

Impacto de la crisis económica en los jefes de hogar: Área metropolitana de la ciudad de México

BERUMEN Y ASOCIADOS S.C.

Población de estudio

Los días 29 y 30 de noviembre de 1995, se levantó una encuesta en la vía pública de la ciudad de México (estaciones del Metro y paradas de transporte público, plazas y centros comerciales, tiendas de autoservicio, parques y plazas públicas) dirigida a los jefes de hogar masculinos entre 18 - 59 años de edad. Por cuestiones operativas y para facilitar el análisis de la información, el estudio se restringe a la población masculina. En total se "detuvieron" en la calle a 879 hombres adultos. De ellos, 189 no eran jefes de hogar, 88 si lo eran pero su edad estaba fuera del rango establecido, y 202 que siendo jefes de hogar con edad dentro del rango establecido rechazaron la entrevista.

Como resultado del operativo de campo se obtuvo un total de 400 entrevistas completas, cuya información se presenta en este documento. Como referencia, el perfil de los jefes de hogar entrevistados se presenta en el Cuadro 1. A continuación se presenta el análisis de las percepciones de los jefes de hogar entrevistados respecto a sus gastos, ahorros y endeudamiento.

Cuadro 1.

Cuadro 1

Distribución de los jefes de hogar según edad, educación, posición en el trabajo y nivel de ingresos

Características socioeconómicas	Distribución %	Características socioeconómicas	Distribución %
Edad		Escolaridad	
18-39	50	Hasta primaria	10
40-59	50	Hasta secundaria	17
Posición en la ocupación		Hasta preparatoria	24
Patrón/Prof. indep.	16	Más que preparatoria	49
Trab. por su cuenta	16	Ingresos	
Asalariado c/personal	19	Hasta 1,500	31
Asalariado s/personal	37	Entre 1,501 y 3,500	29
Otra actividad	6	Entre 3,501 y 7,500	23
Sin activ. económica	6	Más de 7,500	17
Total	100	Total	100

Percepciones respecto a los gastos de noviembre versus octubre de 1995

El gasto en "alimentos y bebidas preparados en casa" es el rubro en el que un mayor porcentaje de jefes de hogar perciben un **aumento**, que en este caso fue en cerca de 8 de cada 10 entrevistados. Le siguen en importancia los gastos en "vestido y calzado" y "consumo de luz" con porcentajes en ambos casos del 70%. El incremento promedio percibido de un mes a otro fue del 24%, 29%, y 18% respectivamente; con mayores percepciones de aumento en los niveles de ingresos medios y bajos. Muy de cerca les siguen los gastos en "mantenimiento normal del automóvil" (68%), "uso de teléfono" (64%) y "artículos para el aseo personal" (63%). Percibiendo aumentos promedio del 31%, 18% y 17% respectivamente. El gasto en "servicios médicos y medicamentos" donde un alto porcentaje de los entrevistados percibió un incremento (59%), también alcanzó el mayor porcentaje en cuanto a percepción de

aumento, el 31%. En todos los rubros en que se percibió un aumento, se aduce el mismo a "mayores precios" por los bienes y servicios adquiridos. Sólo en un rubro resalta el haber realizado un "gasto eventual" como razón del aumento en el gasto: el de "servicios médicos y medicamentos" (23%). En esta medición, excepto en el rubro de "alimentos y bebidas preparados en casa", los jefes con menores ingresos percibieron menores aumentos que los jefes en el mayor nivel de ingresos. Cuadros 2, 6 - 8.

Cuadro 2

Cuadro 2

Distribución de los jefes de hogar según cambios en el gasto de noviembre vs octubre de 1995

Rubro del gasto	% tienen ese gasto	Cambio en el gasto			Total
		Aumentó	Igual	Redujo	
Alimentos y bebidas preparados en casa	100	77	17	6	100
Alimentos y bebidas fuera de casa	76	55	17	28	100
Artículos para la limpieza del hogar	94	53	27	20	100
Mantenimiento normal de la vivienda	58	48	48	4	100
Utensilios domésticos y blancos	45	41	47	12	100
Vestido y calzado	86	70	12	18	100
Artículos para el aseo personal	95	63	21	16	100
Accesorios y efectos personales	52	57	24	19	100
Consumo de agua	87	42	55	3	100
Consumo de luz	96	70	24	6	100
Uso de teléfono	71	64	23	13	100
Servicios médicos y medicamentos	69	59	33	8	100
Transporte	91	44	52	4	100
Mantenimiento normal del automóvil	51	68	17	15	100
Diversiones, espectáculos y deportes	64	39	22	39	100
Educación	73	57	35	8	100

Cuadro 3.

Cuadro 3

Porcentaje de jefes de hogar que declararon reducción del gasto en noviembre vs octubre de 1995, según rangos de ingreso

Rubro del gasto	Rangos de ingreso				Total
	Hasta 1,500	1,501 a 3,500	3,501 a 7,500	Más de 7,500	
Alimentos y bebidas preparados en casa	8	9	4	-	6
Alimentos y bebidas fuera de casa	16	45	35	8	28
Artículos para la limpieza del hogar	17	33	18	-	20
Mantenimiento normal de la vivienda	8	7	-	-	4
Utensilios domésticos y blancos	19	19	8	-	12
Vestido y calzado	12	22	29	-	18
Artículos para el aseo personal	24	21	10	-	16
Accesorios y efectos personales	33	37	6	-	19
Consumo de agua	4	4	2	-	3
Consumo de luz	8	10	-	-	6
Uso de teléfono	12	21	12	2	13
Servicios médicos y medicamentos	4	12	13	-	8
Transporte	2	3	9	-	4
Mantenimiento normal del automóvil	8	30	18	-	15
Diversiones, espectáculos y deportes	32	60	47	13	39
Educación	7	13	10	-	8

Cuadro 4.

Cuadro 4

Reducción porcentual promedio del gasto de noviembre vs octubre de 1995, según rubro y rangos de ingreso

Rubro del gasto	Rangos de ingreso				Total
	Hasta 1,500	1,501 a 3,500	3,501 a 7,500	Más de 7,500	
Alimentos y bebidas preparados en casa	16	16	21	—	17
Alimentos y bebidas fuera de casa	19	30	25	43	28
Artículos para la limpieza del hogar	15	12	11	—	13
Mantenimiento normal de la vivienda	31	14	—	—	24
Utensilios domésticos y blancos	12	12	13	—	12
Vestido y calzado	20	18	15	—	17
Artículos para el aseo personal	14	13	14	—	13
Accesorios y efectos personales	16	10	8	—	12
Consumo de agua	23	11	20	—	18
Consumo de luz	19	12	—	—	15
Uso de teléfono	20	14	16	20	15
Servicios médicos y medicamentos	10	14	12	—	13
Transporte	20	9	9	—	11
Mantenimiento normal del automóvil	8	17	14	—	16
Diversiones, espectáculos y deportes	23	35	39	60	36
Educación	15	14	12	—	14

Los rumores de principios de noviembre y su secuela económica, no fueron suficientes para cambiar las tendencias positivas observadas en la medición anterior del IGH, e inducir un punto de inflexión contrario.

En cuanto a los conceptos en los que en mayor medida los jefes de hogar han percibido una **disminución en el gasto**, destaca como el más importante la asistencia a "diversiones, espectáculos y deportes", **dos** de cada **cinco** jefes entrevistados así lo manifestó. Le siguen en importancia el gasto por el consumo de "alimentos y bebidas fuera de casa", donde 3 de cada **10** jefes de hogar declaran una disminución de un mes a otro. Las reducciones promedio son del 36% y 28% respectivamente, y se concentran en los niveles de ingresos medios y altos.

Con porcentajes del **20%** y **19%** le siguen en frecuencia de menciones la compra de "artículos para la limpieza del hogar" y la adquisición de "accesorios y efectos personales". En estos casos la reducción promedio ha sido para cada concepto del 13% y 12%, y se encuentra altamente concentrada en el grupo de jefes que perciben ingresos medios bajos y bajos.

Se mantiene el incremento observado en el porcentaje de jefes que declaran gastos en cada rubro.

Si bien dentro del grupo de población que declaró disminuciones en el gasto la principal causa para reducirlo obedece a una disminución general en la compras, se detectan porcentajes importantes en algunos rubros donde la disminución es resultado de realizar la compra a través de ofertas o adquirir los productos en lugares más baratos, lo cual es consistente con anteriores mediciones del IGH en el sentido de que la actual situación del país está "enseñando" a gastar mejor. En este sentido resaltan las reducciones en la compra de los

"alimentos y bebidas preparados en casa" y de "artículos para el aseo personal", en los que alrededor de 1 de cada 2 entrevistados manifestaron haber reducido sus gastos por acudir a un punto de venta o servicio con ofertas o más barato. Con porcentajes un poco menores están los gastos en "accesorios y efectos personales" y en "artículos para la limpieza del hogar" en donde los porcentajes son del **38%** y **35%**.

A diferencia de las percepciones de aumento que están presentes en todos los niveles de ingreso para todos los rubros, las correspondientes a una reducción en el gasto prácticamente no están presentes en el nivel más alto de ingresos. **Cuadros 2 - 5.**

Cuadro 5.

Cuadro 5
Razones de la reducción en el gasto de noviembre vs octubre de 1995

Rubro del gasto	% que disminuyó el gasto	Razones de disminución en el gasto		Total
		Reducción general en las compras	Ofertas o compras en un lugar más barato	
Alimentos y bebidas preparados en casa	6	46	54	100
Alimentos y bebidas fuera de casa	28	95	5	100
Artículos para la limpieza del hogar	20	65	35	100
Mantenimiento normal de la vivienda	4	100	—	100
Utensilios domésticos y blancos	12	88	32	100
Vestido y calzado	18	81	19	100
Artículos para el aseo personal	16	57	43	100
Accesorios y efectos personales	19	62	38	100
Consumo de agua	3	100	—	100
Consumo de luz	6	95	5	100
Uso de teléfono	13	97	3	100
Servicios médicos y medicamentos	8	100	—	100
Transporte	4	83	17	100
Mantenimiento normal del automóvil	15	97	3	100
Diversiones, espectáculos y deportes	39	93	7	100
Educación	8	96	4	100

Al restringirnos al grupo de entrevistados que declararon **no** haber modificado el gasto en rubro durante el mes de noviembre, destacan como rubros con gastos estables los siguientes: el "consumo de agua", y el "transporte", declarado así por 1 de cada 2 jefes entrevistados. Le siguen en importancia los rubros de gastos "mantenimiento normal de la vivienda" y en "utensilios domésticos y blancos", con porcentajes del **48%** y **47%** respectivamente. En los cuatro rubros mencionados, son los jefes con los niveles de ingresos más altos los que en mayor porcentaje mantienen constante el gasto en estos rubros, excepción hecha para el "transporte" donde el porcentaje es mayor para los jefes con ingresos bajos.

Aumentó el porcentaje de jefes (**23%**) que declaran capacidad de ahorro, y el porcentaje que ahorran permanece en un nivel estable (17% del ingreso) similar a la de la medición anterior (**18%**).

Cuadro 6.

Cuadro 6

Porcentaje de jefes de hogar que declararon aumento del gasto en noviembre vs octubre, según rangos de ingreso

Rubro del gasto	Rangos de ingreso				Total
	Hasta 1,500	1,501 a 3,500	3,501 a 7,500	Más de 7,500	
Alimentos y bebidas preparados en casa	82	74	76	75	77
Alimentos y bebidas fuera de casa	66	45	47	68	55
Artículos para la limpieza del hogar	62	50	50	43	53
Mantenimiento normal de la vivienda	61	43	30	53	48
Utensilios domésticos y blancos	42	44	43	36	41
Vestido y calzado	75	61	62	95	70
Artículos para el aseo personal	67	63	64	55	63
Accesorios y efectos personales	58	44	58	68	57
Consumo de agua	41	41	42	44	42
Consumo de luz	64	72	76	64	70
Uso de teléfono	59	58	66	75	64
Servicios médicos y medicamentos	68	53	48	70	59
Transporte	38	37	54	56	44
Mantenimiento normal del automóvil	92	57	63	78	68
Diversiones, espectáculos y deportes	48	21	34	58	39
Educación	63	41	51	79	57

Cuadro 7.

Cuadro 7

Aumento porcentual promedio del gasto de noviembre vs octubre de 1995, según rubro y rangos de ingreso

Rubro del gasto	Rangos de ingreso				Total
	Hasta 1,500	1,501 a 3,500	3,501 a 7,500	Más de 7,500	
Alimentos y bebidas preparados en casa	29	21	21	21	24
Alimentos y bebidas fuera de casa	15	18	21	27	20
Artículos para la limpieza del hogar	15	18	19	21	17
Mantenimiento normal de la vivienda	17	26	29	26	23
Utensilios domésticos y blancos	15	25	22	24	21
Vestido y calzado	30	29	26	29	29
Artículos para el aseo personal	20	15	15	19	17
Accesorios y efectos personales	11	21	21	21	18
Consumo de agua	15	14	14	23	16
Consumo de luz	17	19	19	16	18
Uso de teléfono	17	16	18	20	18
Servicios médicos y medicamentos	29	30	29	35	31
Transporte	18	20	18	25	20
Mantenimiento normal del automóvil	30	33	26	35	31
Diversiones, espectáculos y deportes	15	18	27	27	22
Educación	23	22	24	30	25

Cuadro 8.

Cuadro 8

Razones del aumento en el gasto de noviembre vs octubre de 1995

Rubro del gasto	% que aumentó el gasto	Razones de aumento en el gasto			Total
		Mayores compras	Mayores precios	Gasto eventual	
Alimentos y bebidas preparados en casa	77	5	95	-	100
Alimentos y bebidas fuera de casa	55	5	89	6	100
Artículos para la limpieza del hogar	53	2	97	1	100
Mantenimiento normal de la vivienda	48	11	80	9	100
Utensilios domésticos y blancos	41	3	91	6	100
Vestido y calzado	70	9	82	9	100
Artículos para el aseo personal	63	1	99	-	100
Accesorios y efectos personales	57	6	94	-	100
Consumo de agua	42	1	98	1	100
Consumo de luz	70	6	93	1	100
Uso de teléfono	64	18	82	-	100
Servicios médicos y medicamentos	59	12	65	23	100
Transporte	44	4	95	1	100
Mantenimiento normal del automóvil	68	11	80	9	100
Diversiones, espectáculos y deportes	39	7	90	3	100
Educación	57	10	84	6	100

En general, los jefes de hogar entrevistados que tienen los ingresos más altos son los que en mayor medida han mantenido estable su gasto de un mes a otro. **Cuadro 9.**

Cuadro 9

Jefes de hogar que declararon no haber modificado el gasto de noviembre vs octubre de 1995, según rangos de ingreso

Rubro del gasto	Rangos de ingreso				Total
	Hasta 1,500	1,501 a 3,500	3,501 a 7,500	Más de 7,500	
Alimentos y bebidas preparados en casa	10	17	20	25	17
Alimentos y bebidas fuera de casa	18	10	19	23	17
Artículos para la limpieza del hogar	21	17	33	57	27
Mantenimiento normal de la vivienda	31	50	70	47	48
Utensilios domésticos y blancos	38	36	50	64	47
Vestido y calzado	13	17	9	5	12
Artículos para el aseo personal	9	16	26	45	21
Accesorios y efectos personales	10	19	36	32	24
Consumo de agua	55	55	56	56	55
Consumo de luz	27	17	24	36	24
Uso de teléfono	29	20	22	24	23
Servicios médicos y medicamentos	28	36	39	30	33
Transporte	60	60	37	44	52
Mantenimiento normal del automóvil	-	13	19	22	17
Diversiones, espectáculos y deportes	20	19	19	29	22
Educación	29	46	38	21	35

Con las reservas del caso, sigue siendo alentador el hecho de que, en términos generales, la tendencia manifestada en la medición anterior del **IGH**, en cuanto a que se mantiene el incremento en el número de jefes que declaran gasto en cada rubro.

Capacidad de ahorro que declaran los jefes de hogar

Los datos respecto a la capacidad de ahorro declarada por los jefes de hogar, nuevamente nos alientan en cuanto al toque de fondo del impacto de la crisis, al encontrar que el nivel declarado es mayor (24% para octubre y 23% para noviembre) que en la medición anterior del **IGH**, y sin una disminución sensible de un mes a otro. La capacidad de ahorro se concentra en jefes de hogar con mayor escolaridad, mayores ingresos, y cuya posición en la ocupación es la de patrón, profesionista independiente, o asalariado con personal a su cargo.

Aumentó
considerablemente el
porcentaje de jefes (**50%**)
que declara guardar su
ahorro en instrumentos
bancarios distintos de
cuentas de cheques y
ahorros.

Por otro lado, pareciera ser que el porcentaje del ingreso que los jefes declaran pueden ahorrar tiende a estabilizarse, actualmente en un porcentaje del 17% (la medición anterior del **IGH** arrojó un **18%**).

Por último, si se restringe la medición a los jefes de hogar que ahorran durante el mes de octubre, 7 de cada **10** jefes entrevistados declaran que pudieron mantener su capacidad de ahorro durante el mes de noviembre (en la medición anterior **8** de cada **10** pudieron hacerlo), con fuertes diferencias crecientes conforme aumenta el nivel de ingresos. **Cuadros 10 - 12.**

Cuadro 10

Cuadro 10

Porcentaje de jefes de hogar que ahorran según mes, y según características de los jefes

Características socioeconómicas	Ahorra en octubre de 1995	Ahorra en noviembre de 1995
Edad		
18-39	24	26
40-59	24	21
Escolaridad		
Hasta primaria	15	18
Hasta secundaria	18	9
Hasta preparatoria	18	17
Más que preparatoria	31	33
Ingresos		
Hasta 1,500	11	7
Entre 1,501 y 3,500	17	15
Entre 3,501 y 7,500	26	30
Más de 7,500	58	59
Posición en la ocupación		
Patrón/Prof. Indep.	40	38
Trab. por su cuenta	29	25
Asalariado c/personal	30	41
Asalariado s/personal	13	13
Otra actividad	36	12
Sin activ. económica	-	-
Total	24	23

Cuadro 11.

Cuadro 11

Ahorro promedio según mes, y según características de los jefes de hogar

Características socioeconómicas	% del ingreso que ahorra en octubre de 1995	% del ingreso que ahorra actualmente
Edad		
18-39	18	18
40-59	15	17
Escolaridad		
Hasta primaria	13	9
Hasta secundaria	14	25
Hasta preparatoria	19	23
Más que preparatoria	17	16
Ingresos		
Hasta 1,500	14	16
Entre 1,501 y 3,500	22	24
Entre 3,501 y 7,500	15	15
Más de 7,500	16	17
Posición en la ocupación		
Patrón/Prof. Indep.	17	18
Trab. por su cuenta	16	21
Asalariado c/personal	14	14
Asalariado s/personal	18	18
Otra actividad	22	13
Sin activ. económica	-	-
Total	17	17

Cuadro 12.

Cuadro 12

Porcentaje de jefes de hogar que ahorran en octubre de 1995, y que continuaban ahorrando en noviembre de 1995

Nivel de ingreso	Ahorra actualmente
Hasta 1,500	29
Entre 1,501 y 3,500	58
Entre 3,501 y 7,500	88
Más de 7,500	89
Total	74

A diferencia de mediciones anteriores del **IGH**, en esta ocasión la distribución según el lugar donde los jefes de hogar "guardan el ahorro", sigue un patrón diferente, se encontró que: el 7% lo guarda en una cuenta de cheques, el 17% en una cuenta de ahorros (valor estable comparable al de las dos últimas mediciones), el **50%** en otro tipo de cuenta bancaria (por primera vez en primer lugar y con mucho), y el 23% lo mantiene en casa. Por otra parte, el porcentaje de ingresos que declaran ahorrar es mayor para quienes lo guardan en "cuenta de cheques" o "en casa". **Cuadros 13 - 14.**

Cuadro 13.

Cuadro 13

Distribución de los jefes de hogar según lugar donde guarda el ahorro, y características del jefe

Características socioeconómicas	El ahorro lo guardó en:					Total
	Cuenta de cheques	Cuenta de ahorros	Otra cta. bancaria	Casa	Otro	
Edad						
18-39	8	24	40	28	-	100
40-59	5	10	61	17	7	100
Escolaridad						
Hasta primaria	-	14	-	86	-	100
Hasta secundaria	17	17	17	32	17	100
Hasta preparatoria	-	20	13	67	-	100
Más que preparatoria	8	17	67	5	3	100
Ingresos						
Hasta 1,500	-	11	-	89	-	100
Entre 1,501 y 3,500	18	24	6	52	-	100
Entre 3,501 y 7,500	7	26	52	11	4	100
Más de 7,500	3	10	79	3	5	100
Posición en la ocupación						
Patrón/Prof. Indep.	12	-	76	8	4	100
Trab. por su cuenta	-	20	20	60	-	100
Asalariado c/personal	3	33	51	13	-	100
Asalariado s/personal	11	16	36	32	5	100
Otra actividad	-	-	67	-	33	100
Total	7	17	50	23	3	100

Cuadro 14.

Cuadro 14

Ahoro promedio de los jefes de hogar que ahorraron en noviembre de 1995, según lugar donde lo guardan

Lugar donde guarda el ahorro	% del Ingreso que ahorra actualmente
En cuenta de cheques	22
En cuenta de ahorros	13
Otra cuenta bancaria	17
En casa	21
Otro	15
Total	17

Se observa un mejor récord en el pago puntual de las deudas, con una reducción en el porcentaje de ingresos asignados a ello.

Deudas que declaran los jefes de hogar

En lo que respecta a endeudamiento, 4 de cada 10 jefes de hogar se declara con algún tipo de deuda. A mayor escolaridad, nivel de ingresos y mejor posición en la ocupación, se aprecia un mayor porcentaje de jefes endeudados. **Cuadro 15.**

Cuadro 15.

Cuadro 15

Porcentaje de jefes de hogar que tienen deudas según características socioeconómicas

Características socioeconómicas	¿Tiene usted deudas?	
	Sí	No
Edad		
18-39	41	59
40-59	42	58
Escolaridad		
Hasta primaria	13	87
Hasta secundaria	20	80
Hasta preparatoria	32	68
Más que preparatoria	58	42
Ingresos		
Hasta 1,500	23	77
Entre 1,501 y 3,500	41	59
Entre 3,501 y 7,500	58	42
Más de 7,500	53	47
Posición en la ocupación		
Patrón/Prof. Indep.	58	42
Trab. por su cuenta	25	75
Asalariado c/personal	51	49
Asalariado s/personal	35	65
Otra actividad	48	52
Sin activ. económica	41	59
Total	41	59

En promedio, los jefes entrevistados declaran que para amortizar sus deudas destinan el 17% de sus ingresos; lo que marca un cambio en la tendencia, después del alza registrada en la medición anterior del **IGH**, cuando llegó a un **20%**. Los jefes con mayores ingresos destinan 1 de cada 4 pesos de ingreso al pago de sus deudas.

Cuadro 16.

Cuadro 16

Ingresos destinados al pago de deudas según características socioeconómicas de los jefes de hogar

Características socioeconómicas	% del Ingreso que destina a pagos	Características socioeconómicas	% del Ingreso que destina a pagos
Edad		Escolaridad	
18-39	17	Hasta primaria	9
40-59	17	Hasta secundaria	20
Posición en la ocupación		Hasta preparatoria	16
Patrón/Prof. Indep.	23	Más que preparatoria	18
Trab. por su cuenta	14	Ingresos	
Asalariado c/personal	21	Hasta 1,500	12
Asalariado s/personal	14	Entre 1,501 y 3,500	14
Otra actividad	15	Entre 3,501 y 7,500	17
Sin activ. económica	2	Más de 7,500	26
Total	17	Total	17

Pasando al tipo de deuda que declaran los jefes de hogar, con mucho el tipo de deuda más común es la de tarjeta de crédito, 3 de cada 4 jefes de hogar la mencionaron. Le siguen en importancia las deudas de créditos hipotecarios y las de carácter personal o de parientes, con porcentajes similares del **16%**. El tipo de crédito mencionado con menor frecuencia es el crédito de automóvil, con un **13%**.

El comportamiento que sigue el tipo de deuda más común, que es el de tarjeta de crédito, muestra que a mayor escolaridad, mayor edad y en general, mayores ingresos, es mayor el porcentaje de endeudados. Por su parte el crédito de automóviles es más frecuente en jefes con mayor escolaridad, y mayores ingresos. Esto mismo es cierto para el crédito hipotecario. Para las deudas personales, el patrón se invierte. **Cuadro 17.**

Cuadro 17.

Cuadro 17

Porcentaje de jefes de hogar que tienen deudas según tipo de deuda y características socioeconómicas					
Características socioeconómicas	Tipo de deuda				
	Tarjeta	Automóvil	Hipotecario	Personal pariente	Otro
Edad					
18-39	70	12	14	22	1
40-59	79	13	19	11	1
Escolaridad					
Hasta primaria	40	—	—	80	—
Hasta secundaria	54	8	8	31	8
Hasta preparatoria	55	3	19	29	3
Más que preparatoria	83	17	18	9	—
Ingresos					
Hasta 1,500	57	—	4	36	4
Entre 1,501 y 3,500	77	2	13	19	—
Entre 3,501 y 7,500	85	19	13	8	2
Más de 7,500	69	29	37	11	—
Posición en la ocupación					
Patrón/Prof. Indep.	79	26	32	13	—
Trab. por su cuenta	50	—	25	31	—
Asalariado c/personal	79	18	21	3	3
Asalariado s/personal	73	2	2	23	2
Otra actividad	75	25	17	25	—
Sin activ. económica	89	—	—	11	—
Total	75	13	16	16	1

Al indagar el cumplimiento de las obligaciones de pago de las distintas deudas, para las de tarjetas de crédito, compra de automóvil y créditos hipotecarios u otros bancarios, el porcentaje de jefes que pagó puntualmente es mayor en todos los casos a la medición anterior del IGH: el 74% para deudas de tarjeta de crédito, el 90% para las de automóvil y el 74% para las hipotecarias y otras bancarias. Los jefes con deudas personales en esta medición se vieron más cumplidores, ya que mejoraron su puntualidad de pago en 20 puntos porcentuales de un mes a otro, al pasar de un 30% a un 50% de octubre a noviembre. **Cuadro 18.**

Cuadro 18.

Porcentaje de jefes de hogar que tienen deudas según si hicieron sus pagos en octubre y noviembre de 1995		
Tipo de deuda	Hizo sus pagos en	
	¿octubre?	¿noviembre?
Tarjeta	77	74
Automóvil	90	90
Hipotecario u otro bancario	74	74
Personal, pariente, amigo	30	50
Otro	100	50

Pérdida del empleo en el hogar

La permanencia en el empleo es un indicador que nos proporciona un conocimiento adicional acerca de la manera en que el entorno económico afecta a los hogares. Para medirlo a través del IGH, se pregunta al jefe de hogar sobre el número de miembros de su hogar que tenían trabajo durante el mes previo a la entrevista (octubre), y que lo perdieron durante el mes de la entrevista (noviembre). Se mantiene la proporción observada en las dos mediciones anteriores del IGH: 1 de cada 5 jefes con al menos un miembro de su hogar

que perdió el empleo de un mes a otro. En el **6%** de los casos fueron 2 los miembros del hogar que perdieron el empleo, mientras que en el **16%** de las viviendas fue sólo **un** miembro el que lo perdió. **Cuadro 19.**

Cuadro 19.

Cuadro 19	
Jefes de hogar según número de miembros del hogar empleados en octubre, que perdieron su empleo en noviembre de 1995	
Número de miembros del hogar ocupados en octubre, que perdieron su empleo en noviembre	Distribución %
Ninguno	77
Uno	16
Dos	6
Tres y más	1
Total	100

Cuadro 20

Cuadro 20							
Distribución porcentual de los jefes de hogar asalariados según si van a recibir aguinaldo							
Características socioeconómicas	¿Va a recibir aguinaldo?						Total
	Ya lo recibió	La 1ª quincena de dic.	La 2ª quincena de dic.	No sabe cuándo	No	No sabe	
Edad							
18-39	11	28	20	22	8	11	100
40-59	7	40	13	26	5	9	100
Escolaridad							
Hasta primaria	—	19	6	19	31	25	100
Hasta secundaria	3	28	13	34	9	13	100
Hasta preparatoria	2	43	20	14	8	14	100
Más que preparatoria	17	30	18	27	3	6	100
Ingresos							
Hasta 1,500	1	32	16	19	15	16	100
Entre 1,501 y 3,500	4	35	28	21	4	9	100
Entre 3,501 y 7,500	14	29	8	39	6	4	100
Más de 7,500	35	35	4	15	—	12	100
Total	9	33	17	24	7	10	100

Aguinaldo

Por la época del año, y el interés que ha recibido en las cúpulas empresariales y sindicales, se preguntó a los jefes de hogar asalariados si recibirían aguinaldo este año. Para los que respondieron que sí, se indagó si ya lo habían recibido o si conocían la fecha en que esperan recibirlo. Como resultado se obtuvo que en el 7% de los casos declaran que ya saben que no van a recibirlo, un 10% adicional aún no saben si lo recibirán. Los jefes de hogar que conforman este grupo se concentran en aquellos que tienen escolaridad baja y también bajos ingresos.

Por otra parte, un 9% manifiesta ya haberlo recibido, 1 de cada 3 mencionó que lo recibirá la primera quincena de diciembre, 1 de cada 6 que lo recibirá en la segunda quincena de diciembre, y 1 de cada 4 sabe que lo recibirá, pero no sabe cuándo.