

Gastos en Recreación y Cultura a la luz de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares en Costa Rica



M.Sc. José Moncada Jiménez
Escuela de Educación Física y Deportes
Universidad de Costa Rica
E-mail: jmoncada@cariari.ucr.ac.cr



Universidad de Costa Rica
Ciencias del Movimiento Humano

Introducción

- Ejercicio físico, deporte, recreación y cultura
 - Mejoran el rendimiento laboral
 - Reduce días perdidos por incapacidades
 - Reduce factores de riesgo cardiovasculares
 - Factor de protección
 - Lesiones y adicciones



Kool et al. (2004). Exercise reduces sick leave in patients with non-acute non-specific low back pain: A meta-analysis. *Journal of Rehabilitation and Medicine*, 36, 49-62.

Referencia	País/Población/Muestra	Principales hallazgos
Cage, 1989	USA <ul style="list-style-type: none"> Encuesta 1986-1987 	<ul style="list-style-type: none"> Gasto predecible con base en edad No predecible con base en educación u ocupación
Jacobs y Shipp, 1990	USA <ul style="list-style-type: none"> Encuestas de Gastos de 1960, 1972 y 1996 	<ul style="list-style-type: none"> ↑ 1.1% en gasto de recreación y cultura desde 1960 hasta 1996
Dardis et al., 1994	USA <ul style="list-style-type: none"> 1988 y 1989 2088 hogares 	<ul style="list-style-type: none"> Gasto promedio de los hogares: Esparcimiento activo: \$505/mes Esparcimiento pasivo \$279/mes Entretenimiento social: \$190/mes Hogares con mayor ingreso gastaban más en EP Hogares con mayor educación gastaban más en EA Hogares con más hijos gastaban menos en recreación y esparcimiento Mujeres gastan < dinero que hombres Adultos mayores gastan < dinero que adultos jóvenes
Johnson y Lino, 2000	USA <ul style="list-style-type: none"> Encuesta de gastos de consumo 1997-1998 Muestra nacional 44000 adolescentes (14-17 años) 	<ul style="list-style-type: none"> 6.2% del total de sus gastos en el rubro de entretenimiento, recreación y deportes gastos más relevantes: hospedaje, transporte y alimentación
Wilcox et al., 2000	USA <ul style="list-style-type: none"> Encuesta telefónica 2912 mujeres ≥ 40 años Zona urbana y rural 	<ul style="list-style-type: none"> < niveles de actividad física en mujeres de área rural
Morris et al., 2000	Reino Unido <ul style="list-style-type: none"> Encuesta de Gastos Familiares 1994-1995: Q1 1995-1996: Q1 	<ul style="list-style-type: none"> Se deben gastar $\text{€}1453-7684$ semanales para tener una vida saludable

Referencia	País/Población/Muestra	Principales hallazgos
Kremarik, 2002	Canadá <ul style="list-style-type: none"> •1982: 1100 hogares •1999: 1600 hogares 	<ul style="list-style-type: none"> • ↑ 39% gastos de recreación • ↑ 8% implementos deportivos, pago por servicios de recreación • ↑ 515% gasto en computadoras • ↑ 253% televisión por cable • ↑ 20% artículos para entretenimiento familiar en el hogar • ↑ 73% artículos para recreación en el hogar • No hay relación entre el número de miembros del hogar y el gasto en recreación y esparcimiento • ↑ crecimiento de 2.35% anual de 1982 a 1999
Duly et al., 2003	USA <ul style="list-style-type: none"> • Encuesta de Gastos de Consumo de 1999-2000 • 7500 encuestas • 105 áreas de USA 	<ul style="list-style-type: none"> • personas con < educación gastaban más dinero en entretenimiento que las personas con educación universitaria completa • personas del quintil de ingreso más alto gastan más dinero en recreación, deporte, cultura y entretenimiento que las personas de los demás quintiles.
Weagley y Huh, 2004b	USA <ul style="list-style-type: none"> • 5468 adultos mayores y pensionados 	<ul style="list-style-type: none"> • ↑ 1.7% gasto en esparcimiento y recreación de 1960 a 1966
Gallup, 2005	USA <ul style="list-style-type: none"> • Encuesta telefónica • 1003 adultos • > 18 años de edad 	<ul style="list-style-type: none"> • Personas con > ingreso gastarían 213% más en recreación y entretenimiento que las personas con < ingreso económico.
National Sporting Goods Association, 2006	USA <ul style="list-style-type: none"> • Comparación ventas de artículos deportivos años 2002-2003 	<ul style="list-style-type: none"> • ↑ 3.8% venta de artículos deportivos

En Costa Rica



- Fútbol
 - Genera empleos, bienes y servicios y contribuye con el desarrollo económico del país
- UNAFUT:
 - Campeonato Nacional de Primera División del año 2003-2004

Hipótesis

1. No existe una interacción entre el ingreso y el gasto (mensual) *per capita* en recreación y cultura en los hogares de zona urbana y zona rural.
2. No existe diferencia en el gasto (mensual) *per capita* en recreación y cultura en función de la tenencia de vivienda.
3. No existe una relación entre el gasto en recreación y cultura *per capita* y la cantidad de miembros del hogar.
4. No existe una diferencia en el nivel de instrucción de la jefatura del hogar y el gasto en recreación y cultura.
5. El gasto en recreación y deporte *per capita* reportado en la ENIG-2004 no es diferente del gasto en recreación y cultura de la ENIG de 1987-1988 (ENIG-1988).

Metodología

- El diseño muestral:
 - Probabilístico de áreas
 - Estratificado
 - Bietápico
 - Replicado
- 4231 hogares
 - 2530 (59.8%) de zona urbana
 - 1701 (40.2%) de zona rural

- **VARIABLES RELACIONADAS CON LA VIVIENDA Y A NIVEL DE HOGAR:**
 - “zona”: urbano o rural
 - “tenencia de la vivienda”: 8 categorías
 - “número de miembros del hogar”
 - “nivel de instrucción”
- **INGRESOS:**
 - total del hogar
 - ingreso *per capita*
- **GASTOS DE CONSUMO:**
 - gasto (mensual) en “recreación y cultura” *per capita*:
 - 1) gasto en equipo audiovisual y fotográfico
 - 2) gastos en otro equipo de recreación
 - 3) gasto en servicios de recreación
 - 4) gasto en periódicos, libros y otros
 - 5) gasto en paquetes turísticos.



Tipo de gasto

Equipo audiovisual, fotográfico y de procesamiento de información

Otros artículos y equipo de recreación, jardines y animales domésticos

Servicios de recreación y culturales



Periódicos, libros y papeles y útiles de oficina

Paquetes turísticos

Ejemplos de artículos, bienes y servicios

Cámaras fotográficas y de video, trípodes, servicio de revelado. Guitarras, piano, organeta, batería, armónica y otros instrumentos musicales, incluyendo parlantes y micrófonos para karaoke. Reparación de equipo fotográfico y cinematográfico. Reparación y afinación de instrumentos musicales.

Alimento para animales domésticos, anteojos, flotadores y gorra para natación, piscinas de fibra de vidrio, tablas de surf, equipo de buceo, patas de rana, zapatos de fútbol, balones y otros implementos deportivos, futbolines, mesas para billar o pool, tiendas para acampar. Desparasitantes para animales domésticos, alojamiento para animales domésticos. Piñatas, árboles de navidad (natural y artificial), césped para patio, corte de pelo, bolinchas, carros, trenes, naipes, trompos, yoyos, peluches, bicicletas, guantes de portero, legos, nintendos, y otros juguetes electrónicos.

Alquiler de zapatos para deportes y recreación (e.g., patines, zapatos de golf), alquiler de películas (para VHS y DVD), entradas a pistas de patinaje, centros de recreo, juegos de fútbol, piscinas, clubes nocturnos, bailes, teatro, teatro de ópera, cine, galerías de arte, circo, plaza de toros, parque de diversiones. Alquiler de caballos, botes o lanchas. Pago por membresía y mensualidad en gimnasios, pago de entrenador personal, cuotas de clubes privados, tiempo compartido. Apuestas, bingo, casinos, lotería, raspas, tiempos, otros juegos y sorteos.

Libros de texto (académicos); útiles escolares; revistas de deportes, espectáculos, manualidades, ecológicas; suscripción a semanario, catálogos de prendas, guías y partituras musicales, afiches, calendarios, La Biblia, mapas, enciclopedias.

Servicio de alojamiento en cabinas y cabañas, hoteles, internados, moteles, universidades u otros centros de enseñanza, servicio de alojamiento para acampar, pago de cuotas de club de viajes, paquetes turísticos para el exterior o el interior del país.



- Análisis estadísticos
 - Tabulación y análisis principales INEC
 - Bases de datos en formato SPSS®
 - Estadística descriptiva y errores de muestreo
 - Datos expandidos y factores de corrección
 - Quintiles de ingreso *per capita*
 - Intervalos de confianza del 95%

Resultados

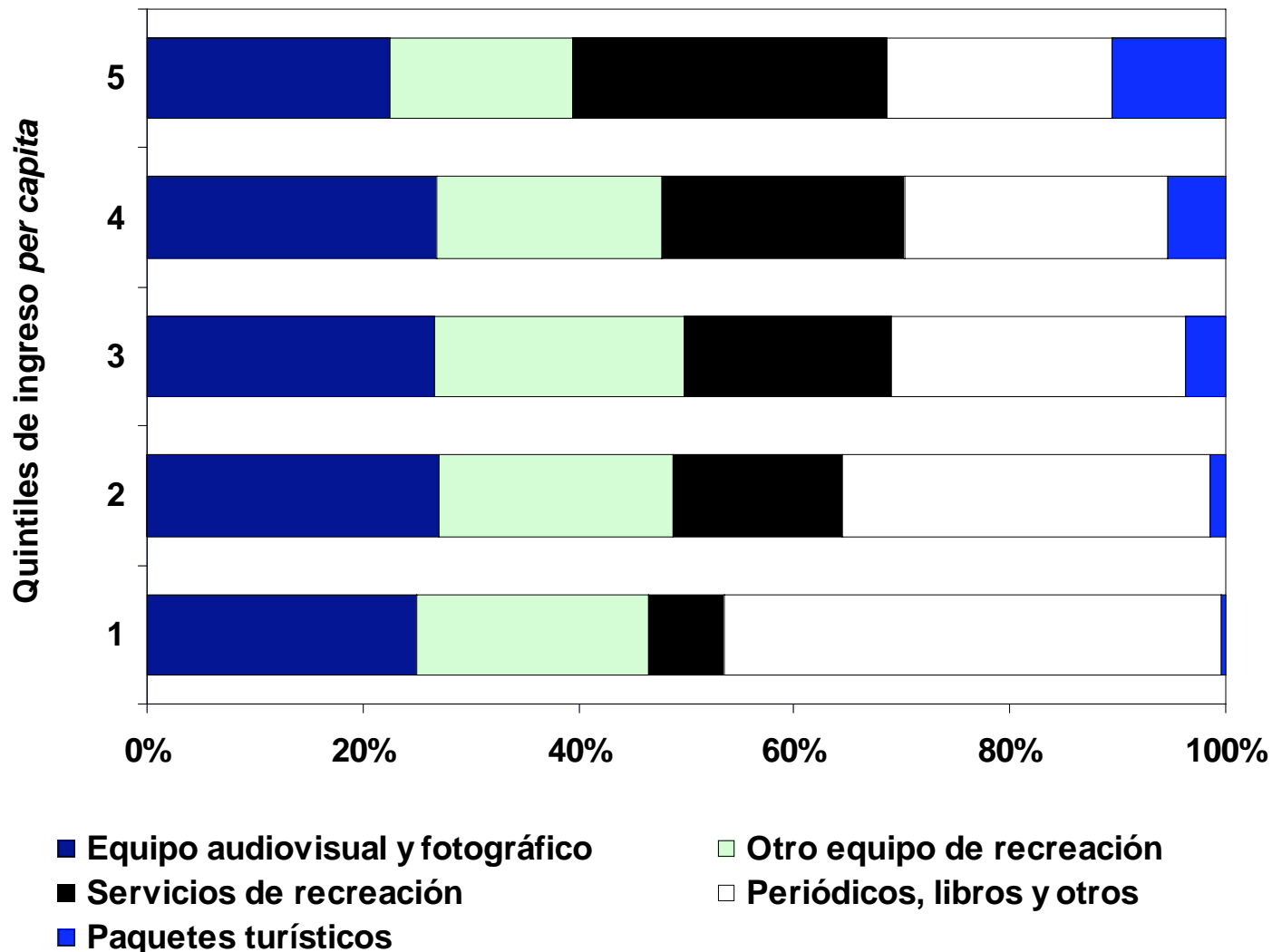
Ingresos y gastos promedio (¢) *per capita* por quintil de ingreso.

	Total	Quintil de ingreso <i>per capita</i> del hogar				
		1	2	3	4	5
Gasto de consumo mensual <i>per capita</i>	65739	19876	35057	49637	76046	187051
Recreación y cultura	5175	1100	1984	3305	5374	18019
Equipo audiovisual y fotográfico	1265	276	538	884	1445	4068
Otro equipo de recreación	987	235	429	765	1120	3043
Servicios de recreación	1260	77	312	630	1204	5265
Periódicos, libros y otros	1280	508	675	901	1314	3753
Paquetes turísticos	382	4	30	125	290	1890
Porcentaje del gasto de consumo	7.87	5.53	5.66	6.66	7.07	9.63

Fuente: ENIG-2004 (INEC, 2006, p. 170).

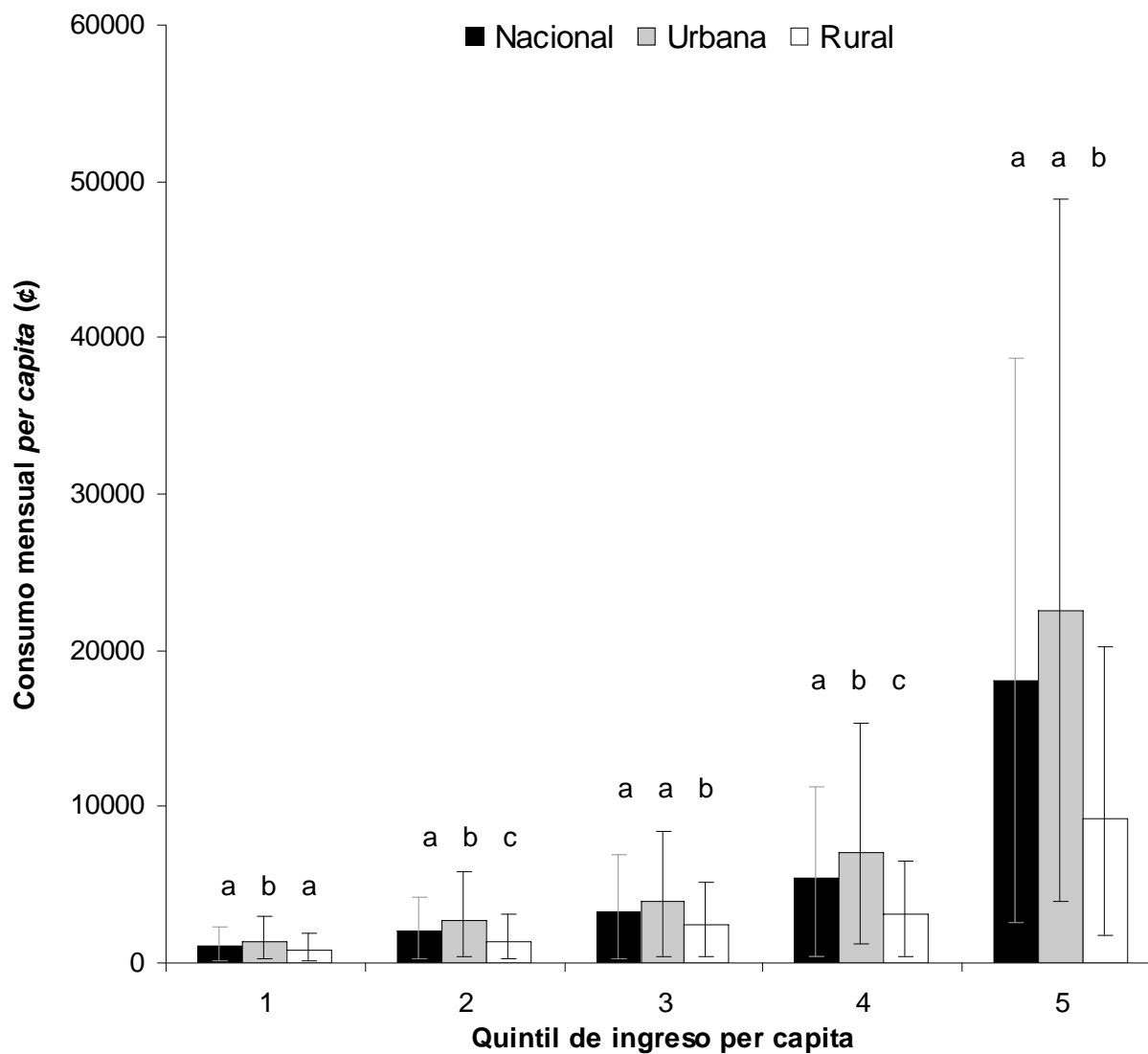


Distribución porcentual del gasto (¢) en recreación y cultura desglosada por componente del rubro y por quintil de ingreso *per capita*.



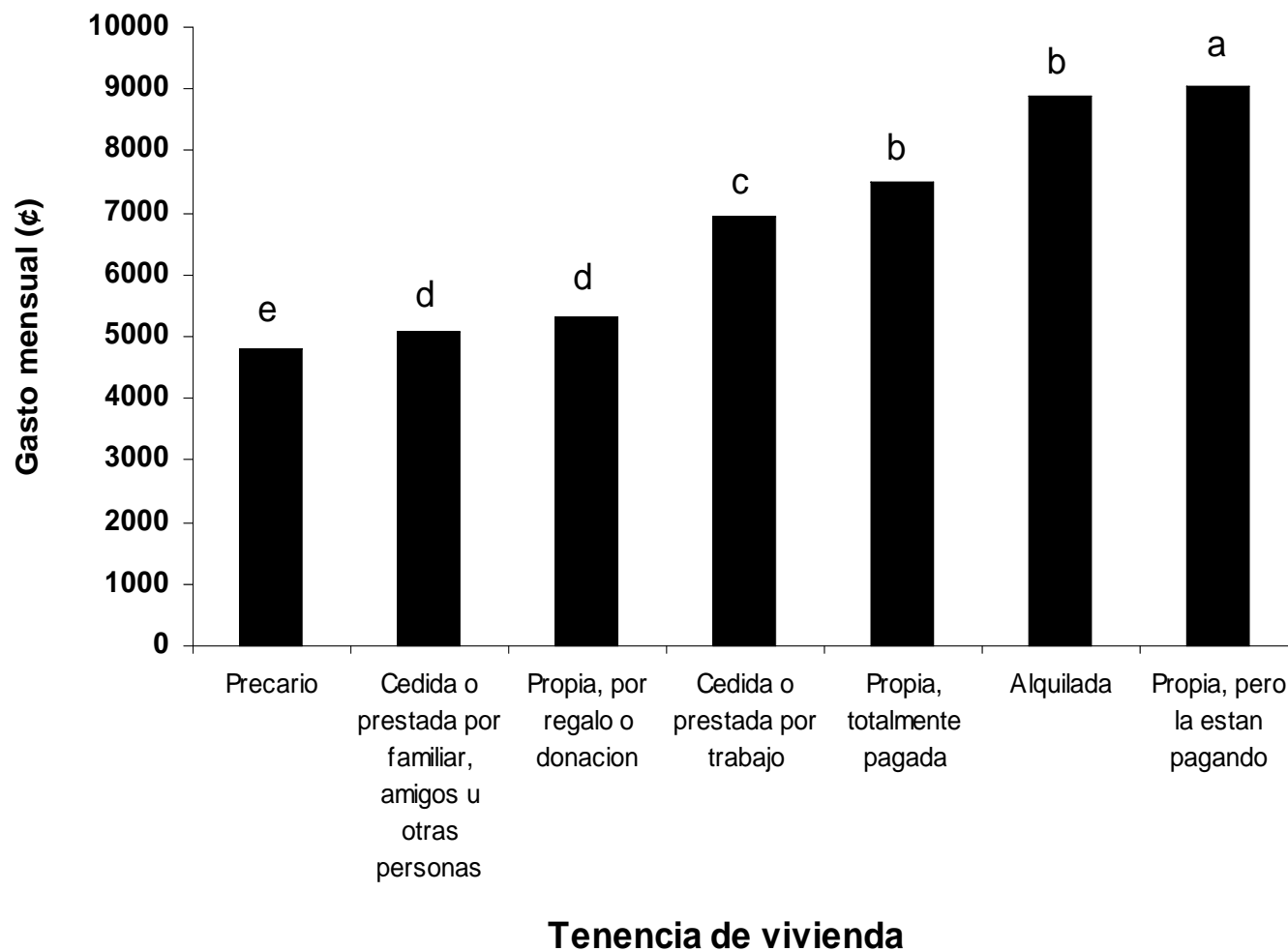
Gasto mensual *per capita* (¢) en recreación y cultura por quintil de ingreso *per capita* y zona geográfica.

(Las barras de error representan el IC95%)



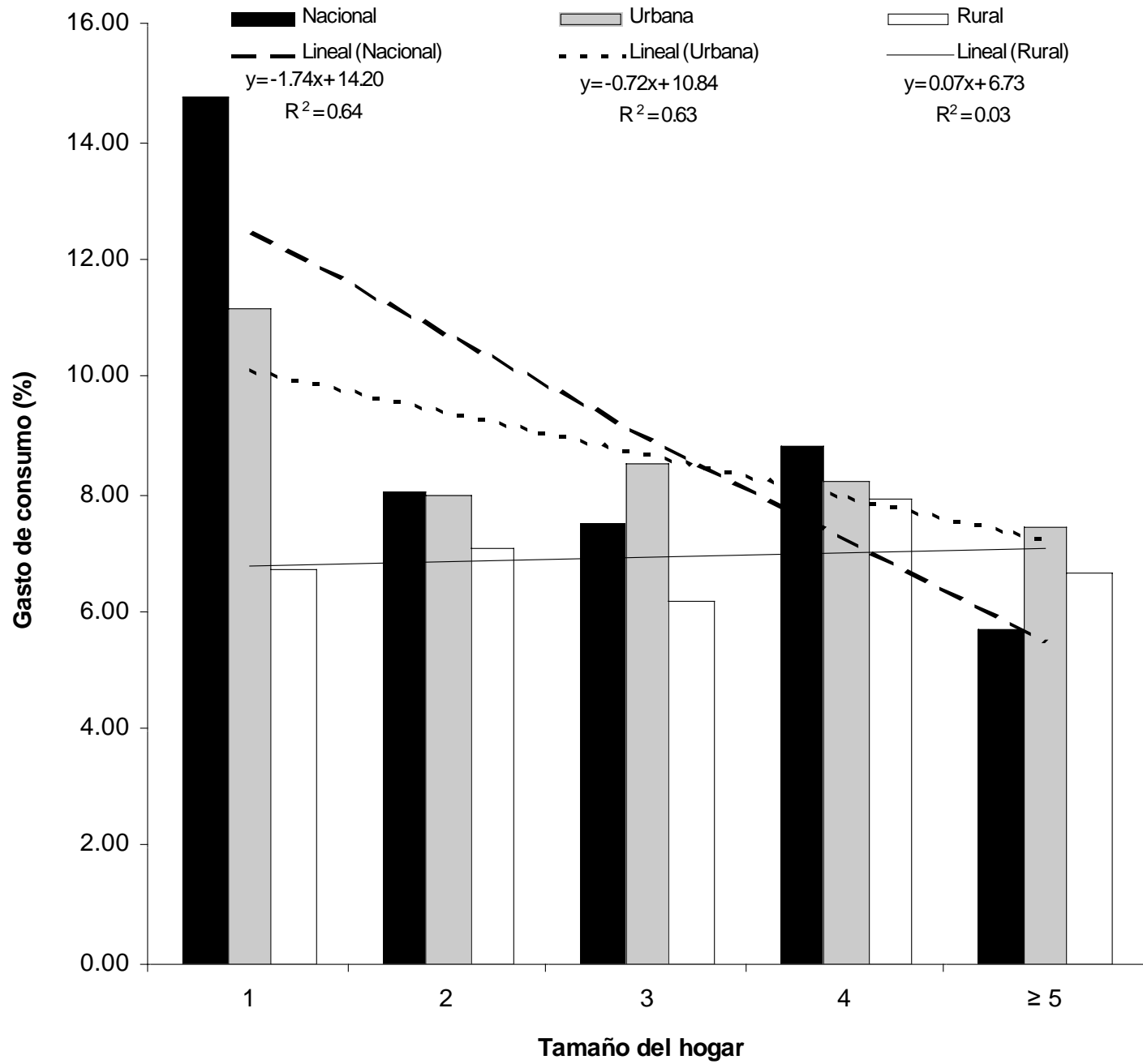
p < 0.05; entre letras diferentes en cada quintil.

Gasto mensual (¢) en recreación y cultura por tenencia de vivienda.

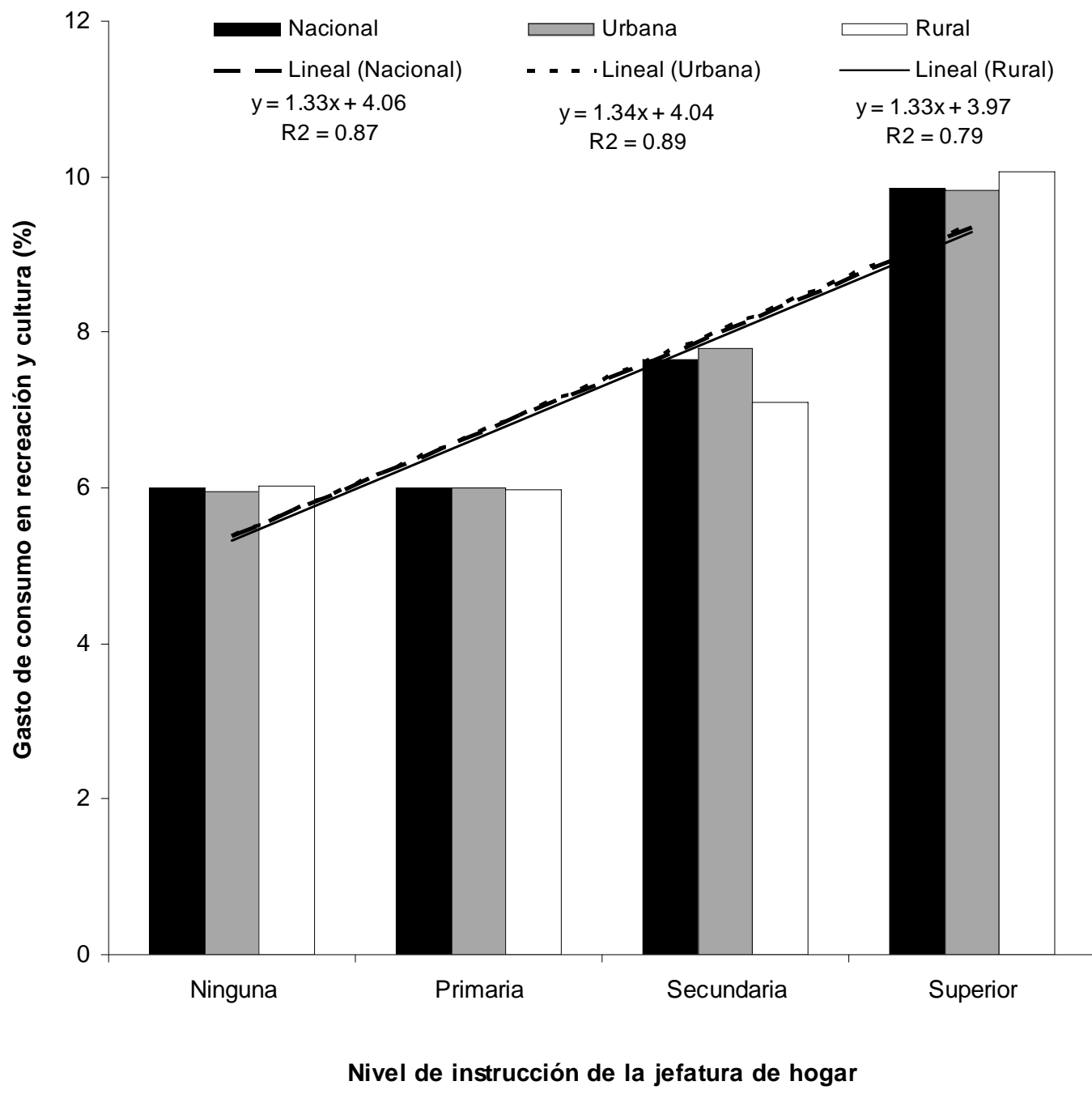


* $p < 0.05$ entre categorías con letras diferentes.

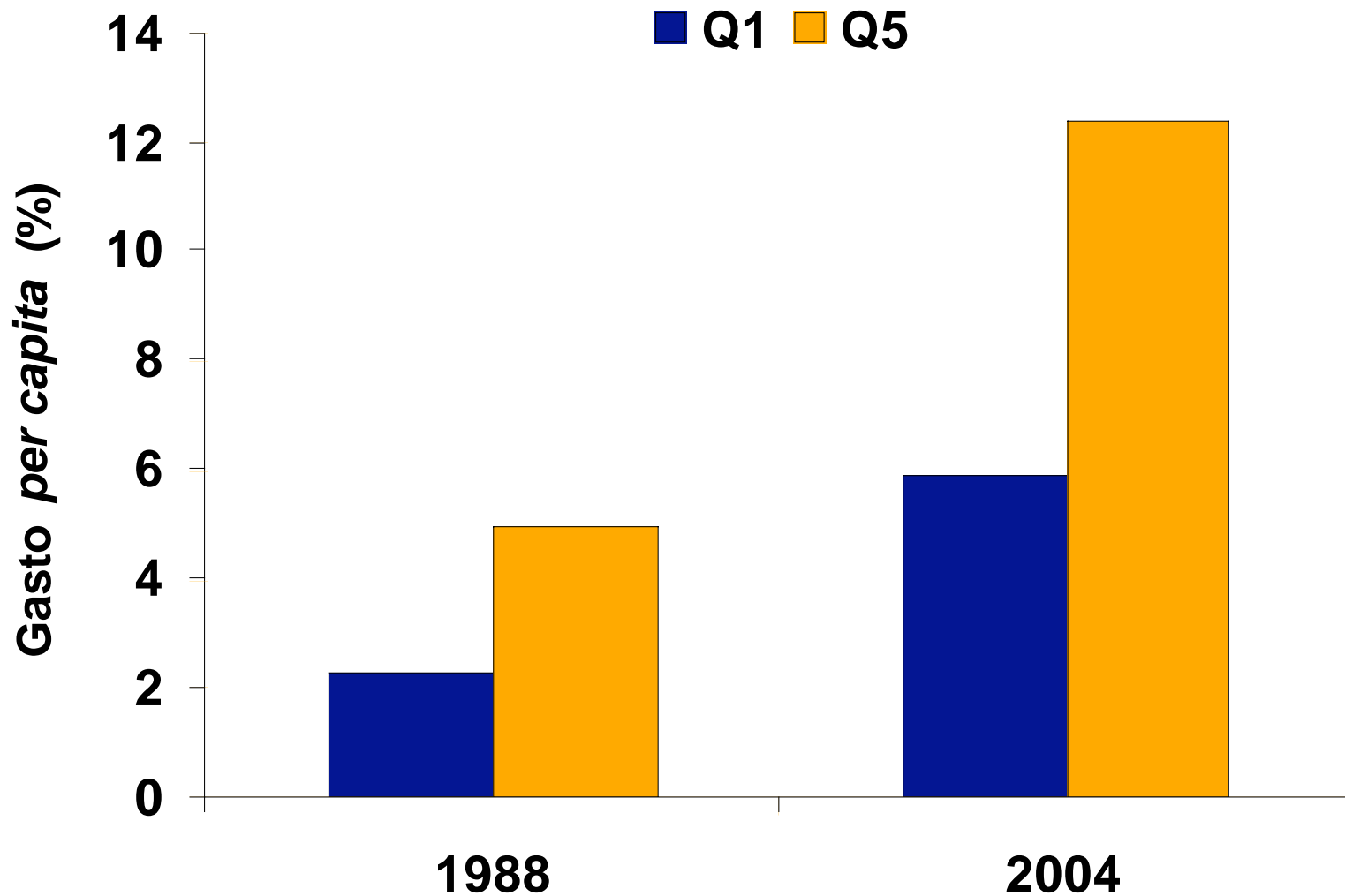
Porcentaje del gasto de consumo dedicado al rubro de recreación y cultura por tamaño del hogar.



Porcentaje del gasto de consumo dedicado al rubro de recreación y cultura por nivel de instrucción de la jefatura de hogar.



Gasto en recreación y cultura ENIG de 1988 y 2004



Conclusiones

- Las personas de zona rural gastan más dinero que las de zona urbana
 - solamente en los quintiles intermedios.
- Personas con casa propia pero que todavía la están pagando gastan más dinero.
- Gasto disminuye en las familias numerosas de zona urbana pero no de zona rural
- Gasto aumenta en función del nivel o grado de educación de la jefatura de hogar.
- Aumento modesto en gastos en recreación y cultura desde 1988
 - en los quintiles de menor y mayor ingreso.

Agradecimientos

