

¿CUAN DIFERENTES SOMOS AL DECIDIR CUANTA CERVEZA CONSUMIR? ¹

Ana Sofia Raich
Becaria SECTyP
María Ines Lara
Directora de Beca

1. INTRODUCCIÓN

Los estudios académicos y epidemiológicos internacionales y nacionales reconocen que existen diferencias entre hombres y mujeres a la hora de consumir bebidas alcohólicas. Muchas veces asociamos la problemática de adicción a estas bebidas, el alcoholismo, al género masculino sin tener un fundamento o evidencia que lo sustente. Es por eso que resulta de interés analizar si los datos disponibles dan probanza acerca de este hecho y de qué forma se dan esas diferencias inter- género en el consumo de cerveza.

Es de común conocimiento que el consumo de bienes adictivos, en general, es un fenómeno complejo y multidimensional, que abarca aspectos biológicos, psicológicos y económicos, constituyendo un reto para el análisis económico. Existen numerosos factores asociados al fenómeno adictivo, tales como condiciones socioeconómicas o culturales, que deben ser tenidas en cuenta para elaborar conclusiones sobre hábitos de consumo. El uso del alcohol hoy está directamente relacionado con los procesos de socialización, crecimiento en la adolescencia e incorporación a la vida de los adultos, y está subjetivamente identificado con la vida social, formando parte de ella. A su vez está vinculado a aumentos en violencia doméstica y accidentes y una disminución de la calidad de vida del consumidor, entre otros efectos adversos.

En este trabajo se analiza si existen diferencias entre las variables que describen el comportamiento frente al consumo de cerveza de hombres y mujeres en Argentina desde la perspectiva económica. Dado que esta bebida pertenece al conjunto de sustancias capaces de generar comportamientos adictivos en el consumidor, resulta interesante conocer las características que, en promedio, tienen el/la bebedor/a de cerveza. Los datos que han constituido la materia prima del estudio son extraídos de la Encuesta Nacional de Prevalencia de Consumo de Sustancias Psicoactivas (ENPreCoSP) del año 2011, información más reciente relevada y publicada para tal fin.

Los objetivos principales que se plantearon al inicio de la investigación respondieron a la problemática derivada del uso indebido o abuso en el consumo de cerveza y la posibilidad de modelizar tal consumo para hombres y mujeres de acuerdo a factores socioeconómicos o del entorno del consumidor que condicionen sus hábitos a la hora de beber, aunque esto no necesariamente derive en una adicción.

Los estudios realizados sobre este tema, para bebidas alcohólicas en general, son abundantes a nivel internacional, pero no así referidas a los consumidores argentinos. Comenzaremos realizando una breve referencia de las principales investigaciones consultadas relacionadas con el tema.

¹ Este trabajo se enmarca en el Programa de Incentivos a la Promoción de la Investigación 2015-2016 de la Secretaría de Ciencia, Técnica y Posgrado de la Universidad Nacional de Cuyo.

2. ANTECEDENTES

Un bien puede ser adictivo para algunos consumidores, y no para otros, y un individuo puede ser adicto a determinados bienes y a otros no. Este interesante resultado que proporciona la teoría de la adicción racional, se deriva del papel que desempeñan las preferencias temporales del consumidor, el ratio de depreciación del consumo pasado, la complementariedad del consumo pasado y presente y la magnitud del efecto que los cambios en el stock de hábito provocan en la función de ganancias del agente. Estos parámetros dependen del individuo y del bien de que se trate, y determinan si se da, o no, complementariedad adyacente en el consumo.²

Las situaciones que estimulan el consumo de bienes adictivos, y en particular bebidas alcohólicas, puede incluir divorcio, desempleo, muerte de ser querido, y otros eventos estresantes. A su vez estas situaciones pueden vivenciarse de formas muy distintas en el caso de hombres y mujeres. Por lo tanto, personas con la misma función de utilidad o preferencia de ciertas bebidas, incluso con el mismo nivel de riqueza, que enfrentan iguales precios de los bienes pueden tener diferentes grados de consumo o adicción si tienen este tipo de experiencias.

Entre las investigaciones consultadas, encontramos que algunos autores (De la Villa, 2004; Alcalá, 2002) han estudiado el consumo de alcohol en adolescentes, principal preocupación a nivel social y de política económica, y han detectado una fuerte relación entre el consumo de otras sustancias psicoactivas, como es el caso del tabaco y bebidas alcohólicas. Entre los principales generadores de estos hábitos se encuentran los factores emocionales por los que los jóvenes son afectados en este periodo de sus vidas. Estas investigaciones se llevaron a cabo con muestras seleccionadas para tal fin.

En particular, en cuanto a las diferencias por género a la hora de consumir bebidas alcohólicas, se han hecho estudios de series de tiempo los cuales indican un aumento del consumo por parte de la población femenina a lo largo del tiempo. Esto mismo encuentra Caraveo-Anduaga (1999) para el caso de la ciudad de México.

Otra de las consideraciones que se han tenido en cuenta en diversas investigaciones es la posible relación de sustitución o complementariedad que guardan las diferentes bebidas alcohólicas entre sí. Se puede suponer que el consumo habitual de una bebida en particular, llevaría a considerar también el consumo de otras bebidas. Aunque esto no será exactamente así para cualquier perfil de bebedor y también dependerá del tipo de consumo que se esté considerando. Algunos autores abordaron este tema en el caso de bebidas alcohólicas y marihuana, demostrando en primer lugar que existe cierto grado de sustitución entre ambas sustancias pero que esta relación puede resultar un poco más compleja que lo que suponemos.³ A partir de la información obtenida de este tipo de trabajos, en esta investigación se pretende abordar cuál son las preferencias de hombres y mujeres por

² Raich, A. S. "Análisis Económico del comportamiento adictivo: el consumo de cerveza en Argentina", Trabajo de Investigación, Becas para la promoción de la Investigación SECTyP, UNCuyo (2016).

³ Chaloupka, F., Laixuthai, A. "Do youth substitute alcohol and marijuana? Some econometric evidence." NATIONAL BUREAU OF ECONOMIC RESEARCH, (1994)

separado a la hora de elegir entre distintos tipos de bebidas, y si éstas representan sustitutos o complementarios de la cerveza.

El consumo de cerveza en hombres y mujeres, al igual que el resto de las bebidas alcohólicas, implica el estudio de los factores del entorno que condicionan al mismo y lo hacen un fenómeno complejo y multidimensional. Los motivos que impulsan su estudio son el hecho de tratarse de una sustancia tóxica con consecuencias en el bienestar del consumidor tanto presente como futuras.

3. EL CONSUMO DE CERVEZA DE HOMBRES Y MUJERES ARGENTINOS

Los datos utilizados en esta investigación provienen de la Encuesta Nacional sobre Prevalencia de Consumo de Sustancias Psicoactivas (ENPreCoSP 2011), encuesta elaborada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC). Este relevamiento tiene como antecedentes inmediatos la ENPreCoSP 2008, la Encuesta Nacional de Factores de Riesgo 2005 y el Estudio Nacional sobre Consumo de Sustancias Psicoactivas 2004. La Encuesta se realizó en el marco de un trabajo conjunto con el Ministerio de Justicia, Seguridad y Derechos Humanos, con la asistencia del Comité Científico Asesor y con el Ministerio de Salud de la Nación. También participaron activamente las Direcciones de Estadística de cada una de las 24 jurisdicciones del país.

En lo que respecta a estadísticas referidas al consumo de bebidas alcohólicas, tanto por hombres como mujeres, encontramos en los datos provistos por la ENPreCoSP 2008 y la ENPreCoSP 2011 que en las categorías de bebedores moderados y severos existe una mayor concentración en hombres. Sin embargo, en el 2011 se observa un incremento de 2 puntos porcentuales en la participación de la mujer en el consumo severo y una disminución en el consumo moderado, mientras que la distribución entre ambas categorías se mantiene relativamente estable en hombres.

Como el objetivo de estudio es conocer y caracterizar el consumo de cerveza en Argentina, se escogieron de la encuesta ciertas variables que se vinculan con el mismo. En primer lugar se construyó la variable consumo de cerveza por mes calculada a partir de los datos de consumo diario, tanto en días de semana como en fin de semana, medida en cantidad de tragos. Además, se considera también la variable abuso de cerveza, la cual fue construida en la encuesta a fin de relevar aquellas personas que han consumido una cantidad de 8 o más tragos de cerveza en los últimos 30 días.⁴ Esta variable, no forma parte de los interrogantes realizados al encuestado, sino que ha sido construida y agregada a la base de datos y apunta a caracterizar el consumo excesivo de bebida.

Haremos mención a continuación de algunos datos estadísticos que permitan brindar un panorama preliminar del consumo diferencial de cerveza en Argentina, por parte de hombres y mujeres.

El cuadro 1 muestra cómo se divide la muestra encuestada en términos de hábitos de consumo de bebidas alcohólicas. Se ha construido la variable “Bebedor” considerando aquellas personas que han respondido en forma afirmativa el haber consumido alcohol alguna vez en su vida y además declaran haber bebido en los últimos 30 días. Es decir, que hemos

⁴ Estos parámetros responden a estándares internacionales para abuso de bebidas alcohólicas (Ver ENPreCoSP 2011).

considerado como bebedores a aquellas personas que han reportado un consumo regular. Por lo tanto, el grupo “No Bebedor” queda conformado por aquellas personas que, o no han consumido nunca alcohol o lo han hecho pero con anterioridad al último mes. Como podemos apreciar en el cuadro el grupo de consumidores regulares representa el 47,65% de la muestra, mostrando una mayor tendencia de consumo en hombres que en mujeres en casi el doble (36% de mujeres y 60% de hombres).

Cuadro 1: Bebedores y No bebedores diferenciados por género

NO BEBEDORES	52.35%
MUJER	63.46%
HOMBRE	39.30%
BEBEDORES	47.65%
MUJER	36.54%
HOMBRE	60.70%

En lo que respecta específicamente a cerveza podemos mencionar que esta tendencia se mantiene, siendo el consumo promedio mensual de hombres, medido en tragos de cerveza, casi el doble que el de mujeres. Por otro lado, si consideramos las diferencias en cuanto a grupo etario al que pertenecen los bebedores, encontramos que la cantidad promedio de tragos consumidos por individuos entre los 16 y los 29 años es superior al resto, siendo nuevamente superior el consumo en hombres respecto de mujeres de esa misma edad. Como podemos ver en el cuadro 3, la concentración de consumo en el sexo masculino se mantiene en todos los rangos de edad, es decir que es independiente al grupo etario al que pertenezca el individuo en cuestión.

Cuadro 2: Consumo Promedio Mensual de cerveza, cantidad de tragos.

Consumo Promedio Mensual	Cantidad de Tragos
MUJER	34.12
HOMBRE	60.53

Cuadro 3: Consumo Mensual de cerveza, de acuerdo a grupo etario.

Grupo Etario	Consumo Promedio Mensual		
	Cantidad de Tragos		
	16 a 29	30 a 44	45 a 64
Mujer	37.89	33.62	26.12
Hombre	66.17	60.42	45.21

En cuanto a la relación que guarda la cantidad consumida de cerveza con el nivel de ingreso del individuo⁵, podemos a primera vista notar que se relacionan inversamente. Es decir, a mayor rango de ingreso registrado, menor es la cantidad de tragos de cerveza promedio. Sin embargo, esta información no nos permite asegurar el hecho de que se trate de un bien inferior, ya que se está analizando por grupo de personas y no las preferencias de un individuo en particular cuando su renta se ve incrementada. Tampoco se está controlando que pasa con el consumo de otras bebidas alcohólicas cuando el de cerveza se reduce. El cuadro 4 nos muestra esta información. Como podemos ver, al pasar del nivel bajo al medio de ingreso el consumo en hombres baja en un 6%, mientras que el de las mujeres lo hace en un 30% aproximadamente. Cuando pasamos al nivel más alto de poder adquisitivo, sin embargo, el consumo de cerveza de mujeres cae en menos proporción que el de hombres.

Cuadro 4: Consumo Mensual de cerveza, de acuerdo a nivel de ingreso.

Consumo Promedio Mensual			
Cantidad de Tragos			
Nivel Ingreso	Bajo	Medio	Alto
Mujer	48.99	33.93	30.93
Hombre	68.5	64.28	50.19

Podemos comparar estos datos con los referidos a la variable abuso de cerveza. Como podemos observar en el cuadro 5, la proporción de hombres que registran un consumo abusivo es significativamente mayor que la de mujeres.

Cuadro 5: Abuso en el consumo de cerveza.

Abuso en el Consumo	
MUJER	2.12%
HOMBRE	8.71%

El abuso muestra una mayor prevalencia en el grupo más joven de la población, con valores significativamente mayores en el caso de hombres, como así también la relación que guarda esta variable con el nivel de ingreso percibido por el individuo parece mostrar que mientras mayor es este último, menor es el número de personas que abusan de esta bebida. Estos datos parecen indicar que la población con mayor riesgo de abuso son los hombres más jóvenes de menor poder adquisitivo.

⁵ Se determinan tres rangos de ingresos: Nivel Bajo (con valores entre \$300 hasta \$1750); Nivel Medio (con valores mayores a \$1750 y menores a \$5500); Nivel Alto (para ingresos superiores a \$5500).

Cuadro 6: Prevalencia de Abuso en hombres y mujeres, por grupo etario y nivel de ingreso

Abuso en el Consumo			
Grupo Etario	16 a 29	30 a 44	45 a 64
Mujer	3.34%	2.18%	0.47%
Hombre	14.64%	7.86%	2.27%
Abuso en el Consumo			
Nivel Ingreso	Bajo	Medio	Alto
Mujer	6.30%	1.89%	1.46%
Hombre	12.68%	9.83%	5.79%

Además podemos destacar, entre los datos estadísticos de relevancia, que el factor geográfico también incide en el consumo de cerveza. Las regiones que reportan mayor consumo promedio como así también mayores casos de abuso son el noroeste y noreste argentino. Para el grupo de mujeres la región del NEA es donde se registran mayores consumos excesivos, mientras que para el grupo de los hombres es el NOA.

En relación al nivel educativo de los individuos, podemos indicar en términos generales, que a mayor instrucción acreditada se reportan menores niveles de consumo y menor participación de los casos de abuso en la muestra, especialmente en el caso de hombres.

A los efectos de enriquecer el análisis estadístico de variables que permitan conocer las diferencias en el consumo de hombres y mujeres, se calcularon los mismos indicadores según el nivel de salud que los individuos perciben de sí mismos. Esta última variable, autopercepción de salud, toma valores 1 (cuando se percibe un estado de salud malo), 2 (cuando se percibe un estado bueno o regular) y 3 (cuando la percepción es de una salud muy buena o excelente).

Como se puede observar en el cuadro 7 los resultados no son del todo contundentes. Por un lado, mientras más saludables se consideran los individuos el promedio de tragos consumidos se reduce. Es decir ambos géneros se muestran más cautelosos a la hora de medir cuantos tragos consumir, si consideran que esto puede traerles mayores agravantes a su salud. Sin embargo, para el caso de los hombres el grupo que se percibe con mejor estado de salud no resulta ser el que reporte menor participación en los casos de abuso en la bebida. Cuando se trata de un consumo excesivo, asociado quizás a comportamientos adictivos, son las personas que se perciben “regularmente” saludables, es decir alejados de los extremos, los que presentan mayor prevalencia de abuso en los últimos 30 días. Estas conclusiones no parecen extenderse cuando se analizan los valores relacionados a la mujer, tal como se muestra en el cuadro. Las mujeres con mejor estado de salud percibido efectivamente siguen demostrando más cautela a la hora de consumir en exceso. Esto denota una mayor preocupación por las consecuencias negativas del abuso.

Cuadro 7: Consumo promedio y abuso de cerveza, según nivel de autopercepción de salud reportado.

Consumo Promedio Mensual			
Auto-percepción de salud	Mala	Regular o Buena	Muy buena o excelente
Mujer	61.93	36.15	31.48
Hombre	77.63	63.77	56.74
Abuso en el Consumo			
Auto-percepción de salud	Mala	Regular o Buena	Muy buena o excelente
Mujer	3.00%	2.66%	1.47%
Hombre	6.87%	9.65%	7.56%

Se puede profundizar este análisis de estadísticas descriptivas, a través del análisis de otras variables vinculadas al consumo de cerveza y sus correspondientes diferencias entre géneros. En general, los resultados volcados en esta etapa del informe corroboran la literatura internacional, en cuanto a consumo de bebidas alcohólicas.⁶

5. ANÁLISIS ECONOMETRICO DEL CONSUMO DE CERVEZA

5.1 Introducción

En este segmento del informe se procede a modelizar el consumo de cerveza, con el objetivo de obtener información sobre los principales factores socioeconómicos y demográficos que contribuyen a explicar la demanda de cerveza, y poder así caracterizar el perfil del bebedor. La estrategia seguida consiste en estimar, en primer lugar, modelos de probabilidad de consumo con independencia de la cantidad de tragos consumidos; y en segundo lugar, modelos que tienen en cuenta la severidad del consumo. En todos los casos se estiman modelos según género.

Reconocemos la complejidad del fenómeno adictivo y, dado que la encuesta no brinda información sobre la existencia o no de dependencia física a este tipo de sustancias, descartamos la posibilidad de detectarlo en forma directa. Teniendo en cuenta la base de datos disponible, se consideran las variables “Autopercepción del Estado de Salud” y “Riesgo de consumo de bebidas alcohólicas” como herramienta útil para aproximar el efecto adictivo de la bebida en los hábitos de consumo del individuo. Esto es así ya que la información que proporcionan estas variables tiene que ver, por un lado, con la valoración del estado de salud de la persona a la hora de decidir consumir cerveza, y por otro lado, con la consideración de un consumo riesgoso basado en la experiencia que el individuo ya tiene.

La obtención de estimaciones fiables de los modelos que utilizan encuestas simples es difícil debido a la necesidad de especificar las características de los hogares, factores culturales y sociales que tienen que ser modelizados utilizando una serie de indicadores. Es

⁶ Se encuentra disponible a pedido del interesado una profundización de estadísticas descriptivas que permitan un mayor grado de análisis y comprensión del tema.

particularmente difícil obtener un modelo universal, por lo tanto, segmentar la muestra y estimar modelos para diferentes grupos con diferentes procedimientos puede ser un medio útil para evitar malas especificaciones. Se demostrará esto a través de las diferentes versiones del modelo de demanda que se llevarán a cabo en las siguientes secciones del informe.

5.2 Estimación del Modelo de Demanda de Cerveza, sin distinguir tipo de consumo

5.2.1 Metodología

En esta investigación lo que pretendemos es analizar cómo ciertos factores demográficos, de la dimensión social, características en cuanto a hábitos de consumo, estado de salud y percepción de riesgos afectan a la probabilidad de que hombres y mujeres beban o hayan bebido cerveza en el último mes utilizando un modelo Probit.

En los modelos en donde la variable dependiente es cualitativa, el objetivo es encontrar la probabilidad de que un acontecimiento suceda. Los modelos de regresión con respuestas cualitativa se conocen como modelos de probabilidad. En este trabajo elegimos utilizar un modelo Probit, el cual se estima por Máxima Verosimilitud con errores robustos y la función de distribución probabilística que utilizan es la siguiente:

$$P(x'\beta) = \int_{-\infty}^{x'\beta} \frac{1}{\sqrt{2\pi}} e^{-\frac{s^2}{2}} ds.$$

Los resultados de las estimaciones obtenidas no deben ser interpretados de un modo causal. Además, los coeficientes estimados a través de estos modelos no tienen una interpretación cuantitativa, sólo es interpretable el signo de los mismos.

La variable dependiente relevante es la variable binaria de consumo de cerveza en los últimos 30 días, la cual toma valor 1 en caso afirmativo y 0 en caso contrario. En este último caso, el valor 0 está indicando que la persona o no consume cerveza o no consume ninguna bebida alcohólica.

A continuación explicaremos cada una de las variables independientes incorporadas en la estimación. Consideramos aquellas comúnmente utilizadas en los estudios económicos sobre consumo de alcohol, ateniéndonos a la disponibilidad de datos.

- Edad: variable discreta que expresa la edad en años del individuo.
- Soltero: variable binaria que indica si existe situación conyugal, toma valor uno si no está casado y cero para el resto de las situaciones posibles (casado, separado, etc.).
- Rango de ingreso: rango o intervalo de ingreso al que pertenece el individuo.
- Educación: Nivel Educación. Cada valor hace referencia a un nivel. Va desde 1 (primaria incompleta) a 6 (superior completa).
- Ocupado: variable binaria que indica si el individuo está ocupado en el mercado laboral.

- Dimensión demográfica: Pampeana, Gran Buenos Aires (gba), Noroeste (noa), Noreste (nea), Cuyo y Patagonia. Variables binarias de referencia a la región de residencia del individuo. Toma valor 1 si se localiza en dicho lugar, caso contrario toma valor 0. Para la estimación del modelo se deja fuera una de las regiones para tomarla como referencia. En este caso no se incluye la variable binaria referida a la región patagónica. Por lo tanto el signo del coeficiente resultante en la estimación para cada una de las regiones, en caso de ser positivo, indica que la probabilidad de consumir cerveza en esa región es mayor que en la región patagónica.
- Fumador: hay un creciente número de evidencias de los investigadores médicos que sugieren que el alcohol y el consumo de cigarrillos están relacionados, debido a una amplia gama de factores biológicos y psicológicos. Se trata de una variable binaria referida a la condición de fumador del encuestado.
- Consumo de bebidas alcohólicas: vino, bebidas fuertes, otras bebidas alcohólicas. Variables binarias de consumo de estas sustancias.
- Auto-percepción de salud. Variable referida al estado de salud percibido por los propios individuos. La variable toma valores 1 (cuando se percibe un estado de salud malo), 2 (cuando se percibe un estado bueno o regular) y 3 (cuando la percepción es de una salud muy buena o excelente).

En esta primera estimación de la demanda de cerveza del consumidor argentino, no se ha incluido la variable riesgo percibido, ya que los resultados no demostraron incrementar el poder explicativo del modelo cuando se trata de estimar una demanda sin hacer consideraciones en cuanto a la severidad del consumo. Se verá más adelante una nueva versión de demanda estimada donde resulta relevante incluirla.

5.2.2 Resultados obtenidos

El cuadro 8 resume los modelos estimados. Los resultados obtenidos en la estimación de los modelos Probit reflejan que el ajuste general de los mismos es satisfactorio. Todos los coeficientes estimados son estadísticamente significativos:

En cuanto a la edad como determinante en la demanda de cerveza, el coeficiente resulta ser negativo para las mujeres. Este resultado parece sugerir que con la edad pueden existir mayores incentivos a cuidar la salud y por ende, disminuir el consumo. Sin embargo cuando analizamos la demanda de cerveza de hombres vemos que la edad aumenta la probabilidad de consumo. Existen varios estudios que justifican estos resultados indicando que se debe a la naturaleza adictiva de las bebidas alcohólicas que conlleva un aumento gradual en el consumo a medida que pasan los años.

Cuadro 8: Estimación de Modelos Probit de Demanda de Cerveza

ESTIMACION DE DEMANDA DE CERVEZA		
VARIABLES INDEPENDIENTES	MUJER	HOMBRE
Edad	-0.017*** [0.000]	0.003*** [0.000]
Soltero	0.076*** [0.002]	0.135*** [0.002]
Rango Ingreso	0.007*** [0.000]	-0.005*** [0.000]
Nivel de Educación	-0.015*** [0.001]	0.029*** [0.000]
Ocupado	0.138*** [0.002]	0.165*** [0.002]
Región Pampeana	0.067*** [0.003]	-0.259*** [0.003]
Región Gba	-0.052*** [0.003]	-0.201*** [0.003]
Región Noa	0.027*** [0.004]	-0.162*** [0.003]
Región Nea	0.163*** [0.004]	0.007* [0.003]
Región Cuyo	-0.180*** [0.004]	-0.354*** [0.003]
Fumador	0.223*** [0.001]	0.152*** [0.001]
Vino	-0.858*** [0.001]	-0.775*** [0.001]
Bebidas Fuertes	-0.344*** [0.002]	-0.017*** [0.002]
Otras Bebidas Alcohólicas	-0.546*** [0.002]	-0.262*** [0.002]
Autopercepción Nivel de Salud	0.039*** [0.001]	0.024*** [0.001]
Constante	1.055*** [0.008]	1.120*** [0.007]
Observaciones	3,923,678	6,222,171
r2_p	0.148	0.169
*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1		

Fuente: Elaboración propia en base a ENPreCoSP 2011.

Si observamos los resultados para la variable referida al estado civil del individuo, podemos afirmar que los individuos solteros tienen, en Argentina en el 2011, mayor probabilidad de consumir cerveza. Esto puede estar asociado al hecho de no ser jefe o jefa de hogar o tener más cantidad de ámbitos sociales que puedan representar una oportunidad para beber. Esto resulta así tanto para hombres como para mujeres.

En cuanto a los factores vinculados a la dimensión social de la muestra, podemos observar, que la probabilidad de consumir cerveza aumenta con el ingreso en mujeres pero disminuye en hombres. Mientras que el nivel educativo tienen el efecto inverso sobre ambas probabilidades. No existe una única explicación para estas correlaciones. Las correlaciones positivas del consumo de cervezas con el ingreso y la educación podrían explicarse por un mayor poder adquisitivo, por la participación en una vida social más intensa; por una mayor aceptación social del consumo de alcohol. Las relaciones negativas con el ingreso en el caso de hombres podrían explicarse por un cambio en las preferencias hacia otras bebidas, que se asocian niveles adquisitivos más elevados, como el caso del vino y las bebidas fuertes. La asociación negativa entre la probabilidad de consumo y educación en mujeres, podría relacionarse con una mayor consciencia de los efectos perjudiciales que el alcohol tiene sobre la salud.

Otra de las variables incluidas es la situación del individuo en el mercado laboral. Los resultados indican que en todos los casos, estar ocupado aumenta la probabilidad de demandar esta bebida.

Para ambos géneros, la probabilidad de consumir cerveza aumenta cuando el individuo es fumador. Tanto el alcohol como el tabaco se consideran drogas legales o sociales. Varios autores sostienen que fumar y beber son señales mutuas ya que una crea la ocasión para el consumo de la otra. A su vez, ambos suelen ser provocados por los mismos factores situacionales (Decker y Schwartz, 2000).

Como ya se mencionó, el consumo de otras bebidas alcohólicas, como puede ser el caso de vino y bebidas fuertes, entre otras, reducen la probabilidad de consumir cerveza. Es decir, que según el modelo estimado en esta investigación estas bebidas actúan como sustitutas unas de otras, cuando se controla por factores socioeconómicos y demográficos que aproximen el costo de oportunidad del consumo.

La percepción del propio estado de salud influye positivamente sobre la probabilidad de consumir cerveza, en ambos géneros. Es decir, mientras más saludable se considera el individuo, mayor es la probabilidad de consumir esta bebida. Podemos inferir a partir de esto, que el hecho de considerarse más vulnerable en el propio estado de salud, aumenta el sentido de conciencia en cuanto a los perjuicios de consumir bebidas alcohólicas. Este estado de “concientización” se evidencia tanto en hombres como en mujeres.

5.2.3 Síntesis

A través de los resultados obtenidos en esta primera estimación podemos decir que las características socioeconómicas y demográficas que explican la probabilidad de consumir cerveza no difieren por género, aunque sí en el sentido en que lo hacen. Las principales diferencias se dan para la edad, rango de ingreso, nivel educativo y región geográfica. Además el consumo de esta bebida en particular responde a los mismos factores que el consumo de alcohol en general, siendo las variables socioeconómicas las de mayor importancia. Se ha podido aproximar el comportamiento racional a la hora de consumir una bebida alcohólica incluyendo como variable independiente la percepción del estado de salud del propio individuo, llegando a los resultados esperados: una relación directa con la probabilidad de consumir cerveza.

Como se mencionó anteriormente, la inclusión de la variable riesgo de consumir bebidas alcohólicas (relevada en la encuesta) no tuvo resultados estadísticamente significativos. Esto puede deberse a que percepción de consumir cerveza como un hecho riesgoso difiere considerablemente según las cantidades demandadas.

5.3 Estimación del Modelo de Demanda de Cerveza por tipo de consumo: Moderado, Severo y Abusivo

5.3.1 Metodología

En esta segunda etapa del análisis econométrico del consumo de cerveza, avanzamos en la estimación de la demanda de acuerdo a distintos niveles de consumo: moderado, severo y abusivo. Estas variables son binarias y han sido construidas en función de la cantidad de tragos de cerveza consumidos que los individuos han declarado consumir en el último mes:

- Moderado: cantidad de tragos menor o igual a 5.
- Severo: cantidad de tragos entre 5 y 8.
- Abusivo: cantidad de tragos mayor a 8.

En cuanto a la metodología empleada, se estima nuevamente un modelo probabilístico tipo Probit y las mismas variables de control utilizadas en los modelos presentados en el apartado anterior. Se incluye en el modelo de abuso de cerveza la variable binaria riesgo de consumo de bebidas alcohólicas. La misma es construida a partir de las preguntas sobre riesgos percibidos que releva la encuesta y responde a la percepción de posibles consecuencias negativas asociadas al consumo de alcohol por parte del individuo. Esta variable toma valor 1 para el caso de no percibir riesgos el consumidor, valor 2 cuando el riesgo es leve o moderado y 3 en el caso de gran riesgo. Las estimaciones fueron realizadas con distinción de género.

Nuevamente aclaramos que los coeficientes obtenidos en la estimación del modelo de probabilidad de consumir cerveza deben ser analizados solo en términos de su signo, es decir, si la influencia que ejercen es positiva o negativa. Descartamos, por lo tanto, toda relación de causalidad.

5.3.2 Resultados obtenidos

El cuadro 9 resume los modelos estimados en esta etapa del trabajo.

En primer lugar, al observar el cuadro, destacamos que todos los coeficientes obtenidos son estadísticamente significativos y el modelo resulta tener un ajuste apropiado. Cuando analizamos el comportamiento del consumidor por tipo de consumo, vemos que las mayores diferencias en cuanto a la influencia de las variables independientes sobre el consumo de cerveza se dan para el caso de demanda moderada.

Cuadro 9: Estimación de Modelos Probit de Demanda de Cerveza: Moderado, Severo y Abusivo

VARIABLES	CONSUMO MODERADO DE CERVEZA		CONSUMO SEVERO DE CERVEZA		CONSUMO ABUSIVO DE CERVEZA	
	MUJER	HOMBRE	MUJER	HOMBRE	MUJER	HOMBRE
Edad	-0.008*** [0.001]	-0.046*** [0.000]	0.010*** [0.001]	0.046*** [0.000]	0.003*** [0.001]	0.027*** [0.000]
Soltero	-0.333*** [0.003]	-0.233*** [0.002]	0.330*** [0.003]	0.224*** [0.002]	0.178*** [0.004]	0.159*** [0.002]
Rango Ingreso	0.016*** [0.000]	0.014*** [0.000]	-0.016*** [0.000]	-0.014*** [0.000]	-0.015*** [0.001]	-0.003*** [0.000]
Nivel educación	0.122*** [0.001]	0.113*** [0.001]	-0.112*** [0.001]	-0.112*** [0.001]	-0.125*** [0.001]	-0.113*** [0.001]
Ocupado	-0.050*** [0.003]	0.011*** [0.002]	0.033*** [0.003]	-0.020*** [0.002]	0.341*** [0.004]	0.109*** [0.002]
Región Pampeana	0.125*** [0.006]	0.280*** [0.003]	-0.123*** [0.006]	-0.267*** [0.003]	-0.073*** [0.008]	-0.205*** [0.004]
Región Gba	-0.229*** [0.006]	0.245*** [0.003]	0.225*** [0.006]	-0.246*** [0.003]	-0.027*** [0.008]	-0.359*** [0.004]
Región Noa	-0.283*** [0.007]	-0.192*** [0.003]	0.274*** [0.007]	0.203*** [0.003]	0.246*** [0.009]	0.293*** [0.004]
Región Nea	-0.373*** [0.007]	-0.192*** [0.004]	0.348*** [0.007]	0.187*** [0.004]	0.406*** [0.009]	0.194*** [0.004]
Región Cuyo	0.445*** [0.008]	0.480*** [0.004]	-0.434*** [0.008]	-0.481*** [0.004]	-0.305*** [0.011]	-0.327*** [0.005]
Fumador	-0.646*** [0.003]	-0.345*** [0.001]	0.623*** [0.003]	0.331*** [0.001]	0.528*** [0.004]	0.451*** [0.002]
Vino	-0.028*** [0.003]	0.215*** [0.001]	0.044*** [0.003]	-0.215*** [0.001]	-0.051*** [0.004]	-0.209*** [0.002]
Bebidas fuertes	-0.012*** [0.004]	-0.169*** [0.002]	-0.001 [0.004]	0.205*** [0.002]	0.302*** [0.005]	0.287*** [0.003]
Otras bebidas Alcohólicas	-0.018*** [0.004]	-0.275*** [0.002]	0.001 [0.004]	0.261*** [0.002]	0.270*** [0.005]	0.195*** [0.002]
Autopercepción Nivel de Salud	-0.006** [0.003]	0.155*** [0.001]	-0.004 [0.003]	-0.165*** [0.001]	-0.172*** [0.004]	-0.137*** [0.002]
Constante	1.148*** [0.015]	0.285*** [0.008]	-1.139*** [0.015]	-0.228*** [0.008]	-1.379*** [0.020]	-0.833*** [0.010]
Observaciones	2,192,808	3,942,749	2,192,808	3,942,749	2,192,808	3,942,749
r ² _p	0.148	0.0930	0.140	0.0924	0.127	0.103

Fuente: Elaboración propia en base a ENPreCoSP 2011.

Los coeficientes de algunas variables han cambiado de signo respecto del modelo estimado en la sección anterior y, si comparamos, también existen diferencias importantes entre los consumos moderados y severos y abusivos.

Vemos que las jóvenes tienen más probabilidades de consumir cerveza en forma moderada. Mientras que la probabilidad de consumos severos y abusivos aumenta con la edad, tanto para hombres como mujeres.

El hecho de ser soltero sigue influyendo positivamente en la probabilidad de consumir cerveza en mayores cantidades, para hombres y mujeres. Con respecto a las variables nivel de ingreso y nivel de instrucción alcanzado por el encuestado vemos también cambios sustanciales. En los niveles de consumo más altos, el hecho de no poseer un buen ingreso o no haber alcanzado una educación de mayor nivel se relaciona con niveles de consumo mayores de esta bebida, sobre todo en los casos de abuso. Esto puede indicar que cuando el individuo ya se encuentra en un círculo vicioso de bebida, es probable que cuando indagamos en su situación económica o educacional se trate de una persona que no posee suficiente información para cambiar sus hábitos o se trata de un caso adictivo propiamente. Podemos por lo tanto decir que la probabilidad de consumir niveles elevados de cerveza aumenta cuando disminuye el ingreso. Esto se evidencia sin distinción de género en toda la población bajo estudio. Este comportamiento se repite para el caso de la variable “ocupado” que hace referencia a pertenecer al mercado laboral.

Las regiones del noroeste y noreste argentino presentan mayor probabilidad de consumo severo y abusivo que el resto de las zonas del país.

Al igual que en la demanda general que se estimó en la sección anterior, el tabaco sigue presentándose como complemento de hábitos de consumo de cerveza severos y abusivos. Parece indicar que son buenos aliados.

Otro de los resultados que llama la atención en esta instancia es la relación que guarda el consumo de cerveza en grandes cantidades con el consumo de vino y bebidas fuertes. En el caso del vino se presenta como sustitutos en ambos géneros, a diferencia del caso de consumo moderado donde se presentan como complementarios para el hombre y sustitutos para la mujer. Esto parece indicar que mientras más alto es el nivel de consumo de cerveza, más diferenciadas se encuentran las preferencias del consumidor en relación al vino. Esta situación cambia para el caso de bebidas fuertes: un consumo abusivo de cerveza parece estar acompañado de la ingesta de bebidas fuertes. Esto podría ser un indicio de que el abuso de una retroalimenta o fomenta el abuso de la otra. En el caso de las mujeres, consideran las bebidas fuertes como complemento de la cerveza recién en el caso de abuso, sin embargo, los hombres lo hacen desde el consumo severo.

Por último, pero no menos importante, observamos en el cuadro anterior el efecto de la percepción del estado de salud del individuo como un factor negativo en la probabilidad de consumir severamente o abusar de cerveza. Esto significa que, a diferencia del consumo moderado, mientras peor sea el estado de salud de la persona, ligado a antecedentes o enfermedades experimentadas por la persona, mayor es la probabilidad de que se llegue a un comportamiento abusivo de cerveza. Esto responde a las características que tiene un bien que produce adicción: una vez generada la misma, mayor es el perjuicio generado a la salud del consumidor y sin embargo los niveles de consumo no disminuyen, sino que hasta pueden incrementarse. Para el caso de las mujeres podemos destacar que las mismas consideran este factor “salud” como una restricción a la hora de consumir cerveza incluso en los niveles más bajos.

Se analiza a continuación una última estimación realizada en la investigación que muestra de efecto de incluir la variable “Riesgo” en la estimación de la demanda de cerveza. Esta variable hace referencia a la percepción de consecuencias o efectos negativos que el consumo de cerveza puede tener sobre la vida del consumidor, incluyendo no solo repercusiones en la salud sino también efectos en lo laboral, relacional y social del individuo. Como se explicó en la sección anterior, esta variable no resulta relevante cuando se analiza la demanda promedio de cerveza ni cuando se consideran niveles bajos de consumo. Es en los niveles altos de consumo donde resulta estadísticamente significativa. Esto puede explicarse por el hecho de que realmente se toma conciencia de los perjuicios de consumir bebidas alcohólicas cuando ese consumo es regular y en cantidades elevadas que puedan estar relacionadas a un comportamiento más bien abusivo y no tan casual.

El siguiente cuadro resume los resultados obtenidos en la estimación, diferenciados por género:

Cuadro 10: *Estimación de Modelos Probit de Demanda Abusiva de Cerveza, para hombre y mujer*

ABUSO DE CERVEZA		
VARIABLES	MUJER	HOMBRE
Edad	0.004*** [0.001]	0.024*** [0.000]
Soltero	0.201*** [0.004]	0.159*** [0.002]
Rango Ingreso	-0.012*** [0.001]	-0.004*** [0.000]
Nivel educación	-0.146*** [0.001]	-0.117*** [0.001]
Ocupado	0.394*** [0.004]	0.106*** [0.002]
Región Pampeana	-0.098*** [0.008]	-0.235*** [0.004]
Región Gba	-0.075*** [0.008]	-0.365*** [0.004]
Región Noa	0.241*** [0.009]	0.302*** [0.004]
Región Nea	0.372*** [0.009]	0.192*** [0.004]
Región Cuyo	-0.358*** [0.011]	-0.318*** [0.005]
Fumador	0.509*** [0.004]	0.456*** [0.002]
Vino	-0.052*** [0.004]	-0.206*** [0.002]
Bebidas fuertes	0.375*** [0.005]	0.274*** [0.003]
Otras bebidas Alcohólicas	0.262***	0.193***

	[0.005]	[0.002]
Riesgo	-0.466***	-0.263***
	[0.004]	[0.002]
Autopercepción Nivel de Salud	-0.179***	-0.148***
	[0.004]	[0.002]
Constante	-0.032	0.031**
	[0.023]	[0.012]
Observaciones	2,178,070	3,907,084
r2_p	0.150	0.109
*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1		

Fuente: Elaboración propia en base a ENPreCoSP 2011.

A la luz de los resultados que expone el cuadro 10 podemos advertir que todos los coeficientes son estadísticamente significativos. En este caso el modelo mejora cuando se incorpora la variable riesgo y los signos de los coeficientes son iguales para ambos géneros.

La relación que existe entre cada una de las variables consideradas y el consumo abusivo de cerveza es la misma que se obtuvo en el caso de estimación de demanda anterior. La variable riesgo, incorporada en esta oportunidad, tiene un coeficiente negativo tanto para mujeres como para hombres. Este resultado coincide con el esperado: mientras más riesgoso se considere el consumo abusivo de cerveza, por parte del individuo, menor será la probabilidad de que exista tal consumo. Las personas con una mayor aversión al riesgo de padecer enfermedades ligadas a alcoholismo o a sufrir consecuencias negativas en los ámbitos sociales y relacionales de su vida cotidiana, indican ser más cautelosas a la hora de consumir una bebida alcohólica en grandes cantidades. Una vez más se pone de manifiesto el comportamiento racional del consumidor en el que nos hemos basado al estimar los modelos de demanda. La capacidad de predecir esos efectos adversos va a condicionar, sin lugar a dudas, el hecho de consumir o no en forma abusiva.

5.3.3 Síntesis

Según la información analizada y los modelos estimamos, podemos destacar el hecho de que las variables descriptivas que ejercen influencia en el comportamiento del consumidor son las mismas, tanto para hombres como para mujeres. Además las diferencias entre género a la hora de beber cerveza van desapareciendo a medida la cantidad de tragos consumidos aumenta. En el caso de abuso de cerveza no existen diferencias en los signos de las variables independientes consideradas en la estimación. Esto indica que cuando se trata de bienes adictivos consumidos en cantidades elevadas, los determinantes que llevan a tal consumo no distinguen entre hombre y mujer, uniformando la demanda en tal caso.

6. CONCLUSIONES

El abuso de alcohol representa una de las principales causas de muerte prevenibles, enfermedades y lesiones en muchas sociedades en todo el mundo. El consumo de alcohol se asocia con una gran variedad de perjuicios sanitarios y sociales. Muchas veces comienza

como parte de un proceso de sociabilización o simplemente del hábito relacional de la persona. Sin embargo, mientras mayor sean los volúmenes consumidos, más difícil es revertir esa situación.

El número y la gravedad de las consecuencias adversas relacionadas con el consumo de alcohol constituyen un fundamento importante para la supervisión internacional del uso y los efectos del mismo. Estas consecuencias no se limitan al campo de la salud, sino también tiene que ver con el ámbito laboral, familiar y relacional del individuo.

El consumo de cerveza en Argentina recibe influencia de diferentes factores socioeconómicos, como puede ser sexo, edad, nivel educativo, y se agregan a los mismos la situación laboral, la región donde reside el encuestado, el estado civil, los hábitos de consumo de otras sustancias psicoactivas y la percepción del propio estado de salud.

Los coeficientes obtenidos en las estimaciones y que se han mostrado en las diferentes tablas, resultaron todos estadísticamente significativos. Éstos son interpretables en cuanto al signo que presentan: signo positivo indica que la probabilidad aumenta y signo negativo, que la misma disminuye.

A medida que se fueron analizando los diferentes modelos de demanda de cerveza se llegó a la conclusión, a partir de los resultados expuestos, que el consumo en grandes cantidades de cerveza esta igualmente correlacionado con variables socioeconómicas y demográficas en hombres y mujeres. En el caso extremo de consumo abusivo, todas las diferencias inter-genero desaparecen.

Es importante destacar que esta investigación constituye un primer abordaje de la problemática asociada al consumo de cerveza en Argentina desde el punto de vista de la teoría económica. Como tal, los resultados obtenidos abren diversas líneas para la investigación futura. Una de ellas es la profundización del análisis de desigualdad a partir de diferentes métodos de descomposición.

Otra de las líneas de investigación que quedan pendientes a partir de este estudio es la incorporación de los efectos adversos del consumo de alcohol, y en el caso particular de cerveza, sobre el ámbito laboral y relacional del individuo, y cómo influyen estos en la demanda de esta bebida.

También cabe señalar que los resultados de la estimación econométrica están condicionados a la disponibilidad de datos. Conviene recalcar que la obtención de resultados que sean orientadores de políticas públicas, exige disponer de información estadística completa, adecuada y oportuna. No contar con bases de datos que reúnan estas características implica desafíos metodológicos importantes.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alcalá Cornide M, Azañas Ruiz S, Moreno Torres C, Gálvez Alcaraz L. (2002). *Consumo de alcohol, tabaco y otras drogas en adolescentes, estudio de dos cortes.*

Caraveo-Anduaga, J., Colmenares-Bermúdez, E., Saldívar-Hernández, G. (1999). *Diferencias por género en el consumo de alcohol en la Ciudad de México*

Chaloupka, F., Laixuthai, A. "Do youth substitute alcohol and marijuana? Some econometric evidence." NATIONAL BUREAU OF ECONOMIC RESEARCH

De la Villa Moral Jiménez, M., Rodríguez Díaz, F.J., Ruiz, C.S. (2004), *Motivadores de consumo de alcohol en adolescentes: análisis de diferencias inter-género y propuesta de un continuum etiológico*. Universidad de Oviedo e Instituto Spiral.

Ojeda, M.(2014).Trabajo de Investigación. *Análisis económico del comportamiento adictivo: El consumo de alcohol en Argentina*, UNCuyo.

Raich, A. S. "Análisis Económico del comportamiento adictivo: el consumo de cerveza en Argentina", Trabajo de Investigación, Becas para la promoción de la Investigación SECTyP, UNCuyo (2016).