

Determinantes de la probabilidad de tener servicio doméstico en Colombia

Borrador número 269 Tenga en cuenta

La serie Borradores de Economía, de la Subgerencia de Estudios Económicos del Banco de la República, contribuye a la difusión y promoción de la investigación realizada por los empleados de la institución. Esta serie se encuentra indexada en Research Papers in Economics (RePEc).

En múltiples ocasiones estos trabajos han sido el resultado de la colaboración con personas de otras instituciones nacionales o internacionales. Los trabajos son de carácter provisional, las opiniones y posibles errores son responsabilidad exclusiva del autor y sus contenidos no comprometen al Banco de la República ni a su Junta Directiva.

Autor o Editor Luis Eduardo Arango, Carlos Esteban Posada Autores y/o editores Arango-Thomas, Luis Eduardo Posada-Posada, Carlos Esteban

Entre 1984 y 2002 se presentó una caída permanente en la proporción de hogares colombianos que utilizan personal asalariado para trabajo doméstico (“servicio doméstico”). Para estudiar este hecho utilizamos un modelo teórico de la decisión del hogar de tener o no tener servicio doméstico, y realizamos una estimación econométrica de tal probabilidad. Dicha probabilidad se ve afectada no sólo por las decisiones de demanda de los hogares sino también por las de oferta de las personas dedicadas a este oficio. Las variables explicativas del modelo son el nivel educativo del jefe del hogar en relación con el del servicio doméstico, el número de desempleados en el hogar, la riqueza del mismo y el número de personas que requieren cuidado (personas incapacitadas e inválidas, personas en la primera infancia y mayores de 80 años). Todas las variables son significativas a lo largo del período de estudio 1984-2002 y tienen el signo esperado. En materia de pronóstico el modelo se desempeña bien. La fuente de la información es el conjunto de todas las etapas de la Encuesta Nacional de Hogares y de la Encuesta Continua de Hogares para las siete mayores ciudades.