables instrumentales.¹¹ En los Cuadros AI 4 y AI 5 del Anexo I se presentan las pruebas habitualmente utilizadas, encontrando evidencia que rechaza la hipótesis de debilidad de los instrumentos. Además, en el Cuadro AII 1 del Anexo II se pueden consultar las estimaciones por mínimos cuadrados ordinarios. Para finalizar la sección, se incluye un análisis de robustez de los resultados obtenidos (IV.2.3).

¹¹ Para analizar la calidad de los instrumentos utilizados se sigue a Cameron y Trivedi (2005), quienes señalan que valores del F estadístico inferiores a 10 indicaría la debilidad del instrumento y la presencia de potenciales problemas de sesgo. Gorga, R, Leites, M. y Vigorito, A.

IV.2.1 Los determinantes individuales del consumo posicional

Con respecto a los determinantes del consumo posicional relacionados con las características demográficas y socioeconómicas del hogar, en todos los países se encontró una fuerte relación positiva y significativa con el gasto per cápita del hogar, con coeficientes de magnitudes muy similares. Esto indica que el consumo de estos bienes se asocia a los mayores niveles de disponibilidad de recursos (Cuadro 4). Se realizaron estimaciones incluyendo el ingreso per cápita en lugar del gasto, obteniéndose resultados muy similares.¹²

A la vez, dado que en todos los casos los resultados muestran una elasticidad gasto/ingreso superior a la unidad, estos bienes podrían clasificarse como bienes superiores o suntuarios.

El tamaño del hogar se asoció en todos los casos a mayores niveles de consumo posicional y fue siempre significativo, con notorias diferencias en las magnitudes de los coeficientes (Cuadros 4 y A II 2 - 5 del Anexo II). La presencia de menores de 18 en el hogar presentó siempre signo positivo y fue significativa, aunque más débil en el caso de Brasil. A priori, la presencia de menores de 18 en el hogar presentaría un signo ambiguo, pues por un lado los antecedentes indican que los más jóvenes realizan más gastos en consumo visible, pero en América Latina, estos hogares son los más pobres.

En el caso de los adultos mayores podría suponerse que, por la etapa de ciclo de vida del hogar y la cobertura de seguridad social en Argentina y Uruguay, se trataría de hogares con mayores ingresos relativos. Sin embargo, la asociación entre estos y las actitudes frente al consumo de bienes visibles no es predecible a priori. En línea con los hallazgos de los trabajos antecedentes, donde se observa que el consumo posicional es mayor en las etapas tempranas y medias del ciclo de vida, la presencia de adultos mayores mostró en todos los países signo negativo. Los efectos fueron de mayor magnitud absoluta en México.

La jefatura femenina se asoció a un menor consumo posicional en todos los países. Estas conformaciones de hogar agrupan tanto madres a cargo de niños pequeños, como hogares unipersonales de adultas mayores, dado la mayor esperanza de vida de las mujeres. Los efectos fueron pequeños en todos casos.

La parábola en la edad del jefe mostró signo negativo y significativo para el término lineal y no fue significativa para el término cuadrático, indicando en este caso una relación inequívoca entre consumo posicional y etapa del ciclo de vida.

En relación a los efectos de las variables que reflejan el nivel de educación del jefe de hogar, en Argentina, Brasil y Uruguay, las mismas son significativas en casi todos los niveles y presentan signo negativo con valor absoluto creciente, en los niveles educativos altos. Esto indica que el mayor consumo posicional se ubicaría entre los hogares con jefes menos educados. Sin embargo, en el caso de México, los coeficientes son positivos no fueron significativos en ningún caso. Esto podría indicar que en dicho país no hay un efecto de la educación independiente del acceso a recursos.

Desafortunadamente, solo se contó con preguntas que reflejaran la ascendencia étnico racial para el caso de Brasil. Los resultados dan cuenta de diferencias estadísticamente significativas en el caso de la autoidentificación como afrodescendiente, mestizo, asiático o indígena (Cuadro 4 y Cuadro A II3 del Anexo II). En el primer caso, que constituiría, a la vez, el grupo más numeroso, los resultados indican un mayor gasto en bienes posicionales en relación al grupo omitido, mientras que en los últimos el efecto es negativo y presenta magnitudes muy similares en ambos casos, y podría obedecer a condiciones de vida y patrones culturales diferenciales. grupo de referencia

El estrato muestral, que refleja áreas urbanas y rurales, se mostró siempre significativo, asociando consumos posicionales a áreas urbanas, tal como se esperaría desde un punto de vista teórico.

¹² Las salidas no se incluyen por razones de espacio, pero pueden solicitarse a los autores.

Cuadro 4. Curvas de Engel de consumo de bienes posicionales. Coeficientes estimados (Ecuación 2) para los cuatro países. Método de variables instrumentales- IV.A (*)

	Argentina	Brasil	México	Uruguay
Gasto per capita del hogar real (en logs) β	1.58861 (0.082)***	1.25046 (0.038)***	1.12158 (0.056)***	1.13616 (0.034)***
Tamaño del hogar (en log)	-0.00010 (0.000)	-0.00013 (0.000)***	-0.00000 (0.000)	-0.00004 (0.000)***
Menores 18 (0 No; 1 Sí)	0.63259 (0.072)***	0.68031 (0.027)***	0.34850 (0.045)***	0.24976 (0.041)***
Mayores 65 (0 No; 1 Sí)	0.25973 (0.075)***	-0.09149 (0.024)***	0.16208 (0.029)***	0.09731 (0.042)**
Sexo del jefe de hogar (0 Hombre; 1 Mujer)	-0.15816 (0.088)	-0.09839 (0.032)***	-0.11786 (0.041)***	-0.17052 (0.073)
Edad jefe de hogar	-0.15816 (0.050)***	-0.06796 (0.018)***	-0.03140 (0.023)	0.10586 (0.030)***
Edad2 jefe	-0.00866 (0.010)	-0.01638 (0.004)***	-0.01449 (0.005)***	-0.01529 (0.006)**
6 años	-0.00000 (0.000)	0.00001 (0.000)	0.00004 (0.000)	-0.00003 (0.000)
7 a 9 años	0.00584 (0.074)	0.05203 (0.026)**	0.00511 (0.030)	0.03078 (0.045)
10 a 12 años	-0.02505 (0.100)	0.08096 (0.037)**	0.03948 (0.054)	0.09198 (0.058)
13 o más	-0.05003 (0.145)	0.07601 (0.077)	0.08047 (0.084)	0.20833 (0.087)**
Estrato muestral	-0.08419 (0.217)	0.08741 (0.104)	0.15311 (0.101)	0.26014 (0.134)*
Asc Racial 2 (Afro)		0.05068 (0.021)**	0.06046 (0.031)**	
Asc. Racial 3 (amarillo)		-0.03632 (0.028)		
Asc. Racial 4 (mestizo)		-0.23629 (0.112)**		
Asc. Racial5 (indígena)		0.01515 (0.019)		
Asc. Racial (ignorado)		-0.27035 (0.097)***		
Región 1		0.16183 (0.094)*		
Región 2	-0.08834 (0.062)	0.06910 (0.020)***	0.03561 (0.031)	
Región 3	-0.16062 (0.071)**	-0.14639 (0.025)***	-0.13374 (0.032)***	
Región 4	-0.28096 (0.078)***	-0.07808 (0.029)***	-0.08216 (0.031)***	
Región	0.21995 (0.066)***	-0.12872 (0.025)***	-0.27849 (0.034)***	
Constante	-0.04535 (0.084)		-0.19445 (0.048)***	
Observaciones	-6.90140 (0.637)***	-4.05572 (0.227)***	-3.64256 (0.495)***	-3.13980 (0.297)***
R2				

Errores estándar robustos entre paréntesis: *** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$

(*) Como ya se señaló, el gasto total per cápita corriente fue instrumentado mediante el ingreso del hogar per cápita corriente.

Fuente: elaboración propia en base a microdatos de encuestas de gasto de los cuatro países circa 2009

El análisis por tipo de bien da cuenta de algunas diferencias entre países (Cuadros A II 6 y AII 7 en el Anexo II). La magnitud del coeficiente del gasto per cápita del hogar presenta variaciones entre grupos de bienes y los ordenamientos resultan diferentes entre países. En el caso de Argentina, el ordenamiento es cuidados, joyas, automóviles y, con un valor mucho menor, vestimenta. Solo cuidados arroja un coeficiente superior a 1. En Brasil, autos, cuidados, vestimenta y joyas. En México, vestimenta, autos, cuidados y joyas. Mientras tanto, en el caso de Uruguay, el mayor coeficiente viene dado por los automóviles, seguidos de la vestimenta en general, los cuidados y por último las joyas, con un coeficiente sorprendentemente bajo en relación a lo que se esperaría para un tipo de bien que, a priori, podría ser definido como suntuario. Tal vez esto se deba a la baja frecuencia de hogares que reportan gastos de esta naturaleza.

Al desagregar la vestimenta, se observa que la de hombres y mujeres presenta un coeficiente superior a 1, mientras que la de niños podría considerarse un bien inferior.¹³

En el caso de los cuidados personales, el signo del coeficiente que refleja la presencia de menores de 18 se vuelve negativo, la edad del jefe pierde significación, pero presenta signo positivo y el estrato también pierde significación. Los coeficientes del gasto per cápita del hogar se reducen a la tercera parte en el caso de los automóviles. Al mismo tiempo, la presencia de niños y adultos mayores pierde significación, y la presencia de jefe de hogar masculino arroja un signo positivo y significativo. El estrato recupera significación, asociando una mayor compra de vehículos a áreas urbanas y las variables que resultan significativas son el número de integrantes del hogar y el nivel educativo alto. En relación a la vestimenta, el coeficiente del gasto es elevado y mayor que en el caso general y todas las variables son significativas y con signos similares a la especificación general.

IV.2.2 Los efectos del grupo de referencia

En esta sección se presentan los principales hallazgos en relación al efecto de los grupos de referencia para los cuatro países. Las estimaciones se realizaron por el método de variables instrumentales. Se presentan los resultados que surgen de las ecuaciones presentada en la sección anterior, es decir, instrumentando exclusivamente el gasto total per cápita del hogar con el ingreso corriente per cápita (VI.A). A ellos se agrega una segunda estimación, donde se instrumentó, además, el ingreso del grupo de referencia, utilizando como instrumento el ingreso de un grupo de referencia de otros individuos ubicados en otra región con características similares (VI.B).

En primer lugar se discuten los resultados para el agregado de los bienes visibles, evaluando cuál es la incidencia del nivel de ingreso del grupo, la desigualdad dentro del grupo, la situación relativa de cada individuo en dichos grupos y las diferencias de ingresos entre grupos. Luego, se presentan los resultados para los distintos rubros de bienes visibles.

Los resultados indican que la consideración del efecto del grupo de pares, en las diferentes aproximaciones, no afectan la magnitud y significación de los parámetros comentados en el apartado anterior. Esto se confirma en particular para las estimaciones de la elasticidad del gasto, encontrándose magnitudes consistentes con la hipótesis de que los bienes visibles son suntuarios (Ver Anexo II, Cuadros AII 2- AII 11).

Nivel de ingreso del grupo

Una primera especificación exploró la asociación entre el nivel de consumo de bienes posicionales y el ingreso medio del grupo, contrastando la significación y signo de $\hat{\alpha}$ (Ecuación 2). Ambas estimaciones (VIA y VIB) confirman que el parámetro asociado al ingreso del grupo de referencia es estadísticamente significativo y negativo ($\hat{\alpha} < 0$) para el caso de Brasil y Uruguay, mientras

¹³ Los resultados de las estimaciones desagregando el gasto de vestimenta según sexo no se presentan en el documento por razones de espacio. Se puede acceder a los mismos, previa solicitud a los autores.

que para Argentina, solo lo verifica la estimación IVB. Si bien el signo es también negativo para México, se rechaza que sea estadísticamente distinto de cero. El parámetro estimado presenta una magnitud comparable para Argentina, Brasil y México, y es casi tres veces superior al de Uruguay. Estos resultados son consistentes con la hipótesis de consumo conspicuo, que dominaría sobre otros potenciales efectos del grupo de referencia, como el "efecto túnel" de Hirschman. De acuerdo a esta interpretación, el ingreso del grupo de referencia reflejaría las expectativas de mayores ingresos futuros, por lo que sería de esperar que su incidencia sobre el consumo de bienes visibles fuera positiva. Si este último efecto fuese significativo, la magnitud del parámetro estimado debería interpretarse como un escenario de mínima, es decir, el efecto consumo conspicuo podría ser de mayor magnitud.

La asociación entre el signo negativo de $\hat{\alpha}$ y la hipótesis de consumo conspicuo puede interpretarse como que la incorporación al grupo de referencia de personas con menores ingresos, generaría mayores estímulos para señalar el estatus individual aumentando el gasto de bienes visibles, el cual se asocia al consumo de los estratos de mayores ingresos. Sin embargo, la media del grupo de referencia podría presentar algunas limitaciones para capturar este efecto, en tanto no refleja la desigualdad ni la posición de las distintas personas dentro del grupo ni brinda información de la situación del grupo en relación al resto. Por ello, en una primera aproximación a la heterogeneidad dentro del grupo, se sustituyó esta variable por el primer veintil y el decil de ingresos de cada grupo, de forma de aproximar los niveles de ingreso de la cola baja de la distribución intra grupo. Las estimaciones de $\hat{\alpha}_{10}$ y $\hat{\alpha}_5$ arrojan evidencia consistente con los hallazgos previos sobre la hipótesis de consumo conspicuo para los tres países del Cono Sur. En los apartados siguientes, se analiza el efecto de la desigualdad entre y dentro de grupos, en base a varias modelizaciones.

Cuadro 5. Curvas de Engel: coeficientes estimados para los efectos del grupo de referencia (ecuación 2) en el consumo de bienes visibles en los cuatro países. (Estimación por variables instrumentales, VI A y VI B)

Variable dependiente: Bienes visibles		VI A	VI B	VI A	VI B	VI A	VI B
		Argentina					
Log gasto per capita	B	1.58861 (0.082)***	1.59312 (0.083)***	1.58672 (0.082)***	1.58897 (0.082)***	1.58455 (0.082)***	1.58711 (0.082)***
Ingreso medio del grupo	α_{medi} a	-0.00010 (0.000)	-0.00014 (0.000)**				
Ingreso decimo percentil del grupo	α_{10}			-0.00033 (0.000)**	-0.00039 (0.000)**		
Ingreso quinto percentil del grupo	α_5					-0.00040 (0.000)**	-0.00050 (0.000)**
Brasil							
Log gasto per capita	B	1.25046 (0.038)***	1.25202 (0.038)***	1.24605 (0.037)***	1.25000 (0.037)***	1.24615 (0.037)***	1.25029 (0.037)***
Ingreso medio del grupo	α_{medi} a	-0.00013 (0.000)***	-0.00014 (0.000)***				
Ingreso decimo percentil del grupo	α_{10}			-0.00059 (0.000)***	-0.00082 (0.000)***		
Ingreso quinto percentil del grupo	α_5					-0.00078 (0.000)***	-0.00111 (0.000)***
México							
Log gasto per capita	B	1.12158 (0.056)***	1.12267 (0.056)***	1.11737 (0.055)***	1.12223 (0.056)***	1.11766 (0.056)***	1.12245 (0.056)***
Ingreso medio del grupo	α_{medi} a	-0.00000 (0.000)	-0.00001 (0.000)				
Ingreso decimo percentil del grupo	α_{10}			0.00000 (0.000)	-0.00003 (0.000)		
Ingreso quinto percentil del grupo	α_5					-0.00000 (0.000)	-0.00003 (0.000)
Uruguay							
Log gasto per capita	B	1.13616 (0.034)***	1.14397 (0.034)***	1.11673 (0.033)***	1.14420 (0.035)***	1.11937 (0.033)***	1.14307 (0.034)***
Ingreso medio del grupo	α_{medi} a	-0.00004 (0.000)***	-0.00005 (0.000)***				
Ingreso decimo percentil del grupo	α_{10}			-0.00006 (0.000)***	-0.00016 (0.000)***		
Ingreso quinto percentil del grupo	α_5					-0.00009 (0.000)***	-0.00020 (0.000)***

Errores estándar robustos entre paréntesis: *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Fuente: elaboración propia en base a microdatos de encuestas de gasto de los cuatro países circa 2009

Desigualdad entre grupos

En este apartado se evalúa cómo opera la desigualdad de ingresos entre grupos asumiendo alternativamente que las comparaciones son ascendentes o descendentes. En ambos casos se ordenan los grupos de acuerdo a su nivel de ingreso medio y para cada caso se genera la "distancia entre grupos". En el primer caso, se define como la diferencia entre el nivel de ingresos del grupo que ocupa el lugar inmediato superior en el ranking y el ingreso medio del grupo del hogar de referencia. En el segundo caso, la diferencia se define en relación al ingreso del grupo que ocupa el lugar inmediato inferior.

Los países presentan diferentes resultados. En el caso de Uruguay, $\theta_{\text{entre}}^{\text{ascendente}}$ es significativa y negativa cuando refiere a las comparaciones para arriba y $\theta_{\text{entre}}^{\text{descendente}}$ es significativa y positiva si las comparaciones son hacia abajo (Cuadro 6), en ambas estimaciones. En otras palabras, una mayor distancia con respecto a los ingresos de los 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 el caso de México, operarían las comparaciones ascendentes, pero a diferencia de Uruguay, $\theta_{\text{entre}}^{\text{ascendente}}$ es significativo y positivo. Una mayor distancia estimula un mayor consumo de bienes visibles. Para Brasil, $\theta_{\text{entre}}^{\text{ascendente}}$ y $\theta_{\text{entre}}^{\text{descendente}}$ no son estadísticamente significativos. La escasa significación de estos parámetros, aunada a sus bajas magnitudes en todos los casos, excepto el de Argentina, indica que las comparaciones entre grupos no parecerían aportar información adicional a lo observado en relación a la media. Por ello, en los apartados siguientes, se centra la atención en la dinámica dentro de cada grupo.

Desigualdad dentro de los grupos

Para explorar con mayor profundidad la incidencia de la desigualdad dentro del grupo se estima una primer versión de la ecuación 3 donde se incorpora el índice de Gini de los ingresos de cada grupo. Los resultados en relación a la media permanecen inalterados con respecto a lo comentado en el apartado anterior (Cuadro 6).

Sin embargo, el parámetro que refleja la desigualdad dentro del grupo (θ_{intra}) presenta nuevamente valores y significaciones distintas en los cuatro países. El mismo no es significativamente distinto de cero para Uruguay, mientras que para Argentina y Brasil la estimación resulta estadísticamente significativa, pero su incidencia cambia de signo. Para Brasil, una menor desigualdad al interior del grupo estimula un mayor consumo de bienes visibles, mientras que para Argentina la relación es inversa. La incidencia contraria de la desigualdad podría responder a que la desigualdad dentro de grupos en el segundo caso sea mayor que en el primero, dadas las diferencias marcadas entre estos dos países en cuanto a la distribución del ingreso. Para México se rechaza que $\hat{\alpha}$ y θ_{intra} sean significativamente distintos de cero.

Los trabajos previos indican que las reacciones ante los niveles de desigualdad intra grupos podrían ser variables, dependiendo de las distancias con respecto al resto que experimentan las personas. Así, una menor desigualdad podría generar una menor necesidad de diferenciación, al tiempo que distancias más cortas, podrían volver más viables los fenómenos emulativos. Los índices sintéticos de desigualdad no pueden reflejar estas posibilidades en tanto no presentan variabilidad a nivel individual. Esto podría explicar el resultado obtenido para México.

Cuadro 6: Resultados de la Estimación de Ecuaciones 3 y 4, el efecto del grupo de referencia en el consumo de bienes visibles (Estimación por variables instrumentales, VIa y VIb)

Variable dependiente: Bienes visibles		VI A	VI B	VI A	VI B	VI A	VI B	VI A	VI B
Argentina									
Log gasto per capita	β	1.5820 (0.082)***	1.5856 (0.082)***	1.1266 (0.267)***	1.1513 (0.268)***	1.5859 (0.082)***	1.5883 (0.082)***	1.5847 (0.082)***	1.5853 (0.082)***
Ingreso medio del grupo	α_{media}	-0.0001 (0.000)*	-0.0001 (0.000)**	-0.0001 (0.000)	-0.0001 (0.000)*	-0.0001 (0.000)**	-0.0002 (0.000)**	-0.0002 (0.000)**	-0.0002 (0.000)**
Gini del grupo	θ_{intra}	1.4899 (0.716)**	1.51314 (0.721)**						
(y-yrgr) si (y-yrgr>0)	$\gamma+$			0.37916 (0.156)**	0.36681 (0.157)**				
(yrgr-y) si (y-yrgr<0)	$\gamma-$			-0.16665 (0.110)	-0.15639 (0.111)				
Distancia entre grupos Comparaciones ascendentes	$\theta_{entre-A}$					0.00019 (0.000)	0.00019 (0.000)		
Distancia entre grupos Comparaciones descendentes	$\theta_{entre-D}$							0.00065 (0.000)**	0.00066 (0.000)**
Brasil									
Log gasto per capita	β	1.25176 (0.038)***	1.25335 (0.038)***	0.44035 (0.207)**	0.47439 (0.200)**	1.25054 (0.038)***	1.25198 (0.038)***	1.25053 (0.038)***	1.25206 (0.038)***
Ingreso medio del grupo	α_{media}	-0.00009 (0.000)*	-0.00011 (0.000)**	-0.00001 (0.000)	-0.00006 (0.000)	-0.00011 (0.000)***	-0.00013 (0.000)***	-0.00013 (0.000)***	-0.00015 (0.000)***
Gini del grupo	θ_{intra}	-0.49759 (0.246)**	-0.4418 (0.250)*						
(y-yrgr) si (y-yrgr>0)	$\gamma+$			0.60538 (0.134)***	0.58263 (0.129)***				
(yrgr-y) si (y-yrgr<0)	$\gamma-$			-0.41308 (0.083)***	-0.39912 (0.080)***				
Distancia entre grupos	$\theta_{entre-A}$					-0.00012 (0.000)	-0.0001 (0.000)		
Distancia entre grupos Comparaciones descendentes	$\theta_{entre-D}$							-1.0E-05 (0.000)	2.0E-05 (0.000)

Cuadro 6: Resultados de la Estimación de Ecuaciones 3 y 4, el efecto del grupo de referencia en el consumo de bienes visibles (Estimación por variables instrumentales, VIa y VIb) (cont.)

Variable dependiente: Bienes visibles		VI A	VI B	VI A	VI B	VI A	VI B	VI A	VI B
México									
Log gasto per capita	β	1.1217 (0.056)***	1.1227 (0.056)***	0.7013 (0.264)***	0.7121 (0.264)***	1.1219 (0.056)***	1.1230 (0.056)***	1.1213 (0.056)***	1.1222 (0.056)***
Ingreso medio del grupo	α^{media}	0.0000 (0.000)	0.0000 (0.000)	0.0000 (0.000)	0.0000 (0.000)	0.0000 (0.000)	0.0000 (0.000)*	0.0000 (0.000)	0.0000 (0.000)
Gini del grupo	θ^{intra}	-0.1074 (0.305)	-0.0580 (0.307)						
(y-yrgr) si (y-yrgr>0)	γ^+			0.3396 (0.184)*	0.3319 (0.184)*				
(yrgr-y) si (y-yrgr<0)	γ^-			-0.3355 (0.167)**	-0.3280 (0.166)**				
Distancia entre grupos Comparaciones ascendentes	$\theta^{entre-A}$					0.00004 (0.000)*	0.00004 (0.000)**		
Distancia entre grupos Comparaciones descendentes	$\theta^{entre-D}$							2E-05 (0.000)	2E-05 (0.000)
Uruguay									
Log gasto per capita	β	1.1337 (0.034)***	1.1405 (0.034)***	1.2067 (0.158)***	1.3196 (0.191)***	1.1368 (0.034)***	1.1442 (0.034)***	1.1314 (0.033)***	1.1327 (0.033)***
Ingreso medio del grupo	α^{media}	0.0000 (0.000)***	-0.0001 (0.000)***	0.0000 (0.000)***	-0.0001 (0.000)***	0.0000 (0.000)***	-0.0001 (0.000)***	-0.0001 (0.000)***	-0.0001 (0.000)***
Gini del grupo	θ^{intra}	0.4223 (0.457)	0.5653 (0.459)						
(y-yrgr) si (y-yrgr>0)	γ^+			-0.0148 (0.127)	-0.1011 (0.150)				
(yrgr-y) si (y-yrgr<0)	γ^-			0.0949 (0.104)	0.1634 (0.127)				
Distancia entre grupos Comparaciones ascendentes	$\theta^{entre-A}$					0.0000 (0.000)*	0.0000 (0.000)*		
Distancia entre grupos Comparaciones descendentes	$\theta^{entre-D}$							0.0001 (0.000)***	0.0001 (0.000)***

Errores estándar robustos entre paréntesis: *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Fuente: elaboración propia en base a microdatos de encuestas de gasto de los cuatro países circa 2009

Situación relativa en el grupo

Para explorar cómo juega la situación relativa dentro del grupo para los distintos individuos, se toman los aportes recientes de los trabajos que en el marco de la economía de la felicidad buscan modelizar la preocupación relativa. Para ello a la especificación de la ecuación (2) se le incorpora la brecha relativa entre el ingreso del hogar de cada persona y el ingreso de su grupo de referencia. Esta variable, refleja, por un lado, una medida de la situación relativa de cada hogar en relación a cierto umbral de referencia (privación o ventaja relativa). Por otro, es una medida alternativa a los índices sintéticos de la dispersión dentro del grupo de referencia: en grupos con mayores niveles de desigualdad estas brechas serán mayores. Se considera una especificación flexible que permite que las valoraciones de la situación relativa sean distintas según el lugar que cada persona ocupa en la distribución dentro del grupo. Para ello, se adapta la propuesta de Ferrer-i-Carbonell (2005) y se incorpora la brecha de ingresos relativos para discriminar entre los individuos que enfrentan una situación de privación de aquellos con un ingreso superior al de su grupo de referencia.

Al igual que en el caso de los índices sintéticos, incorporación de la brecha de ingresos no altera la magnitud y signo de los parámetros de interés, ni de las variables socioeconómica de control (Cuadro AII 7 - AII 11). Para interpretar los efectos parciales del ingreso del hogar y del grupo de referencia se deben considerar los efectos absolutos y relativos. Un incremento del ingreso del hogar o del grupo tienen un efecto directo asociado al coeficiente que mide los cambios absolutos y un efecto indirecto capturado por el coeficiente que mide la incidencia de los cambios en los ingresos relativos.

A diferencia de Argentina y Uruguay, en los casos de Brasil y México la introducción del ingreso relativo altera la magnitud de la elasticidad ingreso de los bienes visibles (Cuadro 6). En los modelos anteriores estas elasticidades eran cercanas a 1.25 y 1.12 respectivamente, y la consideración del ingreso relativo las reduce a 0.48 y 0.71. Sin embargo, en esta especificación el efecto marginal total del ingreso del hogar abarca tanto el coeficiente del ingreso (efecto directo) como el de la brecha de ingresos. A diferencia de Argentina y Uruguay, tanto en Brasil como en México esta variable presenta los coeficientes de mayor magnitud (entre 0.60 y 0.40 para Brasil y 0.33 para México). Como consecuencia, cuando se considera la incidencia total del ingreso del hogar agregando estos dos efectos, para el individuo promedio la elasticidad vuelve a ser mayor que uno.

Un razonamiento similar es aplicable al efecto del ingreso del grupo de referencia. Si bien se confirma $\hat{\alpha}_{media} < 0$, este coeficiente deja de ser significativo para Brasil y es significativo al 10% para Argentina. No obstante, $\hat{\gamma}$ es significativo y captura el efecto indirecto de cambios en el ingreso medio del grupo de referencia, cuyo signo es consistente con la hipótesis de consumo posicional para Argentina y Brasil. La novedad es que en esta especificación, la significación y signo de $\hat{\gamma}$ confirman la hipótesis de consumo conspicuo para México. Si se considera dos individuos idénticos, incluso en su ingreso relativo, pero que pertenecen a dos grupos de referencia distintos, aquel que se ubique en un grupo con menor ingreso medio, presentará un mayor consumo posicional.

El examen del efecto específico del ingreso relativo, permite extraer algunas conclusiones adicionales. Con la excepción de Uruguay donde $\hat{\gamma}^+$ y $\hat{\gamma}^-$ no son significativos (y $\hat{\alpha}_{media}$ es significativo y negativo), se confirma la hipótesis de que la distancia del ingreso de las personas en relación al ingreso de su grupo en términos porcentuales afecta el consumo de bienes visibles.

De esta manera, la incorporación de la sensibilidad a la posición individual, a través de la situación relativa dentro del grupo permitiría apreciar más cabalmente los fenómenos emulativos.

La evidencia encontrada rechaza la hipótesis de asimetría en las comparaciones, es decir, mejoras en el ingreso relativo conducen a un incremento en el consumo posicional, independientemente del lugar de los individuos en relación al ingreso medio. Para el caso de México, las magnitudes

de $\hat{\gamma}^+$ y $\hat{\gamma}^-$ son relativamente altas y similares. En las estimaciones para Brasil, tanto $\hat{\gamma}^+$ como $\hat{\gamma}^-$ son estadísticamente significativos, siendo mayor la magnitud del primer coeficiente (brecha de ingresos positiva) es mayor al coeficiente asociados a situaciones de privación relativa ($|\hat{\gamma}^+| > |\hat{\gamma}^-|$). De hecho para Brasil los estadísticos rechazan la hipótesis nula de $|\hat{\gamma}^+| = |\hat{\gamma}^-|$.¹⁴

En el caso de Argentina sólo $\hat{\gamma}^+$ tiene un efecto significativamente distinto de cero. Es decir, mientras que aquellos individuos con privación relativa no responden a su situación en el grupo de referencia, aquellos con un ingreso superior a la media de su grupo, cuanto mayor sea su ingreso relativo, mayor es su consumo en bienes posicionales. Este resultado podría estar indicando que para este país las comparaciones dentro del grupo son ascendentes y las motivaciones del consumo posicional operan solo para aquellos individuos con un ingreso superior al de su grupo de referencia. La motivación para este consumo podría surgir de la emulación de los más ricos en el grupo y no tanto del deseo de diferenciarse de los más pobres.

En síntesis, tanto para Argentina como para Brasil, es robusta la evidencia sobre la presencia de diferencias en la sensibilidad del consumo a cambios en el ingreso relativo según la posición de los individuos en el grupo de referencia. La sensibilidad sería más alta entre aquellas personas relativamente más ricas, en comparación a los que son relativamente más pobres en su grupo de referencia, siendo Argentina un caso extremo.

La evidencia para ambos países estaría indicando que las personas más pobres dentro de un grupo enfrentan menores estímulos para el consumo posicional, en relación a quienes están en una mejor situación relativa.

Más en general, el análisis de la dirección de las comparaciones, los resultados para México, Brasil y Argentina, indican que el ingreso relativo es relevante y que la sensibilidad del consumo a cambios en el ingreso es mayor entre los hogares con una mayor distancia con respecto a este umbral de referencia.

Desagregaciones según tipo de bien

Los hallazgos presentados en la sección anterior se basan en el agregado de bienes visibles para los cuatro países analizados. En lo que sigue, se analiza el efecto del grupo de referencia para distintos los rubros.

Se presentan las estimaciones de la especificación que surge de la ecuación 2 por el método de variables instrumentales (IV.A y IV.B.), para cuatro categorías de bienes visibles: cuidados personales, joyas y accesorios, automóviles, vestimenta y calzado.

Un primer elemento a destacar es que se encuentran diferencias entre países en cuanto a la magnitud de las elasticidades y el efecto del grupo de referencia. En los cuatro países, el gasto en vestimenta presenta elasticidades cercanas a la unidad, sugiriendo la presencia de consumo suntuario. En el resto de los bienes, la situación depende del país y podría estar explicado por diferencias culturales o de la estructura de sus mercados. Brasil, Argentina, son los países que presentan las mayores elasticidades para el gasto en cuidados personales y accesorios y automóviles, siendo en general cercana o superior a la unidad. Uruguay es el único país que confirma la hipótesis de consumo suntuario para joyas, siendo la elasticidad relativamente baja para el resto de los países. Finalmente, México es el país que presenta menores elasticidades para el gasto en cuidados personales, joyas y accesorios y automóviles (Cuadro 7 y Cuadros AII 12- AII 15 en el Anexo). En el caso de Uruguay, la evidencia es consistente con la hipótesis de consumo conspicuo para las cuatro categorías de bienes visibles, mientras que para Brasil lo es en joyas y accesorios, automóviles y vestimenta. En estos casos se confirma la significación del ingreso

¹⁴ Se utilizó una prueba Chi cuadrado, rechazándose la hipótesis nula con un P valor de 0,0021 en el caso de la estimación IVA y 0,0027 en la IVB.

Gorga, R, Leites, M. y Vigorito, A.

medio del grupo de referencia, siendo $\hat{\alpha} < 0$. Estos resultados son consistentes para Argentina sólo con respecto al consumo de automoviles. Como era de esperar, para el caso de México si bien la estimación puntual de $\hat{\alpha}$ es negativa, no se rechaza la prueba de que sea significativamente distinto de cero.

Finalmente, como evidencia complementaria, para los cuatro países se realizan las mismas estimaciones para el gasto en fiestas. Si bien este rubro no ha sido utilizado en los trabajos previos y no está presente en la lista de Heffetz, presenta algunas características que permiten asimilarlo como un gasto visible. Para Argentina y Brasil se confirma la hipótesis de consumo conspicuo para el gasto en Fiestas. En ambos países $\hat{\alpha}$ es significativo, negativo y con una magnitud similar al del resto de los bienes visibles en los que se cumple esta hipótesis. A diferencia del resto de los bienes visibles, la sensibilidad de este consumo al ingreso es muy baja (Cuadro AII 16 del Anexo II).

Cuadro 7: Resultados de la Estimación de las curvas de Engel (Ecuación 2) por tipo de bien visible en los cuatro países. (Estimación por variables instrumentales, VI A).

		Cuidados		Autos		Joyas		Vestimenta	
		VI A	VI B	VI A	VI B	VI A	VI B	VI A	VI B
Argentina									
Log gasto per capita	β	0.96061 (0.104)***	0.96475 (0.104)***	0.99747 (0.129)***	0.99940 (0.129)***	0.48930 (0.097)***	0.48860 (0.097)***	1.36492 (0.120)***	1.36719 (0.120)***
Ingreso medio del grupo	α_{media}	-0.00002 (0.000)	-0.00005 (0.000)	-0.00016 (0.000)*	-0.00017 (0.000)*	0.00002 (0.000)	0.00002 (0.000)	-0.00004 (0.000)	-0.00006 (0.000)
Brasil									
Log gasto per capita	β	0.94113 (0.048)***	0.94124 (0.048)***	1.01535 (0.077)***	1.01754 (0.077)***	0.60985 (0.054)***	0.61042 (0.054)***	0.92674 (0.041)***	0.92867 (0.041)***
Ingreso medio del grupo	α_{media}	-0.00005 (0.000)	-0.00005 (0.000)	-0.00017 (0.000)**	-0.00019 (0.000)**	-0.00012 (0.000)***	-0.00012 (0.000)***	-0.00019 (0.000)***	-0.00021 (0.000)***
México									
Log gasto per capita	β	0.80519 (0.041)***	0.80529 (0.041)***	0.79145 (0.099)***	0.79197 (0.099)***	0.66471 (0.081)***	0.66673 (0.081)***	1.13591 (0.099)***	1.13739 (0.099)***
Ingreso medio del grupo	α_{media}	0.00000 (0.000)	0.00000 (0.000)	-0.00000 (0.000)	-0.00001 (0.000)	-0.00001 (0.000)	-0.00001 (0.000)	-0.00001 (0.000)	-0.00001 (0.000)
Uruguay									
Log gasto per capita	β	0.85178 (0.044)***	0.85574 (0.044)***	0.51781 (0.078)***	0.52997 (0.080)***	1.00404 (0.084)***	1.00984 (0.085)***	0.92628 (0.040)***	0.93268 (0.040)***
Ingreso medio del grupo	α_{media}	-0.00003 (0.000)***	-0.00003 (0.000)***	-0.00011 (0.000)***	-0.00012 (0.000)***	-0.00003 (0.000)**	-0.00004 (0.000)***	-0.00002 (0.000)***	-0.00003 (0.000)***

Errores estándar robustos entre paréntesis: *** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$

Fuente: elaboración propia en base a microdatos de encuestas de gasto de los cuatro países circa 2009

IV.2.3 Pruebas de robustez

En el cuadro 8 se presentan las estimaciones de la ecuación 2 para el gasto total en alimentos y en bienes no visibles. Estas dos categorías ofrecen un ejercicio de falsación, ya que por sus características se espera que su consumo no sea motivado por la búsqueda de status. Si para estas categorías se confirma que $\hat{\alpha}$ es significativo y negativo, estaría contradiciendo la interpretación de que la motivación del consumo de bienes visibles está asociada a la búsqueda de estatus y los resultados podrían deberse a problemas en la estimación que están presentes en los otros bienes. Para los alimentos y los bienes no visibles, se espera que el coeficiente del ingreso de referencia sea positivo o cero (Cuadro 8 y Cuadro AII 17 - AII 18 del Anexo).

Tanto para el consumo en alimentos se rechaza $\hat{\alpha}$ sea significativo en todo los casos. Para el caso de los bienes no visibles, los cuatro países presentan que el coeficiente del ingreso del grupo de referencia es significativo, pero a diferencia de los bienes visibles, el coeficiente es positivo. Esto podría estar reflejando el efecto expectativas de ingreso futuro y el "Tunnel effect".

Cuadro 8: Coeficientes estimados de los efectos del grupo de referencia sobre el gasto alimentos y bienes no visibles en los cuatro países (Estimación por variables instrumentales, VI A y IV B).

		Alimentos		No visible	
		IVA	IVB	IVA	IVB
Argentina					
Log gasto per capita	β	0.49317 (0.040)** *	0.49437 (0.022)***	0.90187 (0.024)***	0.90069 (0.011)***
Ingreso medio del grupo	amedia	0.00002 (0.000)	0.00001 (0.000)	0.00003 (0.000)	0.00003 (0.000)***
Brasil					
Log gasto per capita	β	0.52206 (0.026)***	0.40497 (0.044)***	0.95246 (0.003)***	0.97008 (0.004)***
Ingreso medio del grupo	amedia	0.00008 (0.000)*	0.00008 (0.000)	0.00001 (0.000)**	0.00001 (0.000)*
México					
Log gasto per capita	β	0.52206 (0.026)***	0.40497 (0.044)***	0.95246 (0.003)***	0.97008 (0.004)***
Ingreso medio del grupo	amedia	0.00008 (0.000)*	0.00008 (0.000)	0.00001 (0.000)**	0.00001 (0.000)*
Uruguay					
Log gasto per capita	β	0.41543 (0.041)***	0.41836 (0.041)***	0.99925 (0.005)***	0.99813 (0.005)***
Ingreso medio del grupo	amedia	-0.00000 (0.000)	-0.00000 (0.000)	0.00000 (0.000)***	0.00000 (0.000)***

Errores estándar robustos entre paréntesis: *** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$

Fuente: elaboración propia en base a microdatos de encuestas de gasto de los cuatro países circa 2009

Pruebas de robustez sobre la composición del grupo de referencia

Como prueba de robustez se replican las estimaciones utilizando como placebo un grupo de referencia sorteado. Se realiza el ejercicio considerando la especificación base para el gasto agregado en bienes visibles. La prueba es realizada para Brasil, Argentina y Uruguay, que son los países donde se encuentra evidencia consistente con la hipótesis de consumo conspicuo.

Cuando la conformación de los grupos se realiza de forma aleatoria, la incidencia del ingreso medio deja de ser significativa, mientras que los resultados del grupo de referencia utilizado en este trabajo mostraba una incidencia significativa y negativa (ver línea horizontal en Gráfica 1 en Panel AIII). Estos resultados validan los criterios utilizados para conformar los grupos de referencia, y contrastar la hipótesis sobre el consumo de bienes visibles motivado por la búsqueda de estatus. Hay que tener en cuenta que si bien estos resultados contribuyen evidencia que respalda los criterios utilizados para definir el grupo de referencia, no descartarían la posibilidad de que las personas tengan otros grupos con los cuales comparan sus consumos ni de que tales efectos sean producto de correlaciones y no efectos causales.

Se realiza el mismo ejercicio, considerando la hipótesis de asimetrías en las evaluaciones con respecto al ingreso medio del grupo de referencia. En este caso, se toma como referencia el ingreso medio que surge del grupo sorteado y en base al ingreso real de cada persona se construye una brecha relativa de ingresos. Nuevamente los resultados validan los criterios asumidos para definir el grupo de referencia. Los coeficientes estimados que surgen de los grupos simulados en ningún caso tienen una incidencia significativa (Panel AIII 1, en el Anexo III), mientras que las estimaciones que surgían del grupo de referencia real, confirmaban su significación y la relevancia de la posición relativa (Cuadro AIII 2).

V. Comentarios finales

En este trabajo se contrastó la hipótesis de la existencia de externalidades en el consumo visible, en base a información de encuestas de gasto de Argentina, Brasil, México y Uruguay, cercanas a 2009. Para ello, se utilizó la lista de bienes visibles propuesta por Heffetz (2011), donde se identifican la vestimenta exterior, automóviles, cuidados personales y joyas y se seleccionaron los gastos en estos bienes

El trabajo realiza tres aportes principales en relación a los antecedentes que utilizan fuentes de información similares para los casos de Estados Unidos y Sudáfrica (Charles et al. 2009; Kaus y Chai, 2013; Kaus, 2012). El primero de ellos, consiste en extender el análisis a cuatro países latinoamericanos con configuraciones diferenciales en términos de ascendencia étnico racial, desigualdad de ingresos y crecimiento económico. El segundo, radica en ahondar en distintas modelizaciones de los posibles efectos del grupo de referencia, basados en los aportes de Ferrer-i-Carbonell (2005) y otros autores vinculados a la economía de la felicidad. El tercero, radica en controlar los posibles problemas de endogeneidad asociados a estas estimaciones y realizar varias pruebas de robustez.

Las curvas de Engel estimadas para el agregado de visibles de cada país, reflejan magnitudes de la elasticidad ingreso mayores a uno, que los identifican como bienes suntuarios. A nivel de las categorías de bienes visibles, en los cuatro países, el gasto en vestimenta es el que presenta la mayor elasticidad, existiendo diferentes ordenamientos en el resto de los bienes.

Al igual que en la literatura revisada, la edad de las personas y, en particular, la presencia de adultos mayores se asocia con menores niveles de consumo posicional. Sin embargo, la presencia de niños en el hogar registró resultados dispares, presentando un signo positivo en el caso de México y negativo en el de Brasil. El nivel educativo del jefe de hogar, presentó signo negativo en Argentina, Brasil y Uruguay para los más educados, en línea con las teorizaciones que postulan que en este grupo, la posicionalidad no vendría dada necesariamente por el consumo, sino por la señalización realizada a través de las titulaciones obtenidas. Sin embargo, en el caso de México, la educación no mostró un efecto independiente.

Los resultados de las contrastaciones de posicionalidad o externalidades en el consumo fueron sensibles a la especificación y al lugar del individuo en el grupo. La media del grupo presentó un

signo negativo, consistente con las teorizaciones de consumo posicional y con los antecedentes, para Brasil, Argentina y Uruguay reflejando mayor consumo a menor ingreso grupal. En estos tres casos, pruebas de robustez (selección aleatoria de grupo de referencia y estimación de curvas de Engel para gasto en alimentos en el hogar y bienes no visibles) validan los criterios utilizados para la selección de grupos y sugieren que los efectos encontrados, en el caso de los bienes visibles seleccionados, son consistentes con la hipótesis de posicionalidad.

Mientras tanto, en las estimaciones para México, si bien el coeficiente estimado es negativo, su magnitud fue muy baja, en ningún caso es estadísticamente significativo. Este resultado es sorprendente, dado que este país se ubica en un nivel de desigualdad intermedio dentro del grupo considerado. Como señalan Kaus y Chai (2013), la no significación de la media, podría revelar en este caso, que lo relevante en este caso son otros momentos de la distribución del grupo de referencia.

Los resultados asociados a la desigualdad intra grupo dependen fuertemente de la modelización adoptada y no son coincidentes entre países. Los índices sintéticos solo fueron significativos para Brasil y Argentina. En el primer caso, en línea con lo planteado por Charles et al (2009), la mayor desigualdad dentro del grupo se asocia a un mayor consumo posicional. En el segundo caso, en línea con Odervaya y Chandon (2011) y con Chai y Kaus (2013), la mayor desigualdad desestimula el consumo visible.

Mientras tanto, las brechas de ingresos y sus asimetrías en relación al grupo de referencia presentan resultados consistentes para Argentina, Brasil y México. Un mayor ingreso relativo en relación a la media del grupo, conduce a mayores consumos de bienes visibles. Como corolario, un mayor ingreso del grupo de referencia, también afecta por este canal indirecto y de forma positiva el consumo de bienes visibles. Los resultados indicarían que las modelizaciones que consideran la situación relativa de cada hogar y distinguen su posición en relación a la media del grupo, reflejan con mayor consistencia los fenómenos emulativos, que aquellas basadas en indicadores sintéticos o con mayores niveles de agregación, particularmente en los países con mayores niveles de heterogeneidad étnica y de ingresos.

La constatación de la presencia de externalidades en el consumo visible, arroja interrogantes en términos de las políticas a diseñar para mitigar la posible competencia de esos consumos con otros logros valiosos como educación, salud o autonomía. Queda abierta la interrogante para futuras investigaciones acerca de si existe, efectivamente, esta tensión. Otro aspecto que merece mayor atención, tanto por sus implicancias de política, como por la escasa evidencia disponible, es cómo interactúa esta externalidad con la desigualdad de ingresos de los países.

Finalmente, el análisis realizado abre varias interrogantes que requerirían contar con fuentes de información más específicas que las encuestas de gastos, a efectos de poder contar con listas locales de bienes posicionales y visibles, y analizar en profundidad las interacciones dentro y entre grupos futuras, con diseños experimentales o cuasi experimentales.

VI. Referencias bibliográficas

- Arrow, J. K. y Dasgupta, P., (2009). Conspicuous Consumption, Inconspicuous Leisure. *The Economic Journal*, 119, 497–516.
- Alpizar, F., F. Carlsson y O. Johansson-Stenman (2005). How much do we care about absolute versus relative income and consumption. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 56 (3), 405–421.
- Bowles S. y Park Y. (2005) Emulation, Inequality, and Work Hours: Was Thorsten Veblen right?, *The Economic Journal*, 115(507), 397-412.
- CEPAL(2014) Pactos para la igualdad: hacia un futuro sostenible, CEPAL, http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/36692/6/LCG2586SES353s_es.pdf
- Clark, A. (2008). *Happiness, habits and high rank: Comparisons in economic and social life*, PSE Working Paper, Paris School of Economics.
- Clark, A., P. Frijters and M. Shields (2008). Relative income, happiness, and utility: an explanation for the Easterlin paradox and other puzzles, *Journal of Economic Literature*, 46(1): 95–144.
- Clark, A. and C. Senik (2010). Who Compares to Whom? The Anatomy of Income Comparisons in Europe, *The Economic Journal*, 120 (544), 573-94.
- Charles, K. K., Hurst, E., Roussanov, N., (2009). Conspicuous consumption and race, *The Quarterly Journal of Economics*, 124 (2), 425–467.
- Cortina, A. (2002). *Por una ética del consumo* (p. 349). Madrid: Taurus.
- De Melo, G. (2014) *Peer Effects Identified Through Social Networks: Evidence from Uruguayan Schools*. Banco de México, Documentos de Investigación, Banco de México, Working Papers N° 2014-05
- Duesenberry, J.S. (1949). *Income, Savings and the Theory of Consumer Behavior*. Harvard University Press, Cambridge: Mass.
- Frank, R. (1985). The Demand for Unobservable and Other Nonpositional Goods, *American Economic Review*, vol. 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, *The American Economic Review*, 95(2),137-141.
- Frank, R. (2011). *The Darwin Economy: Liberty, Competition, and the Common Good*, Princeton University Press. Princeton y Oxford.
- Ferrer-i-Carbonell, A. (2005). Income and well-being: An empirical analysis of the comparison income effect, *Journal of Public Economics*, 89, 997–1019.
- Heffetz, O. (2011). A Test of Conspicuous Consumption: Visibility and Income Elasticities, *The Review of Economics and Statistics* 93 (4), 1101–1117.
- Heffetz, O. y R. Frank (2011). Preferences for Status: Evidence and Economic Implications”, in J. Benhabib, M. O. Jackson y A. Bisin (eds.), *Handbook of Social Economics*, Vol. 1A, The Netherlands: North-Holland, 69–91.
- Hillesheim, I. and Mechtel, M. (2011), *What makes us want to have more than others? Explaining relative consumption effects of public and private goods*, University of Tübingen working papers in economics and finance, No. 4, <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:bsz:21-opus-55952>
- Hopkins, E. y Kornienko, T. (2010). Which Inequality? The Inequality of Endowments Versus the Inequality of Rewards”, *American Economic Journal: Microeconomics*, 2 (3), pp. 106-37.
- Kaus (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* #1218
- Knight J., L. Song y R. Gunatilaka (2011). Subjective Well-being and its Determinants in Rural China, *China Economic Review*, pp. 635–649.

- Manski R. (1993). Identification of endogenous Social Effects: The Reflection Problem. *The Review of Economic Studies*, Vol. 60, No. 3 pp. 531-542
- Ordabayeva N. and Chandon P. (2011). Getting ahead of the Joneses: When equality increases conspicuous consumption among bottom-tier consumers, *Journal of Consumer Research*, Vol 38.
- 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.
- Spence, Micheal. 1973. "Job Market Signaling". *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 87(3), pp. 355-374
- Thaler, R. H. y Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: improving decisions about health, wealth, and happiness*. Yale University Press.
- 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).
- Vendrik M. y G. Woltjer (2007). Happiness and loss aversión: Is utility concave or convex in relative income?, *Journal of Public Economics*, 91 (7-8), 1423-1448

ANEXO I. Definición de variables y estadísticas descriptivas

Cuadro AI 1 Definición de la canasta de bienes visibles

Categorías	Códigos
Argentina	
Alimentos	Alimentos para consumir en el hogar (11000). Bebidas no alcohólicas para consumir en el hogar (121000)
Cuidados personales	921101 - 922102, 923201 - 923215
Vehículos	Compra de vehículos (611101, 611102, 611104, 611105, 611107) Equipos y otros para la recreación (721101, 721104)
Joyas y accesorios	Otros artículos y accesorios para el vestir (213100, 213200), Joyería y relojes (931101 – 932107)
Vestimenta y calzado	Indumentaria (211000, 212000 excluyendo ropa interior), Accesorios para coser y tejer (213300), Limpieza, reparación, alquiler de prendas y accesorios de vestir (214000), Calzado (220000), Limpieza, reparación y alquiler de calzado (222000)
Fiestas	Fiesta (971104)
Brasil	
Alimentos	Grupos 63 al 82, 84 85.
Cuidados personales	Adquisición de aparatos, máquinas y otros útiles de uso doméstico (15 - 05101, 05103, 05201, 05301) Adquisición de artículos de higiene personal y maquillaje, (30), Servicios de cuidados personales y otros (31 - 01202, 01901 – 02001, 03401 – 03701, 04101, 04301 - 04501, 04701 - 04801).
Vehículos	Adquisición de vehículos (51 – 00101 al 01401, 02001, 02201, 02301)
Joyas y accesorios	Servicios de cuidados personales y otros (3101301 – 3101601) Adquisición y alquiler de bolsas, calzados, cintos y otros accesorios (38 – 05101 al 07201). Adquisición de joyas, aparatos y accesorios de telefonía celular (46 – 00101 al 00801)
Vestimenta y calzado	Adquisición y alquiler de ropas de hombre (34), Adquisición y alquiler de ropas de mujer (35), Adquisición y alquiler de ropas de niño hasta 14 años (36). Excluyendo en todos los grupos la ropa interior. Adquisición y alquiler de bolsas, calzados, cintos y otros accesorios (38 – 00101 al 05001).
Fiestas	Ceremonias familiares, prácticas religiosas, otras fiestas y recepciones (45)
México	
Alimentos	A000-A213, A215 – A222
Cuidados personales	D001-D013, D018-D026.
Vehículos	M007-M012
Joyas y accesorios	H123-H133, H134-H136.
Vestimenta y calzado	C021-C022, H001-H006, H012-H020, H026-H025, H038-H047, H054-H063, H066-H075, H082-H122
Fiestas	N003
Uruguay	
Alimentos	1 – 296, 1020-4022
Cuidados personales	1181-1190, 1195-1208,
Vehículos	751-755, 847-848
Joyas y accesorios	1210-1213, 1215-1216, 1219-1222, 4439
Vestimenta y calzado	381-383, 400-450, 453-479, 4429
Fiestas	912-914, 5021

Cuadro AI 2 Definición de variables

Variable	Descripción		
Tamaño del hogar	En logaritmos.		
Menores 18	1 Si existen menores de 18 años en el hogar, 0 en otro caso		
Mayores 65	1 Si existen mayores de 65 años en el hogar, 0 en otro caso		
Sexo del jefe de hogar	1 Si la jefa de hogar es mujer, 0 si es hombre		
Parábola con la edad del jefe del hogar	Edad del jefe de hogar y su cuadrado		
Nivel educativo	1 Menos de 6 años de educación, 2 Entre 6 y 10 años de educación, 3 Entre 10 y 12 años de educación, 4 Más de 13 años de educación, 5 Nivel terciario terminado		
Estrato muestral	1. Localidades rurales 0. Localidades Urbanas:		
Ascendencia racial	1 Blanca, 2 Afro, 3 Amarilla, 4 Mestizo, 5 Indígena		
Región	Brasil	(1) Norte	Rondônia; Acre; Amazona; Roraima; Pará; Amapá; Tocantins
		(2) Nordeste	Maranhão; Piauí; Ceará; Rio Grande do Norte; Paraíba; Pernambuco; Alagoas; Sergipe; Bahia
		(3) Sudeste	Minas Gerais; Espírito Santo; Rio de Janeiro; São Paulo
		(4) Sur	Paraná; Río Grande do Sul; Santa Catarina
		(5) Centro-oeste	Goiás; Mato Grosso; Mato Grosso del Sur; Distrito Federal
	Argentina:	(1) Gran Buenos Aires, (2) Pampeana, (3) Noroeste, (4) Cuyo y (5) Patagonia.	
		(1) Noroeste	Baja California; Baja California Sur; Chihuahua; Durango; Sinaloa; Sonora
	México	(2) Noreste	Coahuila; Nuevo León; Tamaulipas
		(3) Oeste	Colima; Jalisco; Michoacán; Nayarit Hidalgo; Puebla; Tlaxcala; Veracruz; Centronorte de México; Entidad federativa; Aguascalientes; Guanajuato; Querétaro; San Luis Potosí; Zacatecas
		(4) Este	
		(5) Centrosur	Ciudad de México; México; Morelos
		(6) Sureste	Chiapas; Guerrero; Oaxaca
		(7) Suroeste	Campeche; Quintana Roo; Tabasco; Yucatán

Fuente: elaboración propia en base a microdatos de encuestas de gasto de los cuatro países circa 2009

Cuadro A1 3: Estadísticas descriptivas de las variables utilizadas como control en las regresiones, Argentina, Brasil, México y Uruguay

Variable	Argentina		Brasil		México		Uruguay	
	Media	Desvio	Media	Desvio	Media	Desvio	Media	Desvio
Log gasto per cápita	2292	2217	845	1547	15023	24874	7576	8785
Tamaño del hogar (en log)	7.21	0.85	6.33	1.02	9.18	0.92	8.39	0.90
Menores 18 (0 No; 1 Si)	1.01	0.59	1.06	0.53	0.87	0.63	0.93	0.58
Mayores 65 (0 No; 1 Si)	0.49	0.50	0.54	0.50	0.45	0.50	0.45	0.50
Sexo del jefe de hogar (0 Hombre; 1 Mujer)	0.26	0.44	0.20	0.40	0.24	0.43	0.28	0.45
Edad jefe de hogar	0.65	0.48	0.69	0.46	0.68	0.47	0.38	0.49
Educación: Menos de 6 años	50	17	48	16	49	17	53	17
Educación: 6 años	2752	1760	2524	1617	2679	1830	3060	1847
Educación: entre 7 a 9 años	0.13	0.33	0.47	0.50	0.31	0.46	0.44	0.50
Educación: entre 10 a 12 años	0.34	0.47	0.18	0.38	0.35	0.48	0.22	0.41
Educación: 13 o más años	0.28	0.45	0.21	0.41	0.11	0.31	0.20	0.40
Rural	0.09	0.29	0.05	0.21	0.11	0.32	0.10	0.30
Urbano	0.16	0.37	0.10	0.29	0.11	0.32	0.04	0.20
Asc. Racial 1 (Blanca)			0.84	0.36	0.66	0.47		
Asc. Racial 2 (Afro)			0.16	0.36	0.34	0.47		
Asc. Racial 3 (Amarillo)			0.49	0.50				
Asc. Racial 4 (Pardo)			0.09	0.28				
Asc. Racial 5 (Indígena)			0.01	0.08				
Asc. Racial (Ignorado)			0.41	0.49				
Región 1			0.00	0.07				
Región 2			0.00	0.06				
Región 3	0.38	0.49	0.07	0.25	0.10	0.30	0.42	0.49
Región 4	0.34	0.47	0.26	0.44	0.14	0.35	0.58	0.49
Región 5	0.09	0.29	0.44	0.50	0.21	0.41		
Región 6	0.07	0.26	0.15	0.36	0.22	0.41		

Errores estándar robustos entre paréntesis: *** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$

Fuente: elaboración propia en base a microdatos de encuestas de gasto de los cuatro países circa 2009

Cuadro AI 4: Pruebas de evaluación de debilidad de los instrumentos.

	Argentina			Brasil		
	Ingreso IVA	Ingreso gr IVB		Ingreso IVA	Ingreso gr IVB	
Ingreso medio del grupo	-0.00004 (0.000)			-0.00012 (0.000)**		
Tamaño del hogar (en log)	-0.38332 (0.023)***	-0.38376 (0.023)***	7.53781 (2.691)***	-0.38209 (0.012)***	-0.38184 (0.012)***	0.43183 (0.791)
Menores 18 (0 No; 1 Sm)	-0.02113 (0.026)	-0.02075 (0.026)	3.23168 (2.957)	-0.20000 (0.012)***	-0.20004 (0.012)***	-2.44911 (0.817)***
Mayores 65 (0 No; 1 Sm)	-0.05430 (0.032)*	-0.05417 (0.032)*	2.42762 (4.511)	-0.01155 (0.016)	-0.01143 (0.016)	-3.92518 (1.395)***
Sexo del jefe de hogar (0 Hombre; 1 Mujer)	0.08862 (0.019)***	0.08870 (0.019)***	0.14518 (2.127)	0.12727 (0.010)***	0.12757 (0.010)***	-1.57228 (0.644)**
Edad jefe de hogar	0.00919 (0.003)***	0.00887 (0.003)***	1.71296 (0.340)***	0.03217 (0.002)**	0.03211 (0.002)**	2.01623 (0.137)***
Edad2 jefe	-0.00009 (0.000)***	-0.00008 (0.000)***	-0.01705 (0.004)***	-0.00023 (0.000)**	-0.00023 (0.000)**	-0.00646 (0.001)***
Educación: 6 años	0.16051 (0.029)***	0.15885 (0.029)***	-15.15354 (1.663)***	0.30737 (0.013)***	0.30650 (0.013)***	25.87972 (0.912)***
Educación: entre 7 a 9 años	0.39238 (0.038)***	0.38799 (0.040)***	-33.17544 (3.211)***	0.61812 (0.016)***	0.61680 (0.016)***	53.50286 (1.985)***
Educación: entre 10 a 12 años	0.66032 (0.058)***	0.65028 (0.061)***	-21.36172 (6.660)***	1.11738 (0.036)**	1.11147 (0.036)**	156.56998 (5.388)***
Educación: 13 o más años	0.82666 (0.082)***	0.80744 (0.085)***	54.31706 (8.749)***	1.27600 (0.052)***	1.27534 (0.051)***	191.87793 (7.504)***
Estrato muestral	-0.01442 (0.023)	-0.01310 (0.023)	-10.86062 (2.048)***	-0.26787 (0.010)***	-0.26760 (0.010)***	-0.16626 (0.353)
Asc. Racial 2 (afro)-				-0.23097 (0.015)***	-0.23085 (0.015)***	-1.21938 (0.898)
Asc. Racial 3 (Amarillo)				-0.02618 (0.079)	-0.02488 (0.079)	-1.90337 (7.466)
Asc. Racial 4 (mestizo)				-0.17436 (0.010)***	-0.17444 (0.010)***	0.29859 (0.534)
Asc. Racial5 (indígena)				-0.13637 (0.052)***	-0.13689 (0.052)**	5.07289 (2.259)**
Asc. Racial (ignorado)				0.02687 (0.059)	0.02637 (0.059)	2.49897 (3.758)
Región 1	-0.22319 (0.027)***	-0.21821 (0.028)***	-15.32439 (2.046)***	-0.20297 (0.011)***	-0.20152 (0.011)***	-13.18142 (0.623)***
Región 2	-0.32085 (0.030)***	-0.31603 (0.030)***	-4.78223 (2.039)**	0.18038 (0.014)***	0.18103 (0.014)***	17.66351 (1.171)***
Región 3	-0.16038 (0.029)***	-0.15733 (0.029)***	8.70245 (2.042)***	0.21041 (0.015)***	0.20895 (0.015)***	28.53561 (1.207)***
Región 4	-0.14657 (0.033)***	-0.15121 (0.033)***	14.34000 (7.420)*	0.05726 (0.014)***	0.05465 (0.014)***	36.86217 (1.385)***
Instrumento ingreso permanente	0.00014 (0.000)***	0.00014 (0.000)***	0.00257 (0.001)**	0.00021 (0.000)**	0.00021 (0.000)**	0.00044 (0.001)
Instrumento ingreso grupo		-0.00003 (0.000)	1.01768 (0.003)***		-0.00012 (0.000)**	0.89265 (0.004)***
Constante	6.81006 (0.077)***	6.81358 (0.077)***	-73.55401 (8.610)***	5.43798 (0.043)**	5.43829 (0.043)**	-47.61595 (2.942)***
Observaciones	20,916	20,916	20,916	56,010	56,010	56,010
R2	0.476	0.476	0.995	0.592	0.592	0.997
Fglobal	306.3	307.2	92338	1413	1414	212806
F instrumento A	270.7			100.5		
F instrumento B ingreso		184.7	133359		50.61	26539

Errores estándar robustos entre paréntesis: *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Fuente: elaboración propia en base a microdatos de encuestas de gasto de los cuatro países circa 2009

Cuadro AI 5: Pruebas de evaluación de debilidad de los instrumentos.

	México			Uruguay		
	Ingreso hogar IVA	Ingreso gr IVB		Ingreso hogar IVA	Ingreso gr IVB	
Ingreso medio del grupo	0.00000 (0.000)			-0.00003 (0.000)***		
Tamaño del hogar (en log)	-0.50527 (0.017)***	-0.50528 (0.017)***	9.37700 (12.132)	-0.07846 (0.046)*	-0.29054 (0.030)***	69.18339 (19.499)***
Menores 18 (0 No; 1 Sm)	-0.05690 (0.017)***	-0.05687 (0.017)***	-23.36285 (15.159)	-0.11870 (0.048)**	-0.18665 (0.027)***	-77.36518 (21.607)***
Mayores 65 (0 No; 1 Sm)	-0.02844 (0.023)	-0.02843 (0.023)	-19.04686 (18.858)	-0.05014 (0.082)	-0.00727 (0.038)	18.60323 (36.675)
Sexo del jefe de hogar (0 Hombre; 1 Mujer)	-0.01863 (0.013)	-0.01862 (0.013)	3.84223 (8.870)	-0.00729 (0.033)	-0.10224 (0.019)***	-41.36420 (14.755)***
Edad jefe de hogar	0.02155 (0.002)***	0.02154 (0.002)***	2.73608 (1.719)	0.00620 (0.007)	0.01767 (0.003)***	-0.30312 (2.844)
Edad2 jefe	-0.00015 (0.000)***	-0.00015 (0.000)***	-0.00427 (0.018)	-0.00016 (0.000)**	-0.00011 (0.000)***	0.05012 (0.028)*
Educación: 6 años	0.24560 (0.015)***	0.24542 (0.016)***	34.94370 (13.223)***	0.27778 (0.049)***	0.19894 (0.028)***	-248.91896 (15.525)***
Educación: entre 7 a 9 años	0.51940 (0.026)***	0.51888 (0.027)***	-74.71884 (30.944)**	0.62748 (0.067)***	0.43133 (0.035)***	-16.82785 (35.328)
Educación: entre 10 a 12 años	0.62951 (0.048)***	0.62842 (0.050)***	-144.07729 (68.766)**	0.96182 (0.102)***	0.59666 (0.055)***	131.47378 (60.925)**
Educación: 13 o más años	0.80119 (0.059)***	0.79986 (0.060)***	4.63325 (64.184)	1.05421 (0.163)***	0.61881 (0.090)***	2277.21 (191.213)***
Estrato muestral	-0.30778 (0.014)***	-0.30777 (0.014)***	4.52064 (5.817)			
Región 1	0.00462 (0.017)	0.00454 (0.017)	-22.18942 (8.318)***			
Región 2	0.01471 (0.016)	0.01475 (0.017)	54.79434 (7.949)***			
Región 3	-0.01210 (0.018)	-0.01198 (0.018)	75.44070 (11.268)***			
Región 4	0.05235 (0.017)***	0.05239 (0.017)***	137.54475 (13.479)***			
Región 5	-0.24664 (0.031)***	-0.24646 (0.031)***	-21.40153 (19.284)			
Instrumento ingreso permanente del hogar	0.00002 (0.000)***	0.00002 (0.000)***	0.00048 (0.000)	0.00005 (0.000)***	0.00004 (0.000)***	0.00550 (0.002)**
Instrumento ingreso grupo		0.00000 (0.000)	1.01019 (0.004)***		0.00002 (0.000)***	0.98933 (0.006)***
Constante	8.56471 (0.055)***	8.56466 (0.055)***	-255.07639 (33.630)***	5.41149 (0.173)***	7.54141 (0.092)***	-124.21465 (67.212)*
Observaciones	20,875	20,875	20,875	7,043	7,043	7,043
R2	0.681	0.681	0.997	0.243	0.569	0.983
Fglobal	1043	1043	272597	106.6	499.0	44558
F instrumento A	94.60			44.07		
F instrumento B ingreso		57.93	29870		58.34	12745

Errores estándar robustos entre paréntesis: *** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$

Fuente: elaboración propia en base a microdatos de encuestas de gasto de los cuatro países circa 2009

ANEXO II: Análisis Econométrico

CUADRO AII 1.a: Coeficientes estimados para las curvas de Engel (ecuación 1) para el consumo agregado de bienes visibles por Mínimos Cuadrados Ordinarios, Argentina, Brasil, México y Uruguay

	Argentina	Brasil	México	Uruguay
Gasto per capita del hogar real (en logs) β	1.60529 (0.039)***	1.32823 (0.011)***	1.14620 (0.020)***	0.96741 (0.058)***
Tamaño del hogar (en log)	0.63932 (0.063)***	0.71407 (0.022)***	0.36328 (0.030)***	0.17190 (0.048)***
Menores 18 (0 No; 1 Sí)	0.27254 (0.075)***	-0.06826 (0.022)***	0.16865 (0.028)***	0.07621 (0.041)*
Mayores 65 (0 No; 1 Sí)	-0.09259 (0.087)	-0.11164 (0.032)***	-0.16787 (0.041)***	-0.04179 (0.073)
Sexo del jefe de hogar (0 Hombre; 1 Mujer)	-0.15838 (0.048)***	-0.08275 (0.017)***	-0.03106 (0.023)	0.07552 (0.031)**
Edad jefe de hogar	-0.01409 (0.010)	-0.02175 (0.003)***	-0.01598 (0.004)***	-0.01707 (0.007)***
Edad2 jefe	0.00002 (0.000)	0.00003 (0.000)	0.00005 (0.000)	-0.00003 (0.000)
6 años	-0.03819 (0.070)	-0.00469 (0.022)	-0.01728 (0.024)	0.01379 (0.047)
7 a 9 años	-0.13705 (0.074)*	-0.04058 (0.022)*	-0.01044 (0.036)	0.01970 (0.056)
10 a 12 años	-0.26707 (0.116)**	-0.20066 (0.048)***	-0.01351 (0.046)	0.05534 (0.078)
13 o más	-0.43072 (0.093)***	-0.32754 (0.037)***	0.02881 (0.038)	-0.07160 (0.102)
Estrato muestral		0.07052 (0.018)***	0.06945 (0.026)***	
Asc Racial 2 (Afro)		-0.01384 (0.027)	0.03042 (0.031)	
Asc. Racial 3 (mestizo)		-0.25186 (0.110)**	-0.13420 (0.032)***	
Asc. Racial 4 (mestizo)		0.03187 (0.017)*	-0.07661 (0.031)**	
Asc. Racial5 (indígena)		-0.26076 (0.097)***	-0.28368 (0.034)***	
Asc. Racial (ignorado)		0.16256 (0.092)*	-0.17318 (0.044)***	
Región 1	-0.06962 (0.060)	0.08987 (0.019)***		
Región 2	-0.07179 (0.048)	-0.19546 (0.022)***		
Región 3	-0.18626 (0.054)***	-0.12103 (0.026)***		
Región 4	0.28666 (0.054)***	-0.16032 (0.024)***		
Región 5	-0.12279 (0.062)**			
Constante	-6.99859 (0.346)***	-4.41198 (0.100)***	-3.84936 (0.194)***	-1.77000 (0.458)***
Observaciones	20,916	56,010	20,875	7,043
R2	0.383	0.504	0.510	0.415

Errores estándar robustos entre paréntesis: *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Fuente: elaboración propia en base a microdatos de encuestas de gasto de los cuatro países circa 2009

Cuadro AII 1.b. Coeficientes estimados de las curvas de Engel de consumo de bienes posicionales (Ecuación 1) para los cuatro países. Método de variables instrumentales- IV.A (*)

	Argentina	Brasil	México	Uruguay
Gasto per capita del hogar real (en logs) β	1.60372 (0.033)***	1.23622 (0.037)***	1.11757 (0.055)***	1.09640 (0.033)***
Tamaño del hogar (en log)	0.63852 (0.032)***	0.67117 (0.027)***	0.34527 (0.045)***	0.19061 (0.041)***
Menores 18 (0 No; 1 Sí)	0.27234 (0.034)***	-0.08998 (0.024)***	0.16543 (0.029)***	-0.10073 (0.042)**
Mayores 65 (0 No; 1 Sí)	-0.09272 (0.040)**	-0.11323 (0.032)***	-0.16889 (0.041)***	-0.10881 (0.074)
Sexo del jefe de hogar (0 Hombre; 1 Mujer)	-0.15816 (0.024)***	-0.06721 (0.018)***	-0.03119 (0.023)	0.06476 (0.031)**
Edad jefe de hogar	-0.01406 (0.004)***	-0.01853 (0.003)***	-0.01520 (0.005)***	-0.01256 (0.007)*
Edad2 jefe	0.00002 (0.000)	0.00001 (0.000)	0.00004 (0.000)	-0.00005 (0.000)
6 años	-0.03791 (0.037)	0.02519 (0.025)	-0.00845 (0.028)	-0.01148 (0.043)
7 a 9 años	-0.13632 (0.041)***	0.01952 (0.032)	0.00800 (0.048)	-0.04838 (0.048)
10 a 12 años	-0.26582 (0.056)***	-0.08927 (0.063)	0.01222 (0.064)	-0.02997 (0.061)
13 o más	-0.42907 (0.055)***	-0.19511 (0.060)***	0.06254 (0.071)	-0.21284 (0.078)***
Estrato muestral		0.04384 (0.021)**	0.05944 (0.031)*	
Asc Racial 2 (Afro)		-0.03911 (0.029)		
Asc. Racial 3 (amarillo)		-0.24909 (0.111)**		
Asc. Racial 4 (mestizo)		0.01316 (0.019)		
Asc. Racial5 (indígena)		-0.27420 (0.097)***		
Asc. Racial (ignorado)		0.16412 (0.095)*		
Región 1	-0.06969 (0.026)***	0.07014 (0.020)***	0.03111 (0.031)	
Región 2	-0.07221 (0.041)*	-0.17992 (0.022)***	-0.13340 (0.032)***	
Región 3	-0.18686 (0.046)***	-0.10360 (0.027)***	-0.07719 (0.031)**	
Región 4	0.28634 (0.048)***	-0.15590 (0.024)***	-0.28160 (0.034)***	
Región 5	-0.12292 (0.050)**		-0.18131 (0.047)***	
Constante	-6.98777 (0.251)***	-3.90534 (0.225)***	-3.60039 (0.492)***	-3.07138 (0.292)***
Observaciones	20,916	56,010	20,875	7,043
R2	0.383	0.503	0.510	0.419

Errores estándar robustos entre paréntesis: *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Fuente: elaboración propia en base a microdatos de encuestas de gasto de los cuatro países circa 2009

CUADRO AII 2. Coeficientes estimados para las curvas de Engel de consumo agregado de bienes visibles (Ecuación 2), Argentina

Variable dependiente: Bienes visibles		VI A	VI B	VI A	VI B	VI A	VI B
Log gasto per capita	β	1.58861 (0.082)***	1.59312 (0.083)***	1.58672 (0.082)***	1.58897 (0.082)***	1.58455 (0.082)***	1.58711 (0.082)***
Ingreso medio del grupo	α_{media}	-0.00010 (0.000)	-0.00014 (0.000)**				
Ingreso decimo percentil del grupo	α_{10}			-0.00033 (0.000)**	-0.00039 (0.000)**		
Ingreso quinto percentil del grupo	α_5					-0.00040 (0.000)**	-0.00050 (0.000)**
Tamaño del hogar (en log)		0.63259 (0.072)***	0.63547 (0.072)***	0.63094 (0.072)***	0.63229 (0.072)***	0.63100 (0.073)***	0.63288 (0.072)***
Menores 18 (0 No; 1 Sm)		0.25973 (0.075)***	0.25684 (0.075)***	0.25667 (0.075)***	0.25442 (0.074)***	0.25545 (0.075)***	0.25202 (0.074)***
Mayores 65 (0 No; 1 Sm)		-0.09839 (0.088)	-0.09946 (0.088)	-0.09703 (0.088)	-0.09740 (0.088)	-0.09504 (0.088)	-0.09502 (0.088)
Sexo del jefe de hogar (0 Hombre; 1 Mujer)		-0.15694 (0.050)***	-0.15786 (0.050)***	-0.15814 (0.050)***	-0.15890 (0.050)***	-0.15821 (0.050)***	-0.15928 (0.050)***
Edad jefe de hogar		-0.00866 (0.010)	-0.00708 (0.010)	-0.00779 (0.010)	-0.00671 (0.010)	-0.00776 (0.010)	-0.00626 (0.011)
Edad2 jefe		-0.00000 (0.000)	-0.00001 (0.000)	-0.00001 (0.000)	-0.00001 (0.000)	-0.00001 (0.000)	-0.00002 (0.000)
Educación: 6 años		0.00584 (0.074)	0.01837 (0.074)	0.01149 (0.071)	0.01981 (0.074)	0.02722 (0.073)	0.04283 (0.078)
Educación: entre 7 a 9 años		-0.02505 (0.100)	0.00684 (0.101)	-0.03755 (0.085)	-0.02146 (0.093)	-0.04143 (0.083)	-0.02015 (0.093)
Educación: entre 10 a 12 años		-0.05003 (0.145)	0.01277 (0.146)	-0.02346 (0.142)	0.01786 (0.147)	-0.04491 (0.131)	0.00671 (0.144)
Educación: 13 o más años		-0.08419 (0.217)	0.01822 (0.222)	-0.08534 (0.182)	-0.02634 (0.203)	-0.08615 (0.167)	-0.00465 (0.212)
Región 1		-0.08834 (0.062)	-0.09404 (0.063)	-0.05347 (0.058)	-0.05020 (0.058)	-0.06375 (0.059)	-0.06190 (0.058)
Región 2		-0.16062 (0.071)**	-0.18689 (0.072)***	-0.14811 (0.061)**	-0.16094 (0.063)**	-0.14145 (0.057)**	-0.15749 (0.062)**
Región 3		-0.28096 (0.078)***	-0.30795 (0.079)***	-0.27487 (0.070)***	-0.28932 (0.073)***	-0.26480 (0.066)***	-0.28220 (0.071)***
Región 4		0.21995 (0.066)***	0.20020 (0.067)***	0.23969 (0.059)***	0.23199 (0.060)***	0.24249 (0.058)***	0.23255 (0.060)***
Región 5		-0.04535 (0.084)	-0.01930 (0.085)	-0.10181 (0.064)	-0.09738 (0.065)	-0.11628 (0.063)*	-0.11392 (0.063)*
Constante		-6.90140 (0.637)***	-6.93837 (0.639)***	-6.93460 (0.638)***	-6.96222 (0.641)***	-6.94170 (0.641)***	-6.98181 (0.644)***
Observaciones		20,916	20,916	20,916	20,916	20,916	20,916
R2		0.383	0.383	0.383	0.383	0.384	0.384

Errores estándar robustos entre paréntesis: *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Fuente: elaboración propia en base a microdatos de encuestas de gasto de los cuatro países circa 2009

CUADRO AII 3: Coeficientes estimados para las curvas de Engel de para el consumo agregado de bienes visibles (Ecuación 2), Brasil

Variable dependiente: Bienes visibles		VI A	VI B	VI A	VI B	VI A	VI B
Log gasto per capita	β	1.25046 (0.038)***	1.25202 (0.038)***	1.24605 (0.037)***	1.25000 (0.037)***	1.24615 (0.037)***	1.25029 (0.037)***
Ingreso medio del grupo	α_{media}	-0.00013 (0.000)***	-0.00014 (0.000)***				
Tamaño del hogar (en log)		0.68031 (0.027)***	0.68131 (0.027)***	0.67767 (0.027)***	0.68029 (0.027)***	0.67804 (0.027)***	0.68091 (0.027)***
Menores 18 (0 No; 1 Si)		-0.09149 (0.024)***	-0.09166 (0.024)***	-0.09300 (0.024)***	-0.09421 (0.024)***	-0.09304 (0.024)***	-0.09432 (0.024)***
Mayores 65 (0 No; 1 Si)		-0.11786 (0.032)***	-0.11837 (0.032)***	-0.11632 (0.032)***	-0.11756 (0.032)***	-0.11577 (0.032)***	-0.11683 (0.032)***
Sexo del jefe de hogar (0 Hombre; 1 Mujer)		-0.06796 (0.018)***	-0.06804 (0.018)***	-0.06702 (0.018)***	-0.06695 (0.018)***	-0.06698 (0.018)***	-0.06688 (0.018)***
Edad jefe de hogar		-0.01638 (0.004)***	-0.01614 (0.004)***	-0.01647 (0.004)***	-0.01564 (0.004)***	-0.01627 (0.004)***	-0.01533 (0.004)***
Edad2 jefe		0.00001 (0.000)	0.00000 (0.000)	0.00001 (0.000)	0.00001 (0.000)	0.00001 (0.000)	0.00001 (0.000)
Educación: 6 años		0.05203 (0.026)**	0.05497 (0.026)**	0.04806 (0.026)*	0.05725 (0.026)**	0.04303 (0.025)*	0.05047 (0.026)*
Educación: entre 7 a 9 años		0.08096 (0.037)**	0.08769 (0.038)**	0.08102 (0.037)**	0.10572 (0.042)**	0.07475 (0.036)**	0.09777 (0.040)**
Educación: entre 10 a 12 años		0.07601 (0.077)	0.09411 (0.081)	0.05919 (0.069)	0.11882 (0.087)	0.05056 (0.066)	0.10887 (0.085)
Educación: 13 o más años		0.08741 (0.104)	0.11836 (0.110)	0.06151 (0.095)	0.16458 (0.123)	0.03271 (0.088)	0.12771 (0.113)
Estrato muestral		0.05068 (0.021)**	0.05143 (0.021)**	0.04990 (0.021)**	0.05234 (0.021)**	0.04966 (0.021)**	0.05209 (0.021)**
Asc. Racial 2 (afro)		-0.03632 (0.028)	-0.03602 (0.028)	-0.03739 (0.029)	-0.03669 (0.028)	-0.03707 (0.029)	-0.03622 (0.028)
Asc. Racial 3 (Amarillo)		-0.23629 (0.112)**	-0.23488 (0.112)**	-0.23828 (0.112)**	-0.23393 (0.112)**	-0.24104 (0.111)**	-0.23769 (0.112)**
Asc. Racial 4 (mestizo)		0.01515 (0.019)	0.01536 (0.019)	0.01425 (0.019)	0.01469 (0.019)	0.01456 (0.019)	0.01514 (0.019)
Asc. Racial5 (indígena)		-0.27035 (0.097)***	-0.26993 (0.097)***	-0.27155 (0.097)***	-0.27049 (0.097)***	-0.26983 (0.097)***	-0.26800 (0.097)***
Asc. Racial (ignorado)		0.16183 (0.094)*	0.16158 (0.094)*	0.15818 (0.094)*	0.15580 (0.094)*	0.15865 (0.095)*	0.15637 (0.095)*
Región 1		0.06910 (0.020)***	0.06898 (0.020)***	0.07577 (0.020)***	0.07803 (0.020)***	0.07307 (0.020)***	0.07429 (0.020)***
Región 2		-0.14639 (0.025)***	-0.14272 (0.025)***	-0.11400 (0.030)***	-0.08752 (0.037)**	-0.11792 (0.028)***	-0.09206 (0.036)***
Región 3		-0.07808 (0.029)***	-0.07529 (0.029)***	-0.05077 (0.033)	-0.02954 (0.037)	-0.06441 (0.030)**	-0.04806 (0.033)
Región 4		-0.12872 (0.025)***	-0.12575 (0.026)***	-0.11638 (0.027)***	-0.10051 (0.030)***	-0.12121 (0.026)***	-0.10674 (0.029)***
Constante		-4.05572 (0.227)***	-4.07219 (0.228)***	-4.03837 (0.224)***	-4.09180 (0.228)***	-4.04383 (0.224)***	-4.10157 (0.229)***
Observaciones		56,010	56,010	56,010	56,010	56,010	56,010
R2		0.504	0.504	0.503	0.504	0.504	0.504

Errores estándar robustos entre paréntesis: *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Fuente: elaboración propia en base a microdatos de encuestas de gasto de los cuatro países circa 2009

CUADRO AII 4. Coeficientes estimados para las curvas de Engel de para el consumo agregado de bienes visibles (Ecuación 2), México

Variable dependiente: Bienes visibles		VI A	VI B	VI A	VI B	VI A	VI B
Log gasto per capita	β	1.12158 (0.056)***	1.12267 (0.056)***	1.11737 (0.055)***	1.12223 (0.056)***	1.11766 (0.056)***	1.12245 (0.056)***
Ingreso medio del grupo	α_{media}	-0.00000 (0.000)	-0.00001 (0.000)				
Tamaño del hogar (en log)		0.34850 (0.045)***	0.34937 (0.045)***	0.34509 (0.045)***	0.34947 (0.045)***	0.34536 (0.045)***	0.34979 (0.045)***
Menores 18 (0 No; 1 Sm)		0.16208 (0.029)***	0.16117 (0.029)***	0.16568 (0.029)***	0.15934 (0.029)***	0.16530 (0.029)***	0.15890 (0.029)***
Mayores 65 (0 No; 1 Sm)		-0.17052 (0.041)***	-0.17097 (0.041)***	-0.16871 (0.041)***	-0.17314 (0.041)***	-0.16897 (0.041)***	-0.17303 (0.041)***
Sexo del jefe de hogar (0 Hombre; 1 Mujer)		-0.03140 (0.023)	-0.03146 (0.023)	-0.03117 (0.023)	-0.03149 (0.023)	-0.03119 (0.023)	-0.03114 (0.023)
Edad jefe de hogar		-0.01449 (0.005)***	-0.01429 (0.005)***	-0.01526 (0.005)***	-0.01383 (0.005)***	-0.01518 (0.005)***	-0.01410 (0.005)***
Edad2 jefe		0.00004 (0.000)	0.00004 (0.000)	0.00004 (0.000)	0.00004 (0.000)	0.00004 (0.000)	0.00004 (0.000)
Educación: 6 años		0.00511 (0.030)	0.00881 (0.030)	-0.00980 (0.030)	0.02321 (0.035)	-0.00793 (0.029)	0.01951 (0.033)
Educación: entre 7 a 9 años		0.03948 (0.054)	0.04806 (0.054)	0.00509 (0.052)	0.07632 (0.065)	0.00931 (0.052)	0.07788 (0.066)
Educación: entre 10 a 12 años		0.08047 (0.084)	0.09909 (0.084)	0.00756 (0.071)	0.12176 (0.095)	0.01424 (0.067)	0.12002 (0.094)
Educación: 13 o más años		0.15311 (0.101)	0.17780 (0.102)*	0.05528 (0.090)	0.23320 (0.133)*	0.06550 (0.086)	0.21991 (0.125)*
Estrato muestral		0.06046 (0.031)**	0.06074 (0.031)**	0.05935 (0.031)*	0.06177 (0.031)**	0.05949 (0.031)*	0.06210 (0.031)**
Región 1		0.03561 (0.031)	0.03683 (0.031)	0.03159 (0.031)	0.01997 (0.032)	0.03092 (0.031)	0.02077 (0.032)
Región 2		-0.13374 (0.032)***	-0.13383 (0.032)***	-0.13216 (0.032)***	-0.16271 (0.036)***	-0.13401 (0.033)***	-0.16598 (0.038)***
Región 3		-0.08216 (0.031)***	-0.08351 (0.031)***	-0.07552 (0.033)**	-0.11647 (0.041)***	-0.07794 (0.034)**	-0.11681 (0.041)***
Región 4		-0.27849 (0.034)***	-0.27765 (0.034)***	-0.28089 (0.034)***	-0.29839 (0.035)***	-0.28189 (0.034)***	-0.29674 (0.035)***
Región 5		-0.19445 (0.048)***	-0.19804 (0.047)***	-0.17858 (0.050)***	-0.24551 (0.063)***	-0.18243 (0.050)***	-0.24096 (0.061)***
Constante		-3.64256 (0.495)***	-3.65406 (0.495)***	-3.59965 (0.492)***	-3.61773 (0.493)***	-3.60067 (0.492)***	-3.61526 (0.493)***
Observaciones		20,875	20,875	20,875	20,875	20,875	20,875
R2		0.510	0.510	0.510	0.510	0.510	0.510

Errores estándar robustos entre paréntesis: *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Fuente: elaboración propia en base a microdatos de encuestas de gasto de los cuatro países circa 2009

CUADRO AII 5. Coeficientes estimados para las curvas de Engel de para el consumo agregado de bienes visibles (Ecuación 2), Uruguay

Variable dependiente:		VI A	VI B	VI A	VI B	VI A	VI B
Bienes visibles							
Log gasto per capita	β	1.13616 (0.034)***	1.14397 (0.034)***	1.11673 (0.033)***	1.14420 (0.035)***	1.11937 (0.033)***	1.14307 (0.034)***
Ingreso medio del grupo	α_{media}	-0.00004 (0.000)***	-0.00005 (0.000)***				
Ingreso decimo percentil del grupo	α_{10}			-0.00006 (0.000)***	-0.00016 (0.000)***		
Ingreso quinto percentil del grupo	α_5					-0.00009 (0.000)***	-0.00020 (0.000)***
Tamaño del hogar (en log)		0.24976 (0.041)***	0.25478 (0.042)***	0.23739 (0.041)***	0.25527 (0.042)***	0.23782 (0.041)***	0.25179 (0.042)***
Menores 18 (0 No; 1 Sm)		0.09731 (0.042)**	0.09411 (0.042)**	0.10146 (0.041)**	0.08433 (0.042)**	0.10230 (0.042)**	0.09037 (0.042)**
Mayores 65 (0 No; 1 Sm)		-0.04086 (0.073)	-0.04138 (0.074)	-0.04316 (0.073)	-0.05050 (0.074)	-0.04125 (0.073)	-0.04459 (0.074)
Sexo del jefe de hogar (0 Hombre; 1 Mujer)		0.10586 (0.030)***	0.10858 (0.030)***	0.09722 (0.030)***	0.10394 (0.030)***	0.09864 (0.030)***	0.10533 (0.030)***
Edad jefe de hogar		-0.01529 (0.006)**	-0.01421 (0.006)**	-0.01674 (0.006)***	-0.01109 (0.007)*	-0.01659 (0.006)***	-0.01217 (0.007)*
Edad2 jefe		-0.00003 (0.000)	-0.00003 (0.000)	-0.00002 (0.000)	-0.00004 (0.000)	-0.00002 (0.000)	-0.00004 (0.000)
Educación: 6 años		0.03078 (0.045)	0.04322 (0.045)	0.01136 (0.044)	0.07274 (0.047)	0.01400 (0.044)	0.06324 (0.046)
Educación: entre 7 a 9 años		0.09198 (0.058)	0.12747 (0.059)**	0.00856 (0.053)	0.14093 (0.061)**	0.01154 (0.052)	0.11462 (0.057)**
Educación: entre 10 a 12 años		0.20833 (0.087)**	0.27091 (0.090)***	0.13155 (0.091)	0.47216 (0.120)***	0.16096 (0.096)*	0.45119 (0.116)***
Educación: 13 o más años		0.26014 (0.134)*	0.37087 (0.141)***	0.10923 (0.139)	0.68892 (0.197)***	0.16948 (0.149)	0.67511 (0.192)***
Constante		-3.13980 (0.297)***	-3.21534 (0.301)***	-2.98618 (0.291)***	-3.30437 (0.309)***	-3.00576 (0.292)***	-3.26781 (0.304)***
Observaciones		7,043	7,043	7,043	7,043	7,043	7,043
R22		0.410	0.409	0.410	0.405	0.410	0.406

Errores estándar robustos entre paréntesis: *** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$

Fuente: elaboración propia en base a microdatos de encuestas de gasto de los cuatro países circa 2009

CUADRO AII 6. Coeficientes estimados para las curvas de Engel de para el consumo de bienes visibles según categoría de bienes (Especiación de la Ecuación 1), Argentina y Brasil (IVA)

	Argentina				Brasil			
	Cuidados	Autos	Joyas	Vest.	Cuidados	Autos	Joyas	Vest.
Gasto per capita del hogar real (en logs) β	0.95738 (0.104)***	0.97579 (0.130)***	0.49183 (0.097)***	1.35905 (0.120)***	0.93606 (0.048)***	0.99630 (0.078)***	0.59681 (0.054)***	0.90578 (0.041)***
Tamaño del hogar (en log)	0.30686 (0.079)***	0.64596 (0.089)***	0.21565 (0.069)***	0.65959 (0.096)***	0.45599 (0.028)***	0.85419 (0.045)***	0.23642 (0.027)***	0.52981 (0.031)***
Menores 18 (0 No; 1 Sí)	-0.00410 (0.077)	0.09800 (0.084)	0.07399 (0.064)	0.44078 (0.095)***	-0.17571 (0.025)***	-0.09913 (0.041)**	-0.03391 (0.023)	-0.02965 (0.027)
Mayores 65 (0 No; 1 Sí)	-0.08446 (0.090)	0.00487 (0.085)	0.08399 (0.073)	-0.04784 (0.106)	-0.09165 (0.030)***	-0.14584 (0.045)***	-0.03368 (0.023)	-0.09597 (0.036)***
Sexo del jefe de hogar (0 Hombre; 1 Mujer)	-0.15325 (0.056)***	0.20625 (0.055)***	-0.06734 (0.046)	-0.25267 (0.067)***	-0.21050 (0.019)***	0.20818 (0.029)***	-0.12622 (0.017)***	-0.16572 (0.021)***
Edad jefe de hogar	0.01180 (0.010)	-0.00297 (0.008)	-0.01173 (0.008)	-0.01918 (0.012)	-0.00920 (0.003)***	-0.03133 (0.005)***	-0.01635 (0.003)***	-0.01317 (0.004)***
Edad2 jefe	-0.00007 (0.000)	-0.00004 (0.000)	0.00005 (0.000)	0.00001 (0.000)	0.00001 (0.000)	0.00014 (0.000)***	0.00009 (0.000)***	-0.00000 (0.000)
6 años	0.14161 (0.073)*	-0.12670 (0.068)*	0.03143 (0.047)	-0.14459 (0.088)	0.16650 (0.027)***	-0.16118 (0.041)***	-0.09227 (0.023)***	0.01687 (0.028)
7 a 9 años	0.18229 (0.089)**	-0.29020 (0.094)***	0.01178 (0.068)	-0.25370 (0.106)**	0.18398 (0.038)***	-0.28039 (0.059)***	-0.10948 (0.037)***	0.05309 (0.036)
10 a 12 años	0.09597 (0.140)	-0.49710 (0.135)***	0.20360 (0.118)*	-0.28796 (0.161)*	0.16143 (0.073)**	-0.31931 (0.118)***	-0.10317 (0.074)	-0.01448 (0.070)
13 o más	0.14178 (0.142)	-0.78893 (0.169)***	0.20691 (0.127)	-0.45785 (0.172)***	0.16055 (0.072)**	-0.56269 (0.119)***	-0.13344 (0.077)*	-0.12819 (0.067)*
Estrato muestral					-0.22370 (0.022)***	0.30390 (0.032)***	0.04326 (0.020)**	-0.00934 (0.022)
Asc Racial 2 (Afro)					0.05158 (0.030)*	-0.13969 (0.044)***	0.02360 (0.024)	0.02060 (0.034)
Asc. Racial 3 (mestizo)					-0.05838 (0.127)	-0.58248 (0.183)***	0.25641 (0.158)	-0.05175 (0.139)
Asc. Racial 4 (mestizo)					-0.00567 (0.020)	-0.00177 (0.032)	0.02156 (0.017)	0.03991 (0.021)*
Asc. Racial5 (indígena)					-0.27331 (0.093)***	-0.15469 (0.134)	-0.07078 (0.066)	-0.08942 (0.109)
Asc. Racial (ignorado)					0.33143 (0.142)**	-0.14576 (0.214)	0.07807 (0.148)	-0.05261 (0.171)
Región 1	-0.25267 (0.066)***	0.38517 (0.074)***	-0.03257 (0.053)	-0.14718 (0.079)*	-0.01351 (0.023)	0.24150 (0.031)***	-0.02326 (0.020)	0.00603 (0.022)
Región 2	-0.43054 (0.058)***	0.14498 (0.059)**	-0.09047 (0.048)*	0.06955 (0.068)	-0.23678 (0.025)***	0.04486 (0.034)	-0.26668 (0.019)***	-0.22627 (0.025)***
Región 3	-0.28949 (0.066)***	0.24971 (0.068)***	0.02199 (0.055)	-0.15308 (0.079)*	-0.49600 (0.028)***	0.19081 (0.041)***	-0.20956 (0.023)***	-0.06793 (0.029)**
Región 4	-0.21189 (0.068)***	0.41667 (0.080)***	0.14888 (0.059)**	0.31229 (0.078)***	-0.23062 (0.025)***	0.20689 (0.034)***	-0.19384 (0.019)***	-0.29647 (0.026)***
Región 5	-0.56682 (0.062)***	0.43333 (0.068)***	-0.06924 (0.057)	-0.17296 (0.076)**				
Constante	-4.98132 (0.759)***	-6.84525 (0.923)***	-2.65337 (0.720)***	-5.90580 (0.922)***	-3.59187 (0.281)***	-5.17260 (0.447)***	-2.83202 (0.300)***	-2.75414 (0.244)***
Observaciones	20,916	20,916	20,916	20,916	56,010	56,010	56,010	56,010
R2	0.228	0.111	0.105	0.229	0.383	0.213	0.159	0.296

Errores estándar robustos entre paréntesis: *** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$. Fuente: elaboración propia en base a microdatos de encuestas de gasto de los cuatro países circa 2009

CUADRO AII 7. Coeficientes estimados para las curvas de Engel de para el consumo de bienes visibles según categoría de bienes (Ecuación 1), México y Uruguay (IVA)

	México				Uruguay			
	Cuidados	Autos	Joyas	Vest.	Cuidados	Autos	Joyas	Vest.
Gasto per capita del hogar real (en logs) β	0.80597 (0.041)***	0.78695 (0.098)***	0.65671 (0.081)***	1.12913 (0.098)***	0.80007 (0.041)***	0.39738 (0.076)***	0.96290 (0.078)***	0.42965 (0.068)***
Tamaño del hogar (en log)	0.08606 (0.038)**	0.55990 (0.067)***	0.33286 (0.064)***	0.67596 (0.080)***	0.10134 (0.044)**	0.27176 (0.071)***	0.44573 (0.066)***	0.14656 (0.057)***
Menores 18 (o No; 1 Sí)	-0.06873 (0.029)**	0.07256 (0.050)	-0.01715 (0.053)	0.56696 (0.058)***	-0.08828 (0.043)**	0.18152 (0.086)**	0.01159 (0.075)	0.02300 (0.063)
Mayores 65 (o No; 1 Sí)	-0.12383 (0.041)***	-0.04838 (0.047)	-0.02528 (0.070)	-0.22035 (0.073)***	-0.03305 (0.081)	-0.29999 (0.089)***	-0.10772 (0.099)	0.00568 (0.093)
Sexo del jefe de hogar (o Hombre; 1 Mujer)	-0.05762 (0.024)**	0.12677 (0.032)***	0.02774 (0.038)	-0.07850 (0.043)*	0.07162 (0.034)**	-0.17708 (0.055)***	0.25002 (0.049)***	0.06509 (0.043)
Edad jefe de hogar	0.00767 (0.004)*	-0.01936 (0.005)***	-0.00623 (0.006)	-0.03445 (0.009)***	0.00926 (0.007)	-0.03191 (0.009)***	-0.01893 (0.009)**	0.01088 (0.008)
Edad2 jefe	-0.00014 (0.000)***	0.00013 (0.000)***	0.00001 (0.000)	0.00017 (0.000)*	-0.00016 (0.000)**	0.00017 (0.000)**	0.00002 (0.000)	-0.00011 (0.000)
6 años	0.06601 (0.028)**	-0.17706 (0.045)***	-0.00023 (0.045)	0.01528 (0.055)	0.00321 (0.046)	0.02634 (0.079)	-0.01359 (0.064)	-0.07478 (0.056)
7 a 9 años	0.12366 (0.046)***	-0.26418 (0.085)***	0.08733 (0.082)	0.07517 (0.091)	0.05368 (0.053)	-0.14486 (0.095)	0.02207 (0.085)	-0.03653 (0.077)
10 a 12 años	0.07465 (0.055)	-0.29361 (0.102)***	0.08583 (0.098)	0.19182 (0.117)	0.01418 (0.070)	-0.37402 (0.133)***	0.00787 (0.122)	0.06599 (0.108)
13 o más	0.07564 (0.058)	-0.35992 (0.126)***	0.31611 (0.109)***	0.29634 (0.131)**				
Estrato muestral	-0.10463 (0.030)***	0.17451 (0.045)***	0.09851 (0.047)**	0.20609 (0.052)***				
Región 1	0.13341 (0.029)***	-0.18817 (0.075)**	0.20992 (0.063)***	-0.07949 (0.071)				
Región 2	-0.18476 (0.030)***	-0.19549 (0.074)***	0.08985 (0.060)	-0.08576 (0.068)				
Región 3	-0.12708 (0.029)***	-0.28425 (0.070)***	0.17265 (0.061)***	0.08247 (0.066)				
Región 4	-0.28020 (0.033)***	-0.50532 (0.071)***	-0.18052 (0.062)***	-0.08857 (0.069)				
Región 5	-0.26441 (0.046)***	-0.09802 (0.087)	0.20313 (0.081)**	0.00648 (0.085)				
Constante	-2.07755 (0.373)***	-6.53581 (0.865)***	-5.28769 (0.726)***	-5.07060 (0.861)***	-2.21279 (0.353)***	-1.56288 (0.613)**	-6.36560 (0.639)***	-3.13063 (0.552)***
Observaciones	20,875	20,875	20,875	20,875	7,043	7,043	7,043	7,043
R2	0.408	0.078	0.113	0.246	0.273	0.079	0.156	0.053

Errores estándar robustos entre paréntesis: *** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$

Fuente: elaboración propia en base a microdatos de encuestas de gasto de los cuatro países circa 2009

CUADRO AII 8. Coeficientes estimados para las curvas de Engel de para el consumo de bienes visibles considerando al grupo de referencia (ecuación 3), Argentina

V. dependiente: Bienes visibles		VIA	VIB	VIA	VIB	VIA	VIB	VIA	VIB
Log gasto per capita	β	1.58195 (0.082)***	1.58563 (0.082)***	1.12663 (0.267)***	1.15128 (0.268)***	1.58594 (0.082)***	1.58829 (0.082)***	1.58467 (0.082)***	1.58526 (0.082)***
Ingreso medio del grupo	α_{media}	-0.00011 (0.000)*	-0.00014 (0.000)**	-0.00008 (0.000)	-0.00012 (0.000)*	-0.00013 (0.000)**	-0.00015 (0.000)**	-0.00017 (0.000)**	-0.00017 (0.000)**
Gini del grupo	θ_{intra}	1.48990 (0.716)**	1.51314 (0.721)**						
(y-yrgr) si (y-yrgr>0)	$\gamma+$			0.37916 (0.156)**	0.36681 (0.157)**				
(yrgr-y) si (y-yrgr<0)	$\gamma-$			-0.16665 (0.110)	-0.15639 (0.111)				
Comparaciones ascendente	$\theta_{entre-A}$					0.00019 (0.000)	0.00019 (0.000)		
Comparaciones descendentes	$\theta_{entre-D}$							0.00065 (0.000)**	0.00066 (0.000)**
Tamaño del hogar (en log)		0.62747 (0.072)***	0.62980 (0.072)***	0.48683 (0.113)***	0.49605 (0.113)***	0.62970 (0.072)***	0.63115 (0.072)***	0.62935 (0.072)***	0.62972 (0.072)***
Menores 18 (0 No; 1 Sm)		0.25026 (0.075)***	0.24769 (0.075)***	0.27610 (0.074)***	0.27191 (0.074)***	0.25680 (0.075)***	0.25509 (0.074)***	0.25440 (0.074)***	0.25390 (0.074)***
Mayores 65 (0 No; 1 Sm)		-0.09377 (0.088)	-0.09459 (0.088)	-0.14591 (0.094)	-0.14476 (0.093)	-0.10481 (0.088)	-0.10567 (0.088)	-0.09991 (0.088)	-0.10009 (0.088)
Sexo del jefe de hogar (0 Hombre; 1 Mujer)		-0.15754 (0.050)***	-0.15833 (0.050)***	-0.13542 (0.051)***	-0.13720 (0.051)***	-0.15702 (0.050)***	-0.15752 (0.050)***	-0.15782 (0.050)***	-0.15796 (0.050)***
Edad jefe de hogar		-0.00979 (0.010)	-0.00848 (0.011)	-0.00208 (0.011)	-0.00060 (0.011)	-0.00811 (0.010)	-0.00722 (0.010)	-0.00799 (0.010)	-0.00775 (0.010)
Edad2 jefe		0.00002 (0.000)	0.00001 (0.000)	-0.00005 (0.000)	-0.00006 (0.000)	-0.00000 (0.000)	-0.00001 (0.000)	-0.00001 (0.000)	-0.00001 (0.000)
Educación: 6 años		-0.02574 (0.076)	-0.01571 (0.076)	0.09284 (0.090)	0.10320 (0.089)	0.01460 (0.073)	0.02182 (0.074)	0.02205 (0.074)	0.02412 (0.074)
Educación: entre 7 a 9 años		-0.08533 (0.105)	-0.05949 (0.104)	0.19135 (0.158)	0.21775 (0.157)	0.00321 (0.100)	0.02185 (0.101)	0.02187 (0.103)	0.02721 (0.102)
Educación: entre 10 a 12 años		-0.05009 (0.145)	0.00262 (0.145)	0.26085 (0.226)	0.31826 (0.224)	-0.00166 (0.144)	0.03472 (0.147)	0.03393 (0.144)	0.04433 (0.146)
Educación: 13 o más años		-0.09651 (0.217)	-0.01074 (0.221)	0.33583 (0.324)	0.43260 (0.324)	-0.05351 (0.215)	0.00375 (0.221)	0.04265 (0.228)	0.05947 (0.227)
Región 1		-0.07220 (0.063)	-0.07673 (0.063)	-0.09740 (0.063)	-0.10331 (0.064)	-0.07923 (0.062)	-0.08195 (0.062)	-0.09217 (0.062)	-0.09305 (0.062)
Región 2		-0.17788 (0.070)**	-0.20020 (0.072)***	-0.35698 (0.125)***	-0.37783 (0.124)***	-0.17004 (0.070)**	-0.18479 (0.072)***	-0.20043 (0.073)***	-0.20485 (0.073)***
Región 3		-0.29722 (0.078)***	-0.32013 (0.079)***	-0.50318 (0.142)***	-0.52383 (0.142)***	-0.29330 (0.077)***	-0.30857 (0.079)***	-0.32955 (0.081)***	-0.33421 (0.081)***
Región 4		0.24299 (0.068)***	0.22677 (0.068)***	0.08798 (0.096)	0.07168 (0.096)	0.21694 (0.066)***	0.20603 (0.067)***	0.20943 (0.067)***	0.20640 (0.067)***
Región 5		-0.11096 (0.089)	-0.09012 (0.088)	-0.12842 (0.092)	-0.09586 (0.093)	-0.00609 (0.087)	0.00983 (0.088)	-0.02663 (0.085)	-0.02256 (0.084)
Constante		-7.31667 (0.679)***	-7.35417 (0.683)***	-3.81871 (1.825)**	-3.99247 (1.832)**	-6.86470 (0.634)***	-6.88331 (0.634)***	-6.81086 (0.625)***	-6.81489 (0.624)***
Observaciones		20,916	20,916	20,916	20,916	20,916	20,916	20,916	20,916
R2		0.384	0.384	0.364	0.366	0.383	0.383	0.384	0.384

Errores estándar robustos entre paréntesis: *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Fuente: elaboración propia en base a microdatos de encuestas de gasto de los cuatro países circa 2009

CUADRO AII 9. Coeficientes estimados para las curvas de Engel de para el consumo de bienes visibles considerando al grupo de referencia (ecuación 3), Brasil

Variable dependiente: Bienes visibles		VI A	VI B	VI A	VI B	VI A	VI B	VI A	VI B
Log gasto per cápita	β	1.25176 (0.038)***	1.25335 (0.038)***	0.44035 (0.207)**	0.47439 (0.200)**	1.25054 (0.038)***	1.25198 (0.038)***	1.25053 (0.038)***	1.25206 (0.038)***
Ingreso medio del grupo	α_{media}	-0.00009 (0.000)*	-0.00011 (0.000)**	-0.00001 (0.000)	-0.00006 (0.000)	-0.00011 (0.000)***	-0.00013 (0.000)***	-0.00013 (0.000)***	-0.00015 (0.000)***
Gini del grupo	θ_{intra}	-0.49759 (0.246)**	-0.44180 (0.250)*						
(y-yrgr) si (y-yrgr>0)	$\gamma+$			0.60538 (0.134)***	0.58263 (0.129)***				
(yrgr-y) si (y-yrgr<0)	$\gamma-$			-0.41308 (0.083)***	-0.39912 (0.080)***				
Comparaciones ascendentes	$\theta_{entre-A}$					-0.00012 (0.000)	-0.00010 (0.000)		
Comparaciones descendentes	$\theta_{entre-D}$							-0.00001 (0.000)	0.00002 (0.000)
Tamaño del hogar (en log)		0.68066 (0.027)***	0.68173 (0.027)***	0.47648 (0.064)***	0.48702 (0.062)***	0.68049 (0.027)***	0.68139 (0.027)***	0.68035 (0.027)***	0.68133 (0.027)***
Menores 18 (o No; 1 Si)		-0.09003 (0.024)***	-0.09037 (0.024)***	-0.13286 (0.030)***	-0.13178 (0.030)***	-0.09184 (0.024)***	-0.09194 (0.024)***	-0.09145 (0.024)***	-0.09173 (0.024)***
Mayores 65 (o No; 1 Si)		-0.11704 (0.032)***	-0.11769 (0.032)***	-0.17289 (0.036)***	-0.17257 (0.036)***	-0.11699 (0.032)***	-0.11759 (0.032)***	-0.11776 (0.032)***	-0.11852 (0.032)***
Sexo del jefe de hogar (o Hombre; 1 Mujer)		-0.06822 (0.018)***	-0.06828 (0.018)***	-0.04991 (0.021)**	-0.05091 (0.021)**	-0.06763 (0.018)***	-0.06776 (0.018)***	-0.06790 (0.018)***	-0.06811 (0.018)***
Edad jefe de hogar		-0.01676 (0.004)***	-0.01645 (0.004)***	-0.00414 (0.005)	-0.00386 (0.005)	-0.01672 (0.004)***	-0.01645 (0.004)***	-0.01645 (0.004)***	-0.01603 (0.004)***
Edad2 jefe		0.00000 (0.000)	0.00000 (0.000)	-0.00002 (0.000)	-0.00002 (0.000)	0.00001 (0.000)	0.00001 (0.000)	0.00001 (0.000)	0.00000 (0.000)
Educación: 6 años		0.04747 (0.026)*	0.05125 (0.027)*	0.24804 (0.059)***	0.25005 (0.059)***	0.04897 (0.026)*	0.05216 (0.026)**	0.05116 (0.026)*	0.05625 (0.026)**
Educación: entre 7 a 9 años		0.06655 (0.039)*	0.07564 (0.040)*	0.62400 (0.140)***	0.62523 (0.138)***	0.07506 (0.038)**	0.08220 (0.039)**	0.07891 (0.038)**	0.09066 (0.038)**
Educación: entre 10 a 12 años		0.04142 (0.079)	0.06541 (0.084)	0.92647 (0.228)***	0.95173 (0.229)***	0.06002 (0.077)	0.07925 (0.082)	0.07028 (0.075)	0.10237 (0.076)
Educación: 13 o más años		0.02707 (0.113)	0.06823 (0.120)	1.09599 (0.274)***	1.15521 (0.279)***	0.06830 (0.104)	0.09992 (0.111)	0.07983 (0.108)	0.12980 (0.109)
Estrato muestral		0.04936 (0.021)**	0.05034 (0.021)**	-0.05205 (0.038)	-0.04590 (0.037)	0.05085 (0.021)**	0.05152 (0.021)**	0.05071 (0.021)**	0.05146 (0.021)**
Asc. Racial 2 (afro)-		-0.03690 (0.028)	-0.03650 (0.028)	-0.14571 (0.044)***	-0.14071 (0.043)***	-0.03608 (0.028)	-0.03584 (0.028)	-0.03621 (0.028)	-0.03613 (0.028)
Asc. Racial 3 (Amarillo)		-0.23367 (0.111)**	-0.23240 (0.111)**	-0.23201 (0.118)**	-0.22779 (0.118)**	-0.23665 (0.112)**	-0.23530 (0.112)**	-0.23626 (0.112)**	-0.23481 (0.112)**
Asc. Racial 4 (mestizo)		0.01490 (0.019)	0.01517 (0.019)	-0.06683 (0.031)**	-0.06314 (0.031)**	0.01527 (0.019)	0.01545 (0.019)	0.01519 (0.019)	0.01533 (0.019)
Asc. Racial5 (indígena)		-0.26645 (0.097)***	-0.26642 (0.097)***	-0.31749 (0.114)***	-0.31445 (0.113)***	-0.27092 (0.097)***	-0.27044 (0.097)***	-0.27047 (0.097)***	-0.26976 (0.097)***
Asc. Racial (ignorado)		0.16267 (0.094)*	0.16229 (0.094)*	0.21049 (0.109)*	0.20803 (0.108)*	0.16083 (0.094)*	0.16075 (0.094)*	0.16177 (0.094)*	0.16165 (0.094)*
Región 1		0.05638 (0.021)***	0.05768 (0.021)***	-0.16825 (0.060)***	-0.16014 (0.059)***	0.06896 (0.020)***	0.06888 (0.020)***	0.06928 (0.020)***	0.06875 (0.020)***
Región 2		-0.19483 (0.035)***	-0.18531 (0.037)***	0.00356 (0.045)	0.00942 (0.045)	-0.15155 (0.025)***	-0.14736 (0.025)***	-0.14743 (0.025)***	-0.14119 (0.025)***
Región 3		-0.11458 (0.036)***	-0.10739 (0.036)***	0.14543 (0.061)**	0.14597 (0.060)**	-0.07891 (0.029)***	-0.07619 (0.029)***	-0.07930 (0.029)***	-0.07361 (0.030)**
Región 4		-0.16022 (0.031)***	-0.15338 (0.032)***	-0.18810 (0.030)***	-0.17690 (0.029)***	-0.13381 (0.026)***	-0.13028 (0.026)***	-0.12956 (0.026)***	-0.12452 (0.026)***
Constante		-3.80696 (0.256)***	-3.85315 (0.259)***	0.56421 (1.178)	0.34742 (1.137)	-4.04700 (0.227)***	-4.06361 (0.228)***	-4.05466 (0.227)***	-4.07468 (0.227)***
Observaciones		56,010	56,010	56,010	56,010	56,010	56,010	56,010	56,010
R2		0.504	0.504	0.422	0.429	0.504	0.504	0.504	0.504

Errores estándar robustos entre paréntesis *** p<0,01 ** p<0,05 * p<0,1

Fuente: elaboración propia en base a microdatos de encuestas de gasto de los cuatro países circa 2009

CUADRO AII 10. Coeficientes estimados para las curvas de Engel de para el consumo de bienes visibles considerando al grupo de referencia (ecuación 3), México

Variable dependiente:		VIA	VIB	VIA	VIB	VIA	VIB	VIA	VIB
Bienes visibles									
Log gasto per cápita	β	1.12166 (0.056)**	1.12270 (0.056)**	0.70127 (0.264)**	0.71209 (0.264)**	1.12185 (0.056)**	1.12296 (0.056)**	1.12128 (0.056)**	1.12219 (0.056)**
Ingreso medio del grupo	α_{media}	-0.00000 (0.000)	-0.00001 (0.000)	0.00001 (0.000)	0.00001 (0.000)	-0.00001 (0.000)	-0.00001 (0.000)*	-0.00001 (0.000)	-0.00001 (0.000)
Gini del grupo	θ_{intra}	-0.10737 (0.305)	-0.05800 (0.307)						
(y-yrgr) si (y-yrgr>0)	$\gamma+$			0.33957 (0.184)*	0.33186 (0.184)*				
(yrgr-y) si (y-yrgr<0)	$\gamma-$			-0.33550 (0.167)**	-0.32802 (0.166)**				
Comparaciones ascendentes	$\theta_{entre-A}$					0.00004 (0.000)*	0.00004 (0.000)**		
Comparaciones descendentes	$\theta_{entre-D}$							0.00002 (0.000)	0.00002 (0.000)
Tamaño del hogar (en log)		0.34866 (0.045)**	0.34946 (0.045)**	0.25695 (0.084)**	0.26010 (0.084)**	0.34862 (0.045)**	0.34951 (0.045)**	0.34827 (0.045)**	0.34900 (0.045)**
Menores 18 (0 No; 1 Si)		0.16201 (0.029)**	0.16114 (0.029)**	0.18351 (0.029)**	0.18192 (0.029)**	0.16311 (0.029)**	0.16222 (0.029)**	0.16159 (0.029)**	0.16070 (0.029)**
Mayores 65 (0 No; 1 Si)		-0.17105 (0.041)**	-0.17125 (0.041)**	-0.16759 (0.041)**	-0.16819 (0.041)**	-0.17044 (0.041)**	-0.17088 (0.041)**	-0.17093 (0.041)**	-0.17140 (0.041)**
Sexo del jefe de hogar (0 Hombre; 1 Mujer)		-0.03134 (0.023)	-0.03143 (0.023)	-0.03999 (0.023)*	-0.03987 (0.023)*	-0.03117 (0.023)	-0.03122 (0.023)	-0.03171 (0.023)	-0.03182 (0.023)
Edad jefe de hogar		-0.01423 (0.005)**	-0.01416 (0.005)**	-0.00983 (0.006)*	-0.00970 (0.006)*	-0.01421 (0.005)**	-0.01401 (0.005)**	-0.01429 (0.005)**	-0.01408 (0.005)**
Edad2 jefe		0.00004 (0.000)	0.00004 (0.000)	0.00003 (0.000)	0.00003 (0.000)	0.00004 (0.000)	0.00004 (0.000)	0.00004 (0.000)	0.00004 (0.000)
Educación: 6 años		0.00061 (0.033)	0.00635 (0.033)	0.16624 (0.098)*	0.16710 (0.098)*	0.00491 (0.030)	0.00865 (0.030)	0.00938 (0.031)	0.01341 (0.031)
Educación: entre 7 a 9 años		0.03159 (0.059)	0.04373 (0.059)	0.22522 (0.130)*	0.23145 (0.131)*	0.03864 (0.054)	0.04730 (0.054)	0.04487 (0.054)	0.05338 (0.054)
Educación: entre 10 a 12 años		0.07084 (0.090)	0.09372 (0.091)	0.38718 (0.206)*	0.40286 (0.207)*	0.08643 (0.084)	0.10544 (0.085)	0.09509 (0.086)	0.11408 (0.087)
Educación: 13 o más años		0.13691 (0.113)	0.16885 (0.115)	0.46353 (0.224)**	0.48650 (0.226)**	0.15579 (0.101)	0.18085 (0.102)*	0.16912 (0.104)	0.19369 (0.105)*
Estrato muestral		0.06021 (0.031)**	0.06060 (0.031)**	0.02742 (0.042)	0.02852 (0.042)	0.06112 (0.031)**	0.06142 (0.031)**	0.06008 (0.031)*	0.06025 (0.031)**
Región 1		0.03770 (0.031)	0.03795 (0.031)	0.06886 (0.035)*	0.06960 (0.036)*	0.03894 (0.031)	0.04029 (0.031)	0.03677 (0.031)	0.03806 (0.031)
Región 2		-0.13059 (0.033)**	-0.13213 (0.033)**	-0.09556 (0.038)**	-0.09653 (0.038)**	-0.12929 (0.032)**	-0.12924 (0.032)**	-0.13390 (0.032)**	-0.13401 (0.032)**
Región 3		-0.07786 (0.033)**	-0.08118 (0.032)**	-0.05054 (0.035)	-0.05289 (0.034)	-0.08314 (0.031)**	-0.08454 (0.031)**	-0.08311 (0.031)**	-0.08447 (0.031)**
Región 4		-0.27597 (0.034)**	-0.27629 (0.034)**	-0.21341 (0.048)**	-0.21385 (0.048)**	-0.27375 (0.034)**	-0.27275 (0.034)**	-0.27919 (0.034)**	-0.27858 (0.034)**
Región 5		-0.18397 (0.056)**	-0.19235 (0.056)**	-0.28893 (0.078)**	-0.29113 (0.078)**	-0.19697 (0.048)**	-0.20067 (0.048)**	-0.20040 (0.049)**	-0.20464 (0.049)**
Constante		-3.60974 (0.505)**	-3.63624 (0.506)**	-0.20089 (2.188)	-0.29253 (2.184)	-3.65839 (0.497)**	-3.67051 (0.497)**	-3.64150 (0.495)**	-3.65136 (0.495)**
Observaciones		20,875	20,875	20,875	20,875	20,875	20,875	20,875	20,875
R2		0.510	0.510	0.502	0.502	0.511	0.511	0.510	0.510

Errores estándar robustos entre paréntesis: *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1 Fuente: elaboración propia en base a microdatos de encuestas de gasto de los cuatro países circa 2009

CUADRO AII 11. Coeficientes estimados para las curvas de Engel de para el consumo de bienes visibles considerando al grupo de referencia (ecuación 3), Uruguay

V. dependiente: Bienes visible		VIA	VIB	VIA	VIB	VIA	VIB	VIA	VIB
Log gasto per capita	β	1.13371 (0.034)***	1.14052 (0.034)***	1.20667 (0.158)***	1.31964 (0.191)***	1.13678 (0.034)***	1.14424 (0.034)***	1.13138 (0.033)***	1.13268 (0.033)***
Ingreso medio del grupo	α_{media}	-0.00004 (0.000)***	-0.00005 (0.000)***	-0.00004 (0.000)***	-0.00006 (0.000)***	-0.00004 (0.000)***	-0.00005 (0.000)***	-0.00007 (0.000)***	-0.00008 (0.000)***
Gini del grupo (y-yrgr) si (y-yrgr>0)	θ^{intra}	0.42228 (0.457)	0.56529 (0.459)						
(yrgr-y) si (y-yrgr<0)	$\gamma+$			-0.01480 (0.127)	-0.10107 (0.150)				
Distancia entre grupos	$\theta^{entre-A}$					-0.00003 (0.000)*	-0.00003 (0.000)*		
Comparaciones ascendentes									
Distancia entre grupos	$\theta^{entre-D}$							0.00012 (0.000)***	0.00013 (0.000)***
Comparaciones descendentes									
Menores 18 (o No; 1 Sm)		0.24782 (0.041)***	0.25209 (0.042)***	0.25731 (0.048)***	0.27993 (0.053)***	0.25073 (0.042)***	0.25557 (0.042)***	0.24478 (0.041)***	0.24554 (0.041)***
Mayores 65 (o No; 1 Sm)		0.09331 (0.042)**	0.08882 (0.042)**	0.09672 (0.044)**	0.09836 (0.044)**	0.09754 (0.042)**	0.09452 (0.042)**	0.08967 (0.042)**	0.08875 (0.042)**
Sexo del jefe de hogar (o Hombre; 1 Mujer)		-0.04039 (0.073)	-0.04075 (0.073)	-0.04484 (0.075)	-0.05280 (0.076)	-0.04327 (0.073)	-0.04395 (0.074)	-0.04754 (0.073)	-0.04791 (0.073)
Edad jefe de hogar		0.10537 (0.030)***	0.10787 (0.030)***	0.10529 (0.030)***	0.11154 (0.031)***	0.10744 (0.030)***	0.11014 (0.030)***	0.11208 (0.030)***	0.11285 (0.030)***
Edad2 jefe		-0.01445 (0.006)**	-0.01311 (0.006)**	-0.01551 (0.006)**	-0.01463 (0.007)**	-0.01449 (0.006)**	-0.01341 (0.006)**	-0.01038 (0.006)	-0.00998 (0.007)
Educación: 6 años		-0.00003 (0.000)	-0.00003 (0.000)	-0.00003 (0.000)	-0.00003 (0.000)	-0.00003 (0.000)	-0.00004 (0.000)	-0.00006 (0.000)	-0.00006 (0.000)
Educación: entre 7 a 9 años		0.03252 (0.045)	0.04529 (0.045)	0.03029 (0.046)	0.04160 (0.047)	0.03283 (0.045)	0.04478 (0.045)	0.00815 (0.045)	0.00962 (0.045)
Educación: entre 10 a 12 años		0.09710 (0.058)*	0.13356 (0.059)**	0.07445 (0.076)	0.08872 (0.076)	0.10760 (0.058)*	0.14243 (0.059)**	0.17101 (0.059)***	0.18097 (0.060)***
Educación: 13 o más años		0.24287 (0.097)**	0.31582 (0.100)***	0.20661 (0.094)**	0.26816 (0.094)***	0.24234 (0.087)***	0.30424 (0.090)***	0.44726 (0.099)***	0.46883 (0.102)***
Constante		0.31066 (0.150)**	0.43614 (0.157)***	0.28282 (0.135)**	0.42888 (0.149)***	0.33627 (0.144)**	0.44697 (0.150)***	0.55040 (0.149)***	0.58323 (0.154)***
Observaciones		-3.29848 (0.350)***	-3.42614 (0.357)***	-3.69934 (1.212)***	-4.57912 (1.469)***	-3.15471 (0.296)***	-3.22746 (0.301)***	-3.09742 (0.292)***	-3.11015 (0.294)***
R2		7,043 0.410	7,043 0.409	7,043 0.410	7,043 0.405	7,043 0.410	7,043 0.406	7,043 0.410	7,043 0.409

Errores estándar robustos entre paréntesis: *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Fuente: elaboración propia en base a microdatos de encuestas de gasto de los cuatro países circa 2009

CUADRO AII 12. Coeficientes estimados para las curvas de Engel de para el consumo de bienes visibles por categoría considerando al grupo de referencia (ecuación 2), Argentina

Variable dependiente: Bienes visibles		Cuidados		Autos		Joyas		Vestimenta	
		VIA	VI B	VIA	VI B	VIA	VI B	VIA	VI B
Log gasto per capita	β	0.96061 (0.104)***	0.96475 (0.104)***	0.99747 (0.129)***	0.99940 (0.129)***	0.48930 (0.097)***	0.48860 (0.097)***	1.36492 (0.120)***	1.36719 (0.120)***
Ingreso medio del grupo	α_{media}	-0.00002 (0.000)	-0.00005 (0.000)	-0.00016 (0.000)*	-0.00017 (0.000)*	0.00002 (0.000)	0.00002 (0.000)	-0.00004 (0.000)	-0.00006 (0.000)
Tamaño del hogar (en log)		0.30892 (0.079)***	0.31156 (0.079)***	0.65978 (0.090)***	0.66102 (0.090)***	0.21404 (0.069)***	0.21359 (0.069)***	0.66333 (0.096)***	0.66478 (0.096)***
Menores 18 (0 No; 1 Sm)		-0.00617 (0.077)	-0.00883 (0.077)	0.08409 (0.085)	0.08285 (0.085)	0.07561 (0.065)	0.07606 (0.065)	0.43702 (0.094)***	0.43556 (0.095)***
Mayores 65 (0 No; 1 Sm)		-0.08522 (0.090)	-0.08620 (0.090)	-0.00028 (0.085)	-0.00074 (0.085)	0.08459 (0.073)	0.08476 (0.073)	-0.04923 (0.106)	-0.04977 (0.106)
Sexo del jefe de hogar (0 Hombre; 1 Mujer)		-0.15391 (0.056)***	-0.15476 (0.056)***	0.20181 (0.055)***	0.20142 (0.055)***	-0.06682 (0.046)	-0.06668 (0.046)	-0.25387 (0.067)***	-0.25433 (0.067)***
Edad jefe de hogar		0.01293 (0.011)	0.01438 (0.011)	0.00463 (0.010)	0.00531 (0.010)	-0.01262 (0.008)	-0.01286 (0.008)	-0.01712 (0.013)	-0.01632 (0.013)
Edad2 jefe		-0.00008 (0.000)	-0.00008 (0.000)	-0.00007 (0.000)	-0.00007 (0.000)	0.00006 (0.000)	0.00006 (0.000)	0.00000 (0.000)	-0.00000 (0.000)
Educación: 6 años		0.15056 (0.078)*	0.16207 (0.078)**	-0.06646 (0.077)	-0.06108 (0.078)	0.02440 (0.054)	0.02244 (0.054)	-0.12829 (0.093)	-0.12197 (0.093)
Educación: entre 7 a 9 años		0.20507 (0.114)*	0.23439 (0.116)**	-0.13688 (0.132)	-0.12319 (0.137)	-0.00610 (0.094)	-0.01109 (0.096)	-0.21221 (0.134)	-0.19614 (0.136)
Educación: entre 10 a 12 años		0.14081 (0.181)	0.19852 (0.183)	-0.19526 (0.208)	-0.16832 (0.220)	0.16841 (0.159)	0.15857 (0.162)	-0.20629 (0.202)	-0.17465 (0.205)
Educación: 13 o más años		0.21491 (0.258)	0.30903 (0.265)	-0.29668 (0.326)	-0.25274 (0.344)	0.14952 (0.223)	0.13348 (0.232)	-0.32467 (0.304)	-0.27306 (0.313)
Región 1		-0.25674 (0.067)***	-0.26198 (0.067)***	0.35778 (0.073)***	0.35533 (0.072)***	-0.02938 (0.052)	-0.02848 (0.052)	-0.15459 (0.079)*	-0.15746 (0.080)**
Región 2		-0.44930 (0.081)***	-0.47345 (0.083)***	0.01871 (0.090)	0.00743 (0.094)	-0.07575 (0.064)	-0.07163 (0.066)	0.03538 (0.092)	0.02214 (0.094)
Región 3		-0.30876 (0.089)***	-0.33356 (0.091)***	0.11999 (0.098)	0.10841 (0.103)	0.03711 (0.071)	0.04134 (0.072)	-0.18818 (0.103)*	-0.20178 (0.104)*
Región 4		-0.22600 (0.079)***	-0.24414 (0.080)***	0.32176 (0.093)***	0.31328 (0.095)***	0.15994 (0.064)**	0.16304 (0.065)**	0.28661 (0.090)***	0.27666 (0.091)***
Región 5		-0.54822 (0.084)***	-0.52428 (0.086)***	0.55854 (0.097)***	0.56972 (0.100)***	-0.08383 (0.082)	-0.08791 (0.084)	-0.13908 (0.106)	-0.12595 (0.107)
Constante		-5.00772 (0.757)***	-5.04168 (0.760)***	-7.02291 (0.923)***	-7.03876 (0.920)***	-2.63266 (0.717)***	-2.62687 (0.718)***	-5.95387 (0.920)***	-5.97249 (0.921)***
Observaciones		20,916	20,916	20,916	20,916	20,916	20,916	20,916	20,916
R2		0.228	0.228	0.111	0.111	0.105	0.105	0.229	0.229

Errores estándar robustos entre paréntesis: *** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$

Fuente: elaboración propia en base a microdatos de encuestas de gasto de los cuatro países circa 2009

CUADRO AII 13. Coeficientes estimados para las curvas de Engel de para el consumo de bienes visibles por categoría,

Variable dependiente:		Cuidados		Autos		Joyas		Vestimenta	
		VI a	VI b	VI a	VI b	VI a	VI b	VI a	VI b
Log gasto per capita	β	0.94113 (0.048)***	0.94124 (0.048)***	1.01535 (0.077)***	1.01754 (0.077)***	0.60985 (0.054)***	0.61042 (0.054)***	0.92674 (0.041)***	0.92867 (0.041)***
Ingreso medio del grupo	α_{media}	-0.00005 (0.000)	-0.00005 (0.000)	-0.00017 (0.000)**	-0.00019 (0.000)**	-0.00012 (0.000)***	-0.00012 (0.000)***	-0.00019 (0.000)***	-0.00021 (0.000)***
Tamaño del hogar (en log)		0.45925 (0.028)***	0.45932 (0.028)***	0.86642 (0.044)***	0.86783 (0.044)***	0.24479 (0.027)***	0.24515 (0.027)***	0.54327 (0.031)***	0.54450 (0.031)***
Menores 18 (o No; 1 Sm)		-0.17625 (0.025)***	-0.17626 (0.025)***	-0.10116 (0.041)**	-0.10140 (0.041)**	-0.03529 (0.023)	-0.03535 (0.023)	-0.03189 (0.027)	-0.03209 (0.027)
Mayores 65 (o No; 1 Sm)		-0.09330 (0.029)***	-0.09333 (0.029)***	-0.15204 (0.045)***	-0.15275 (0.045)***	-0.03792 (0.023)*	-0.03810 (0.023)*	-0.10279 (0.036)***	-0.10341 (0.036)***
Sexo del jefe de hogar (o Hombre; 1 Mujer)		-0.21077 (0.019)***	-0.21077 (0.019)***	0.20719 (0.029)***	0.20707 (0.029)***	-0.12690 (0.017)***	-0.12693 (0.017)***	-0.16681 (0.021)***	-0.16691 (0.021)***
Edad jefe de hogar		-0.00844 (0.003)**	-0.00842 (0.003)**	-0.02846 (0.005)***	-0.02812 (0.005)***	-0.01438 (0.003)***	-0.01430 (0.003)***	-0.01000 (0.004)**	-0.00971 (0.004)**
Edad2 jefe		0.00001 (0.000)	0.00001 (0.000)	0.00013 (0.000)***	0.00013 (0.000)***	0.00008 (0.000)***	0.00008 (0.000)***	-0.00001 (0.000)	-0.00001 (0.000)
Educación: 6 años		0.17606 (0.028)***	0.17627 (0.028)***	-0.12527 (0.044)***	-0.12113 (0.045)***	-0.06769 (0.024)***	-0.06662 (0.025)***	0.05639 (0.030)*	0.06001 (0.030)**
Educación: entre 7 a 9 años		0.20585 (0.042)***	0.20634 (0.042)***	-0.19821 (0.071)***	-0.18875 (0.073)**	-0.05321 (0.043)	-0.05077 (0.044)	0.14351 (0.043)***	0.15181 (0.044)***
Educación: entre 10 a 12 años		0.22027 (0.085)***	0.22158 (0.087)**	-0.09826 (0.154)	-0.07278 (0.162)	0.04820 (0.090)	0.05476 (0.094)	0.22876 (0.091)**	0.25108 (0.097)***
Educación: 13 o más años		0.26113 (0.107)**	0.26338 (0.112)**	-0.18483 (0.203)	-0.14129 (0.217)	0.12529 (0.118)	0.13650 (0.125)	0.28759 (0.122)**	0.32574 (0.131)**
Estrato muestral		-0.22126 (0.022)***	-0.22121 (0.022)***	0.31304 (0.032)***	0.31410 (0.032)***	0.04953 (0.019)**	0.04980 (0.019)**	0.00073 (0.021)	0.00165 (0.021)
Asc. Racial 2 (afro)-		0.05258 (0.030)*	0.05260 (0.030)*	-0.13596 (0.044)***	-0.13553 (0.044)***	0.02615 (0.024)	0.02626 (0.024)	0.02470 (0.033)	0.02508 (0.033)
Asc. Racial 3 (Amarillo)		-0.05382 (0.127)	-0.05372 (0.127)	-0.56535 (0.183)***	-0.56338 (0.183)***	0.26813 (0.157)*	0.26864 (0.157)*	-0.03291 (0.142)	-0.03118 (0.142)
Asc. Racial 4 (mestizo)		-0.00496 (0.020)	-0.00495 (0.020)	0.00089 (0.032)	0.00119 (0.032)	0.02338 (0.017)	0.02345 (0.017)	0.04283 (0.021)**	0.04310 (0.021)**
Asc. Racial5 (indígena)		-0.27195 (0.093)***	-0.27191 (0.093)***	-0.14954 (0.134)	-0.14895 (0.134)	-0.06726 (0.067)	-0.06711 (0.067)	-0.08376 (0.109)	-0.08324 (0.109)
Asc. Racial (ignorado)		0.33061 (0.142)**	0.33059 (0.142)**	-0.14882 (0.214)	-0.14917 (0.214)	0.07597 (0.149)	0.07588 (0.149)	-0.05598 (0.170)	-0.05629 (0.170)
Región 1		-0.01388 (0.023)	-0.01389 (0.023)	0.24010 (0.031)***	0.23994 (0.031)***	-0.02421 (0.020)	-0.02425 (0.020)	0.00449 (0.022)	0.00435 (0.022)
Región 2		-0.22485 (0.027)***	-0.22458 (0.027)***	0.08971 (0.039)**	0.09488 (0.040)**	-0.23597 (0.022)***	-0.23464 (0.022)***	-0.17692 (0.028)***	-0.17240 (0.029)***
Región 3		-0.48692 (0.029)***	-0.48672 (0.030)***	0.22494 (0.045)***	0.22887 (0.046)***	-0.18619 (0.025)***	-0.18518 (0.026)***	-0.03038 (0.032)	-0.02693 (0.032)
Región 4		-0.22095 (0.026)***	-0.22073 (0.026)***	0.24323 (0.038)***	0.24742 (0.039)***	-0.16896 (0.020)***	-0.16788 (0.021)***	-0.25648 (0.029)***	-0.25281 (0.029)***
Constante		-3.64540 (0.283)***	-3.64660 (0.283)***	-5.37372 (0.441)***	-5.39690 (0.440)***	-2.96973 (0.296)***	-2.97570 (0.294)***	-2.97545 (0.243)***	-2.99575 (0.243)***
Observaciones		56,010	56,010	56,010	56,010	56,010	56,010	56,010	56,010
R2		0.382	0.382	0.214	0.214	0.157	0.157	0.296	0.296

Errores estándar robustos entre paréntesis: *** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$

Fuente: elaboración propia en base a microdatos de encuestas de gasto de los cuatro países circa 2009

CUADRO AII 14. Coeficientes estimados para las curvas de Engel de para el consumo de bienes visibles por categoría, considerando al grupo de referencia (ecuación 2), México

Variable dependiente: Bienes visibles	Cuidados		Autos		Joyas		Vestimenta	
	VI a	VI b	VI a	VI b	VI a	VI b	VI a	VI b
Log gasto per capita	β 0.80519 (0.041)***	0.80529 (0.041)***	0.79145 (0.099)***	0.79197 (0.099)***	0.66471 (0.081)***	0.66673 (0.081)***	1.13591 (0.099)***	1.13739 (0.099)***
Ingreso medio del grupo	α_{media} 0.00000 (0.000)	0.00000 (0.000)	-0.00000 (0.000)	-0.00001 (0.000)	-0.00001 (0.000)	-0.00001 (0.000)	-0.00001 (0.000)	-0.00001 (0.000)
Tamaño del hogar (en log)	0.08544 (0.038)**	0.08552 (0.038)**	0.56351 (0.068)***	0.56393 (0.068)***	0.33930 (0.064)***	0.34093 (0.064)***	0.68141 (0.080)***	0.68260 (0.080)***
Menores 18 (0 No; 1 Si)	-0.06808 (0.029)**	-0.06816 (0.029)**	0.06881 (0.049)	0.06838 (0.049)	-0.02383 (0.053)	-0.02552 (0.053)	0.56131 (0.058)***	0.56007 (0.058)***
Mayores 65 (0 No; 1 Si)	-0.12351 (0.041)***	-0.12355 (0.041)***	-0.05021 (0.047)	-0.05043 (0.047)	-0.02854 (0.069)	-0.02937 (0.069)	-0.22312 (0.073)***	-0.22372 (0.073)***
Sexo del jefe de hogar (0 Hombre; 1 Mujer)	-0.05758 (0.024)**	-0.05759 (0.024)**	0.12652 (0.032)***	0.12650 (0.032)***	0.02731 (0.038)	0.02720 (0.038)	-0.07887 (0.043)*	-0.07895 (0.043)*
Edad jefe de hogar	0.00753 (0.004)*	0.00755 (0.004)*	-0.01856 (0.005)***	-0.01847 (0.005)***	-0.00481 (0.006)	-0.00445 (0.006)	-0.03324 (0.009)***	-0.03298 (0.009)***
Edad2 jefe	-0.00014 (0.000)***	-0.00014 (0.000)***	0.00012 (0.000)***	0.00012 (0.000)***	0.00001 (0.000)	0.00001 (0.000)	0.00017 (0.000)*	0.00017 (0.000)*
Educación: 6 años	0.06339 (0.030)**	0.06372 (0.030)**	-0.16186 (0.046)***	-0.16008 (0.046)***	0.02685 (0.048)	0.03370 (0.048)	0.03821 (0.057)	0.04324 (0.057)
Educación: entre 7 a 9 años	0.11758 (0.055)**	0.11835 (0.055)**	-0.22888 (0.093)**	-0.22476 (0.093)**	0.15021 (0.097)	0.16609 (0.097)*	0.12839 (0.100)	0.14007 (0.099)
Educación: entre 10 a 12 años	0.06147 (0.088)	0.06314 (0.088)	-0.21709 (0.138)	-0.20815 (0.137)	0.22215 (0.153)	0.25659 (0.152)*	0.30722 (0.150)**	0.33254 (0.150)**
Educación: 13 o más años	0.05815 (0.104)	0.06037 (0.104)	-0.25838 (0.190)	-0.24652 (0.190)	0.49700 (0.189)***	0.54270 (0.188)***	0.44946 (0.180)**	0.48306 (0.181)***
Estrato muestral	-0.10482 (0.030)***	-0.10480 (0.030)***	0.17565 (0.045)***	0.17578 (0.045)***	0.10054 (0.047)**	0.10105 (0.047)**	0.20781 (0.052)***	0.20819 (0.052)***
Región 1	0.13255 (0.030)***	0.13266 (0.030)***	-0.18313 (0.076)**	-0.18254 (0.076)**	0.21889 (0.064)***	0.22116 (0.064)***	-0.07189 (0.071)	-0.07022 (0.071)
Región 2	-0.18470 (0.030)***	-0.18471 (0.030)***	-0.19587 (0.074)***	-0.19591 (0.074)***	0.08918 (0.060)	0.08901 (0.060)	-0.08634 (0.068)	-0.08646 (0.068)
Región 3	-0.12612 (0.030)***	-0.12624 (0.030)***	-0.28981 (0.071)**	-0.29046 (0.070)***	0.16273 (0.061)***	0.16023 (0.061)**	0.07408 (0.066)	0.07224 (0.066)
Región 4	-0.28080 (0.033)***	-0.28072 (0.033)***	-0.50184 (0.071)**	-0.50143 (0.071)**	-0.17431 (0.062)***	-0.17274 (0.062)***	-0.08332 (0.069)	-0.08216 (0.069)
Región 5	-0.26187 (0.048)***	-0.26219 (0.048)***	-0.11275 (0.088)	-0.11447 (0.088)	0.17688 (0.086)**	0.17025 (0.086)**	-0.01574 (0.087)	-0.02062 (0.087)
Constante	-2.06940 (0.374)***	-2.07044 (0.374)***	-6.58309 (0.878)***	-6.58862 (0.878)***	-5.37191 (0.728)***	-5.39319 (0.728)***	-5.14190 (0.871)***	-5.15754 (0.871)***
Observaciones	20,875	20,875	20,875	20,875	20,875	20,875	20,875	20,875
R2	0.408	0.408	0.078	0.078	0.113	0.113	0.246	0.246

Errores estándar robustos entre paréntesis: *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Fuente: elaboración propia en base a microdatos de encuestas de gasto de los cuatro países circa 2009

CUADRO AII 15. Coeficientes estimados para las curvas de Engel de para el consumo de bienes visibles por categoría, considerando al grupo de referencia (es ecuación 2), Uruguay

Variable dependiente:		Cuidados		Autos		Joyas		Vestimenta	
Bienes visibles		VI a	VI b	VI a	VI b	VI a	VI b	VI a	VI b
Log gasto per capita	β	0.85178 (0.044)***	0.85574 (0.044)***	0.51781 (0.078)***	0.52997 (0.080)***	1.00404 (0.084)***	1.00984 (0.085)***	0.92628 (0.040)***	0.93268 (0.040)***
Ingreso medio del grupo	α_{media}	-0.00003 (0.000)***	-0.00003 (0.000)***	-0.00011 (0.000)***	-0.00012 (0.000)***	-0.00003 (0.000)**	-0.00004 (0.000)***	-0.00002 (0.000)***	-0.00003 (0.000)***
Tamaño del hogar (en log)		0.12852 (0.045)***	0.13107 (0.045)***	0.34708 (0.071)***	0.35491 (0.072)***	0.47070 (0.068)***	0.47443 (0.068)***	-0.00977 (0.044)	-0.00544 (0.044)
Menores 18 (0 No; 1 Sm)		-0.08796 (0.043)**	-0.08958 (0.043)**	0.13973 (0.085)	0.13474 (0.085)	0.00001 (0.075)	-0.00237 (0.075)	0.20241 (0.048)***	0.19989 (0.048)***
Mayores 65 (0 No; 1 Sm)		-0.03252 (0.081)	-0.03278 (0.081)	-0.30667 (0.088)***	-0.30749 (0.088)***	-0.10950 (0.099)	-0.10989 (0.099)	0.08793 (0.073)	0.08710 (0.073)
Sexo del jefe de hogar (0 Hombre; 1 Mujer)		0.07909 (0.034)**	0.08047 (0.034)**	-0.13888 (0.055)**	-0.13464 (0.055)**	0.26175 (0.049)***	0.26377 (0.049)***	0.16108 (0.033)***	0.16333 (0.033)***
Edad jefe de hogar		0.01302 (0.007)*	0.01356 (0.007)*	-0.01652 (0.010)	-0.01484 (0.010)	-0.01409 (0.009)	-0.01329 (0.009)	-0.02420 (0.006)***	-0.02352 (0.006)***
Edad2 jefe		-0.00018 (0.000)**	-0.00018 (0.000)**	0.00011 (0.000)	0.00010 (0.000)	0.00000 (0.000)	-0.00000 (0.000)	0.00007 (0.000)	0.00007 (0.000)
Educación: 6 años		0.03770 (0.049)	0.04401 (0.048)	0.20123 (0.084)**	0.22062 (0.084)***	0.04017 (0.068)	0.04942 (0.068)	0.00886 (0.047)	0.01808 (0.047)
Educación: entre 7 a 9 años		0.15711 (0.067)**	0.17512 (0.066)***	0.35578 (0.130)***	0.41108 (0.130)***	0.17667 (0.105)*	0.20303 (0.105)*	0.06789 (0.063)	0.09403 (0.063)
Educación: entre 10 a 12 años		0.29435 (0.104)***	0.32611 (0.103)***	0.54361 (0.201)***	0.64114 (0.202)***	0.30460 (0.171)*	0.35109 (0.174)**	0.17371 (0.098)*	0.22056 (0.099)**
Educación: 13 o más años		0.14484 (0.180)	0.20103 (0.180)	1.11982 (0.326)***	1.29238 (0.314)***	0.44288 (0.272)	0.52514 (0.278)*	0.26736 (0.162)*	0.35018 (0.164)**
Constante		-2.68182 (0.372)***	-2.72016 (0.373)***	-2.71690 (0.643)***	-2.83461 (0.655)***	-6.75601 (0.686)***	-6.81212 (0.695)***	-1.78422 (0.337)***	-1.84288 (0.341)***
Observaciones		7,043	7,043	7,043	7,043	7,043	7,043	6,037	6,037
R2		0.274	0.273	0.093	0.093	0.153	0.153	0.353	0.353

Errores estándar robustos entre paréntesis: *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Fuente: elaboración propia en base a microdatos de encuestas de gasto de los cuatro países circa 2009

CUADRO AII 16. Estimaciones para el gasto en Fiestas, considerando al grupo de referencia (ecuación 2), Argentina, Brasil, México y Uruguay

		Argentina		Brasil		México		Uruguay	
		VI a	VI b	VI a	VI b	VI a	VI b	VI a	VI b
Gasto per capita del hogar real (en logs)	β	0.09448 (0.035)***	0.09417 (0.035)***	0.48588 (0.047)***	0.48674 (0.047)***	0.37376 (0.061)***	0.37299 (0.061)***	0.02903 (0.014)**	0.03091 (0.015)**
Ingreso medio del grupo	α_{media}	-0.00002 (0.000)	-0.00002 (0.000)	-0.00010 (0.000)**	-0.00011 (0.000)**	-0.00001 (0.000)	-0.00000 (0.000)	-0.00000 (0.000)	-0.00000 (0.000)
Tamaño del hogar (en log)		0.03956 (0.022)*	0.03936 (0.022)*	0.24537	0.24592	0.26842 (0.053)***	0.26779 (0.053)***	0.02779 (0.010)***	0.02899 (0.010)***
Menores 18 (o No; 1 Sí)		0.07091 (0.019)***	0.07110 (0.019)***	0.13439	0.13430	0.30669 (0.058)***	0.30733 (0.058)***	0.00554 (0.017)	0.00477 (0.017)
Mayores 65 (o No; 1 Sí)		-0.00128 (0.014)	-0.00121 (0.014)	-0.07644	-0.07672	0.02643 (0.057)	0.02674 (0.057)	-0.00733 (0.013)	-0.00745 (0.013)
Sexo del jefe de hogar (o Hombre; 1 Mujer)		0.01483 (0.015)	0.01489 (0.015)	0.01295 (0.017)	0.01290 (0.017)	0.03828 (0.037)	0.03832 (0.037)	-0.00092 (0.011)	-0.00026 (0.011)
Edad jefe de hogar		-0.00014 (0.002)	-0.00025 (0.002)	-0.01487	-0.01474	-0.01975 (0.006)***	-0.01989 (0.006)***	-0.00096 (0.001)	-0.00070 (0.001)
Edad2 jefe		0.00000 (0.000)	0.00000 (0.000)	0.00012	0.00012	0.00014 (0.000)**	0.00014 (0.000)**	0.00001 (0.000)	0.00001 (0.000)
6 años		0.02742 (0.019)	0.02658 (0.020)	-0.02388 (0.025)	-0.02226 (0.026)	-0.08412 (0.050)*	-0.08674 (0.050)*	-0.00726 (0.009)	-0.00426 (0.009)
7 a 9 años		-0.00704 (0.026)	-0.00920 (0.028)	0.03868 (0.043)	0.04239 (0.044)	-0.06697 (0.084)	-0.07305 (0.085)	0.00048 (0.021)	0.00902 (0.021)
10 a 12 años		-0.01664 (0.045)	-0.02089 (0.047)	0.12526 (0.093)	0.13523 (0.097)	-0.00155 (0.128)	-0.01473 (0.130)	0.04546 (0.045)	0.06052 (0.047)
13 o más		-0.00168 (0.069)	-0.00860 (0.071)	0.22695 (0.124)*	0.24398 (0.132)*	0.12379 (0.151)	0.10630 (0.152)	0.01732 (0.040)	0.04397 (0.046)
Estrato muestral				0.08223 (0.019)***	0.08264 (0.019)***	0.07680 (0.044)*	0.07660 (0.044)*		
Asc. Racial 2 (afro)-				-0.01377 (0.025)	-0.01360 (0.025)				
Asc. Racial 3 (Amarillo)				0.04941 (0.172)	0.05018 (0.172)				
Asc. Racial 4 (mestizo)				0.01102 (0.018)	0.01114 (0.018)				
Asc. Racial5 (indígena)				0.02848 (0.081)	0.02872 (0.081)				
Asc. Racial (ignorado)				-0.03767 (0.118)	-0.03781 (0.118)				
Región 1	Región 1	0.02623 (0.021)	0.02623 (0.021)	0.04906 (0.019)***	0.04900 (0.019)***	-0.02245 (0.059)	-0.02332 (0.059)		
Región 2	Región 2	-0.01208 (0.022)	-0.01208 (0.022)	0.02822 (0.023)	0.03024 (0.024)	0.09724 (0.059)	0.09731 (0.059)		
Región 3	Región 3	-0.01723 (0.024)	-0.01723 (0.024)	0.07835 (0.027)***	0.07989 (0.027)***	0.22389 (0.067)***	0.22485 (0.067)***		
Región 4	Región 4	-0.01095 (0.020)	-0.01095 (0.020)	0.03588 (0.022)	0.03752 (0.023)	-0.13783 (0.059)**	-0.13843 (0.059)**		
Región 5	Región 5	0.02643 (0.022)	0.02643 (0.023)			-0.11277 (0.070)	-0.11023 (0.070)		
Constante		-0.67965 (0.268)**	-0.67715 (0.269)**	-2.55454	-2.56361	-2.82955 (0.563)***	-2.82141 (0.563)***	-0.21411 (0.137)	-0.23228 (0.137)*
Observaciones		20,916	20,916	56,010	56,010	20,875	20,875	7,043	7,043
R2		0.017	0.017	0.134	0.134	0.057	0.057	0.008	0.008

Errores estándar robustos entre paréntesis: *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Fuente: elaboración propia en base a microdatos de encuestas de gasto de los cuatro países circa 2009

CUADRO AII 17. Coeficientes estimados para las curvas de Engel de para el consumo en alimentos y bienes no visibles, considerando al grupo de referencia (ecuación 2), Argentina y Brasil

		Alimentos		No visible		Alimentos		No visible	
		IVA	IVB	IVA	IVB	IVA	IVB	IVA	IVB
Log gasto per capita	β	0.49317 (0.040)***	0.49437 (0.022)***	0.90187 (0.024)***	0.90069 (0.011)***	0.52206 (0.026)***	0.40497 (0.044)***	0.95246 (0.003)***	0.97008 (0.004)***
Ingreso medio del grupo	α_{media}	0.00002 (0.000)	0.00001 (0.000)	0.00003 (0.000)	0.00003 (0.000)***	0.00008 (0.000)*	0.00008 (0.000)	0.00001 (0.000)**	0.00001 (0.000)*
Tamaño del hogar (en log)		-0.08600 (0.036)**	-0.08524 (0.018)***	-0.06200 (0.018)***	-0.06275 (0.009)***	0.07203 (0.029)**	0.01743 (0.032)	-0.05901 (0.003)***	-0.05079 (0.003)***
Menores 18 (0 No; 1 Sí)		-0.01697 (0.035)	-0.01775 (0.018)	-0.00197 (0.021)	-0.00120 (0.009)	0.05615 (0.026)**	0.02852 (0.028)	0.00552 (0.003)**	0.00967 (0.003)***
Mayores 65 (0 No; 1 Sí)		-0.00600 (0.042)	-0.00629 (0.021)	0.02429 (0.012)**	0.02457 (0.011)**	0.08098 (0.035)**	0.07896 (0.035)**	0.01085 (0.003)***	0.01114 (0.003)***
Sexo del jefe de hogar (0 Hombre; 1 Mujer)		0.07806 (0.025)***	0.07781 (0.013)***	-0.00577 (0.009)	-0.00553 (0.007)	0.03978 (0.022)*	0.05955 (0.022)***	0.00358 (0.002)*	0.00061 (0.002)
Edad jefe de hogar		0.01451 (0.005)***	0.01493 (0.002)***	-0.00084 (0.002)	-0.00125 (0.001)	0.01340 (0.004)***	0.01750 (0.004)***	0.00356 (0.000)***	0.00295 (0.000)***
Edad2 jefe		-0.00011 (0.000)**	-0.00012 (0.000)***	0.00001 (0.000)	0.00001 (0.000)	-0.00011 (0.000)***	-0.00014 (0.000)***	-0.00002 (0.000)***	-0.00002 (0.000)***
6 años		0.03263 (0.034)	0.03598 (0.021)*	-0.00650 (0.011)	-0.00980 (0.011)	-0.04169 (0.029)	-0.00367 (0.032)	0.00584 (0.003)**	0.00018 (0.003)
7 a 9 años		-0.01433 (0.048)	-0.00581 (0.028)	-0.03031 (0.026)	-0.03871 (0.015)***	-0.11203 (0.039)***	-0.03557 (0.045)	0.01072 (0.004)***	-0.00065 (0.005)
10 a 12 años		-0.09626 (0.080)	-0.07948 (0.046)*	-0.02287 (0.049)	-0.03940 (0.024)*	-0.36859 (0.080)***	-0.22687 (0.094)**	0.02110 (0.009)**	0.00013 (0.010)
13 o más		-0.11562 (0.103)	-0.08826 (0.065)	-0.01992 (0.057)	-0.04689 (0.033)	-0.36434 (0.111)***	-0.19588 (0.125)	0.02071 (0.013)	-0.00405 (0.014)
Estrato muestral						0.00975 (0.021)	-0.02420 (0.024)	-0.02359 (0.002)***	-0.01848 (0.003)***
Región 1		-0.03584 (0.030)	-0.03736 (0.014)***	-0.04569 (0.013)***	-0.04419 (0.007)***	-0.17744 (0.021)***	-0.20254 (0.022)***	-0.01324 (0.002)***	-0.00947 (0.002)***
Región 2		0.12005 (0.033)***	0.11303 (0.026)***	-0.01959 (0.018)	-0.01267 (0.013)	-0.60908 (0.028)***	-0.58931 (0.029)***	0.01466 (0.003)***	0.01175 (0.003)***
Región 3		0.00776 (0.038)	0.00055 (0.029)	-0.00916 (0.018)	-0.00205 (0.015)	-0.39848 (0.031)***	-0.37631 (0.032)***	-0.00496 (0.004)	-0.00825 (0.004)**
Región 4		-0.08381 (0.031)***	-0.08909 (0.028)***	-0.06569 (0.017)***	-0.06049 (0.014)***	-0.77589 (0.029)***	-0.77026 (0.030)***	-0.00359 (0.003)	-0.00438 (0.003)
Región 5		-0.42073 (0.048)***	-0.41378 (0.030)***	-0.14484 (0.024)***	-0.15169 (0.015)***				
Constante		2.01560 (0.303)***	2.00581 (0.160)***	0.69697 (0.177)***	0.70661 (0.082)***	0.46692 (0.174)***	1.11165 (0.264)***	0.09434 (0.017)***	-0.00281 (0.024)
Observaciones		20,916	20,916	20,916	20,916	56,010	56,010	56,010	56,010
R2		0.315	0.315	0.793	0.793	0.157	0.142	0.979	0.979

Errores estándar robustos entre paréntesis: *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Fuente: elaboración propia en base a microdatos de encuestas de gasto de los cuatro países circa 2009

CUADRO AII 18. Coeficientes estimados para las curvas de Engel de para el consumo en alimentos y bienes no visibles, considerando al grupo de referencia (ecuación 2), México y Uruguay

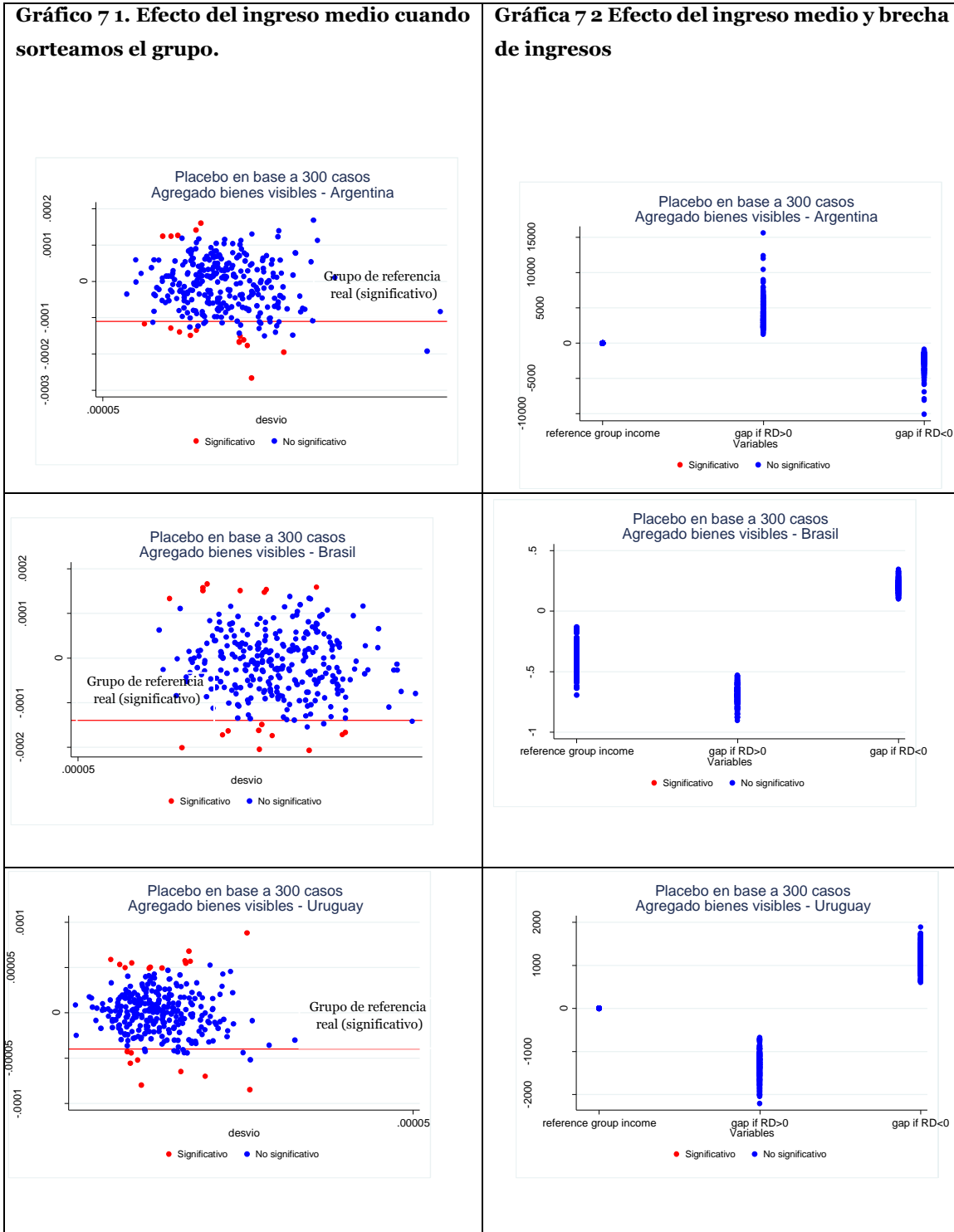
	Alimentos		No visible		Alimentos		No visible	
	IVA	IVB	IVA	IVB	IVA	IVB	IVA	IVB
Log gasto per capita	0.09265 (0.053)*	0.09241 (0.053)*	0.96555 (0.005)***	0.96547 (0.005)***	0.41543 (0.041)***	0.41836 (0.041)***	0.99925 (0.005)***	0.99813 (0.005)***
Ingreso medio del grupo	0.00000 (0.000)	0.00000 (0.000)	0.00000 (0.000)**	0.00000 (0.000)**	-0.00000 (0.000)	-0.00000 (0.000)	0.00000 (0.000)***	0.00000 (0.000)***
Tamaño del hogar (en log)	-0.03188 (0.047)	-0.03208 (0.047)	-0.03484 (0.004)***	-0.03490 (0.004)***	0.01088 (0.032)	0.01276 (0.032)	0.00108 (0.007)	0.00036 (0.007)
Menores 18 (0 No; 1 Sí)	0.03570 (0.034)	0.03591 (0.034)	-0.01476 (0.003)***	-0.01470 (0.003)***	-0.04669 (0.027)*	-0.04790 (0.027)*	-0.00179 (0.006)	-0.00133 (0.006)
Mayores 65 (0 No; 1 Sí)	0.04429 (0.034)	0.04439 (0.034)	0.01005 (0.003)***	0.01008 (0.003)***	-0.04134 (0.040)	-0.04154 (0.039)	0.01140 (0.007)*	0.01148 (0.007)*
Sexo del jefe de hogar (0 Hombre; 1 Mujer)	-0.04580 (0.027)*	-0.04578 (0.027)*	0.00119 (0.002)	0.00120 (0.002)	-0.06610 (0.021)***	-0.06508 (0.021)***	-0.00988 (0.004)**	-0.01027 (0.004)**
Edad jefe de hogar	0.03179 (0.005)***	0.03175 (0.005)***	0.00234 (0.000)***	0.00233 (0.000)***	0.01583 (0.004)***	0.01623 (0.004)***	0.00506 (0.001)***	0.00490 (0.001)***
Edad2 jefe	-0.00026 (0.000)***	-0.00026 (0.000)***	-0.00002 (0.000)***	-0.00002 (0.000)***	-0.00007 (0.000)*	-0.00008 (0.000)*	-0.00003 (0.000)***	-0.00003 (0.000)***
6 años	0.14782 (0.033)***	0.14698 (0.033)***	0.00569 (0.003)**	0.00543 (0.003)*	0.05264 (0.028)*	0.05731 (0.028)**	-0.00316 (0.007)	-0.00495 (0.008)
7 a 9 años	0.16478 (0.063)***	0.16284 (0.063)***	0.00458 (0.005)	0.00398 (0.005)	0.10847 (0.038)***	0.12179 (0.038)***	-0.00783 (0.009)	-0.01293 (0.009)
10 a 12 años	0.09344 (0.086)	0.08923 (0.085)	0.00063 (0.008)	-0.00067 (0.008)	0.07284 (0.061)	0.09632 (0.063)	-0.01527 (0.012)	-0.02427 (0.013)*
13 o más	0.04842 (0.113)	0.04283 (0.112)	-0.00130 (0.011)	-0.00302 (0.011)	0.09442 (0.094)	0.13596 (0.096)	-0.02121 (0.018)	-0.03713 (0.019)*
Estrato muestral	-0.06691 (0.028)**	-0.06698 (0.028)**	-0.01433 (0.003)***	-0.01435 (0.003)***				
Región 1	-0.03410 (0.039)	-0.03438 (0.039)	-0.00268 (0.004)	-0.00277 (0.004)				
Región 2	0.20121 (0.036)***	0.20123 (0.036)***	0.00750 (0.004)*	0.00751 (0.004)*				
Región 3	0.09087 (0.039)**	0.09118 (0.039)**	0.01233 (0.004)***	0.01243 (0.004)***				
Región 4	0.06918 (0.043)	0.06899 (0.043)	0.02852 (0.004)***	0.02846 (0.004)***				
Región 5	0.15967 (0.046)***	0.16048 (0.046)***	0.01309 (0.005)***	0.01334 (0.005)***				
Constante	5.19532 (0.486)***	5.19792 (0.486)***	0.17059 (0.044)***	0.17139 (0.044)***	2.79810 (0.344)***	2.76977 (0.349)***	-0.28417 (0.056)***	-0.27331 (0.056)***
Observaciones	20,875	20,875	20,875	20,875	7,043	7,043	7,043	7,043
R2	0.038	0.038	0.988	0.988	0.343	0.344	0.967	0.967

Errores estándar robustos entre paréntesis: *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Fuente: elaboración propia en base a microdatos de encuestas de gasto de los cuatro países circa 2009

ANEXO III Estudio de la consistencia del grupo de referencia

Panel AIII. 1: Resultados de la estimación basadas en grupos de referencia placebo, Argentina, Brasil y Uruguay



Fuente: elaboración propia en base a microdatos de encuestas de gasto de los tres países circa 2009

CUADRO AIII 2: Estimaciones del efecto del grupo de referencia en base a un placebo (Estimación IVA), Argentina, Brasil y Uruguay.

Variable dependiente: Bienes visibles		Argentina				Brasil							
		GR	GR Sorteado	GR	GR Sorteado	GR	GR Sorteado	GR	GR Sorteado				
Ingreso medio del grupo	α_{media}	-0.0001	5.13E-09	-7E-05	0.00126	-0.0001	-1.40E-05	-1E-05	-0.00039				
	P(Value)	-0.118	-0.947	(†)	-2.53	(1)	(†)	0	-0.94	(†)	-0.879	(1)	(†)
(y-yrgr) si (y-yrgr>0)	$\gamma+$				3.7916	3.78289			0.60538	0.103174			
	P(Value)				-0.015	(1)	(†)	(†)	0	(1)	(†)		
(yrgr-y) si (y-yrgr<0)	$\gamma-$				-0.1666	-2.54			-0.4131	-0.69211			
	P(Value)				-0.131	(1)	(†)	(†)	0	(1)	(†)		
		Uruguay											
		GR	GR Sorteado	GR	GR Sorteado								
Ingreso medio del grupo	α_{media}	-4E-05	1.19E-06	-4E-05	-0.00015								
	P(Value)	0	-0.93	(†)	0	(1)	(†)						
(y-yrgr) si (y-yrgr>0)	$\gamma+$			-0.0148									
	P(Value)			-0.907	(1)	(†)							
(yrgr-y) si (y-yrgr<0)	$\gamma-$			0.09486									
	P(Value)			-0.363	(1)	(†)							

(†) P value estimado en base a las simulaciones

INSTITUTO DE ECONOMÍA

Serie Documentos de Trabajo

Diciembre, 2016

DT 13/2016



Instituto de Economía

Facultad de Ciencias Económicas y de Administración
Universidad de la República - Uruguay

© 2011 iecon.ccee.edu.uy | instituto@iecon.ccee.edu.uy | Tel: +598 24000466 | +598 24001369 | +598 24004417 | Fax: +598 24089586 | Joaquín Requena 1375 | C.P. 11200 | Montevideo - Uruguay