




Encuesta Nacional de
Gastos de los Hogares



Encuesta Nacional de
Gastos de los Hogares

Vol. 2

Encuesta Nacional de Gastos de Los Hogares 1996/1997

TOTAL DEL PAÍS
RESULTADOS PROVISORIOS



REPÚBLICA ARGENTINA
MINISTERIO DE ECONOMÍA
Y OBRAS Y SERVICIOS PÚBLICOS
SECRETARÍA DE POLÍTICA ECONÓMICA

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS

INDEC



Vol. 2

Encuesta Nacional de Gastos de Los Hogares 1996/97

TOTAL DEL PAÍS
RESULTADOS PROVISORIOS



REPÚBLICA ARGENTINA
MINISTERIO DE ECONOMÍA
Y OBRAS Y SERVICIOS PÚBLICOS
SECRETARÍA DE POLÍTICA ECONÓMICA

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS

INDEC

Esta publicación realizada por la Dirección de Estudios de Ingresos y Gastos de los Hogares a cargo de la Lic. Carmen Dopico, constituye la segunda entrega de la colección Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares 1996/1997.

Participaron en la realización de la encuesta los integrantes de la Dirección de Estudios de Ingresos y Gastos de los Hogares, se contó con la asistencia del programa Marco Muestral Nacional Urbano y colaboraron en diferentes aspectos las distintas Direcciones del Instituto, así como las Direcciones Provinciales de Estadística.

SIGNOS CONVENCIONALES UTILIZADOS POR EL INDEC

Para la sustitución o complementación de un dato numérico el INDEC utiliza los siguientes signos, según el caso:

- * Dato provisorio
- Dato igual a cero
- 0 Dato igual a cero por redondeo de cifra positiva
- 0 Dato igual a cero por redondeo de cifra negativa
- ... Dato no disponible a la fecha de presentación de resultados
- .. Dato no significativo estadísticamente
- . Dato no existente
- ºº Dato estimado con coeficiente de variación mayor al 10%
- /// Dato que no corresponde presentar debido a la naturaleza de las cosas o del cálculo
- s Dato confidencial por aplicación de las reglas del secreto estadístico
- e Dato estimado

© Queda hecho el depósito que fija la Ley Nº 11.723. Buenos Aires, 1998
Director responsable de la edición Lic. Néstor Kvasina

Buenos Aires, 1998

PUBLICACIONES DEL INDEC

Las publicaciones editadas por el Instituto Nacional de Estadística y Censos se encuentran a la venta en INDEC, Centro Estadístico de Servicios, Julio A. Roca 615 P.B., C.P. 1067, Buenos Aires, Argentina.
Por cualquier consulta puede dirigirse personalmente al Centro Estadístico de Servicios, o bien comunicarse a los Tel.: 349-9650/52/54/62, al Fax: 349-9621, o a través de correo electrónico E-Mail: CES@indec.mecon.ar, o en la página de INTERNET, <http://WWW.indec.mecon.ar>
Horario de atención de 9,30 a 16,00.

CONTENIDO

	página
PRESENTACIÓN	5
INTRODUCCIÓN	7
PARTE 1.-METODOLOGÍA	9
1. ANTECEDENTES	11
2. OBJETIVOS DE LA ENCUESTA NACIONAL DE GASTOS DE LOS HOGARES 1996/1997	11
3. POBLACIÓN Y UNIDADES INVESTIGADAS	12
4. PRINCIPALES VARIABLES INVESTIGADAS	13
4.1 Variables relativas al gasto de los hogares	13
4.2 Variables relativas al ingreso	18
4.3 Variables sobre la situación ocupacional de los miembros de hogar	20
4.4 Variables demográficas, educacionales y habitacionales	21
5. ASPECTOS OPERATIVOS DE LA MEDICIÓN DE LAS VARIABLES Y MÉTODOS DE RECOLECCIÓN	21
5.1 Períodos de referencia	21
5.2 Métodos de recolección	22
5.3 Descripción de los formularios	22
6. DISEÑO MUESTRAL Y ESTIMACIONES	23
6.1 Marco muestral	23
6.2 Esquema de muestreo	27
6.3 Procedimientos de estimación	29
7. ORGANIZACIÓN DE LA ENCUESTA	30
7.1 Trabajo de campo	31
7.2 Estructura organizativa	32
7.3 Recursos humanos y capacitación	33
8. VALIDACIÓN Y CRÍTICA	34
8.1. Controles realizados por los equipos provinciales	34
8.2. Controles a cargo del equipo central	35
9. PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	36
9.1 Descripción general	37
9.2 Fases del procesamiento de la información	37
9.3 Software y Hardware	38

	página
PARTE 2.- RESULTADOS TOTAL DEL PAÍS	39
Cuadro 1 .- Gasto de consumo de los hogares según lugar de residencia por finalidad del gasto en porcentaje	44
Cuadro 2 .- Gasto de consumo de los hogares según nivel educacional del jefe del hogar por finalidad del gasto en porcentaje	46
Cuadro 3 .- Gasto de consumo de los hogares según situación ocupacional del jefe del hogar por finalidad del gasto en porcentaje	48
Cuadro 4 .- Gasto de consumo de los hogares según edad del jefe del hogar por finalidad del gasto en porcentaje	50
Cuadro 5 .- Gasto de consumo de los hogares según número de miembros del hogar por finalidad del gasto en porcentaje	52
Cuadro 6 .- Gasto de consumo de los hogares según número de miembros del hogar menores de 14 años por finalidad del gasto en porcentaje	54
Cuadro 7 .- Gasto de consumo de los hogares según cantidad de perceptores de ingreso del hogar por finalidad del gasto en porcentaje	56
Cuadro 8 .- Gasto de consumo de los hogares según régimen de tenencia de la vivienda por finalidad del gasto en porcentaje	58
Cuadro 9 .- Errores de muestreo relativos en porcentajes, de las estimaciones contenidas en el Cuadro 1.	

ANEXOS

1. PERÍODOS DE REFERENCIA UTILIZADOS PARA LA CAPTACIÓN DE LA INFORMACIÓN	64
2. CONTENIDO DE LOS FORMULARIOS	66
3. CANTIDADES TOTALES DE UNIDADES SELECCIONADAS DE PRIMERA Y SEGUNDA ETAPA Y CANTIDAD TOTAL DE VIVIENDAS QUE CONFIGURAN EL MARCO	67
4. CANTIDAD DE UNIDADES PRIMARIAS SELECCIONADAS POR REGIÓN Y SUBREGIÓN	68
5. CLASIFICACIÓN DE LOS GASTOS DE CONSUMO	69

PRESENTACIÓN

De acuerdo con lo dispuesto por el Decreto N° 673/95, el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) planificó, organizó y supervisó la ejecución de la Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares. La realización del operativo en cada jurisdicción provincial estuvo a cargo de las respectivas Direcciones Provinciales de Estadística.

La Encuesta se realizó bajo el principio de centralización metodológica en el INDEC y descentralización ejecutiva en las Direcciones Provinciales de Estadística. El relevamiento en campo se implementó entre febrero de 1996 y marzo de 1997.

La encuesta de gastos e ingresos de los hogares realizada en 1985-86 cubrió el área geográfica de Capital Federal y 19 partidos del conurbano bonaerense y una población de 10 millones de habitantes. La encuesta de 1996-97 tiene por primera vez alcance nacional urbano, con una muestra de 114 ciudades que representa a 28 millones de habitantes, el 96% de la población urbana.

Una de las razones principales que determinaron la realización de una encuesta nacional de gastos e ingresos de los hogares fue la de proporcionar la información necesaria para actualizar los coeficientes de ponderación del índice de precios al consumidor.

Sin embargo, sus alcances son más amplios. La información que se capta en este tipo de encuestas es de gran utilidad para disponer de información sobre diversos aspectos de las condiciones de vida de los hogares, proporcionando elementos para la formulación de políticas. Los datos que se relevaron permiten analizar las condiciones socioeconómicas de la población, investigar los ingresos de los hogares y el destino de éstos en la adquisición de los diferentes bienes y servicios y relacionar los ingresos y gastos con variables sociodemográficas.

El INDEC pone a disposición de los usuarios resultados preliminares sobre la estructura de consumo de los hogares urbanos residentes en localidades de 5.000 y más habitantes.

Estos resultados que se presentan tienen el carácter de provisorios dado que la información básica aún se encuentra en proceso de validación, particularmente la referida a los ingresos de los hogares, razón por la que no se han incluido en esta publicación.

El Instituto Nacional de Estadística y Censos quiere expresar su reconocimiento a los hogares entrevistados sin cuya colaboración no habría sido posible realizar una encuesta de esta magnitud.



INTRODUCCIÓN

La publicación comprende una síntesis de los aspectos metodológicos de la Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares (ENGH) 1996-1997 y los primeros resultados de carácter provisorio para el total del país y para cada una de las regiones estadísticas: Metropolitana del Gran Buenos Aires, Pampeana, Noroeste, Noreste, Cuyo y Patagonia.

En la parte 1, se presentan los objetivos, la población y unidades investigadas. Se definen las principales variables, se detallan los métodos de recolección, se describen los formularios, el diseño muestral y los procedimientos de estimación.

También se describe el trabajo de campo, la estructura organizacional, los procedimientos de validación y crítica de los datos así como el sistema del ingreso de la información y su procesamiento.

La parte 2 comprende los cuadros con resultados provisorios de las estructuras de gasto de consumo según distintas variables de clasificación.

Para analizar estos resultados, se debe tener en cuenta que estas encuestas generalmente subestiman tanto los ingresos como los gastos. Esto se debe, por un lado a la no respuesta de los hogares de los estratos más altos, y por otro a la subdeclaración de ingresos y a la omisión involuntaria de gastos de los hogares respondientes.



parte 1

METODOLOGÍA

Encuesta Nacional de
Gasto de los Hogares

1. ANTECEDENTES

Las encuestas de gastos e ingresos de los hogares constituyen una herramienta fundamental para la obtención de estadísticas que permitan conocer la situación socioeconómica de los hogares de un país, así como los patrones de consumo de la población. Sobre la base en estas investigaciones es posible elaborar y evaluar políticas económicas y sociales. Un ejemplo de utilización de los resultados es la obtención de las ponderaciones necesarias para el cálculo de los índices de precios al consumidor.

Es por ello que desde el año 1924 el Estado Nacional, a través de distintas instituciones oficiales, ha realizado diversas encuestas a hogares para conocer sus gastos e ingresos. El antecedente más inmediato es la Encuesta de Ingresos y Gastos de 1985-1986, realizada en la Capital Federal y los 19 partidos que comprendían el Gran Buenos Aires en ese momento.

2. OBJETIVOS DE LA ENCUESTA NACIONAL DE GASTOS DE LOS HOGARES 1996-1997

La Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares tiene como objetivos fundamentales:

- ◆ Proporcionar la información necesaria para elaborar la estructura de ponderaciones del Índice de Precios al Consumidor,
- ◆ Proporcionar información para facilitar la realización de comparaciones interespatiales de precios,
- ◆ Conocer la estructura del presupuesto de los hogares, el origen de los ingresos y su asignación a los distintos gastos,
- ◆ Proporcionar información sobre cantidades consumidas,
- ◆ Proporcionar información para la evaluación de los niveles de vida y para facilitar la programación del gasto social,
- ◆ Proporcionar información básica para las estimaciones de las cuentas nacionales, en particular la relativa a las cuentas del sector hogares.

La existencia de una variedad tan amplia de objetivos hizo necesaria una cuidadosa y compleja tarea de selección de conceptos, definiciones y clasificaciones con el fin de lograr un adecuado equilibrio entre el grado de satisfacción de los diferentes objetivos y el costo de lograrlos, tanto en términos de los recursos necesarios como de las posibilidades de obtener respuestas adecuadas por parte de los hogares encuestados.

Las decisiones adoptadas en cuanto a cobertura temática y formas de operacionalización de los conceptos representaron un compromiso entre las necesidades de información, las consideraciones de los errores muestrales y no muestrales y la oportunidad de los resultados a obtener.



Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares

3. POBLACIÓN Y UNIDADES INVESTIGADAS

La encuesta se dirigió a hogares particulares, residentes en el área urbana de las localidades de 5.000 habitantes y más de todo el país, según el Censo de Población y Vivienda de 1991. Las unidades de recolección de datos son los hogares y las viviendas.

Por **vivienda** se entiende un recinto fijo o móvil que ha sido construido o adaptado para alojar personas. También se consideran como viviendas aquellos locales no destinados originalmente a alojar personas pero que son utilizados para ese fin. A las viviendas destinadas al alojamiento de hogares particulares las llamamos Viviendas Particulares.

El estudio de las relaciones entre consumo e ingreso hace necesario adoptar como unidad estadística básica al hogar particular, tanto para el propósito de reunir la información como para su posterior análisis.

Se considera **hogar particular** al constituido por toda persona o personas que comparten una misma vivienda bajo un régimen de tipo familiar y consumen alimentos con cargo al mismo presupuesto, independientemente de que sean parientes o no.

En cada hogar se consideró **miembros del hogar** a las personas que habitan en una misma vivienda bajo un régimen de tipo familiar, comparten sus gastos de alimentación, habitan la vivienda desde hace 6 ó más meses o, si viven en ella menos de 6 meses, han fijado o piensan fijar allí su residencia.

Jefe del hogar es la persona reconocida como tal por los miembros del hogar. Si no hubo acuerdo entre los miembros del hogar acerca de quién es el jefe, se consideró como tal a quien tenía a cargo la mayor responsabilidad económica, al miembro más antiguo o al que accedió a la entrevista.

El servicio doméstico con cama y las personas que viven en la misma vivienda del hogar en calidad de pensionistas no fueron considerados miembros de ese hogar. Cada uno de ellos constituyen otro hogar en la vivienda seleccionada para la encuesta cuando no transfieren la mayor parte de su ingreso a un hogar residente en otra vivienda.

Servicio doméstico es toda persona que vive en una misma vivienda con otro hogar porque le presta servicios de carácter doméstico a cambio de una remuneración en dinero o en especie -comida, vivienda, etc.- previamente estipulada (ejemplos: choferes, mucamas, niñeras, asistentes del hogar).

Pensionista es toda persona que paga a un hogar por el servicio de alojamiento y alimentación.



4. PRINCIPALES VARIABLES INVESTIGADAS

Las variables temáticas consideradas en la encuesta son el gasto y el ingreso de los hogares, y las variables de clasificación son las características demográficas, ocupacionales y educacionales de sus miembros, así como las características de la vivienda.

4.1. Variables relativas al gasto de los hogares:

Los hogares son primordialmente unidades de consumo que financian sus gastos con el resultado del trabajo de sus miembros, ya sea en su calidad de asalariados o de productores, con los ingresos derivados de sus propiedades o empresas, con transferencias recibidas o mediante el uso de sus riquezas.

Para esta encuesta resultan de interés todos los usos de fondos, excluidos aquellos que el hogar realiza en su calidad de productor de bienes y servicios.

4.1.1. Clasificación de los gastos y otros usos de fondos

Los hogares utilizan sus recursos de acuerdo a la siguiente clasificación :

Gastos corrientes: comprenden todos los gastos de consumo final y de no consumo.

Gastos de consumo: se entiende por gasto de consumo de los hogares a toda adquisición de bienes y servicios que tiendan a satisfacer sus necesidades según pautas o patrones sociales imperantes, excluidos los destinados a incrementar el patrimonio del mismo.

En la ENGH se recogió información sobre la adquisición para consumo del hogar de los siguientes bienes y servicios:

- ◆ Alimentos y bebidas,
- ◆ Indumentaria y calzado,
- ◆ Gastos para el mantenimiento de la vivienda, alquileres, combustible, agua y electricidad,
- ◆ Equipamiento y mantenimiento del hogar,
- ◆ Atención médica y gastos para la salud,
- ◆ Transporte y comunicaciones,
- ◆ Esparcimiento,
- ◆ Enseñanza,
- ◆ Bienes y servicios varios.

La adquisición de propiedades inmuebles se considera inversión del hogar, incluso la adquisición de la vivienda para uso propio.



Para la estimación del consumo de los hogares se tuvo en cuenta:

- ♦ las adquisiciones realizadas por los miembros del hogar en bienes y servicios para su consumo individual o para el consumo de todos los miembros del hogar,
- ♦ los bienes y servicios producidos por el hogar para su propio consumo (autoconsumo y autosuministro),
- ♦ los bienes y servicios recibidos como remuneración en especie por el trabajo de los miembros del hogar.

Se entiende por autoconsumo de bienes primarios los producidos por el hogar con el objeto de autoconsumirlos, sin ser comercializados por el mismo en el mercado. Los bienes fueron valorizados por el hogar a precios del mercado local minorista.

Se entiende por autosuministro a los bienes y servicios que el hogar retira para su consumo de algún negocio o empresa de su propiedad. Los bienes y servicios fueron valorizados por el hogar a precios del mercado local minorista.

Gastos no de consumo: comprende las transferencias corrientes, que cumplen la condición de que no exista contrapartida en beneficio del hogar que hace la transferencia, por ejemplo: donaciones y regalos en dinero a instituciones u otros hogares.

Los gastos no imputables al consumo comprenden los siguientes conceptos:

- ♦ Regalos o ayudas, en dinero a otros hogares del país y del exterior,
- ♦ Donaciones en dinero a instituciones sin fines de lucro,
- ♦ Cooperadoras escolares,
- ♦ Impuestos y multas de inmuebles y automotores no destinados a la actividad económica,
- ♦ Impuestos y multas sobre contratos, legalizaciones, ganancias, bienes personales,
- ♦ Obra social obligatoria,
- ♦ Aporte jubilatorio del ama de casa,
- ♦ Pérdidas de dinero por extravío o robo.

Si bien los intereses devengados por las deudas de los hogares se deberían incluir como gasto no de consumo, en la ENGH no se indaga esta variable porque los hogares normalmente desconocen la desagregación de las cuotas de amortización de préstamos o créditos entre los componentes de capital, interés y comisiones por servicios.

Acumulación neta de los hogares

Comprende la compra neta de:

- ◆ Viviendas, terrenos, locales, etc.,
- ◆ Maquinaria y equipos que el hogar utiliza para la actividad económica,
- ◆ Parte de sucesiones a no miembros del hogar,
- ◆ Joyas, oro, obras de arte, etc..

Otros usos de recursos

Consisten en:

- ◆ Compras de bonos y títulos públicos o privados,
- ◆ Compras de acciones y participaciones en sociedades,
- ◆ Compras de moneda extranjera,
- ◆ Préstamos realizados a terceros (no miembros del hogar),
- ◆ Depósitos hechos en garantía (alquileres, contratos, etc.),
- ◆ Pagos de cuotas, anticipos, deudas,
- ◆ Imposición de depósitos bancarios, cajas de ahorro, etc..

La encuesta no preguntó a los hogares sobre el monto de las tenencias de activos financieros y no financieros, por la resistencia que genera este tipo de preguntas. En cambio, se solicitó información sobre aumentos o disminuciones de dichas tenencias.

4.1.2. Características de las transacciones

Criterios de consumo

El consumo y la inversión del hogar se mide con el criterio de “adquirido” que es el valor de los bienes y servicios adquiridos durante el período de referencia independientemente del momento o forma en que el hogar cancela la compra, y de que hayan sido o no consumidos durante ese período de referencia.

Momento de registración

En el caso de los bienes, las transacciones se registran en el momento en que el hogar toma posesión o recibe la propiedad y uso potencial del mismo.

El momento de la adquisición de los servicios corresponde al momento en que se ha completado la prestación de los mismos (electricidad, teléfono, etc.) o cuando se adquiere el derecho a la prestación (transporte, entradas para espectáculos, etc.).

En la práctica, para los servicios de electricidad, teléfono, etc., se registra el valor de la adquisición de acuerdo a la última factura que corresponde al consumo de un período anterior.



Encuesta Nacional de
Gastos de los Hogares

Valorización

El precio o valor al cual se registran los bienes o servicios adquiridos es el precio minorista de contado neto de descuentos, independientemente de que el hogar lo pague financiado en cuotas a un precio mayor.

4.1.3. Definiciones complementarias

Bienes y servicios recibidos como parte de pago por su trabajo o retirados de su propio negocio, establecimiento o empresa

Los bienes y servicios que son recibidos en pago por el trabajo realizado por algún miembro del hogar o retirados de su propio negocio, establecimiento o empresa, se registran como gastos y son valuados por el hogar a precio minorista del mercado local, de contado.

Bienes manufacturados por el hogar para su propio consumo

En el caso de alimentos procesados en el hogar u otro tipo de bienes que el hogar produce sólo para su consumo o para regalar (confecciones, muebles, dulces, etc.) se registra el valor de las adquisiciones de insumos para tal fin (telas, maderas, azúcar, etc.) y no el precio del producto final.

Bienes y servicios adquiridos para regalar

Se registra como gastos de consumo del hogar todos los bienes y servicios adquiridos por el mismo para regalar a miembros de otros hogares. En contraposición no se incluyen como consumo del hogar los regalos en especie recibidos de otro hogar.

Hogares que emplean servicio doméstico

Al elaborar los resultados definitivos de la encuesta, el gasto en alimentos y bebidas adquiridos por el hogar para su consumo y el de su personal de servicio doméstico, se tratará de la siguiente manera:

Del total de gastos registrados en alimentos y bebidas del hogar que empleaba servicio doméstico, una parte se asignará al empleado, el resto corresponderá al hogar empleador. Esta parte del gasto correspondiente a la alimentación del personal se asignará como gasto en servicio doméstico del hogar empleador.

Como contrapartida la persona que trabajaba como servicio doméstico y recibía alimentos para consumir en el hogar de su empleador, registraba tanto la adquisición de los alimentos recibidos en pago por su trabajo como el ingreso en especie.

Gasto en seguros y juegos de azar

En el caso de seguros de automotores, viviendas y accidentes, se utiliza el criterio de asignar al consumo de los hogares la parte correspondiente al costo de la prestación del servicio de seguro, que se estima como la diferencia entre las primas pagadas y las indemnizaciones cobradas. El monto restante se considera como transferencias entre los asegurados.

En los seguros de vida, se asigna al consumo del hogar sólo una proporción de las primas pagadas por los hogares, correspondiente al costo de administración de los fondos.

Los gastos en juegos de azar reciben un tratamiento similar. Una parte del gasto, la que corresponde al costo de la prestación del servicio, se asigna al consumo de los hogares, la cual se estima como la diferencia entre el monto de las apuestas efectuadas y los premios cobrados.

Para discriminar el gasto en primas y apuestas, entre adquisición del servicio y transferencia, se aplicaron las correspondientes tasas promedio de retorno calculadas a partir de información del Censo Económico 1994 y de la Lotería Nacional, respectivamente.

Valor locativo de la vivienda

En los casos de utilización de la vivienda o cochera propia o recibida en forma gratuita no se imputó valor locativo.

Los hogares que recibían vivienda y/o cochera en pago por la existencia de una relación laboral debían estimar el valor locativo de las mismas el cual fue controlado en gabinete con los precios vigentes en el mercado, de acuerdo a las características de la vivienda y su ubicación geográfica.

Uso o destino de las propiedades inmuebles

Según el uso que el hogar le daba a las propiedades, la encuesta permite distinguir las siguientes situaciones:

Viviendas de uso permanente: viviendas utilizadas como residencia habitual por los miembros del hogar. Incluye las cocheras de uso permanente.

Viviendas de uso secundario: viviendas o cocheras utilizadas por un hogar en forma parcial. Se incluyen las casas para fin de semana, las viviendas propias utilizadas para vacaciones.

Viviendas de uso para la actividad económica: incluye aquellas viviendas, locales y otras propiedades que se destinan exclusivamente o principalmente para alquilar o para desarrollar una actividad productiva (comercios, talleres, etc.). Sólo interesa esta opción cuando se trata de determinar inversiones del hogar, como ya se mencionó, la encuesta no registró los gastos de la actividad económica del hogar.



Viviendas de uso mixto: viviendas que se utilizan simultáneamente como vivienda y para la actividad económica. En estos casos se asigna al consumo del hogar sólo la mitad de los gastos declarados, correspondiendo el resto a gastos relativos a la actividad económica del hogar.

Construcción, ampliación, refacciones y reparación de propiedades: se indagó a los hogares sobre los gastos relacionados con reparaciones, refacciones, ampliaciones y construcciones del hogar. Estos gastos comprenden tanto una reparación menor como la construcción de un inmueble. Se solicitó a los hogares información complementaria sobre el uso o destino del inmueble y la finalidad del gasto. En base a esta información se han desagregado los gastos asignándolos a los siguientes destinos.

Reparación: comprende los gastos necesarios para el mantenimiento normal de la propiedad y que no extienden su vida útil ni la amplían o mejoran su calidad. Se asignan en su totalidad al consumo del hogar cuando se trata de la vivienda o cochera de uso permanente o secundario.

Reforma: comprende los gastos incurridos para modificar la estructura edilicia de la propiedad, mejorando su calidad o funcionalidad pero no sus dimensiones.

Ampliación: comprende los gastos incurridos para ampliar los metros cuadrados cubiertos. Puede implicar al mismo tiempo un mejoramiento de la calidad o funcionalidad de la propiedad.

Construcción: se reserva para los casos de construcciones que no consisten en reformas o ampliaciones de edificaciones preexistentes. En este caso todo el gasto declarado con esta finalidad se computa como inversión del hogar en inmuebles.

4.2. Variables relativas al ingreso

Los hogares financian sus gastos con el ingreso proveniente del trabajo de sus miembros (en calidad de asalariados y productores), con los ingresos derivados de sus propiedades o empresas, con transferencias o mediante la disposición de riqueza.

Los ingresos del hogar están compuestos por:

- ◆ Ingresos derivados de ocupaciones,
 - Remuneración de obreros o empleados,
 - Ingresos del trabajo por cuenta propia o como patrón,
- ◆ Ingresos por transferencias corrientes: jubilaciones, pensiones, etc.,
- ◆ Ingresos por rentas de la propiedad,
- ◆ Transferencias de capital.

El criterio para registrar los ingresos del hogar es el de "ingreso percibido". Este concepto incluye todas las percepciones que se cobraron durante el período de referencia independientemente del período al cual correspondió su devengamiento.



Ingresos derivados de ocupaciones

Los ingresos del hogar pueden ser en dinero o en especie.

Los ingresos por trabajo del obrero o empleado son los sueldos y salarios monetarios y en especie percibidos en el período de referencia por las personas que trabajan en relación de dependencia, ya sean jornaleros o mensualizados.

Los ingresos de los cuentapropistas y socios sin empleados están constituidos por todas las ganancias netas obtenidas de la actividad y retiradas para financiar el consumo, el ahorro o las inversiones del hogar.

Los ingresos de los patrones, empleadores o empresario son: honorarios por actividades de dirección o control, sueldos por el ejercicio de cargos directivos o gerenciales, ganancias recibidas por su trabajo en sociedades no constituidas jurídicamente.

Transferencias corrientes

Las transferencias corrientes recibidas comprenden jubilaciones, pensiones, becas, contribuciones por separación o divorcio, subsidios, etc.

Rentas de la propiedad

Dentro del grupo "rentas de la propiedad" se incluye alquileres, dividendos, intereses, derechos de autor y otras rentas percibidas.

Transferencias de capital

Las transferencias de capital recibidas comprenden las transferencias de dinero que son consideradas de capital por el donante o por el receptor o por ambos.

Ellas son, por ejemplo, cobro de premios de loterías y juegos de azar, herencias, indemnizaciones.

4.2.1. Ingresos en especie

Los ingresos en especie incluyen:

- ◆ Ingresos en especie de los asalariados recibidos del empleador. (Por ej. alimentos, vivienda, automóvil y otros bienes y servicios para consumo del hogar),
- ◆ Ingresos en especie derivados de las actividades productivas de los hogares, que pueden ser realizadas para la venta o trueque en el mercado de los bienes y servicios producidos, o para la obtención de bienes primarios para su uso final en el hogar.

Los bienes y servicios recibidos por los hogares como ingresos en especie fueron incluidos como contrapartida en el gasto. Los ingresos en especie fueron valuados a precios minoristas del mercado local.



4.3. Variables sobre la situación ocupacional de los miembros de hogar

Los miembros de los hogares se relacionan con la estructura productiva según su condición de activos o inactivos.

Activo es toda persona de 10 años o más que en el período de referencia tuvo o buscó tener una actividad económica.

Ocupado es toda persona de 10 años o más que en la semana anterior a la semana de la encuesta desarrolló una actividad económica y se encontraba en algunas de las siguientes situaciones:

- ◆ Trabajó 15 ó más horas, haya recibido o no remuneración por su trabajo,
- ◆ Desarrolló alguna actividad económica que le ocupó menos de 15 horas de trabajo y recibió por ello alguna remuneración en dinero o especie,
- ◆ Tuvo una actividad económica pero no trabajó porque estaba enfermo, de huelga, de vacaciones o con licencia,
- ◆ Tuvo una actividad económica pero no trabajó por estar suspendido por un período menor a los 3 meses.

Desocupado es toda persona de 10 años o más, que no habiendo trabajado la semana anterior a la semana de la encuesta, desea trabajar y declara haber buscado activamente trabajo durante la misma; o declara no haber buscado trabajo durante esa semana por razones de carácter temporario (por ejemplo: tener un trabajo asegurado, enfermedad, etc.).

Asalariado es toda persona que trabaja en relación de dependencia, es decir, a quien tanto los instrumentos o maquinarias como las condiciones organizativas de la producción le son dadas y desde ellas aporta su trabajo personal. Incluye a los trabajadores por cuenta propia que trabajan para un solo cliente y al servicio doméstico que trabaja para un solo hogar.

Cuenta propia es toda persona que desarrolla una actividad económica en forma independiente, utilizando para ello su trabajo personal, sus propios instrumentos e instalaciones, sin emplear asalariados.

Patrón o empleador es toda persona que desarrolla una actividad económica en forma independiente empleando para ello a una persona asalariada como mínimo.

Inactivo es toda persona menor de 10 años y la de 10 años o más que en el período de referencia no tuvo ni buscó trabajo (estudiantes, jubilados, amas de casa, etc.).

Perceptor de ingresos es todo miembro del hogar que en el período de referencia -6 meses- haya percibido o adquirido el derecho a percibir, por lo menos una vez, ingresos en dinero o en especie, ya sea por el desarrollo de su actividad laboral, por jubilación, rentas, alquileres, utilidades, o por cualquier otro concepto. No

se considera perceptor a quienes hayan recibido entradas de dinero sólo en concepto de indemnizaciones por despido o seguros, reintegros de instituciones o personas que no sean su empleador, préstamos, herencias, regalos o donaciones, cobro de préstamos anteriores, retiros de depósitos bancarios o venta de viviendas, automóviles, joyas, etc.

4.4. Variables demográficas, educacionales y habitacionales

Los hogares y sus miembros tienen distintas características demográficas, educacionales y habitacionales.

Demográficas: incluyen edad, sexo, estado civil, relación de parentesco.

Educacionales: comprenden asistencia escolar, nivel alcanzado y tipo de establecimiento (público y privado).

Habitacionales: tipo de vivienda, servicios disponibles, (agua, electricidad, gas, teléfono, sanitarios, etc.), materiales predominantes, cantidad de habitaciones y tenencia.

5. ASPECTOS OPERATIVOS EN LA MEDICIÓN DE LAS VARIABLES Y MÉTODOS DE RECOLECCIÓN

5.1. Períodos de referencia

En el diseño de la encuesta se han distinguido tres clases de períodos:

De encuesta: período durante el cual se realiza el trabajo de campo.

De estimación: se define a los efectos de realizar las estimaciones en base a un período común o estándar.

De referencia: período del cual los hogares informan sobre la ocurrencia de un suceso (gastos, ingresos, etc.)

En la delimitación de los períodos de referencia intervienen dos fenómenos que actúan en sentido contrario. Por un lado, el objetivo de reducir los errores muestrales implicaría la elección de períodos de referencia más largos, para captar el mayor número de observaciones posibles; por otro lado, el objetivo de minimizar los errores no muestrales, lleva a disminuir los períodos de referencia para evitar omisiones o traslación en el tiempo de un período a otro por olvido o cansancio de los hogares.

Para evitar al máximo los errores señalados se utilizaron períodos de referencia largos para gastos en bienes y servicios de poca frecuencia y monto elevado (como la compra de automotores) y períodos cortos para gastos en bienes y servicios consumidos frecuentemente.



En el caso de los ingresos se tomó un período uniforme, los últimos seis meses.

El uso de diferentes períodos de referencia de los gastos requiere que se convierta toda la información a una referencia estándar. En la encuesta se eligió el mes como período de estimación y referencia estándar. Para mensualizar la información de gastos estos se multiplican o dividen por diferentes coeficientes de acuerdo a sus períodos de referencia, por ejemplo: los gastos semanales se multiplicaron por 4,3, los bimestrales se dividieron por 2, etc.

El Anexo 1 contiene una tabla que muestra los diferentes períodos de referencia utilizados para la captación de la información.

5.2. Métodos de obtención de la información

El relevamiento de la información se realizó mediante la combinación de dos métodos.

Para los gastos de período de referencia semanal (alimentos y bebidas, transporte público, medicamentos, etc.) se utilizó el método de anotación directa. Por el mismo se pidió a los hogares bajo estudio que anotaran diariamente en un cuadernillo especial (Formulario 2), durante la semana de la encuesta (de domingo a sábado), los gastos realizados por todos sus miembros en los conceptos consignados en el formulario. Los gastos se registran a medida que se van realizando, permitiendo una mayor precisión sobre los montos, que en entrevistas posteriores podrían ser fácilmente olvidables.

Para las variables sobre situación ocupacional, demográficas, educacionales, habitacionales, ingresos y los gastos de período de referencia superiores a la semana se utilizó el método de entrevista directa. Para los gastos el encuestador preguntaba si el hogar había realizado determinados gastos en los diferentes períodos. La información se obtuvo por recordación, el encuestador ayudaba al entrevistado a ubicarse en los distintos períodos de referencia y a recordar los gastos realizados mediante la lectura exhaustiva del formulario.

5.3. Descripción de los formularios utilizados

Para el relevamiento de la información se utilizaron cuatro formularios:

Formulario 1: CARACTERÍSTICAS DE LOS HOGARES

Se releva información para caracterizar al hogar y a cada uno de sus miembros a partir de aspectos socioeconómicos, demográficos, educacionales y las características de la vivienda.

Formulario 2: GASTOS DIARIOS

Se relevan los gastos de consumo diario o más frecuentes de todos los miembros del hogar, efectuados durante la semana de la entrevista.

Formulario 3: GASTOS VARIOS

Se registran los gastos de consumo no incluidos en el Formulario 2, gastos que no son de consumo, otras salidas y entradas de dinero.

Formulario 4: INGRESOS

Se consignan los ingresos corrientes, monetarios y no monetarios cobrados por los perceptores del hogar.

En el Anexo 2 figura un esquema que resume los objetivos de cada formulario y la información que se releva en cada uno de ellos.

6. DISEÑO MUESTRAL Y ESTIMACIONES

6.1. Marco muestral

La ENGH se realizó a través de una muestra probabilística de viviendas de localidades urbanas del país. Dicha muestra representa a la población que reside en poblados y ciudades que, según los datos del Censo de 1991, superaban los 5.000 habitantes.

La muestra se obtuvo a partir del Marco de Muestreo Nacional Urbano¹ (MMNU), desarrollado por el INDEC para realizar encuestas a hogares, con propósitos múltiples, a nivel nacional urbano. El MMNU tiene las características de un marco original o principal ("master frame"²). Consiste en un listado exhaustivo, actualizado periódicamente, de todas las viviendas pertenecientes a una muestra probabilística de localidades y de áreas.

Si bien el INDEC viene considerando como población urbana la residente en localidades de 2.000 habitantes o más (785 centros urbanos en total), para la elaboración del Marco, se ha considerado sólo a la población residente en aglomeraciones urbanas de 5.000 habitantes o más (420 en total). Éstas concentran, según el Censo Nacional de Población y Vivienda de 1991, el 96 % del total de población urbana y el 84 % de la población total del país. Esta reducción permite disminuir el peso relativo de los posibles errores en la delimitación de cada localidad, evitar el rápido agotamiento de las viviendas en sucesivas encuestas, así como una gran dispersión de las tareas de campo y su consecuente costo.

6.1.1. Características generales del MMNU

En el siguiente cuadro se resumen las características básicas del diseño del Marco de Muestreo: las etapas de selección, las unidades definidas en cada etapa, cómo se establecieron las probabilidades de selección y los procedimientos aplicados.

¹ Marco de Muestreo Nacional Urbano. INDEC, 1998 (en preparación).

² Kish, Leslie, Survey Sampling. John Wiley & Sons, 1965.



Etapas de selección	Definición de unidades	Probabilidades asignadas	Procedimientos de selección
1. Primera etapa: selección de unidades primarias de muestreo (UPM)	Aglomeración (centro poblado y zona urbana circundante)	Proporcionales a la cantidad de viviendas ocupadas y en construcción, según datos del Censo de 1991	Estratificación y selección controlada
2. Segunda etapa: selección de unidades secundarias de muestreo (USM)	Radio censal (área pequeña dentro de cada aglomeración)	Proporcionales a la cantidad de viviendas ocupadas y en construcción, según datos del Censo de 1991	Estratificación y selección sistemática

Cabe señalar que las aglomeraciones se han tomado tal como las define el INDEC: centros urbanos y sus zonas circundantes definidas por continuidad edilicia, independientemente de los límites administrativos existentes. A su vez, los radios censales son las unidades censales mínimas para las cuales existe una base cartográfica establecida y disponible por el INDEC.

Se consideró al país dividido en 6 regiones y cada una de éstas fue estratificada y muestreada independientemente. Las regiones integradas por más de tres provincias fueron divididas, a su vez, en subregiones; cada una de éstas constituye un dominio de análisis separado.

Región	Subregión	Provincias
1. Metropolitana del Gran Buenos Aires	Capital Federal Conurbano Bonaerense ¹	
2. Pampeana	Subregión 2A Subregión 2B Subregión 2C	Córdoba y La Pampa Entre Ríos y Santa Fe Resto de Buenos Aires
3. Noroeste	Subregión 3A Subregión 3B	Jujuy, Salta y Tucumán Catamarca, La Rioja y Santiago del Estero
4. Noreste	Subregión 4A Subregión 4B	Corrientes y Misiones Chaco y Formosa
5. Cuyo		Mendoza, San Juan y San Luis
6. Patagonia	Subregión 6A Subregión 6B	Neuquén y Río Negro Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego

¹ Según lo define la Encuesta Permanente de Hogares.

La información básica utilizada para la estratificación de las UPM fue la de los últimos censos disponibles en 1993: los Censos Nacionales de Población y Vivienda de 1980 y 1991 y el Censo Nacional Económico de 1985.

Para cada subregión se conformaron tantos estratos como unidades (UPM) a seleccionar, acumulando por estrato una cantidad similar de viviendas ocupadas o en construcción. Las aglomeraciones con una cantidad de viviendas superior al acumulado por estrato, fueron incorporadas al Marco con probabilidad 1 (UPM autorrepresentadas).

Para la conformación de los estratos se tuvieron en cuenta los siguientes datos de cada UPM:

- ◆ Cantidad de viviendas habitadas y en construcción,
- ◆ Provincia de pertenencia,
- ◆ Tasa de crecimiento intercensal de población,
- ◆ Distribución del personal ocupado por ramas de actividad,
- ◆ Distribución de los ocupados por categoría ocupacional.

En la segunda etapa de muestreo, cada UPM seleccionada fue dividida en áreas (USM) configuradas a base de radios censales. Éstas fueron clasificadas en 4 estratos (en algunas localidades pequeñas sólo en 3) utilizando como información datos del Censo de 1991 sobre características de las viviendas, de los hogares y nivel educacional alcanzado por la población joven. Del conjunto de indicadores sociodemográficos utilizados para establecer los estratos, los de mayor peso en la estratificación se refieren a:

- ◆ Tipo de piso de las viviendas,
- ◆ Disponibilidad de agua por cañería dentro de las viviendas,
- ◆ Disponibilidad de inodoro con descarga de agua de uso exclusivo de los hogares,
- ◆ Jóvenes de 20 a 34 años con estudios secundarios completos.

En cada una de las áreas seleccionadas se realizó, en terreno, un listado completo de las viviendas o construcciones destinadas al uso habitacional de hogares particulares. Estos listados son actualizados periódicamente. De ellos se extraen muestras para diversas encuestas.

Las aglomeraciones en donde el INDEC viene desarrollando la Encuesta Permanente de Hogares y que por su tamaño son autorrepresentadas, se han integrado al Marco con las áreas ya muestreadas para dicha encuesta y con sus respectivos listados de vivienda.

Los límites de las aglomeraciones del Gran Buenos Aires, Gran San Fernando del Valle de Catamarca, Gran Córdoba, Gran Paraná y Gran Santa Fe, no corresponden estrictamente a los definidos con



posterioridad al Censo de Población de 1991. A pesar de estas limitaciones los resultados han sido proyectados al total de la población urbana correspondiente, en razón de que las diferencias son pequeñas.

Para el uso del MMNU se ha desarrollado un sistema computacional que permite la extracción de muestras de viviendas a través de diversos procedimientos probabilísticos de selección opcionales, así como la emisión de listados y hojas de ruta para encuestadores y la generación de archivos con datos de viviendas seleccionadas. También permite el ingreso de los datos actualizados de áreas, de manzanas y calles que las componen y de sus viviendas.

La cantidad total de unidades primarias que componen el MMNU es 114, de las cuales 55 han sido incorporadas como autorrepresentadas. La cantidad de áreas o unidades secundarias que lo integran es de 3.630 con un total de viviendas de aproximadamente 1.300.000. En el Anexo 3 se consignan en detalle las cantidades de unidades que conforman el Marco y, en el Anexo 4 figura la distribución de unidades primarias por región y subregión.

6.1.2. Incorporación de localidades adicionales en las provincias con escasa población urbana

En vistas a obtener estimadores eficientes a nivel nacional, las provincias con gran volumen de población tenían, por su propio peso, una mayor representatividad en el Marco que las de escasa población. Con posterioridad a la elaboración y selección de aglomeraciones y áreas que componen el Marco, surgió la necesidad de ampliar su alcance con el propósito de suministrar datos básicos de resumen a nivel de provincia para la Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares.

Teniendo en cuenta las restricciones de costo inherentes a dicha encuesta y la oportunidad del requerimiento, se incorporó una cantidad mínima de aglomeraciones. Estas suman 7 en total, una por cada provincia con baja concentración de población urbana.

La incorporación de estas localidades se realizó con probabilidad 1. En todos los casos, se incorporó la aglomeración más importante en cantidad de población, entre las no seleccionadas de cada una de estas siete provincias y de modo tal de no desbalancear los factores considerados en la estratificación.

Como consecuencia de este agregado, en las encuestas para las cuales se incluyen estas localidades, se modifican las probabilidades originariamente asignadas a las aglomeraciones del Marco.



6.2. Esquema de muestreo

Con el propósito de obtener la muestra utilizada por la ENGH, a las dos etapas de selección del MMNU se le adicionó una tercera: la selección de viviendas en forma sistemática e independiente en cada unidad secundaria seleccionada.

Los niveles de agregación de los resultados básicos para dar información confiable fueron los siguientes:

Dominio de análisis	Objetivo	
	Estructura de ponderaciones del Índice de Precios al Consumidor	Estructura de gastos e ingresos
Total nacional	Capítulo Grupo Subgrupo Bien/servicio	Según distintos cortes de población hasta subgrupo de gasto
Región	Capítulo Grupo Subgrupo Bien/servicio	Según distintos cortes de población hasta subgrupo de gasto
Subregión	Capítulo Grupo Subgrupo Bien/servicio	Según distintos cortes de población hasta grupo de gasto
Provincia/ ciudades capitales	Capítulo Grupo	
Ciudades de más de 500.000 habitantes	Capítulo Grupo	

En la determinación del tamaño de muestra tuvo particular importancia la falta de respuesta que se produce en encuestas de este tipo; la pérdida total (por ausencias, rechazo, viviendas deshabitadas u otras causas) se estimó que oscilaba entre 20 y 40 por ciento según el tamaño y tipo de localidad; para el Gran Buenos Aires se estimó un 50 % de pérdida total.³

Se calculó un tamaño de muestra total de 27.000 hogares con respuesta efectiva. Su distribución por dominios de análisis se determinó de modo que las cantidades asignadas se apartaran lo menos posible de una muestra equiprobable a nivel nacional, es decir,

³ En la Encuesta de Gastos e Ingresos de los Hogares de la Región Metropolitana del Gran Buenos Aires de 1985/1986, el porcentaje de pérdida total superó el 50% de las viviendas seleccionadas.



Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares

tratando de conservar un mayor tamaño de muestra en los dominios con mayor cantidad de población, pero teniendo en cuenta, a la vez, las siguientes condiciones:

- ◆ un mínimo de 1.500 encuestas efectivas por subregión,
- ◆ un mínimo de 700 encuestas efectivas para las ciudades con más de 500.000 habitantes,
- ◆ un mínimo de 500 encuestas efectivas en las aglomeraciones correspondientes a capitales de provincia,
- ◆ una cantidad de muestra asignada de 96 ó de 120 viviendas por aglomeración seleccionada con probabilidad menor a uno.

De acuerdo a estas condiciones y teniendo en cuenta la falta de respuesta esperada, la muestra seleccionada comprendió 38.760 viviendas, con la siguiente distribución por región y subregión:

Región	Subregión	Viviendas seleccionadas
Total		38.760
1. Metropolitana del Gran Buenos Aires	Capital Federal	2.880
	Conurbano Bonaerense	5.760
2. Pampeana	Córdoba y La Pampa,	3.168
	Entre Ríos y Santa Fe	3.936
	Resto de Buenos Aires	4.512
3. Noroeste	Jujuy, Salta y Tucumán	3.216
	Catamarca, La Rioja y Santiago del Estero	2.736
4. Noreste	Corrientes y Misiones	2.064
	Chaco y Formosa	1.944
5. Cuyo	Mendoza, San Juan y San Luis	3.816
6. Patagonia	Neuquén y Río Negro	2.112
	Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego	2.616

Las viviendas no fueron seleccionadas con probabilidades estrictamente iguales dentro de cada dominio de análisis y para el proceso de estimación de resultados se requiere ponderar los datos. Esto

se debe a las restricciones operativas de esta encuesta, ya que las cargas de trabajo, por encuestador y por área, debían ser constantes de modo de asegurar la recolección de datos de las viviendas asignadas para cada semana.

Las semanas relevadas fueron 48. Éstas fueron elegidas de las 52 que tiene un año, de modo que, de cada mes se tomaron 3 semanas completas y una cuarta, a la cual le correspondían la mayor cantidad de días de ese mes. En el único caso en que la asignación no fue posible por este criterio (octubre de 1996) se optó por la elección que posibilitaba un espaciamiento similar de las cuatro semanas sin captación de datos.

Para cada subregión y para las grandes aglomeraciones, la muestra total se distribuyó en 48 submuestras, una por semana, equivalentes en cuanto a sus tamaños y a su distribución por estratos. En los dominios más pequeños, en donde la cantidad de áreas no alcanzaban para asegurar muestras semanales equivalentes, su distribución se realizó de modo de balancear las cantidades por mes y por tipo de semana (primera, segunda, tercera y cuarta del mes) a lo largo del año y por estrato.

Cabe señalar que en las aglomeraciones autorrepresentadas (incluidas con probabilidad 1) se realizaron encuestas a lo largo de las 48 semanas, mientras que en las localidades más pequeñas se realizaron encuestas a lo largo de 24 semanas.

6.3. Procedimientos de estimación

El estimador básico que se aplica para obtener los resultados de la encuesta, ya sea que se trate de totales, promedios o porcentajes referidos a distintos tipos de unidades (montos, hogares o personas), es un estimador de regresión.

Para obtener los resultados de la encuesta, los datos de cada hogar se ponderan por tres factores: un primer factor que corresponde a la inversa de la probabilidad con que fue seleccionada cada vivienda de la muestra, un segundo factor que ajusta los datos por la falta de respuesta de una parte de los hogares y, por último, un factor que ajusta la estructura de datos de algunas variables básicas medidas en la encuesta, a la estructura de datos de estas variables en la población total de cada dominio de análisis.

Este tercer factor se ha calculado, a través de un modelo de regresión generalizada⁴ utilizando datos censales de población y vivienda proyectados a junio de 1996. Las variables consideradas para su cálculo son: edad y sexo de la población, cantidad de personas por vivienda y nivel educacional del jefe del primer hogar registrado en cada vivienda. El factor de ajuste se calcula por vivienda y es común a los hogares que comparten una misma vivienda.

⁴ Särndall-Deville: Jasa (93) 1013-12021



El gasto de consumo del bien o servicio i en el año, para un determinado dominio de análisis, se calcula como:

$$\hat{G}_i = \sum_l \sum_h \sum_s \sum_v \sum_j F_{lhs} c_{lh} p_v g_{ilhsvj}$$

en donde:

F_{lhs} = inversa de la fracción de muestreo de viviendas en el área (unidad secundaria) s , perteneciente al estrato h de la aglomeración (unidad primaria) l ,

C_{lh} = factor por la falta de respuesta para el estrato h de la aglomeración l ,

p_v = factor de ajuste correspondiente al grupo de vivienda v ,

g_{ilhsvj} = gasto en el bien o servicio i , en el hogar j del grupo de vivienda v , del área s , estrato h de la aglomeración l .

El gasto de consumo total se estima como la suma del gasto de consumo en cada bien o servicio:

$$\hat{G} = \sum \hat{G}_i$$

La estimación del gasto relativo en el bien o servicio i se obtiene como cociente entre el gasto para ese bien o servicio y el gasto total:

$$\hat{W}_i = \hat{G}_i / \hat{G}$$

La estimación del gasto medio anual por hogar se obtiene como cociente entre el gasto estimado para el año y la estimación de la cantidad de hogares a junio de 1996:

$$\hat{g} = \hat{G} / \hat{U}$$

en donde:

$U = \sum_l \sum_h \sum_s \sum_v F_{lhs} c_{lh} p_v u_{lhsv}$ y u_{lhsv} es igual a la cantidad de hogares por área.

Se han estimado los errores estándares de los gastos relativos para cada grupo de bienes o servicios. El cálculo de varianzas se ha realizado mediante el procedimiento de Jackknife.

7. ORGANIZACIÓN DE LA ENCUESTA

La encuesta se llevó a cabo durante 12 meses consecutivos en cada región entre febrero de 1996 y marzo de 1997 de acuerdo al siguiente cronograma:

Región	Período
Metropolitana del GBA	febrero 1996 a enero 1997
Pampeana	abril 1996 a marzo 1997
Noroeste	abril 1996 a marzo 1997
Noreste	marzo 1996 a febrero 1997
Cuyo	abril 1996 a marzo 1997
Patagonia	marzo 1996 a febrero 1997

La organización de la encuesta fue realizada por el INDEC quien además la implementó en la Región Metropolitana del Gran Buenos Aires. En cada provincia la Dirección Provincial de Estadística se hizo cargo del relevamiento, codificación, control y depuración de la información ingresada.

El ingreso de la información relevada en cada provincia se realizó en los centros de procesamiento establecidos por el INDEC y que se denominan Centros Regionales de Ingreso.

7.1. Trabajo de campo

Los hogares hallados en cada una de las viviendas seleccionadas estuvieron bajo estudio durante una semana. A esta semana se la denominó "semana de la encuesta".

A cada encuestador se le asignó una carga semanal de trabajo consistente en las viviendas seleccionadas dentro de una misma área (unidades secundarias de muestreo). Cuando no era posible concretar la encuesta en una vivienda, ésta no era reemplazada por ninguna otra.

La semana de la encuesta comenzaba los días domingos y finalizaba el sábado siguiente.

La encuesta se llevó a cabo en todo el país mediante dos operativos diferentes. Estos fueron:

Operativo permanente: se implementó en la Región Metropolitana del Gran Buenos Aires, en las ciudades capitales de cada provincia y en las ciudades de más de 100.000 habitantes. (Mar del Plata, Bahía Blanca, San Nicolás, Rosario, Río Cuarto, Concordia y Comodoro Rivadavia).

Se relevó información durante 48 semanas, en cada una de las ciudades. La carga de trabajo por encuestador fue de 6 viviendas por semana.

Operativo temporal: se realizó en las ciudades con menos de 100.000 habitantes y consistió en encuestar cada localidad por lo menos una semana al mes, durante el año de la encuesta.

Este operativo fue realizado por encuestadores residentes en las localidades seleccionadas y en casos excepcionales de cercanía geográfica, por encuestadores de las capitales provinciales.

La carga de trabajo para este tipo de operativo fue de cuatro a cinco viviendas semanales por encuestador.



El plan de entrevista a los hogares fue el siguiente:

Se entrevistaron todos los hogares hallados en las viviendas seleccionadas. El hogar era visitado tres veces durante la semana a fin de completar los formularios.

Previamente a la visita del encuestador se envió a los hogares una carta de presentación y un folleto explicando las características de la encuesta.

En la primera visita el encuestador:

- ◆ Establecía contacto con el o los hogares que habitaban la vivienda seleccionada,
- ◆ Explicaba los objetivos de la encuesta,
- ◆ Completaba el Formulario 1 "Características del hogar",
- ◆ Dejaba el Formulario 2 "Gastos diarios", previa explicación de su completamiento,
- ◆ Solicitaba al informante que reuniera los comprobantes o facturas de otros gastos (factura de servicios de electricidad, gas, teléfono, cuotas de club, etc.)

En una segunda visita, que preferentemente se realizaba a mediados de semana, el encuestador controlaba el completamiento del Formulario 2 de "Gastos diarios", administraba el Formulario 3 "Gastos varios" y pedía al informante que reuniera los recibos de ingresos de los últimos seis meses de cada uno de los miembros del hogar.

En la visita de cierre, que debía realizarse el día domingo, el encuestador completaba un Formulario 4 de "Ingresos" por cada perceptor, controlaba el Formulario 2 y finalmente daba por concluida la entrevista.

7.2. Estructura organizativa

En cada provincia y en la Región Metropolitana se constituyó un equipo integrado por los siguientes puestos de trabajo:

- ◆ Coordinador provincial: organizaba y coordinaba el operativo en la provincia y era responsable de la calidad de los datos en cada provincia,
- ◆ Encargado de campo: organizaba y controlaba el trabajo de los equipos encargados del relevamiento de información compuestos por supervisores y encuestadores,
- ◆ Supervisores: controlaban directamente el trabajo de los encuestadores y recuperaban información en campo,
- ◆ Encuestador: realizaba el relevamiento de los datos de la encuesta,
- ◆ Encargado de análisis: organizaba y controlaba el trabajo de análisis, codificación y depuración de la información,
- ◆ Analista: analizaba, codificaba y realizaba las correcciones necesarias hasta aceptar o rechazar una encuesta,
- ◆ Auxiliares de campo y análisis: apoyaban las tareas de organización y controlaban las tareas de relevamiento, análisis, codificación y depuración de la información relevada.



En los Centros Regionales de Ingreso, los puestos de trabajo definidos fueron:

- ◆ Encargado regional de ingreso: organizaba y controlaba el ingreso de la información de los formularios y depuración de los datos. De los Coordinadores regionales de ingresos dependían los editores,
- ◆ Editor: ingresaban la información de los formularios.

7.3. Recursos humanos y capacitación

La calidad de la información obtenida depende de la buena disposición de los entrevistados para cooperar con la encuesta y de la habilidad de encuestadores, supervisores, analistas y coordinadores para implementar la encuesta.

Por ello era necesario contar con recursos humanos adecuadamente capacitados.

Para lograr este objetivo, se diseñó un esquema que contemplara la selección y capacitación de todas las personas que participaron en la encuesta en cada una de las jurisdicciones provinciales.

Selección de los recursos

El objetivo de esta etapa fue la selección de los recursos que conformaron los equipos de trabajo.

Se determinaron los perfiles, metodología de selección, modalidades de contratación y nivel de remuneración para cada uno de los puestos de trabajo de la encuesta.

Primero se efectuó una preselección entre todos los postulantes que cumplieron ciertos requisitos referidos a nivel de estudios y experiencia previa.

En una segunda etapa se realizó una evaluación sobre la comprensión de los conceptos sociodemográficos básicos de la encuesta.

Capacitación

La metodología de capacitación fue diseñada tomando en cuenta la dispersión de la encuesta y la numerosa cantidad de personal que participaba en ella.

Se elaboró un manual de procedimientos para cada uno de los puestos de trabajo de la encuesta, donde se detallaban las tareas a cumplir y la forma de realizarlas.

Los ejes de la capacitación se estructuraron bajo las siguientes definiciones:

- ◆ Capacitación centralizada, a cargo del equipo central de INDEC, para la formación de los coordinadores de la encuesta en cada jurisdicción y asistentes de los mismos,
- ◆ Capacitación descentralizada, a cargo de los coordinadores para la formación de encuestadores, supervisores, analistas y editores.



Se desarrollaron programas analíticos destinados a la formación de coordinadores e integrantes de las estructuras provinciales, donde se establecía la duración y metodología de administración de los contenidos. Los programas, estaban acompañados de guías para el Instructor que incluían los objetivos, contenidos y actividades a desarrollar, las asignaciones del tiempo y las modalidades de evaluación.

Se elaboraron materiales de apoyo al desarrollo del curso, láminas, manuales, guías de ejercitación, etc.

8. VALIDACIÓN Y CRÍTICA

Con el objetivo de controlar la calidad de la información y disminuir los errores no muestrales que en este tipo de encuesta suelen ser muy elevados, se estableció un esquema de control en dos fases, a nivel de la estructura provincial del operativo y a nivel del Equipo Central de INDEC. El objetivo era observar defectos en el trabajo de los encuestadores, declaraciones incorrectas, falta de respuesta por parte de los informantes, errores de codificación, errores de ingreso de la información, etc.

8.1. Controles realizados por los equipos provinciales

Controles realizados por el supervisor

Un primer control lo realizaban los supervisores, quienes al recibir los formularios relevados por los encuestadores controlaban la coherencia de la información a partir de reglas generales y de la aplicación de 80 pautas de consistencia manuales que figuraban en el respectivo manual. La cercanía en el tiempo a la realización de la encuesta permitió una rápida recuperación de la información faltante o corrección de los datos inconsistentes.

Controles realizados en gabinete

Entre sus tareas, los analistas realizaban un doble control de la información:

Controles previos al ingreso:

Para poder recuperar información, los analistas que recibían las encuestas de los supervisores, realizaban dos tipos de controles:

- ◆ Controles de coherencia entre los gastos, los ingresos declarados y las características sociodemográficas del hogar, a los efectos de detectar omisiones o inclusiones erróneas (por ejemplo: falta de gastos en combustible cuando el hogar tiene automóvil, etc.),
- ◆ Controles sistemáticos de consistencia entre la información de los distintos bloques de los formularios, a partir de la aplicación de las pautas de consistencia y coherencia, (gastos con características de las personas del hogar, gastos con características de la vivienda, gastos con ingresos de los miembros del hogar, etc.).

Por ejemplo si existen gastos con forma de pago "recibida en pago por su trabajo" debería haber un miembro del hogar que haya declarado percibir ingresos en especie en algún periodo de referencia.

Controles posteriores al ingreso:

Una vez ingresada la información los analistas recibían la planilla de "Resumen de datos ingresados" para cada uno de los hogares y revisaban la siguiente información resumen.

- ◆ Errores de rango: el sistema corría un programa que comparaba los precios implícitos de los alimentos registrados (monto pagado/cantidad) con un rango de precios máximos y mínimos para todos los artículos. Si los precios implícitos de algún artículo estaban fuera del rango establecido, en el resumen aparecía una marca que identificaba el error. El analista debía detectar su origen y corregirlo, observando si se trataba de un error de codificación, registración o edición,
- ◆ Errores de consistencia o advertencias: el sistema corría un programa de pautas de consistencias que vinculaban la información de todos los formularios (incluidas las que habían sido controladas por el supervisor y los analistas en etapas previas). El analista revisaba cada una de las pautas señaladas en el listado como errores de consistencia o advertencias,
- ◆ Balance financiero del hogar: El balance financiero establecía la relación entre las entradas y salidas de dinero del hogar, con información mensualizada, arrojando un resultado en términos de déficit o superávit.

El analista tomaba las encuestas con déficit o superávit significativos y auxiliándose de información adicional volvía a revisar la coherencia de toda encuesta para determinar en última instancia si se la aceptaba o se la rechazaba.

8.2. Controles a cargo del equipo central

Se estableció un plan de control de calidad de la Encuesta, que comenzó a aplicarse durante el desarrollo del operativo y aún continúa en el trabajo final de consistencia de la información a nivel de provincia cuyos estudios mas importantes fueron los siguientes:

- ◆ Análisis de las tasas de respuesta globales y control de la marcha del operativo por estrato, localidad, provincia, subregión y región,

El objetivo de este control fue monitorear permanentemente los niveles de respuestas y verificar que los mismos se mantuvieran de acuerdo a lo esperado. En el caso de observar distorsiones significativas se analizaron las causas que influyeron en aquellos resultados y se implementaron las medidas necesarias para revertirlos.



- ♦ Estudio de las estructuras de gasto a nivel de grupos de bienes y servicios según diferentes variables de corte,
- ♦ Estudio de los registros del capítulo alimentos para detectar problemas de anotación, codificación, transformación de cantidades o de ingreso de la información,
- ♦ Análisis de la cantidad de registros por grupo de gastos del Formulario 2 y por período de referencia en el Formulario 3 y promedio de gastos,
- ♦ Control de las estructuras poblacionales.

En una primera etapa se analizaron las diferencias entre provincias y se estudió si las mismas se debían a la calidad del trabajo de cada equipo provincial.

La técnica utilizada fue el análisis descriptivo mediante boxplots por grupo de gastos y estratos identificando provincias que tuvieran comportamientos muy disímiles al resto. En algunos casos se aplicó también modelos lineales generalizados.

En la segunda etapa, se estudiaron para algunas localidades, los perfiles comunes en las encuestas asociados a encuestadores para identificar posibles encuestas adulteradas o con posibles subdeclaraciones. Este estudio se realizó mediante dos técnicas:

- ♦ Análisis descriptivo: mediante el método de boxplots se establecieron las medianas de registros para cada grupo de gastos y se identificaron encuestadores que presentaban valores inferiores o superiores en varios grupos,
- ♦ Análisis de componentes principales y análisis de correspondencia simple, ambos con clasificación jerárquica: este estudio se orienta a la detección de grupos de encuestas con patrones comunes y permite la identificación de encuestadores característicos de estos grupos. Se utilizaron ambas técnicas mencionadas ya que la primera considera relaciones lineales entre las variables y la segunda permite estudiar las clases que se forman a partir de otras relaciones, además de las lineales, entre las variables.

9. PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

El ingreso de los formularios correspondientes a la Encuesta se llevó a cabo utilizando la Red Nacional de Informática, la descentralización operativa y el uso de sistemas abiertos.

El INDEC cuenta con 11 Centros Regionales de procesamiento, distribuidos en el país, cada uno de los cuales incluye una o varias provincias. En cada centro se ingresaron y validaron los datos básicos, los cuales se transmitían periódicamente a INDEC para su procesamiento definitivo.

9.1. Descripción general

El procesamiento de la Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares requirió la integración del Equipo de metodología y análisis y el Equipo de informática, desde la etapa de definición de los formularios hasta la obtención de los resultados.

El Sistema de Procesamiento de la encuesta comprendió las siguientes etapas:

- ◆ Generación de la Base de Datos,
- ◆ Preparación de tablas y material para el operativo,
- ◆ Ingreso de encuestas en los centros regionales de ingreso,
- ◆ Consolidación de la información en INDEC,
- ◆ Monitoreo del ingreso,
- ◆ Monitoreo del operativo,
- ◆ Procesos de resguardo,
- ◆ Transformación y creación de variables,
- ◆ Análisis de resultados por los usuarios (Equipo central) a través del sistema de Biblioteca.

Los programas que componen el sistema son complejos y demandaron un tiempo extenso para su elaboración y puesta a punto.

9.2. Fases del procesamiento de la información

Preparación de material para la salida a campo

Durante esta fase se generó el material necesario para la salida a campo:

- ◆ Hojas de Ruta para cada encuestador,
- ◆ Planillas para el control de los datos,
- ◆ Planillas para el control del operativo,
- ◆ Etiquetas para envío de correspondencia a los hogares,
- ◆ Etiquetas para identificar los formularios de cada hogar,
- ◆ Listados del marco muestral.

Ingreso de las encuestas en los centros regionales


Mantenimiento de Datos Fijos:

La generación y actualización de datos fijos o semifijos (muestra, artículos, datos auxiliares del sistema) fueron realizadas en INDEC para su distribución en los Centros Regionales de Ingreso, durante la instalación del sistema de ingreso.

Ingreso de la encuesta:


El Sistema de Ingreso fue diseñado como un sistema amistoso tanto para el editor como para el analista. Los menús así como las pantallas de ingreso se diseñaron de tal manera que el sistema guiaba al editor y le presentaba pantallas similares a los formularios de la encuesta.






En relación al control de errores, el editor estuvo en condiciones de levantar en forma inmediata sus propios errores ya que el sistema lo alertaba sobre los mismos en tiempo real. Asimismo se incluyó un conjunto de consistencias que permitió analizar la coherencia de la información ingresada de una encuesta y emitir un listado Resumen de Datos Ingresados detallando los datos ingresados, los errores marcados, el balance financiero y un resumen de la encuesta. Todo esto permitió a los analistas corregir los errores y mediante un proceso de ida y vuelta al Centro Regional de Ingreso, depurar la información.

Administración del ingreso




La administración del ingreso en los Centros Regionales tenía como objetivo controlar que todo lo recibido fuera ingresado adecuadamente y devuelto a la correspondiente DPE y que nada quedara sin ingresar. Este control se llevó a cabo a través de un conjunto de procedimientos administrativos que incluyó aspectos manuales y controles mediante un grupo de listados que diariamente emitía el sistema.


Transformación y generación de datos



Transformación de datos: una vez depurada la información de las encuestas se procede a transformar los datos de la vivienda, hogar, personas, gastos e ingresos, consolidar los datos y generar nuevas variables.




Estas transformaciones y cálculos se aplicaron a las encuestas ingresadas a fin de obtener una base depurada y coherente que permitió el análisis de los datos a través de tabulados y estructura de gastos obtenidas con programas especialmente diseñados.




Se implementaron procedimientos para generar archivos de datos con formato SAS a partir de información almacenada en tablas de la base de datos INFORMIX.

Análisis de resultados




Se analizó, diseñó, programó e implementó un sistema denominado Biblioteca cuyo objetivo es permitir a los integrantes del Equipo Central obtener información para el análisis de los datos de la encuesta. El sistema Biblioteca está organizado a través de menús, cada uno de los cuales tiene un conjunto de programas relacionados para la generación de tabulados.

9.3. Software y Hardware



Todos los módulos del sistema de ingreso y preparación de datos están desarrollados en INFORMIX-4GL versión 4.10. El análisis de resultados es realizado mediante el sistema Biblioteca que contiene programas desarrollados en SAS versión 6.07 y en INFORMIX-4GL versión 4.10. El sistema operativo es IBM AIX versión 3 para RISC System/6000.



El módulo de ingreso se implementó en once Centros Regionales de Ingreso distribuidos en todo el país y la información se consolidó en INDEC.



parte 2



RESULTADOS DEL TOTAL DEL PAÍS



En esta parte se consignan estructuras de consumo provisorias del total del país.

La distribución porcentual del gasto de consumo de los hogares entre distintas finalidades; alimentación, vestimenta, vivienda, mantenimiento del hogar, salud, transporte, educación, esparcimiento y gastos varios, conforman la denominada estructura de gasto de consumo que varían de acuerdo a las características de los hogares.

Los cuadros que se presentan en esta sección muestran diferentes estructuras según distintas variables de caracterización.

Cuadro	Variable clasificatoria	Dominios de estudio
1	Región de residencia del hogar	Metropolitana del GBA Pampeana Noroeste Noreste Cuyo Patagonia
2	Nivel de instrucción del jefe del hogar	Ninguna o primaria incompleta Primaria completa Secundaria completa Universitaria completa
3	Situación ocupacional del jefe del hogar	No ocupado Asalariado Cuenta propia o patrón
4	Edad del jefe del hogar	Hasta 34 años 35 a 49 años 50 a 64 años 65 y más años
5	Número de miembros del hogar	1 miembro 2 miembros 3 miembros 4 miembros 5 y más miembros
6	Número de menores de 14 años en el hogar	Ninguno 1 ó 2 3 y más
7	Número de perceptores de ingreso en el hogar	1 perceptor 2 perceptores Más de 2 perceptores
8	Régimen de tenencia de la vivienda que habita el hogar	Vivienda propia Vivienda alquilada Vivienda ocupada gratuitamente

Los cuadros incluyen una serie de indicadores cuyos valores contribuyen a caracterizar a los grupos de hogares de referencia

CONTENIDO DE LOS CUADROS

Cuadros 1 a 8

- ◆ Composición porcentual del gasto, dividida en 45 grupos de bienes y servicios clasificados en 9 capítulos (véase el Anexo 5),
- ◆ Promedios de características demográficas y socioeconómicas del jefe del hogar y habitacionales,
- ◆ Porcentajes del número de hogares con determinadas características socioeconómicas del jefe del hogar y habitacionales,
- ◆ Total del número de hogares en la muestra y el número estimado de hogares para los distintos dominios de estudio.

DEFINICIONES Y CONCEPTOS UTILIZADOS EN LOS CUADROS

Se especificarán, en primer lugar, las variables, conceptos y definiciones básicas, que son comunes a todos los cuadros y luego las correspondientes a cada cuadro en particular.

El hogar es propietario de la vivienda que habita si es dueño del terreno y la vivienda. No incluye al ocupante de terrenos fiscales, aún cuando sea propietario de la vivienda.

El hogar es propietario de automóvil si es de su uso doméstico o compartido con la actividad económica que realiza el hogar.

Cuadro 1. Las regiones comprenden:



Metropolitana del
Gran Buenos Aires

Capital Federal
Conurbano Bonaerense



Pampeana

Córdoba, La Pampa,
Entre Ríos, Santa Fe y
Resto de Buenos Aires



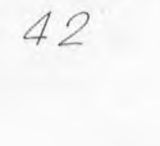
Noroeste

Jujuy, Salta, Tucumán
Catamarca, La Rioja y
Santiago del Estero



Noreste

Corrientes, Misiones
Chaco y Formosa



Cuyo

Mendoza, San Juan y
San Luis



Patagonia

Neuquén, Río Negro
Chubut, Santa Cruz y
Tierra del Fuego

Cuadro 2. Nivel de instrucción primaria, secundaria, superior y universitaria comprende estudios completos para cada nivel.

Cuadro 3. Jefe no ocupado comprende a los jefes jubilados, pensionados, amas de casa, estudiantes, desocupados y otros inactivos.

Cuadro 7. La diferencia entre el total de los hogares y la suma de los dominios de estudio se debe a la existencia de hogares que declararon no tener ningún tipo de ingreso en el período de referencia correspondiente a los ingresos (seis meses).

Cuadro 8. "Ocupada gratuitamente" incluye los hogares que habitan en viviendas cedidas gratuitamente u ocupan terrenos fiscales, aunque la vivienda les pertenezca. Los hogares que habitan en viviendas cedidas por razones de trabajo se incluyen en "hogares inquilinos".

Cuadro 9. En este cuadro se presenta la estimación del error muestral relativo (coeficiente de variación) en porcentaje, para cada una de las variables contenidas en el cuadro 1.

La evaluación del error de muestreo de una estimación proporciona al usuario un intervalo numérico que presenta una cierta confianza (medida en términos de probabilidad) de contener el valor verdadero que se desea estimar.

Así, por ejemplo un dato de la encuesta dice que la población de la Región Metropolitana del Gran Buenos Aires gasta el 9,6% en salud, el coeficiente de variación es 2,5%. El verdadero valor estará comprendido entre 9,1 y 10,1 o sea, $9,6 \pm (2 \times 0,025 \times 9,6)$ asumiendo un nivel de confianza del 95%.

En general, toda cifra afectada por un coeficiente de variación superior al 10% es necesario considerarla con las debidas precauciones. Al respecto, corresponde al usuario determinar si un dato con cierto error de muestreo le sirve para su toma de decisiones, de acuerdo con el grado de confiabilidad que precisa para ello.



Encuesta Nacional de
Gastos de los Hogares

Cuadro 1.- Gasto de consumo de los hogares según región de residencia por finalidad del gasto en porcentaje. Total del país

Finalidad del gasto	Región de residencia						Total
	Metropolita- na del G.B.A.	Pam- peana	Noro- este	Noreste	Cuyo	Pata- gonia	
TOTAL GASTO DE CONSUMO	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
1.- ALIMENTOS Y BEBIDAS	31,8	35,3	36,7	38,6	31,4	31,8	33,4
01 Productos de panadería	3,0	4,0	4,4	4,5	3,8	3,5	3,5
02 Harinas, arroz, cereales y pastas	1,5	2,1	1,9	2,8	1,7	2,1	1,8
03 Carne vacuna, porcina, ovina y menu- dencias	4,2	6,3	7,9	7,9	6,0	6,0	5,4
04 Aves	1,5	1,8	1,6	1,7	1,7	1,7	1,6
05 Pescados y mariscos	0,4	0,4	0,4	0,2	0,5	0,3	0,4
06 Fiambres, embutidos y conservas	1,0	1,2	0,9	1,0	1,1	1,3	1,1
07 Aceites y grasas	0,5	0,7	0,8	1,1	0,6	0,6	0,6
08 Leche	1,2	1,7	1,6	2,3	1,4	1,4	1,5
09 Productos lácteos	1,9	2,0	1,6	1,7	1,8	1,8	1,9
10 Huevos	0,5	0,6	0,7	0,9	0,6	0,6	0,5
11 Frutas	1,7	2,1	1,9	1,9	1,8	1,6	1,8
12 Verduras y legumbres	2,3	2,8	3,2	3,3	2,6	2,6	2,6
13 Azúcar, dulces, golosinas y cacao	0,8	1,2	1,2	1,2	1,0	1,0	1,0
14 Infusiones	0,7	1,0	0,8	1,1	0,8	0,8	0,8
15 Salsas y condimentos	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,3
16 Alimentos listos para consumir y otros productos alimenticios	1,5	1,6	1,5	1,1	1,2	1,5	1,5
17 Bebidas alcohólicas	1,0	1,4	0,9	1,4	0,9	1,1	1,1
18 Bebidas no alcohólicas	2,3	2,0	3,0	2,5	1,8	1,9	2,2
19 Comidas y bebidas fuera del hogar	5,5	2,0	2,0	1,6	1,7	1,6	3,8
2.- INDUMENTARIA Y CALZADO	5,7	8,1	9,8	9,3	8,3	9,1	7,1
20 Indumentaria	3,9	5,3	5,8	5,9	5,1	6,0	4,6
21 Calzado	1,5	2,4	3,5	2,9	2,6	2,7	2,1
22 Telas, accesorios para costura y ser- vicios	0,3	0,4	0,5	0,5	0,6	0,4	0,4
3.- VIVIENDA	13,1	12,8	10,8	12,0	12,5	13,0	12,8
23 Alquiler	5,2	4,5	3,6	3,1	4,4	5,9	4,8
24 Gastos comunes y reparaciones	3,8	1,6	1,3	1,3	1,9	1,6	2,7
25 Combustibles	1,6	2,4	1,8	1,7	2,2	1,9	1,9
26 Agua y electricidad	2,5	4,3	4,1	5,9	4,0	3,6	3,4
4.- EQUIPAMIENTO Y FUNCIONAMIENTO	7,9	6,5	8,2	8,6	7,8	8,6	7,6
27 Equipamiento del hogar	3,3	2,7	4,3	4,3	3,7	4,6	3,3
28 Mantenimiento del hogar	1,7	1,7	1,5	1,9	1,6	1,6	1,7
29 Servicios para el hogar	2,9	2,1	2,4	2,4	2,5	2,4	2,6
5.- ATENCIÓN MÉDICA Y GASTOS PARA LA SALUD	3,6	8,0	7,1	5,7	8,9	5,1	8,7
30 Productos medicinales y accesorios te- rapéuticos	4,6	4,4	4,6	3,6	5,1	2,7	4,5
31 Servicios para la salud	5,0	3,6	2,5	2,1	3,8	2,4	4,2

Cuadro 1.- (continuación)

Finalidad del gasto	Región de residencia						Total
	Metro-politana del G.B.A.	Pam-peana	Noroeste	Noreste	Cuyo	Pata-gonia	
6.- TRANSPORTE Y COMUNICACIONES	14,5	14,0	13,3	13,4	15,6	17,4	14,4
32 Compra-venta de vehículos particulares	2,8	3,4	3,9	4,6	4,7	6,6	3,4
33 Funcionamiento y mantenimiento	4,4	5,1	3,5	4,1	5,8	5,3	4,6
34 Transporte público	4,9	2,8	3,8	2,4	2,6	2,1	3,9
35 Correo y teléfono	2,4	2,7	2,1	2,3	2,5	3,4	2,5
7.- ESPARCIMIENTO Y CULTURA	8,0	7,0	5,6	5,6	6,6	6,7	7,3
36 Turismo	2,6	1,5	1,0	0,8	1,5	1,4	2,0
37 Servicios de esparcimiento	2,6	3,3	2,6	3,0	2,9	3,1	2,8
38 Libros, diarios y revistas	1,2	1,0	1,0	0,9	0,9	0,9	1,1
39 Otros bienes	1,6	1,2	1,0	0,9	1,3	1,3	1,4
8.- EDUCACIÓN	4,6	3,1	3,7	2,5	3,5	3,2	4,0
40 Servicios educativos	3,7	2,0	2,4	1,5	2,3	1,7	2,9
41 Textos y útiles escolares	0,9	1,1	1,3	1,0	1,2	1,5	1,1
9.- BIENES Y SERVICIOS DIVERSOS	4,8	5,2	4,8	4,4	5,5	5,1	5,0
42 Cigarrillos y tabaco	1,3	1,3	0,9	0,9	1,2	1,1	1,2
43 Artículos de tocador	1,9	2,0	1,9	1,9	1,8	2,0	1,9
44 Servicios para el cuidado personal	0,8	0,7	0,6	0,5	0,8	0,6	0,8
45 Bienes y servicios diversos	0,8	1,2	1,4	1,1	1,7	1,4	1,1

INDICADORES SOCIODEMOGRÁFICOS

Promedios

Número de miembros en el hogar	3,43	3,41	4,42	4,12	3,89	3,69	3,58
Número de menores de 14 años en el hogar	0,81	0,88	1,41	1,40	1,07	1,14	0,94
Número de adultos de 65 y más años en el hogar	0,40	0,37	0,29	0,24	0,36	0,20	0,36
Número de perceptores de ingreso en el hogar	1,73	1,65	1,83	1,65	1,81	1,57	1,70
Número de activos en el hogar	1,51	1,36	1,55	1,42	1,53	1,44	1,45
Edad del jefe del hogar	51	50	48	46	51	46	50

Porcentajes

Hogares con jefe activo	72,80	68,74	70,43	75,73	72,97	80,01	71,77
Hogares con jefe asalariado	42,28	39,33	41,80	45,23	41,76	53,18	41,90
Hogares con jefe sin primaria	13,14	20,39	21,37	30,73	21,86	22,02	18,15
Hogares propietarios de la vivienda	70,56	71,33	66,91	69,15	69,53	70,82	70,39
Hogares inquilinos de la vivienda	14,64	13,34	10,65	9,01	13,84	16,58	13,59
Hogares con vivienda con techo de cha- pa o fibrocemento	15,46	36,26	39,62	67,38	10,94	51,20	28,74
Hogares con teléfono	69,60	52,08	33,64	30,30	49,71	50,47	56,59
Hogares propietario de automóvil	33,42	37,76	25,54	26,75	48,30	44,31	35,15

TOTALES

Número de hogares en la muestra	4.909	8.200	4.862	3.476	3.078	3.477	28.002
Número estimado de hogares	3.430.095	2.654.336	638.448	482.476	451.230	357.070	8.013.655

Fuente: INDEC, Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares

En algunas columnas, la suma de los parciales no totalizan exactamente 100 por la aproximación decimal.

Cuadro 2.- Gasto de consumo de los hogares según nivel educacional del jefe del hogar por finalidad del gasto en porcentaje. Total del País

Finalidad del gasto	Nivel educacional del jefe del hogar				Total
	Ninguna o primaria incompleta	Primaria completa	Secundaria completa	Universitaria completa	
TOTAL GASTO DE CONSUMO	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
1.- ALIMENTOS Y BEBIDAS	44,5	37,5	29,7	25,2	33,4
01 Productos de panadería	5,7	4,4	2,7	2,0	3,5
02 Harinas, arroz, cereales y pastas	2,9	2,1	1,5	1,1	1,8
03 Carne vacuna, porcina, ovina y menudencias	9,0	6,7	4,1	2,8	5,4
04 Aves	2,3	1,9	1,4	1,0	1,6
05 Pescados y mariscos	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4
06 Fiambre, embutidos y conservas	1,1	1,2	1,0	0,9	1,1
07 Aceites y grasas	1,2	0,7	0,5	0,4	0,6
08 Leche	2,1	1,8	1,2	0,9	1,5
09 Productos lácteos	1,9	2,0	1,8	1,7	1,9
10 Huevos	0,9	0,7	0,4	0,3	0,5
11 Frutas	2,3	2,1	1,7	1,5	1,8
12 Verduras y legumbres	3,9	3,1	2,0	1,6	2,6
13 Azúcar, dulces, golosinas y cacao	1,3	1,1	0,9	0,7	1,0
14 Infusiones	1,3	0,9	0,7	0,5	0,8
15 Salsas y condimentos	0,5	0,4	0,3	0,2	0,3
16 Alimentos listos para consumir y otros productos alimenticios	0,9	1,3	1,7	1,7	1,5
17 Bebidas alcohólicas	1,5	1,2	1,0	0,9	1,1
18 Bebidas no alcohólicas	2,6	2,5	2,1	1,6	2,2
19 Comidas y bebidas fuera del hogar	2,7	3,0	4,3	5,0	3,8
2.- INDUMENTARIA Y CALZADO	7,0	7,3	7,2	6,9	7,1
20 Indumentaria	4,1	4,5	4,9	5,0	4,6
21 Calzado	2,5	2,4	1,9	1,6	2,1
22 Telas, accesorios para costura y servicios	0,4	0,4	0,4	0,3	0,4
3.- VIVIENDA	11,9	12,4	13,6	12,6	12,8
23 Alquiler	2,8	4,2	6,1	4,9	4,8
24 Gastos comunes y reparaciones	1,5	2,1	3,1	4,0	2,7
25 Combustibles	2,8	2,2	1,6	1,3	1,9
26 Agua y electricidad	4,8	3,9	2,8	2,4	3,4
4.- EQUIPAMIENTO Y FUNCIONAMIENTO	6,1	6,6	7,5	10,3	7,6
27 Equipamiento del hogar	3,5	3,4	3,1	3,3	3,3
28 Mantenimiento del hogar	2,0	1,9	1,5	1,4	1,7
29 Servicios para el hogar	0,6	1,3	2,9	5,6	2,6
5.- ATENCIÓN MÉDICA Y GASTOS PARA LA SALUD	8,5	8,6	8,7	8,5	8,7
30 Productos medicinales y accesorios terapéuticos	6,1	5,1	3,9	3,2	4,5
31 Servicios para la salud	2,4	3,5	4,8	5,3	4,2
6.- TRANSPORTE Y COMUNICACIONES	11,4	13,7	15,2	15,9	14,4
32 Compra - venta de vehículos particulares	2,2	2,9	3,8	4,1	3,4
33 Funcionamiento y mantenimiento	2,7	4,0	5,3	5,9	4,6
34 Transporte público	4,5	4,3	3,6	3,2	3,9
35 Correo y teléfono	2,0	2,5	2,5	2,7	2,5

Cuadro 2.- (continuación)

Finalidad del gasto	Nivel educacional del jefe del hogar				Total
	Ninguna o primaria incompleta	Primaria completa	Secundaria completa	Universitaria completa	
7.- ESPARCIMIENTO Y CULTURA	4,5	5,9	8,1	10,2	7,3
36 Turismo	0,4	1,0	2,5	4,0	2,0
37 Servicios de esparcimiento	2,5	2,7	2,9	3,1	2,8
38 Libros, diarios y revistas	0,7	1,0	1,2	1,5	1,1
39 Otros bienes	0,9	1,2	1,5	1,6	1,4
8.- EDUCACIÓN	1,6	2,7	4,9	5,9	4,0
40 Servicios educativos	0,9	1,8	3,7	4,7	2,9
41 Textos y útiles escolares	0,7	0,9	1,2	1,2	1,1
9.- BIENES Y SERVICIOS DIVERSOS	4,7	5,3	5,0	4,6	5,0
42 Cigarrillos y tabaco	1,3	1,4	1,1	0,8	1,2
43 Artículos de tocador	2,0	2,1	1,9	1,6	1,9
44 Servicios para el cuidado personal	0,6	0,8	0,9	0,9	0,8
45 Bienes y servicios diversos	0,8	1,0	1,1	1,3	1,1

INDICADORES SOCIODEMOGRÁFICOS

Promedios

Número de miembros en el hogar	3,68	3,76	3,31	3,17	3,58
Número de menores de 14 años en el hogar	0,97	1,02	0,86	0,73	0,94
Número de adultos de 65 y más años en el hogar	0,54	0,37	0,23	0,26	0,36
Número de perceptores de ingreso en el hogar	1,73	1,70	1,68	1,71	1,70
Número de activos en el hogar	1,38	1,48	1,45	1,49	1,45
Edad del jefe del hogar	58	51	44	47	50

Porcentajes

Hogares con jefe activo	55,55	71,03	80,77	83,87	71,77
Hogares con jefe asalariado	29,77	40,95	49,53	50,69	41,90
Hogares con jefe sin primaria	100,00	0,00	0,00	0,00	18,15
Hogares propietarios de la vivienda	72,50	71,28	65,01	74,75	70,39
Hogares inquilinos de la vivienda	6,72	11,68	21,67	16,53	13,59
Hogares con vivienda con techo de chapa o fibrocemento	45,12	31,15	17,90	12,72	28,74
Hogares con teléfono	31,62	51,65	72,28	89,12	56,59
Hogares propietario de automóvil	17,84	31,57	46,64	56,99	35,15

TOTALES

Número de hogares en la muestra	5.621	13.883	6.098	2.396	28.002 ¹
Número estimado de hogares	1.454.078	3.883.408	1.867.245	807.475	8.013.655

Fuente: INDEC, Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares

¹La diferencia entre el número de hogares del total y la suma de los distintos dominios de estudio se debe a la existencia de cuatro hogares sin respuesta en la variable educación del jefe del hogar

En algunas columnas, la suma de los parciales no totalizan exactamente 100 por la aproximación decimal.

Cuadro 3.- Gasto de consumo de los hogares según situación ocupacional del jefe del hogar por finalidad del gasto en porcentaje. Región Metropolitana del Gran Buenos Aires

Finalidad del gasto	Situación ocupacional del jefe del hogar			
	No ocupado	Asalariado	Cuenta propia o patrón	Total
TOTAL GASTO DE CONSUMO	100,0	100,0	100,0	100,0
1.- ALIMENTOS Y BEBIDAS	36,7	32,6	31,9	33,4
01 Productos de panadería	4,1	3,4	3,2	3,5
02 Harinas, arroz, cereales y pastas	2,2	1,7	1,7	1,8
03 Carne vacuna, porcina, ovina y menudencias	6,0	5,3	5,0	5,4
04 Aves	2,1	1,4	1,5	1,6
05 Pescados y mariscos	0,5	0,3	0,4	0,4
06 Fiambre, embutidos y conservas	1,1	1,1	1,1	1,1
07 Aceites y grasas	0,8	0,6	0,6	0,6
08 Leche	1,7	1,4	1,3	1,5
09 Productos lácteos	2,1	1,8	1,9	1,9
10 Huevos	0,7	0,5	0,5	0,5
11 Frutas	2,4	1,6	1,7	1,8
12 Verduras y legumbres	3,3	2,3	2,3	2,6
13 Azúcar, dulces, golosinas y cacao	1,0	1,0	0,9	1,0
14 Infusiones	1,0	0,7	0,8	0,8
15 Salsas y condimentos	0,4	0,3	0,3	0,3
16 Alimentos listos para consumir y otros productos alimenticios	1,3	1,5	1,6	1,5
17 Bebidas alcohólicas	1,2	1,1	1,1	1,1
18 Bebidas no alcohólicas	2,3	2,2	2,2	2,2
19 Comidas y bebidas fuera del hogar	2,5	4,4	3,8	3,8
2.- INDUMENTARIA Y CALZADO	6,0	7,7	7,2	7,1
20 Indumentaria	3,8	5,0	4,8	4,6
21 Calzado	1,8	2,3	2,0	2,1
22 Telas, accesorios para costura y servicios	0,4	0,4	0,4	0,4
3.- VIVIENDA	13,1	13,4	11,5	12,8
23 Alquiler	3,2	6,2	4,0	4,8
24 Gastos comunes y reparaciones	3,3	2,5	2,6	2,7
25 Combustibles	2,4	1,7	1,7	1,9
26 Agua y electricidad	4,2	3,0	3,2	3,4
4.- EQUIPAMIENTO Y FUNCIONAMIENTO	6,8	7,6	8,0	7,6
27 Equipamiento del hogar	2,7	3,8	3,0	3,3
28 Mantenimiento del hogar	1,8	1,6	1,6	1,7
29 Servicios para el hogar	2,3	2,2	3,4	2,6
5.- ATENCIÓN MÉDICA Y GASTOS PARA LA SALUD	12,5	6,3	9,2	8,7
30 Productos medicinales y accesorios terapéuticos	8,2	3,3	3,2	4,5
31 Servicios para la salud	4,3	3,0	6,0	4,2
6.- TRANSPORTE Y COMUNICACIONES	11,8	15,2	15,2	14,4
32 Compra - venta de vehículos particulares	1,7	4,1	3,5	3,4
33 Funcionamiento y mantenimiento	3,4	4,5	6,0	4,6
34 Transporte público	3,9	4,4	3,0	3,9
35 Correo y teléfono	2,8	2,2	2,7	2,5

Cuadro 3.- (continuación)

Finalidad del gasto	Situación ocupacional del jefe del hogar			
	No ocupado	Asalariado	Cuenta propia o patrón	Total
7.- ESPARCIMIENTO Y CULTURA	6,4	7,3	7,9	7,3
36 Turismo	1,3	2,0	2,5	2,0
37 Servicios de esparcimiento	2,8	2,8	2,8	2,8
38 Libros, diarios y revistas	1,3	1,0	1,2	1,1
39 Otros bienes	1,0	1,5	1,4	1,4
8.- EDUCACIÓN	2,5	4,3	4,5	4,0
40 Servicios educativos	1,8	3,1	3,4	2,9
41 Textos y útiles escolares	0,7	1,2	1,1	1,1
9.- BIENES Y SERVICIOS DIVERSOS	4,5	5,4	4,7	5,0
42 Cigarrillos y tabaco	1,1	1,3	1,2	1,2
43 Artículos de tocador	1,8	2,1	1,7	1,9
44 Servicios para el cuidado personal	0,9	0,7	0,8	0,8
45 Bienes y servicios diversos	0,7	1,3	1,0	1,1

INDICADORES SOCIODEMOGRÁFICOS

Promedios

Número de miembros en el hogar	2,90	3,96	3,91	3,58
Número de menores de 14 años en el hogar	0,47	1,25	1,10	0,94
Número de adultos de 65 y más años en el hogar	0,78	0,10	0,19	0,36
Número de perceptores de ingreso en el hogar	1,67	1,71	1,75	1,70
Número de activos en el hogar	0,86	1,75	1,80	1,45
Edad del jefe del hogar	62	42	47	50

Porcentajes

Hogares con jefe activo	18,26	100,00	100,00	71,77
Hogares con jefe asalariado	0,00	100,00	0,00	41,90
Hogares con jefe sin primaria	27,09	12,89	14,37	18,15
Hogares propietarios de la vivienda	78,73	62,69	71,86	70,39
Hogares inquilinos de la vivienda	7,91	18,96	12,38	13,59
Hogares con vivienda con techo de chapa o fibrocemento	27,63	30,30	27,58	28,74
Hogares con teléfono	57,74	52,64	61,92	56,59
Hogares propietario de automóvil	23,03	36,02	51,36	35,15

TOTALES

Número de hogares en la muestra	9.216	12.298	6.488	28.002
Número estimado de hogares	2.767.254	3.357.589	1.888.812	8.013.655

Fuente: INDEC, Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares

En algunas columnas, la suma de los parciales no totalizan exactamente 100 por la aproximación decimal.

Cuadro 4.- Gasto de consumo de los hogares según edad del jefe del hogar por finalidad del gasto en porcentaje. Región Metropolitana del Gran Buenos Aires

Finalidad del gasto	Edad del jefe del hogar				Total
	Hasta 34	35 a 49	50 a 64	65 y más	
TOTAL GASTO DE CONSUMO	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
1.- ALIMENTOS Y BEBIDAS	30,7	33,0	34,9	35,3	33,4
01 Productos de panadería	3,3	3,6	3,6	3,6	3,5
02 Harinas, arroz, cereales y pastas	1,6	1,8	1,9	2,0	1,8
03 Carne vacuna, porcina, ovina y menudencias	4,7	5,4	5,8	5,4	5,4
04 Aves	1,2	1,5	1,7	2,2	1,6
05 Pescados y mariscos	0,2	0,4	0,4	0,6	0,4
06 Fiambre, embutidos y conservas	1,0	1,1	1,1	1,0	1,1
07 Aceites y grasas	0,5	0,6	0,7	0,8	0,6
08 Leche	1,6	1,5	1,3	1,5	1,5
09 Productos lácteos	1,7	1,8	1,9	2,2	1,9
10 Huevos	0,5	0,5	0,6	0,6	0,5
11 Frutas	1,4	1,7	1,9	2,6	1,8
12 Verduras y legumbres	2,1	2,4	2,7	3,2	2,6
13 Azúcar, dulces, golosinas y cacao	1,0	1,0	0,9	1,0	1,0
14 Infusiones	0,6	0,8	0,9	1,1	0,8
15 Salsas y condimentos	0,3	0,3	0,4	0,3	0,3
16 Alimentos listos para consumir y otros productos alimenticios	1,6	1,5	1,5	1,3	1,5
17 Bebidas alcohólicas	0,9	1,1	1,3	1,2	1,1
18 Bebidas no alcohólicas	2,1	2,2	2,2	2,3	2,2
19 Comidas y bebidas fuera del hogar	4,4	3,8	4,1	2,4	3,8
2.- INDUMENTARIA Y CALZADO	8,5	7,6	6,4	5,5	7,1
20 Indumentaria	5,9	4,8	4,2	3,6	4,6
21 Calzado	2,3	2,4	1,8	1,5	2,1
22 Telas, accesorios para costura y servicios	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4
3.- VIVIENDA	17,0	11,7	11,4	12,8	12,8
23 Alquiler	9,8	4,6	3,1	2,5	4,8
24 Gastos comunes y reparaciones	2,8	2,2	2,7	3,9	2,7
25 Combustibles	1,6	1,8	2,0	2,3	1,9
26 Agua y electricidad	2,8	3,1	3,6	4,1	3,4
4.- EQUIPAMIENTO Y FUNCIONAMIENTO	7,7	7,7	7,0	7,6	7,6
27 Equipamiento del hogar	4,3	3,4	2,9	2,6	3,3
28 Mantenimiento del hogar	1,5	1,6	1,7	1,8	1,7
29 Servicios para el hogar	1,9	2,7	2,4	3,2	2,6
5.- ATENCIÓN MÉDICA Y GASTOS PARA LA SALUD	5,4	6,9	9,5	14,9	8,7
30 Productos medicinales y accesorios terapéuticos	2,4	3,0	5,0	9,5	4,5
31 Servicios para la salud	3,0	3,9	4,5	5,4	4,2
6.- TRANSPORTE Y COMUNICACIONES	14,1	15,0	15,6	11,3	14,4
32 Compra - venta de vehículos particulares	3,8	3,7	3,5	1,9	3,4
33 Funcionamiento y mantenimiento	4,1	5,1	5,2	3,4	4,6
34 Transporte público	4,1	3,8	4,1	3,3	3,9
35 Correo y teléfono	2,1	2,4	2,8	2,7	2,5

Cuadro 4.- (continuación)

Finalidad del gasto	Edad del jefe del hogar				Total
	Hasta 34	35 a 49	50 a 64	65 y más	
7.- ESPARCIMIENTO Y CULTURA	7,1	7,6	7,2	6,8	7,3
36 Turismo	1,8	2,3	1,8	1,7	2,0
37 Servicios de esparcimiento	2,8	2,8	3,0	2,7	2,8
38 Libros, diarios y revistas	0,8	1,0	1,2	1,5	1,1
39 Otros bienes	1,7	1,5	1,2	0,9	1,4
8.- EDUCACIÓN	3,9	5,4	3,1	1,5	4,0
40 Servicios educativos	2,6	4,1	2,3	1,0	2,9
41 Textos y útiles escolares	1,3	1,3	0,8	0,5	1,1
9.- BIENES Y SERVICIOS DIVERSOS	5,4	5,1	4,9	4,3	5,0
42 Cigarrillos y tabaco	1,3	1,3	1,2	0,7	1,2
43 Artículos de tocador	2,4	1,9	1,7	1,7	1,9
44 Servicios para el cuidado personal	0,7	0,7	0,9	1,1	0,8
45 Bienes y servicios diversos	1,0	1,2	1,1	0,8	1,1

INDICADORES SOCIODEMOGRÁFICOS

Promedios

Número de miembros en el hogar	3,50	4,45	3,61	2,32	3,58
Número de menores de 14 años en el hogar	1,48	1,49	0,49	0,17	0,94
Número de adultos de 65 y más años en el hogar	0,03	0,07	0,10	1,38	0,36
Número de perceptores de ingreso en el hogar	1,46	1,73	1,95	1,59	1,70
Número de activos en el hogar	1,38	1,79	1,79	0,62	1,45
Edad del jefe del hogar	28	42	57	73	50

Porcentajes

Hogares con jefe activo	91,88	95,49	72,88	16,92	71,77
Hogares con jefe asalariado	62,89	56,64	37,71	5,90	41,90
Hogares con jefe sin primaria	7,67	12,64	21,72	31,59	18,15
Hogares propietarios de la vivienda	39,40	69,52	83,25	84,35	70,39
Hogares inquilinos de la vivienda	29,54	14,07	7,72	5,52	13,59
Hogares con vivienda con techo de chapa o fibrocemento	34,31	30,66	26,36	23,64	28,74
Hogares con teléfono	39,53	56,04	63,22	64,90	56,59
Hogares propietario de automóvil	27,97	43,24	41,26	22,26	35,15

TOTALES

Número de hogares en la muestra	5.733	9.778	7.145	5.346	28.002
Número estimado de hogares	1.564.014	2.649.634	2.040.468	1.759.539	8.013.655

Fuente: INDEC, Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares

En algunas columnas, la suma de los parciales no totalizan exactamente 100 por la aproximación decimal.

Cuadro 5.- Gasto de consumo de los hogares según número de miembros del hogar por finalidad del gasto en porcentaje. Región Metropolitana del Gran Buenos Aires

Finalidad del gasto	Número de miembros del hogar					Total
	1	2	3	4	5 y más	
TOTAL GASTO DE CONSUMO	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
1.- ALIMENTOS Y BEBIDAS	30,0	31,3	31,9	32,8	37,4	33,4
01 Productos de panadería	2,7	3,0	3,0	3,3	4,6	3,5
02 Harinas, arroz, cereales y pastas	1,3	1,6	1,7	1,7	2,3	1,8
03 Carne vacuna, porcina, ovina y menudencias	3,1	4,3	4,9	5,4	6,9	5,4
04 Aves	1,4	1,8	1,6	1,6	1,6	1,6
05 Pescados y mariscos	0,3	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4
06 Fiambre, embutidos y conservas	0,9	1,0	1,0	1,1	1,2	1,1
07 Aceites y grasas	0,5	0,6	0,6	0,6	0,7	0,6
08 Leche	1,0	1,1	1,3	1,4	1,9	1,5
09 Productos lácteos	1,7	1,9	1,9	2,0	1,9	1,9
10 Huevos	0,4	0,5	0,5	0,5	0,7	0,5
11 Frutas	1,9	2,0	1,8	1,7	1,8	1,8
12 Verduras y legumbres	2,1	2,6	2,4	2,4	2,9	2,6
13 Azúcar, dulces, golosinas y cacao	0,9	0,8	0,9	1,0	1,2	1,0
14 Infusiones	0,9	0,9	0,8	0,8	0,8	0,8
15 Salsas y condimentos	0,3	0,3	0,3	0,3	0,4	0,3
16 Alimentos listos para consumir y otros productos alimenticios	1,9	1,5	1,5	1,5	1,3	1,5
17 Bebidas alcohólicas	0,9	1,1	1,2	1,1	1,2	1,1
18 Bebidas no alcohólicas	1,8	2,0	2,3	2,3	2,4	2,2
19 Comidas y bebidas fuera del hogar	6,0	3,8	3,8	3,7	3,2	3,8
2.- INDUMENTARIA Y CALZADO	6,8	6,0	7,3	7,3	7,5	7,1
20 Indumentaria	4,8	4,1	4,9	4,8	4,6	4,6
21 Calzado	1,6	1,5	2,0	2,1	2,6	2,1
22 Telas, accesorios para costura y servicios	0,4	0,4	0,4	0,4	0,3	0,4
3.- VIVIENDA	19,2	15,9	13,1	11,2	10,3	12,8
23 Alquiler	9,1	6,3	5,3	4,1	3,1	4,8
24 Gastos comunes y reparaciones	4,7	4,1	2,6	2,2	1,8	2,7
25 Combustibles	1,9	2,0	1,9	1,8	1,9	1,9
26 Agua y electricidad	3,5	3,5	3,3	3,1	3,5	3,4
4.- EQUIPAMIENTO Y FUNCIONAMIENTO	7,9	7,8	7,7	7,7	7,1	7,6
27 Equipamiento del hogar	2,9	3,3	3,5	3,4	3,3	3,3
28 Mantenimiento del hogar	1,5	1,6	1,6	1,7	1,7	1,7
29 Servicios para el hogar	3,5	2,9	2,6	2,6	2,1	2,6
5.- ATENCIÓN MÉDICA Y GASTOS PARA LA SALUD	10,2	11,8	9,0	7,7	6,9	8,7
30 Productos medicinales y accesorios terapéuticos	6,8	6,6	4,2	3,6	3,4	4,5
31 Servicios para la salud	3,4	5,2	4,8	4,1	3,5	4,2
6.- TRANSPORTE Y COMUNICACIONES	11,9	13,1	15,2	16,1	14,0	14,4
32 Compra - venta de vehículos particulares	2,5	2,3	4,0	4,3	3,1	3,4
33 Funcionamiento y mantenimiento	2,5	4,5	5,0	5,5	4,5	4,6
34 Transporte público	3,9	3,5	3,6	3,9	4,2	3,9
35 Correo y teléfono	3,0	2,8	2,6	2,4	2,2	2,5

Cuadro 5.- (continuación)

Finalidad del gasto	Número de miembros del hogar					Total
	1	2	3	4	5 y más	
7.- ESPARCIMIENTO Y CULTURA	7,6	8,0	7,5	7,4	6,4	7,3
36 Turismo	1,8	2,4	1,8	2,2	1,7	2,0
37 Servicios de esparcimiento	3,1	3,0	3,0	2,8	2,5	2,8
38 Libros, diarios y revistas	1,3	1,4	1,2	1,0	0,9	1,1
39 Otros bienes	1,4	1,2	1,5	1,4	1,3	1,4
8.- EDUCACIÓN	1,9	2,0	3,4	4,8	5,2	4,0
40 Servicios educativos	1,2	1,3	2,5	3,6	3,9	2,9
41 Textos y útiles escolares	0,7	0,7	0,9	1,2	1,3	1,1
9.- BIENES Y SERVICIOS DIVERSOS	4,9	4,5	5,0	5,2	5,1	5,0
42 Cigarrillos y tabaco	1,2	1,1	1,2	1,2	1,3	1,2
43 Artículos de tocador	1,8	1,5	2,0	2,0	2,1	1,9
44 Servicios para el cuidado personal	1,1	0,9	0,8	0,8	0,6	0,8
45 Bienes y servicios diversos	0,8	1,0	1,0	1,2	1,1	1,1

INDICADORES SOCIODEMOGRÁFICOS

Promedios

Número de miembros en el hogar	1,00	2,00	3,00	4,00	6,10	3,58
Número de menores de 14 años en el hogar	0,00	0,04	0,48	1,09	2,27	0,94
Número de adultos de 65 y más años en el hogar	0,47	0,73	0,33	0,17	0,18	0,36
Número de perceptores de ingreso en el hogar	1,00	1,52	1,73	1,82	2,09	1,70
Número de activos en el hogar	0,46	0,89	1,49	1,76	2,13	1,45
Edad del jefe del hogar	58	57	48	45	45	50

Porcentajes

Hogares con jefe activo	45,86	52,68	75,29	85,23	87,08	71,77
Hogares con jefe asalariado	25,28	29,63	45,13	51,24	50,61	41,90
Hogares con jefe sin primaria	24,84	18,96	14,94	12,01	20,54	18,15
Hogares propietarios de la vivienda	61,68	73,59	70,56	71,26	71,63	70,39
Hogares inquilinos de la vivienda	21,14	14,72	14,76	12,61	8,98	13,59
Hogares con vivienda con techo de chapa o fibrocemento	25,52	23,20	26,62	27,34	36,72	28,74
Hogares con teléfono	55,79	62,99	59,85	61,54	46,77	56,59
Hogares propietario de automóvil	11,83	30,40	40,12	45,71	39,68	35,15

TOTALES

Número de hogares en la muestra	3.330	5.165	4.928	5.491	9.088	28.002
Número estimado de hogares	1.113.290	1.658.204	1.425.149	1.566.504	2.250.508	8.013.655

Fuente: INDEC, Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares

En algunas columnas, la suma de los parciales no totalizan exactamente 100 por la aproximación decimal.

Cuadro 6.- Gasto de consumo de los hogares según número de miembros del hogar menores de 14 años por finalidad del gasto en porcentaje. Región Metropolitana del Gran Buenos Aires

Finalidad del gasto	Número de miembros menores de 14 años			
	Ninguno	Uno o dos	Tres y más	Total
TOTAL GASTO DE CONSUMO	100,0	100,0	100,0	100,0
1.- ALIMENTOS Y BEBIDAS	32,0	33,5	38,9	33,4
01 Productos de panadería	3,0	3,7	5,2	3,5
02 Harinas, arroz, cereales y pastas	1,6	1,9	2,5	1,8
03 Carne vacuna, porcina, ovina y menudencias	4,7	5,7	7,3	5,4
04 Aves	1,7	1,5	1,6	1,6
05 Pescados y mariscos	0,4	0,3	0,3	0,4
06 Fiambre, embutidos y conservas	1,0	1,1	1,1	1,1
07 Aceites y grasas	0,6	0,6	0,8	0,6
08 Leche	1,1	1,7	2,4	1,5
09 Productos lácteos	1,9	1,9	1,9	1,9
10 Huevos	0,5	0,6	0,7	0,5
11 Frutas	1,9	1,7	1,8	1,8
12 Verduras y legumbres	2,5	2,5	3,0	2,6
13 Azúcar, dulces, golosinas y cacao	0,8	1,1	1,4	1,0
14 Infusiones	0,9	0,7	0,9	0,8
15 Salsas y condimentos	0,3	0,3	0,4	0,3
16 Alimentos listos para consumir y otros productos alimenticios	1,5	1,4	1,3	1,5
17 Bebidas alcohólicas	1,2	1,1	1,1	1,1
18 Bebidas no alcohólicas	2,1	2,4	2,4	2,2
19 Comidas y bebidas fuera del hogar	4,3	3,3	2,8	3,8
2.- INDUMENTARIA Y CALZADO	6,5	7,8	7,7	7,1
20 Indumentaria	4,4	5,1	4,5	4,6
21 Calzado	1,7	2,4	2,9	2,1
22 Telas, accesorios para costura y servicios	0,4	0,3	0,3	0,4
3.- VIVIENDA	14,1	11,6	10,9	12,8
23 Alquiler	5,2	4,6	3,8	4,8
24 Gastos comunes y reparaciones	3,5	2,0	1,7	2,7
25 Combustibles	1,9	1,8	1,9	1,9
26 Agua y electricidad	3,5	3,2	3,5	3,4
4.- EQUIPAMIENTO Y FUNCIONAMIENTO	7,4	7,7	7,7	7,6
27 Equipamiento del hogar	3,1	3,6	3,5	3,3
28 Mantenimiento del hogar	1,6	1,7	1,8	1,7
29 Servicios para el hogar	2,7	2,4	2,4	2,6
5.- ATENCIÓN MÉDICA Y GASTOS PARA LA SALUD	10,3	7,1	6,1	8,7
30 Productos medicinales y accesorios terapéuticos	5,7	3,3	2,7	4,5
31 Servicios para la salud	4,6	3,8	3,4	4,2
6.- TRANSPORTE Y COMUNICACIONES	14,6	15,0	11,6	14,4
32 Compra - venta de vehículos particulares	3,2	3,8	2,5	3,4
33 Funcionamiento y mantenimiento	4,6	5,0	3,8	4,6
34 Transporte público	4,0	3,9	3,5	3,9
35 Correo y teléfono	2,8	2,3	1,8	2,5

Cuadro 6.- (continuación)

Finalidad del gasto	Número de miembros menores de 14 años			
	Ninguno	Uno o dos	Tres y más	Total
7.- ESPARCIMIENTO Y CULTURA	7,6	7,0	6,4	7,3
36 Turismo	2,0	1,9	2,2	2,0
37 Servicios de esparcimiento	3,1	2,7	2,1	2,8
38 Libros, diarios y revistas	1,3	0,9	0,7	1,1
39 Otros bienes	1,2	1,5	1,4	1,4
8.- EDUCACIÓN	2,7	5,1	5,4	4,0
40 Servicios educativos	1,9	3,9	3,9	2,9
41 Textos y útiles escolares	0,8	1,2	1,5	1,1
9.- BIENES Y SERVICIOS DIVERSOS	4,7	5,1	5,2	5,0
42 Cigarrillos y tabaco	1,2	1,2	1,2	1,2
43 Artículos de tocador	1,6	2,1	2,4	1,9
44 Servicios para el cuidado personal	0,9	0,7	0,5	0,8
45 Bienes y servicios diversos	1,0	1,1	1,1	1,1

INDICADORES SOCIODEMOGRÁFICOS

Promedios

Número de miembros en el hogar	2,41	4,35	6,62	3,58
Número de menores de 14 años en el hogar	0,00	1,44	3,71	0,94
Número de adultos de 65 y más años en el hogar	0,56	0,13	0,08	0,36
Número de perceptores de ingreso en el hogar	1,67	1,75	1,70	1,70
Número de activos en el hogar	1,21	1,75	1,74	1,45
Edad del jefe del hogar	57	42	39	50

Porcentajes

Hogares con jefe activo	56,73	88,94	91,23	71,77
Hogares con jefe asalariado	31,10	54,14	56,10	41,90
Hogares con jefe sin primaria	19,64	14,61	21,11	18,15
Hogares propietarios de la vivienda	74,72	66,99	60,67	70,39
Hogares inquilinos de la vivienda	13,93	13,94	11,22	13,59
Hogares con vivienda con techo de chapa o fibrocemento	23,95	30,58	44,63	28,74
Hogares con teléfono	64,66	52,49	32,44	56,59
Hogares propietario de automóvil	32,06	41,32	32,07	35,15

TOTALES

Número de hogares en la muestra	13.728	10.039	4.235	28.002
Número estimado de hogares	4.342.324	2.674.145	997.186	8.013.655

Fuente: INDEC, Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares

En algunas columnas, la suma de los parciales no totalizan exactamente 100 por la aproximación decimal.

Cuadro 7.- Gasto de consumo de los hogares según cantidad de perceptores de ingreso del hogar por finalidad del gasto en porcentaje. Región Metropolitana Gran Buenos Aires

Finalidad del gasto	Cantidad de perceptores de ingreso			
	Uno	Dos	Más de dos	Total
TOTAL GASTO DE CONSUMO	100,0	100,0	100,0	100,0
1.- ALIMENTOS Y BEBIDAS	33,7	32,5	35,4	33,4
01 Productos de panadería	3,6	3,3	3,8	3,5
02 Harinas, arroz, cereales y pastas	1,9	1,7	1,9	1,8
03 Carne vacuna, porcina, ovina y menudencias	5,3	5,2	5,9	5,4
04 Aves	1,7	1,6	1,6	1,6
05 Pescados y mariscos	0,4	0,4	0,4	0,4
06 Fiambre, embutidos y conservas	1,1	1,1	1,1	1,1
07 Aceites y grasas	0,7	0,6	0,7	0,6
08 Leche	1,6	1,4	1,4	1,5
09 Productos lácteos	1,9	1,9	1,9	1,9
10 Huevos	0,6	0,5	0,6	0,5
11 Frutas	1,9	1,8	1,8	1,8
12 Verduras y legumbres	2,6	2,5	2,7	2,6
13 Azúcar, dulces, golosinas y cacao	1,0	0,9	0,9	1,0
14 Infusiones	0,8	0,8	0,9	0,8
15 Salsas y condimentos	0,3	0,3	0,3	0,3
16 Alimentos listos para consumir y otros productos alimenticios	1,6	1,5	1,3	1,5
17 Bebidas alcohólicas	1,1	1,1	1,2	1,1
18 Bebidas no alcohólicas	2,2	2,2	2,3	2,2
19 Comidas y bebidas fuera del hogar	3,4	3,7	4,7	3,8
2.- INDUMENTARIA Y CALZADO	6,9	7,2	7,4	7,1
20 Indumentaria	4,5	4,7	4,8	4,6
21 Calzado	2,0	2,1	2,2	2,1
22 Telas, accesorios para costura y servicios	0,4	0,4	0,4	0,4
3.- VIVIENDA	14,3	12,3	10,4	12,8
23 Alquiler	5,8	4,5	3,2	4,8
24 Gastos comunes y reparaciones	2,9	2,8	2,2	2,7
25 Combustibles	2,0	1,8	1,8	1,9
26 Agua y electricidad	3,6	3,2	3,2	3,4
4.- EQUIPAMIENTO Y FUNCIONAMIENTO	7,3	8,1	6,9	7,6
27 Equipamiento del hogar	3,2	3,5	3,2	3,3
28 Mantenimiento del hogar	1,7	1,6	1,7	1,7
29 Servicios para el hogar	2,4	3,0	2,0	2,6
5.- ATENCIÓN MÉDICA Y GASTOS PARA LA SALUD	9,2	8,3	8,1	8,7
30 Productos medicinales y accesorios terapéuticos	4,8	4,3	4,1	4,5
31 Servicios para la salud	4,4	4,0	4,0	4,2
6.- TRANSPORTE Y COMUNICACIONES	13,0	15,2	15,8	14,4
32 Compra - venta de vehículos particulares	2,9	3,7	3,6	3,4
33 Funcionamiento y mantenimiento	4,2	5,1	4,8	4,6
34 Transporte público	3,4	3,9	4,9	3,9
35 Correo y teléfono	2,5	2,5	2,5	2,5

Cuadro 7.- (continuación)

Finalidad del gasto	Cantidad de perceptores de ingreso			
	Uno	Dos	Más de dos	Total
7.- ESPARCIMIENTO Y CULTURA	7,0	7,5	7,4	7,3
36 Turismo	1,8	2,1	2,1	2,0
37 Servicios de esparcimiento	2,8	2,8	2,9	2,8
38 Libros, diarios y revistas	1,1	1,2	1,1	1,1
39 Otros bienes	1,3	1,4	1,3	1,4
8.- EDUCACIÓN	3,7	4,2	3,7	4,0
40 Servicios educativos	2,8	3,0	2,8	2,9
41 Textos y útiles escolares	0,9	1,2	0,9	1,1
9.- BIENES Y SERVICIOS DIVERSOS	4,9	5,1	5,1	5,0
42 Cigarrillos y tabaco	1,1	1,2	1,4	1,2
43 Artículos de tocador	2,0	1,9	1,9	1,9
44 Servicios para el cuidado personal	0,8	0,8	0,8	0,8
45 Bienes y servicios diversos	1,0	1,2	1,0	1,1

INDICADORES SOCIODEMOGRÁFICOS

Promedios

Número de miembros en el hogar	2,95	3,75	5,30	3,58
Número de menores de 14 años en el hogar	0,94	0,94	0,99	0,94
Número de adultos de 65 y más años en el hogar	0,33	0,36	0,45	0,36
Número de perceptores de ingreso en el hogar	1,00	2,00	3,35	1,70
Número de activos en el hogar	0,88	1,68	2,86	1,45
Edad del jefe del hogar	49	49	53	50

Porcentajes

Hogares con jefe activo	69,74	74,60	71,62	71,77
Hogares con jefe asalariado	40,83	44,29	39,69	41,90
Hogares con jefe sin primaria	18,56	16,39	21,05	18,15
Hogares propietarios de la vivienda	65,60	72,98	80,14	70,39
Hogares inquilinos de la vivienda	15,13	13,27	9,24	13,59
Hogares con vivienda con techo de chapa o fibrocemento	29,72	27,47	28,62	28,74
Hogares con teléfono	51,02	61,57	62,87	56,59
Hogares propietario de automóvil	28,34	41,40	42,30	35,15

TOTALES

Número de hogares en la muestra	13.382	10.533	4.051	28.002
Número estimado de hogares	3.898.232	2.965.362	1.139.547	8.013.655

Fuente: INDEC, Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares

En algunas columnas, la suma de los parciales no totalizan exactamente 100 por la aproximación decimal.

Cuadro 8.- Gasto de consumo de los hogares según régimen de tenencia de la vivienda por finalidad del gasto en porcentaje. Región Metropolitana del Gran Buenos Aires

Finalidad del gasto	Régimen de tenencia de la vivienda			Total
	Hogares		Ocupantes gratuitos y otros	
	Propietarios	Inquilinos		
TOTAL GASTO DE CONSUMO	100,0	100,0	100,0	100,0
1.- ALIMENTOS Y BEBIDAS	34,1	25,4	41,2	33,4
01 Productos de panadería	3,6	2,5	4,9	3,5
02 Harinas, arroz, cereales y pastas	1,8	1,3	2,5	1,8
03 Carne vacuna, porcina, ovina y menudencias	5,5	3,5	7,3	5,4
04 Aves	1,7	1,0	1,8	1,6
05 Pescados y mariscos	0,4	0,2	0,4	0,4
06 Fiambre, embutidos y conservas	1,1	0,8	1,2	1,1
07 Aceites y grasas	0,6	0,4	0,9	0,6
08 Leche	1,4	1,1	2,1	1,5
09 Productos lácteos	2,0	1,4	2,0	1,9
10 Huevos	0,6	0,4	0,8	0,5
11 Frutas	2,0	1,2	2,0	1,8
12 Verduras y legumbres	2,6	1,7	3,4	2,6
13 Azúcar, dulces, golosinas y cacao	1,0	0,7	1,3	1,0
14 Infusiones	0,8	0,6	1,0	0,8
15 Salsas y condimentos	0,3	0,3	0,4	0,3
16 Alimentos listos para consumir y otros productos alimenticios	1,5	1,4	1,6	1,5
17 Bebidas alcohólicas	1,2	0,8	1,3	1,1
18 Bebidas no alcohólicas	2,3	1,8	2,7	2,2
19 Comidas y bebidas fuera del hogar	3,7	4,3	3,6	3,8
2.- INDUMENTARIA Y CALZADO	7,2	6,4	8,0	7,1
20 Indumentaria	4,7	4,4	5,0	4,6
21 Calzado	2,1	1,7	2,6	2,1
22 Telas, accesorios para costura y servicios	0,4	0,3	0,4	0,4
3.- VIVIENDA	8,9	32,1	7,7	12,8
23 Alquiler	0,3	26,5	0,2	4,8
24 Gastos comunes y reparaciones	3,0	2,1	1,7	2,7
25 Combustibles	2,0	1,3	2,2	1,9
26 Agua y electricidad	3,6	2,2	3,6	3,4
4.- EQUIPAMIENTO Y FUNCIONAMIENTO	7,9	6,1	7,6	7,6
27 Equipamiento del hogar	3,3	3,2	4,0	3,3
28 Mantenimiento del hogar	1,7	1,2	2,0	1,7
29 Servicios para el hogar	2,9	1,7	1,6	2,6
5.- ATENCIÓN MÉDICA Y GASTOS PARA LA SALUD	9,7	5,0	7,0	8,7
30 Productos medicinales y accesorios terapéuticos	5,0	2,3	4,2	4,5
31 Servicios para la salud	4,7	2,7	2,8	4,2
6.- TRANSPORTE Y COMUNICACIONES	15,5	10,8	13,3	14,4
32 Compra - venta de vehículos particulares	3,7	2,3	2,7	3,4
33 Funcionamiento y mantenimiento	5,3	2,6	3,6	4,6
34 Transporte público	3,8	3,8	4,9	3,9
35 Correo y teléfono	2,7	2,1	2,1	2,5

INDEC ENCUESTA NACIONAL DE GASTOS DE LOS HOGARES 1996/97

Cuadro 8.- (continuación)

Finalidad del gasto	Régimen de tenencia de la vivienda			Total
	Hogares		Ocupantes gratuitos y otros	
	Propietarios	Inquilinos		
7.- ESPARCIMIENTO Y CULTURA	7,8	6,4	5,8	7,3
36 Turismo	2,2	1,8	1,0	2,0
37 Servicios de esparcimiento	3,0	2,4	2,6	2,8
38 Libros, diarios y revistas	1,2	0,9	0,8	1,1
39 Otros bienes	1,4	1,3	1,4	1,4
8.- EDUCACIÓN	4,0	3,5	3,5	4,0
40 Servicios educativos	3,0	2,4	2,3	2,9
41 Textos y útiles escolares	1,0	1,1	1,2	1,1
9.- BIENES Y SERVICIOS DIVERSOS	5,0	4,4	5,9	5,0
42 Cigarrillos y tabaco	1,1	1,2	1,8	1,2
43 Artículos de tocador	1,9	1,7	2,5	1,9
44 Servicios para el cuidado personal	0,9	0,6	0,6	0,8
45 Bienes y servicios diversos	1,1	0,9	1,0	1,1

INDICADORES SOCIODEMOGRÁFICOS

Promedios

Número de miembros en el hogar	3,62	3,06	3,86	3,58
Número de menores de 14 años en el hogar	0,85	0,84	1,44	0,94
Número de adultos de 65 y más años en el hogar	0,43	0,14	0,21	0,36
Número de perceptores de ingreso en el hogar	1,76	1,59	1,53	1,70
Número de activos en el hogar	1,45	1,48	1,44	1,45
Edad del jefe del hogar	53	40	43	50

Porcentajes

Hogares con jefe activo	67,12	85,45	80,62	71,77
Hogares con jefe asalariado	37,32	58,44	47,99	41,90
Hogares con jefe sin primaria	18,69	8,97	23,55	18,15
Hogares propietarios de la vivienda	100,00	0,00	0,00	70,39
Hogares inquilinos de la vivienda	0,00	100,00	0,00	13,59
Hogares con vivienda con techo de chapa o fibrocemento	26,70	21,17	44,14	28,74
Hogares con teléfono	63,82	46,78	33,13	56,59
Hogares propietario de automóvil	40,61	24,93	19,80	35,15

TOTALES

Número de hogares en la muestra	19.744	3.527	4.731	28.002
Número estimado de hogares	5.640.902	1.089.420	1.283.333	8.013.655

Fuente: INDEC, Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares

En algunas columnas, la suma de los parciales no totalizan exactamente 100 por la aproximación decimal.

Cuadro 9.- Errores de muestreo relativos, de las estimaciones de gasto de consumo contenidas en el Cuadro 1, en porcentaje

Finalidad del gasto	Región de residencia					
	Metropolitana del GBA		Pampeana		Noroeste	
	Estimación	Coefficiente de variación	Estimación	Coefficiente de variación	Estimación	Coefficiente de variación
TOTAL GASTO DE CONSUMO	100,0		100,0		100,0	
1.- ALIMENTOS Y BEBIDAS	31,8	1,2	35,3	1,1	36,7	1,8
01 Productos de panadería	3,0	2,2	4,0	2,0	4,4	1,7
02 Harinas, arroz, cereales y pastas	1,5	2,5	2,1	2,3	1,9	4,2
03 Carne vacuna, porcina, ovina y menudencias	4,2	2,3	6,3	2,0	7,9	2,1
04 Aves	1,5	1,9	1,8	2,3	1,6	3,5
05 Pescados y mariscos	0,4	4,9	0,4	4,2	0,4	8,5
06 Fiambre, embutidos y conservas	1,0	2,1	1,2	2,7	0,9	2,9
07 Aceites y grasas	0,5	3,8	0,7	2,8	0,8	4,6
08 Leche	1,2	2,4	1,7	2,3	1,6	2,6
09 Productos lácteos	1,9	2,1	2,0	1,8	1,6	2,7
10 Huevos	0,5	2,1	0,6	2,5	0,7	2,3
11 Frutas	1,7	2,4	2,1	1,8	1,9	2,9
12 Verduras y legumbres	2,3	2,2	2,8	2,2	3,2	2,0
13 Azúcar, dulces, golosinas y cacao	0,8	2,5	1,2	2,7	1,2	3,4
14 Infusiones	0,7	2,7	1,0	3,1	0,8	4,1
15 Salsas y condimentos	0,3	3,4	0,4	3,2	0,4	3,6
16 Alimentos listos para consumir y otros productos alimenticios	1,5	3,4	1,6	4,3	1,5	5,1
17 Bebidas alcohólicas	1,0	4,8	1,4	3,5	0,9	5,2
18 Bebidas no alcohólicas	2,3	2,1	2,0	2,3	3,0	2,1
19 Comidas y bebidas fuera del hogar	5,5	2,9	2,0	5,3	2,0	5,8
2.- INDUMENTARIA Y CALZADO	5,7	2,6	8,1	2,5	9,8	3,4
20 Indumentaria	3,9	3,4	5,3	2,9	5,8	3,7
21 Calzado	1,5	3,2	2,4	2,7	3,5	4,3
22 Telas, accesorios para costura y servicios	0,3	6,5	0,4	5,5	0,5	5,6
3.- VIVIENDA	13,1	2,6	12,8	1,9	10,8	3,4
23 Alquiler	5,2	5,2	4,5	4,0	3,6	8,6
24 Gastos comunes y reparaciones	3,8	6,4	1,6	7,7	1,3	8,5
25 Combustibles	1,6	1,8	2,4	2,2	1,8	2,4
26 Agua y electricidad	2,5	2,0	4,3	2,5	4,1	3,3
4.- EQUIPAMIENTO Y FUNCIONAMIENTO	7,9	2,3	6,5	2,7	8,2	2,7
27 Equipamiento del hogar	3,3	3,6	2,7	3,8	4,3	4,1
28 Mantenimiento del hogar	1,7	2,4	1,7	2,2	1,5	3,3
29 Servicios para el hogar	2,9	5,7	2,1	5,6	2,4	6,3
5.- ATENCIÓN MÉDICA Y GASTOS PARA LA SALUD	9,6	2,5	8,0	2,4	7,1	6,3
30 Productos medicinales y accesorios terapéuticos	4,6	3,5	4,4	3,6	4,6	7,9
31 Servicios para la salud	5,0	3,5	3,6	4,0	2,5	7,6
6.- TRANSPORTE Y COMUNICACIONES	14,5	2,1	14,0	2,2	13,3	3,2
32 Compra - venta de vehículos particulares	2,8	10,8	3,4	7,9	3,9	10,7
33 Funcionamiento y mantenimiento	4,4	3,0	5,1	2,8	3,5	3,6
34 Transporte público	4,9	2,4	2,8	3,2	3,8	3,9
35 Correo y teléfono	2,4	2,1	2,7	2,3	2,1	3,8

Cuadro 9.- (continuación)

Finalidad del gasto	Región de residencia					
	Metropolitana del GBA		Pampeana		Noroeste	
	Estimación	Coefficiente de variación	Estimación	Coefficiente de variación	Estimación	Coefficiente de variación
7.- ESPARCIMIENTO Y CULTURA						
36 Turismo	2,6	10,8	1,5	14,1	1,0	13,5
37 Servicios de esparcimiento	2,6	2,4	3,3	2,9	2,6	3,2
38 Libros, diarios y revistas	1,2	2,5	1,0	3,1	1,0	3,8
39 Otros bienes	1,6	3,8	1,2	5,7	1,0	7,6
8.- EDUCACIÓN						
40 Servicios educativos	3,7	5,0	2,0	4,9	2,4	6,1
41 Textos y útiles escolares	0,9	6,6	1,1	6,4	1,3	9,6
9.- BIENES Y SERVICIOS DIVERSOS						
42 Cigarrillos y tabaco	1,3	3,0	1,3	3,7	0,9	5,7
43 Artículos de tocador	1,9	3,1	2,0	2,8	1,9	5,1
44 Servicios para el cuidado personal	0,8	2,4	0,7	3,6	0,6	5,8
45 Bienes y servicios diversos	0,8	7,5	1,2	5,8	1,4	7,3
INDICADORES SOCIODEMOGRÁFICOS						
Promedios						
Número de miembros en el hogar	3,43	1,0	3,41	0,9	4,42	1,5
Número de menores de 14 años en el hogar	0,81	1,6	0,88	2,5	1,41	3,3
Número de adultos de 65 y más años en el hogar	0,40	2,0	0,37	2,7	0,29	4,2
Número de perceptores de ingreso en el hogar	1,73	1,0	1,65	0,8	1,83	1,4
Número de activos en el hogar	1,51	1,1	1,36	1,3	1,55	1,6
Edad del jefe del hogar	51	0,3	50	0,6	48	0,7
Porcentajes						
Hogares con jefe activo	72,80	1,0	68,74	1,0	70,43	1,4
Hogares con jefe asalariado	42,28	1,4	39,33	2,0	41,80	2,8
Hogares con jefe sin primaria	13,14	2,1	20,39	3,6	21,37	5,2
Hogares propietarios de la vivienda	70,56	1,0	71,33	1,1	66,91	1,7
Hogares con vivienda con techo de chapa o fibrocemento	14,64	2,2	13,34	3,9	10,65	7,8
Hogares con teléfono	15,46	2,3	36,26	5,7	39,62	4,8
Hogares propietario de automóvil	69,60	1,6	52,08	2,2	33,64	3,9
	33,42	1,7	37,76	2,7	25,54	3,8
TOTALES						
Número de hogares en la muestra	4.909		8.200		4.862	
Número estimado de hogares	3.430.095		2.654.336		638.448	

Fuente: INDEC, Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares

En algunas columnas la suma de los parciales no totalizan exactamente 100 por la aproximación decimal

Cuadro 9.- (continuación)

Finalidad del gasto	Región de residencia							
	Noreste		Cuyo		Patagonia		Total	
	Estimación	Coefficiente de variación	Estimación	Coefficiente de variación	Estimación	Coefficiente de variación	Estimación	Coefficiente de variación
TOTAL GASTO DE CONSUMO	100,0		100,0		100,0		100,0	
1.- ALIMENTOS Y BEBIDAS	38,6	2,0	31,4	1,7	31,8	3,1	33,4	0,7
01 Productos de panadería	4,5	3,7	3,8	2,7	3,5	3,8	3,5	1,1
02 Harinas, arroz, cereales y pastas	2,8	6,7	1,7	3,2	2,1	6,3	1,8	1,4
03 Carne vacuna, porcina, ovina y menudencias	7,9	3,9	6,0	2,5	6,0	5,0	5,4	1,2
04 Aves	1,7	4,7	1,7	3,3	1,7	4,3	1,6	1,4
05 Pescados y mariscos	0,2	11,2	0,5	6,3	0,3	6,5	0,4	2,4
06 Fiambre, embutidos y conservas	1,0	3,7	1,1	3,3	1,3	4,9	1,1	1,5
07 Aceites y grasas	1,1	9,7	0,6	4,0	0,6	7,1	0,6	1,8
08 Leche	2,3	4,1	1,4	2,9	1,4	3,9	1,5	1,3
09 Productos lácteos	1,7	4,6	1,8	2,4	1,8	3,1	1,9	1,1
10 Huevos	0,9	5,1	0,6	3,3	0,6	5,0	0,5	1,4
11 Frutas	1,9	3,1	1,8	2,5	1,6	3,6	1,8	1,1
12 Verduras y legumbres	3,3	2,8	2,6	2,5	2,6	4,3	2,6	1,1
13 Azúcar, dulces, golosinas y cacao	1,2	4,0	1,0	3,1	1,0	4,1	1,0	1,6
14 Infusiones	1,1	6,5	0,8	3,7	0,8	5,2	0,8	1,6
15 Salsas y condimentos	0,4	4,4	0,4	4,4	0,4	4,7	0,3	1,8
16 Alimentos listos para consumir y otros productos alimenticios	1,1	5,0	1,2	5,8	1,5	4,1	1,5	2,4
17 Bebidas alcohólicas	1,4	5,0	0,9	4,3	1,1	8,0	1,1	2,6
18 Bebidas no alcohólicas	2,5	4,4	1,8	2,5	1,9	3,6	2,2	1,3
19 Comidas y bebidas fuera del hogar	1,6	8,8	1,7	7,3	1,6	16,9	3,8	2,5
2.- INDUMENTARIA Y CALZADO	9,3	3,8	8,3	3,2	9,1	4,7	7,1	1,5
20 Indumentaria	5,9	4,7	5,1	3,6	6,0	6,2	4,6	1,9
21 Calzado	2,9	3,9	2,6	3,9	2,7	3,7	2,1	1,7
22 Telas, accesorios para costura y servicios	0,5	8,8	0,6	11,7	0,4	9,0	0,4	4,0
3.- VIVIENDA	12,0	3,6	12,5	3,3	13,0	2,2	12,8	1,4
23 Alquiler	3,1	7,8	4,4	6,8	5,9	4,4	4,8	3,2
24 Gastos comunes y reparaciones	1,3	19,3	1,9	16,1	1,6	10,1	2,7	3,9
25 Combustibles	1,7	3,5	2,2	3,0	1,9	4,2	1,9	1,2
26 Agua y electricidad	5,9	3,0	4,0	2,2	3,6	2,6	3,4	1,2
4.- EQUIPAMIENTO Y FUNCIONAMIENTO	8,6	3,4	7,8	3,0	8,6	3,9	7,6	1,5
27 Equipamiento del hogar	4,3	4,7	3,7	4,3	4,6	7,7	3,3	2,2
28 Mantenimiento del hogar	1,9	7,4	1,6	3,4	1,6	2,5	1,7	1,4
29 Servicios para el hogar	2,4	7,0	2,5	8,3	2,4	6,5	2,6	3,3
5.- ATENCIÓN MÉDICA Y GASTOS PARA LA SALUD	5,7	5,2	8,9	6,2	5,1	4,8	8,7	1,7
30 Productos medicinales y accesorios terapéuticos	3,6	8,0	5,1	5,0	2,7	4,9	4,5	2,2
31 Servicios para la salud	2,1	6,9	3,8	12,9	2,4	9,7	4,2	2,5
6.- TRANSPORTE Y COMUNICACIONES	13,4	5,0	15,6	3,4	17,4	4,9	14,4	1,3
32 Compra - venta de vehículos particulares	4,6	11,9	4,7	10,2	6,6	9,4	3,4	5,0
33 Funcionamiento y mantenimiento	4,1	6,3	5,8	3,9	5,3	5,2	4,6	1,7
34 Transporte público	2,4	5,7	2,6	3,9	2,1	8,8	3,9	1,7
35 Correo y teléfono	2,3	4,9	2,5	3,5	3,4	5,5	2,5	1,4

INDEC ENCUESTA NACIONAL DE GASTOS DE LOS HOGARES 1996/97

Cuadro 9.- (conclusión)

Finalidad del gasto	Región de residencia							
	Noreste		Cuyo		Patagonia		Total	
	Estimación	Coefficiente de variación	Estimación	Coefficiente de variación	Estimación	Coefficiente de variación	Estimación	Coefficiente de variación
7.- ESPARCIMIENTO Y CULTURA	5,6	4,5	6,6	3,6	6,7	4,3	7,3	2,2
36 Turismo	0,8	17,8	1,5	13,6	1,4	13,5	2,0	7,5
37 Servicios de esparcimiento	3,0	3,5	2,9	2,9	3,1	2,5	2,8	1,5
38 Libros, diarios y revistas	0,9	6,0	0,9	4,1	0,9	5,1	1,1	1,8
39 Otros bienes	0,9	8,4	1,3	5,6	1,3	9,6	1,4	2,6
8.- EDUCACIÓN	2,5	9,1	3,5	6,7	3,2	9,0	4,0	3,0
40 Servicios educativos	1,5	8,2	2,3	7,5	1,7	10,7	2,9	3,8
41 Textos y útiles escolares	1,0	15,8	1,2	9,8	1,5	9,5	1,1	3,7
9.- BIENES Y SERVICIOS DIVERSOS	4,4	7,0	5,5	2,5	5,1	4,3	5,0	1,3
42 Cigarrillos y tabaco	0,9	4,7	1,2	4,9	1,1	10,7	1,2	2,1
43 Artículos de tocador	1,9	5,5	1,8	4,3	2,0	4,1	1,9	1,9
44 Servicios para el cuidado personal	0,5	5,1	0,8	4,7	0,6	11,1	0,8	2,1
45 Bienes y servicios diversos	1,1	25,3	1,7	5,7	1,4	13,3	1,1	4,2

INDICADORES SOCIODEMOGRÁFICOS

Promedios

Número de miembros en el hogar	4,12	1,1	3,89	1,6	3,69	1,0	3,58	0,5
Número de menores de 14 años en el hogar	1,40	3,3	1,07	3,4	1,14	2,4	0,94	1,3
Número de adultos de 65 y más años en el hogar	0,24	4,9	0,36	4,1	0,20	5,1	0,36	1,6
Número de perceptores de ingreso en el hogar	1,65	2,0	1,81	1,2	1,57	0,8	1,70	0,5
Número de activos en el hogar	1,42	2,6	1,53	1,7	1,44	1,3	1,45	0,7
Edad del jefe del hogar	46	0,8	51	0,8	46	0,7	50	0,3

Porcentajes

Hogares con jefe activo	75,73	1,3	72,97	1,6	80,01	1,1	71,77	0,6
Hogares con jefe asalariado	45,23	3,7	41,76	2,9	53,18	2,8	41,90	1,0
Hogares con jefe sin primaria	30,73	5,7	21,86	4,8	22,02	6,4	18,15	2,1
Hogares propietarios de la vivienda	69,15	1,5	69,53	1,8	70,82	1,5	70,39	0,6
Hogares inquilinos de la vivienda	9,01	7,3	13,84	5,8	16,58	4,8	13,59	2,4
Hogares con vivienda con techo de chapa o fibrocemento	67,38	2,6	10,94	10,0	51,20	9,3	28,74	2,9
Hogares con teléfono	30,30	6,8	49,71	2,9	50,47	3,7	56,59	1,1
Hogares propietario de automóvil	26,75	6,1	48,30	2,4	44,31	3,6	35,15	1,5

TOTALES

Número de hogares en la muestra	3.476	3078	3.477	28.002
Número estimado de hogares	482.476	451.230	357.070	8.013.655

Fuente: INDEC, Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares

En algunas columnas la suma de los parciales no totalizan exactamente 100 por la aproximación decimal



ANEXOS

Encuesta Nacional de
Gastos de los Hogares

ANEXO 1

PERÍODOS DE REFERENCIA UTILIZADOS PARA LA CAPTACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Concepto	Formu- lario	Semana		Mes	Bimes- tre	Trimes- tre	Semese- tre	Año
		de la entre- vista	ante- rior					
CARACTERÍSTICAS DE LA VIVIENDA	1	x						
CARACTERÍSTICAS DE LOS MIEMBROS	1	x						
CONDICIÓN DE ACTIVIDAD	1		x					
CARACTERÍSTICAS DE LAS OCUPACIONES	1		x					
GASTOS EN ALIMENTOS Y BEBIDAS	2	x						
GASTOS EN INDUMENTARIA Y CALZADO	3			x				
GASTOS EN VIVIENDA								
Compra y venta de viviendas	3							x
Alquiler de viviendas	3			x				
Combustible, agua, electricidad e impuestos	3				x			
Construcción y reparación de viviendas	3					x		
Otros gastos de la vivienda	3			x				
GASTOS EN EQUIPAMIENTO Y MANTENIMIENTO DEL HOGAR								
Blanco, vajilla, utensilios y mantenimiento	3			x				
Muebles y artefactos para el hogar	3						x	
Alfombras, cortinas y accesorios de decoración	3					x		
Artículos de limpieza del hogar	2	x						
Servicio doméstico y otros	3			x				
GASTOS PARA LA SALUD								
Productos medicinales y para primeros auxilios	2	x						
Aparatos y accesorios terapéuticos	3						x	
Servicios para la salud	3			x				
Internaciones e intervenciones quirúrgicas	3					x		
GASTOS EN TRANSPORTE Y COMUNICACIONES								
Compra y venta de vehículos	3							x
Combustibles, lubricantes y lavado	2	x						
Reparación, repuestos y accesorios	3						x	
Seguro y registro de conductor	3						x	
Patente, estacionamiento y peaje	3			x				
Abonos de transporte	3			x				
Transporte urbano	2	x						
Correo y fichas de teléfono	2	x						
Servicio telefónico	3				x			

Anexo 1.- (continuación)

Concepto	Formu- lario	Semana		Mes	Bimes- tre	Trimes- tre	Semes- tre	Año
		de la entre- vista	ante- rior					
GASTOS EN ESPARCIMIENTO Y CULTURA								
Viajes y alojamiento por turismo	3					x		
Equipos y servicios para cine, foto y video	3						x	
Elementos para audio, cine y foto	3			x				
Artículos deportivos, juguetes	3			x				
Servicios deportivos, recreativos y culturales	3			x				
Libros, diarios y revistas	3			x				
GASTOS EN ENSEÑANZA								
Servicios educativos y textos	3			x				
Material para estudios	2	x						
GASTOS EN BIENES Y SERVICIOS VARIOS								
Cigarrillos, tabaco y artículos de tocador	2	x						
Artículos y servicios para el cuidado personal	3			x				
Otros bienes	3						x	
Otros servicios	3			x			x	
GASTOS NO DE CONSUMO	3			x				
PAGOS POR CUOTAS, TARJETAS Y/O LIBRETA	3			x				
INGRESOS CORRIENTES								
Remuneración de asalariados	4						x	
Ingresos de cuentapropistas	4						x	
Ingresos de patrones o empleadores	4						x	
Ingresos de jubilados y pensionados	4						x	
Ingresos del rentista	4						x	
Transferencias corrientes en dinero	4						x	
Valorización de la producción para autoconsumo	4						x	
ENTRADAS Y SALIDAS DE DINERO POR								
Transacciones de capital y préstamos	3			x				
Cambios en otras tenencias de capital	3			x				
Ingresos por transferencias de capital	3			x				
Regalo en dinero y otras transferencias de capital	3			x				
SUBSIDIOS Y TRANSFERENCIAS RECIBIDAS EN ESPECIE	3	x		x				

ANEXO 2

CONTENIDO DE LOS FORMULARIOS

Tipo de formulario	Objetivos	Datos que releva
Formulario 1: CARACTERÍSTICAS DE LOS HOGARES	Caracterizar al hogar y a cada uno de sus miembros a partir de aspectos socioeconómicos y demográficos	<p>Está dividido en siete bloques, que se refieren a:</p> <ul style="list-style-type: none"> Características de la vivienda Características que definen a las personas como miembros del hogar Características generales de los miembros del hogar Características ocupacionales de los miembros del hogar de 10 años y más Determinación de perceptores de ingresos Subsidios recibidos por miembros del hogar Características habitacionales del hogar
Formulario 2: GASTOS DIARIOS	Relevar los gastos de consumo diario (o más frecuentes) de todos los miembros del hogar, efectuados durante la semana de la entrevista	<p>Se registran los gastos de los siguientes grupos :</p> <ul style="list-style-type: none"> Alimentos y bebidas Artículos de limpieza e higiene personal Transporte Medicamentos Otros gastos cotidianos
Formulario 3: GASTOS VARIOS	<p>Relevar los gastos de consumo no incluidos en Formulario N° 2</p> <p>Relevar gastos que no son de consumo</p> <p>Relevar otras salidas y entradas de dinero en el hogar</p> <p>Relevar las transferencias gratuitas en especie recibidas por los hogares</p>	<p>Se registran los gastos referidos a:</p> <ul style="list-style-type: none"> Vestimenta, calzado y sus accesorios Vivienda, combustible, agua y electricidad Muebles, artefactos para el hogar, textiles, accesorios para decoración y vajilla Servicio doméstico y servicios de reparación y mantenimiento del hogar Servicio para la salud y aparatos y accesorios terapéuticos Adquisición de vehículos, accesorios, repuestos, seguros y otros gastos del vehículo Esparcimiento: gastos por viajes, adquisición de equipos y servicios de audio y video, entretenimientos, servicios de esparcimiento Enseñanza: servicios de educación formal y no formal, textos Bienes y servicios varios: artículos y servicios para el cuidado personal, bienes y servicios diversos. Alimentos, consultas médicas, medicamentos, etc. recibidos gratuitamente de organizaciones públicas y privadas sin fines de lucro.
Formulario 4: INGRESOS	Conocer los ingresos corrientes, monetarios y no monetarios, cobrados por los perceptores del hogar, clasificados según su fuente y discriminados en ocupación principal y secundaria/s en los últimos seis meses	<p>Se consignan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ingresos derivados del desarrollo de una actividad económica: <ul style="list-style-type: none"> Ingreso por trabajo asalariado Ingreso por trabajo por cuenta propia Ingreso del patrón o empleador 2. Otros ingresos: <ul style="list-style-type: none"> Ingreso de jubilado/pensionado Ingreso de rentistas Ingreso por transferencias corrientes Valor de la producción doméstica

ANEXO 3

CANTIDADES TOTALES DE UNIDADES SELECCIONADAS DE PRIMERA Y SEGUNDA ETAPA Y CANTIDAD TOTAL DE VIVIENDAS QUE CONFIGURAN EL MARCO

Integración del marco	Unidades primarias			Unidades secundarias	Viviendas
	Total	Con probabilidad = 1	Con probabilidad < 1		
Total de unidades	114	55	59	3.630	1.321.945
28 "aglomerados" EPH ¹	33	33	-	2.551	958.033
Agglomerados restantes	81	22	59	1.079	363.912

¹Agglomerados donde se realiza la Encuesta Permanente de Hogares.

ANEXO 4

CANTIDAD DE UNIDADES PRIMARIAS SELECCIONADAS POR REGIÓN Y SUBREGIÓN

En el cuadro siguiente se consignan las cantidades de localidades seleccionadas para cada región y subregión. En el mismo se consignan dichas cantidades según que las localidades hayan sido incluidas con probabilidades iguales a 1 (autorrepresentadas) o menores a 1. Se consignan, también, las cantidades de viviendas de las UPM acumuladas por estrato, equivalentes a un intervalo de selección en una muestra sistemática. Por último, figuran las cantidades correspondientes a las localidades adicionales incluidas en las provincias con escasa población urbana.

Región	Subregión	UPM autorrepresentadas	UPM seleccionadas	Intervalo de selección	UPM adicionales
Total		46	59		9
1 - Metropolitana		1			
2 - Pampeana	2a	4	8	30.024	1
	2b	6	8	30.572	2 ¹
	2c	6	14	39.846	
3 - Noroeste	3a	5	6	21.655	
	3b	3	4	10.515	2
4 - Noreste	4a	2	6	20.853	
	4b	2	4	19.409	1
5 - Cuyo	5	7	4	11.151	1
6 - Patagonia	6a	4	3	21.621	1
	6b	6	2	21.170	1

¹ Incorporadas por la provincia de Santa Fe

ANEXO 5

CLASIFICACIÓN DE LOS GASTOS DE CONSUMO

1 - ALIMENTOS Y BEBIDAS

- 101 **Productos de panadería:** pan fresco y envasado; galletitas y galletas; facturas; confituras, masas y tortas; variedades de repostería.
- 102 **Harinas, arroz, cereales y pastas:** arroz, avena; féculas; harina de trigo; harina de maíz, sémola y otros cereales; pastas frescas y secas, rellenas y sin rellenar, masa para empanadas y tartas; prepizza, alimentos semipreparados en base a pastas.
- 103 **Carnes y menudencias:** achuras y menudencias; carne vacuna fresca o congelada, carne ovina fresca o congelada, carne porcina fresca o congelada; otras carnes; alimentos semipreparados en base a carne.
- 104 **Aves:** carne de ave; alimentos semipreparados en base a aves.
- 105 **Pescados y mariscos:** frescos y congelados.
- 106 **Fiambres, embutidos y conservas:** fiambres; embutidos; carnes, pescados y mariscos en conserva y pastas de carne.
- 107 **Aceites y grasas:** aceites vegetales; grasas vegetales y animales.
- 108 **Leche:** fresca, en polvo y preparada.
- 109 **Productos lácteos:** quesos, crema de leche, manteca, dulce de leche, ricota, yogur y postres lácteos.
- 110 **Huevos:** de gallina y de otros tipos.
- 111 **Frutas:** frescas, en conserva, secas y congeladas.
- 112 **Verduras y legumbres:** frescas, en conserva, secas y congeladas
- 113 **Azúcar, dulces, golosinas, cacao:** azúcar, dulces, mermeladas, jaleas, miel, cacao, chocolates, bombones, caramelos, chicles, pastillas, turrone; golosinas en general y productos de repostería.
- 114 **Infusiones:** café en grano, molido y soluble; té y otras infusiones; yerba mate.
- 115 **Salsas y condimentos:** sal, vinagre, especias, mayonesa, mostaza, ketchup y otros aderezos y condimentos.
- 116 **Alimentos listos para consumir y otros productos alimenticios:** caldos y sopas concentradas, polvos semipreparados para postres; comidas listas para cocinar; pizzas y empanadas; saladitos; sandwiches; comidas varias de rotisería; helados y postres helados.
- 117 **Bebidas alcohólicas:** vino, cerveza, aperitivos, sidra, whisky, licores y otras bebidas alcohólicas.
- 118 **Bebidas no alcohólicas:** soda, agua mineral, agua potable; refrescos, gaseosas, jugos y pulpas.
- 119 **Alimentos y bebidas fuera del hogar:** almuerzo, cena, desayuno y refrigerio.

2 - INDUMENTARIA Y CALZADO

- 220 **Indumentaria:** abrigos, vestimenta exterior e interior para hombres de 10 años y más ; abrigos, vestimenta exterior e interior para mujeres de 10 años y más; vestimenta exterior e interior para niños menores de 10 años y bebés; accesorios de vestir para adultos, niños y bebés.
- 221 **Calzado:** calzado para hombre, mujer, niño menor de 10 años y bebés.
- 222 **Telas, accesorios y servicios:** telas, hilados para tejer y accesorios; artículos de mercería; confección y reparación de vestimenta; reparación de calzado.

3 - VIVIENDA

- 323 **Alquiler:** de la vivienda o cochera; valor locativo del uso de la vivienda o cochera recibida en pago; gastos del pensionista; gastos de hotel destinado a vivienda.
- 324 **Gastos comunes y reparaciones:** gastos comunes de la vivienda o cochera, pintura, revestimiento, instalaciones y reparaciones eléctricas, sanitarias, etc.
- 325 **Combustibles:** gas envasado o por red, kerosene, leña, otros.
- 326 **Agua y electricidad:** electricidad, agua, cloacas.

4 - EQUIPAMIENTO Y FUNCIONAMIENTO

- 427 **Equipamiento del hogar:** muebles, artefactos para el hogar, electrodomésticos, TV, equipos de música, vajilla, blanco y mantelería.
- 428 **Mantenimiento del hogar:** artículos para limpieza del hogar; herramientas, flores y plantas.
- 429 **Servicios para el hogar:** reparaciones de muebles; reparaciones de artefactos y electrodomésticos; reparación de alfombras y cortinas; tintorería, lavadero; servicio doméstico.

5 - ATENCIÓN MÉDICA Y GASTOS PARA LA SALUD

- 530 **Productos medicinales y accesorios terapéuticos:** medicamentos; elementos para primeros auxilios; aparatos y accesorios terapéuticos.
- 531 **Servicios para la salud:** sistema prepago de asistencia médica; médicos clínicos, médicos especialistas, odontólogos, psicoterapeutas, enfermeras, internaciones ; parto; fisioterapia; análisis clínicos y radiológicos.

6 - TRANSPORTE

- 632 **Compra - venta de vehículos particulares:** automóvil; camioneta; moto; bicicletas, etc.
- 633 **Funcionamiento y mantenimiento:** nafta, gasoil, gas, aceite y lubricante; lavado y engrase; peaje, estacionamiento; neumáticos, piezas de recambio y accesorios; reparación.
- 634 **Transporte público:** boleto y abono de tren o colectivo, subterráneo, taxímetro, transporte escolar, transporte proporcionado por el empleador y otro tipo de transporte.
- 635 **Correo y teléfono:** fichas o tarjetas de teléfono público, llamadas de locutorio o fax, servicio telefónico en la vivienda principal o secundaria, contratación y conexión de teléfono; estampilla postal, telegrama y telex; telefonía celular.

7 - ESPARCIMIENTO Y CULTURA

- 736 **Turismo:** ómnibus, tren, avión y otros; alquiler de vivienda, hotel, pensión y otros; excursiones y paquete turístico.
- 737 **Servicios de esparcimiento:** entradas a espectáculos deportivos, cine, teatro, conciertos, café concert, centro recreativo y otros espectáculos culturales y recreativos; cuota club deportivo y alquiler de instalaciones y de otros elementos recreativos o deportivos; televisión por cable.
- 738 **Libros, diarios y revistas:** libros infantiles, novelas y otros; diarios y revistas no profesionales.
- 739 **Otros bienes:** equipos de audio, cine y fotografía y sus accesorios; discos, cassette y películas; juguetes y juegos; animales domésticos; artículos para deportes.

8 - EDUCACIÓN

- 840 **Servicios educativos:** cuota y aranceles para preescolar, enseñanza primaria, secundaria y universitaria; educación artística, idioma y otros.
- 841 **Textos y útiles escolares:** útiles escolares, instrumental y material para enseñanza técnica y superior.

9 - BIENES Y SERVICIOS DIVERSOS

- 942 **Cigarrillos y tabaco:** cigarrillos, cigarros, tabaco; encendedor, pipa y otros accesorios.
- 943 **Artículos de tocador:** jabón, champú, colonia, cepillo dental, desodorante, lápiz labial, pañales descartables, dentífrico, papel higiénico, otros artículos de tocador; alicate, máquina de afeitar, secador de cabello, otros artículos para el cuidado personal.
- 944 **Servicios para el cuidado personal:** comestología, peluquería, otros servicios para el cuidado personal.
- 945 **Bienes y servicios diversos:** bolsos; valijas; máquinas de calcular; despertador; otros bienes y su mantenimiento; fiesta; afiliación a asociaciones profesionales; compra de nichos, parcelas en cementerio; servicio de sepelio; seguro de vida; mudanzas, fletes; otros servicios personales.

ESTE VOLUMEN
ENCUESTA NACIONAL DE GASTOS DE LOS HOGARES 1996/97 TOTAL DEL PAÍS
CON UNA TIRADA DE 600 EJEMPLARES
SE TERMINÓ DE IMPRIMIR
EN EL MES DE MAYO DE 1998
EN EL DEPARTAMENTO PUBLICACIONES DEL INDEC
AV. PRESIDENTE JULIO A. ROCA 609, (1067) BUENOS AIRES
REPÚBLICA ARGENTINA