

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

BERUMEN Y ASOCIADOS S.C.

Los días 28 y 29 de febrero de 1996, se levantó una encuesta en la vía pública de la ciudad de México (estaciones del metro, 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 870 hombres adultos. De ellos, 175 no eran jefes de hogar, 115 sí lo eran pero su edad estaba fuera del rango establecido, y 180 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.

Los resultados se muestran en contraste con los del último trimestre de 1995, denotado por T4. Los datos de T4 se obtienen del procesamiento conjunto de las tres observaciones mensuales respectivas (1,200 jefes de hogar entrevistados), por lo que reflejan el "comportamiento promedio" en el trimestre T4 de los indicadores mensuales respectivos.

### Percepciones respecto al gasto de febrero versus enero de 1996 y T4

Durante febrero de 1996, continúa siendo menor el porcentaje de jefes de hogar que declaran gasto en cada uno de los rubros con relación al observado en T4. En el rubro de "utensilios domésticos", el porcentaje de jefes de hogar que declararon gasto en T4 fue de 54%, en enero disminuyó a 38% y en febrero se redujo a un 19%; en "vestido y calzado" se observó una tendencia similar al pasar de un 90% de jefes que gastaban en T4 a porcentajes del 77% y 49%, para enero y febrero de 1996 respectivamente; lo mismo ocurre en el rubro de "accesorios y efectos personales" y, en menor medida, en otros 7 rubros del gasto.

La distribución del número de rubros en que declaran gasto los jefes de hogar, también continúa deteriorándose, dado que al 31 % de los jefes de hogar les alcanzó para gastar en al menos 11 rubros, mientras que en la medición anterior del IGH este porcentaje era del 41 % y en T4 del 77%.

Las percepciones de aumento en los gastos de febrero con respecto a las de enero y T4, se presentan en un porcentaje mayor de jefes en los rubros de "servicios médicos" (74%) y "diversiones, espectáculos y deportes" (45%), con incrementos promedio percibidos en febrero versus enero del 27% y 37% respectivamente. En los dos grupos de jefes con niveles más bajos de ingreso son mayores los porcentajes de jefes que perciben aumento. Sin embargo, los jefes con el nivel de ingreso más alto que declararon aumento, percibieron incrementos promedio mayores.

De los dos rubros en que una mayor proporción de jefes percibió un aumento en febrero ("servicios médicos" y "diversiones, espectáculos y deportes"), en el primer caso es mayor el porcentaje de jefes que aduce el mismo a "mayores compras", y en el segundo a "mayores precios" por el bien o servicio adquirido.

Cada vez es menor el porcentaje de jefes que declaran una disminución en el gasto en cada uno de los rubros. En febrero, el rubro de "alimentos y bebidas preparados fuera de casa" fue en el que un mayor porcentaje de jefes de hogar declaró una reducción en su gasto de febrero versus enero con un 9% de los jefes declarando una reducción promedio del 11%; en enero el porcentaje era de 14% de los jefes con una reducción del 32%. En este caso, la reducción se atribuye, en mucho mayor medida a la "reducción de compra" del bien o servicio que a comprar en un lugar más barato. En contraste, en la ciudad de Monterrey se aprecia que en 7 rubros se incrementó el porcentaje de jefes que declaran disminución en el gasto de febrero con respecto a enero.

En general, los jefes de hogar que disminuyeron su gasto se concentran en los niveles bajos de ingresos.

El grupo de jefes entrevistados que declararon no haber modificado el gasto en cada rubro durante el mes de febrero se incrementó en la mayoría de los rubros respecto a enero. Sin embargo, en enero el rubro más estable era el de "accesorios y efectos personales", con 72% de jefes que así lo aseveraban; mientras que en febrero el gasto más estable fue el de "transporte" con 82% de los jefes que declararon gastar lo mismo que el mes anterior. Los porcentajes de jefes con gastos estables, son en general mayores para los niveles de ingreso alto, pero concretamente en el gasto más estable de febrero que es "transporte" sólo alcanza un 47% para el grupo de jefes de mayor nivel de ingreso, contra porcentajes entre 85% - 90% en niveles de ingreso menores.

Para ilustrar más claramente la "evolución del monto del gasto" en cada rubro, se construyó un indicador que muestra la percepción de los jefes de hogar sobre el aumento del gasto y su magnitud entre el mes anterior y el presente.

Si el valor del indicador es mayor a la unidad significa que, en promedio los jefes de hogar sí percibieron aumento en el gasto dedicado al rubro y la magnitud proporcional de aumento se da en las tres cifras decimales. Si el valor es menor a la unidad, en promedio los jefes de hogar sí percibieron disminución en el gasto dedicado al rubro y el valor proporcional de la disminución es igual a  $(1 - \text{el valor del Indicador})$ . Cuando el valor del indicador es la unidad, significa que en promedio los jefes de hogar consideraron que su gasto fue estable en el rubro.

En la construcción de este indicador se examinan en conjunto a todos los jefes de hogar que sí gastan en cada rubro (tanto los que declaran aumento, disminución, o estabilidad en el gasto). El periodo de referencia del cambio que mide el indicador es siempre relativo al mes anterior.

Desde la perspectiva de los jefes de hogar que sí gastan, analizados en conjunto, los valores del indicador muestran que en ningún rubro percibieron una disminución de su gasto, ya que todos los valores son mayores a la unidad. Las percepciones de aumento en su gasto de enero

a febrero de 1996, van desde un 5.1% para "transporte" hasta un 22.6% para el rubro de "vestido y calzado".

El indicador global de la "evolución del monto del gasto" considera al conjunto de los 16 rubros del gasto, de acuerdo a la percepción de los jefes entrevistados, y los sintetiza sumándolos de manera ponderada. Para dar el peso que corresponde a cada rubro, se tomaron los ponderadores del gasto de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares de 1992 (ENIGH-1992) levantada por el INEGI.

El indicador global (suma ponderada con pesos de la ENIGH-1992), da como resultado un aumento general del gasto percibido en un 11.5% para febrero de 1996. La magnitud de este incremento es mayor que la reflejada por el IGH-ciudad de Monterrey con un aumento percibido del 4.8% para el mismo mes y que la del IGH-ciudad de Guadalajara que registró un incremento del 3.4%.

Con el objeto de reflejar el comportamiento de las ventas a los hogares de la ciudad de México, en términos de saber si se está vendiendo más o menos en febrero que en T3 (se tomó el tercer trimestre de 1995 como el trimestre de referencia debido a que, de acuerdo a indicadores del INEGI, del propio IGH y de otras fuentes, la impresión es que la crisis "tocó fondo" en ese trimestre), se construyó un indicador que usa la información de los jefes de hogar, pero que se interpreta desde la perspectiva de quienes ofertan bienes y servicios. Para ello, se tomó como base el porcentaje promedio de jefes que declaran gasto en cada rubro en T3 y a partir de allí se considera el incremento o disminución del porcentaje de jefes de hogar que gastan en cada rubro en el mes de referencia, así como el patrón de gasto de los jefes que dedican parte de su ingreso a cada rubro en el mes en cuestión (patrón que describe el primer índice mencionado).

Al tomar en cuenta los dos aspectos señalados, se está considerando si los jefes de hogar están gastando más o menos que en T3 en la "compra" de bienes y servicios de cada rubro o, visto desde el otro lado del espectro, si los "vendedores" de bienes y servicios de cada rubro están teniendo un monto mayor de ventas que en T3. Además, se calcula un indicador global para la suma ponderada de todos los rubros utilizando los pesos de la ENIGH-92.

De esta manera, el valor del indicador para T3 es igual a 1 debido a que es el punto de referencia, para febrero, si el indicador es igual a 1 significa que, en promedio, el monto de las ventas de quienes ofertan bienes y servicios de un rubro en específico es aproximadamente igual al que tenían en T3. Si el valor del indicador es mayor a la unidad significa que, en promedio dicho monto ha aumentado con respecto a T3 en una magnitud proporcional a las tres cifras decimales. Si el valor es menor a 1, en promedio las ventas han disminuido, y la disminución es proporcional a  $(1 - \text{el valor del Indicador})$ .

En la construcción de este indicador se examinan en conjunto a todos los jefes de hogar (tanto los que declaran gasto como los que no lo hacen). Este indicador muestra una contracción en 13 de los 16 rubros con respecto a T3, y varía desde 0.420 para "utensilios domésticos" (el monto de las ventas de artículos de este rubro se redujeron en 58 puntos porcentuales con respecto a T3), hasta 1.107 en el rubro de "alimentos y bebidas preparados en casa" (el monto de las ventas en este rubro se incrementaron en un 10.7% con respecto a T3). El valor del indicador global del monto de ventas de bienes y servicios es de 0.958, por lo que ha habido una contrac-

ción de 4.2% con respecto a T3 en la venta de bienes y servicios en general. El valor de este índice es también inferior al de enero (1.065).

El resultado de los 2 indicadores descritos señala que los jefes de hogar tienen que aumentar su gasto para poder seguir adquiriendo bienes y servicios y al mismo tiempo, quienes "ofertan" los mismos están reduciendo sus ventas.

A partir del segundo trimestre de 1996 se integrará al análisis del IGH, información de los jefes de hogar que, habiendo gastado en algún rubro en el mes anterior a la entrevista, no gastaron en el mes de referencia; es decir, se incorporan los jefes de hogar que eliminaron su gasto de un mes a otro (reducciones al 100% debidas a una reducción en las "compras" de bienes o servicios). Lo anterior permitirá mejorar estimaciones donde estén involucrados los jefes de hogar que disminuyeron su gasto de un mes a otro, así como la construcción de nuevos indicadores.

#### Capacidad de ahorro en febrero

El comportamiento que empieza a mostrar una ligera recuperación es la capacidad de ahorro entre los jefes de hogar; aunque esta capacidad no alcanza los niveles que tenía en T4, los porcentajes de ahorradores son mayores que los encontrados en enero de 1996. El incremento en la capacidad de ahorro se da para los jefes de mayor escolaridad y mayor nivel de ingresos.

Sin embargo, el porcentaje promedio de los ingresos que declararon ahorrar en febrero (11%) es menor que en enero (18%) y que el promedio para T4 (20%).

El porcentaje de jefes que declararon conservar su capacidad de ahorro de un mes a otro (66%) mostró una recuperación con respecto a enero (36%), aunque sigue siendo ligeramente menor al promedio de T4 (69%). El único grupo de jefes en que este porcentaje es mayor al de T4 es el de ingresos más bajos. En contraste, en la ciudad de Guadalajara el porcentaje de jefes que conservaron su capacidad de ahorro de enero a febrero de 1996 aumentó de 69% para T4 a 74% para febrero, si bien en enero se registró un ligero descenso a 67%.

Sigue predominando el guardar los ahorros en una cuenta bancaria (37%) distinta a cheques o ahorros, siendo mayor para el nivel de ingresos más alto (57%) y para escolaridades avanzadas (50%).

#### Las deudas y los jefes de hogar

El porcentaje de jefes de hogar que en febrero manifestó tener alguna deuda sigue decreciendo. El porcentaje de endeudados en febrero fue de 35%, en enero y T4 fue de 36% y 45% respectivamente.

Por otra parte, las características socioeconómicas están siendo menos diferenciales entre el porcentaje de jefes que se declaran endeudados. Los que permanecen endeudados en febrero,

destinan porcentajes menores de su ingreso al pago de sus deudas (en promedio 9°Ic) comparado con el porcentaje que destinaban en enero (11 %).

Siguen dominando las deudas debidas a tarjetas de crédito, con un 51% de los jefes entrevistados que declaran tenerlas. Otro tipo de deudas, como créditos hipotecarios y derivados de la compra de automóvil mostraron disminución, de enero y T4 a febrero, en el porcentaje de jefes que afirmaron tenerlas. Cabe destacar que, solamente para deudas de tarjeta de crédito y de crédito hipotecario aumentó el porcentaje de jefes que declaran haberlas pagado puntualmente en el mes de febrero, respecto a T4: del 81% al 82% en pagos de tarjeta de crédito y del 70% al 87% en pagos de hipoteca u otro bien.

Los préstamos personales de parientes y amigos son el tipo de deuda en el que sigue a la baja el número de jefes de hogar que hicieron sus pagos durante febrero con respecto a enero.

### Pérdida del empleo en el hogar

En febrero se observa nuevamente una disminución del porcentaje de jefes que declararon que alguno de los miembros de su hogar que tenían trabajo durante el mes anterior a la entrevista (enero), lo perdieron durante el mes de la misma (febrero).

### Distribución de los jefes de hogar según cambios en el gasto de febrero 96 vs enero 96

Rubro del gasto	% tienen ese gasto	Cambio en el gasto			Total
		Aumentó	Igual	Redujo	
Alimentos beb: en casa	100	44	54	2	100
Alimentos fuera de casa	63	47	44	9	100
Limpieza del hogar	88	28	67	5	100
Renta y/o mant. vivienda	53	31	68	1	100
Utensilios domésticos	19	44	56		100
Vestido y calzado	49	68	27	5	100
Artículos para el aseo personal	90	32	63	5	100
Accesorios personales	29	51	49		100
Consumo de agua	57	40	59	1	100
Consumo de luz	80	59	40	1	100
Uso de teléfono	54	58	41	1	100
Servicios médicos	33	74	22	4	100
Transporte	78	17	82	1	100
Mantenimiento del automóvil	40	51	48	1	100
Diversiones y deportes	48	45	51	4	100
Educación	55	39	59	2	100

### Porcentaje de jefes de hogar que declararon reducción del gasto en febrero 96 vs enero 96

Porcentaje de jefes de hogar que declararon reducción del gasto en febrero 96 vs enero 96					
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 beb. en casa	5	2	2		2
Alimentos fuera de casa	14	16	2	4	9
Limpieza del hogar	9	4			5
Renta y/o mant. vivienda	6				1
Utensilios domésticos					
Vestido y calzado	10	8	5	1	5
Artículos para el aseo personal	8	7	4		5
Accesorios personales					
Consumo de agua		2	4		1
Consumo de luz	1		3		1
Uso de teléfono		4	3		1
Servicios médicos		14			4
Transporte		1			1
Mantenimiento del automóvil	6	4			1
Diversiones y deportes	14	5	3		4
Educación	4	5			2

## Índices febrero 1996

Índices febrero 1996		
Rubro del gasto	Índices	
	Aumento	Montos ventas
Alimentos beb. en casa	1.107	1.107
Alimentos fuera de casa	1.136	0.967
Limpieza del hogar	1.052	1.017
Renta y/o mant. vivienda	1.074	0.999
Utensilios domésticos	1.150	0.420
Vestido y calzado	1.226	0.724
Artículos para el aseo personal	1.053	1.019
Accesorios personales	1.219	0.589
Consumo de agua	1.075	0.730
Consumo de luz	1.100	0.917
Uso de teléfono	1.126	0.845
Servicios médicos	1.195	0.822
Transporte	1.051	0.966
Mantenimiento del automóvil	1.131	0.823
Diversiones y deportes	1.163	0.872
Educación	1.079	0.899
Total	1.115	0.958

Porcentaje de jefes de hogar que ahorran en febrero 1996 según características de los jefes

Porcentaje de jefes de hogar que ahorran en febrero 1996 según características de los jefes	
Rubro del gasto	Porcentaje que ahorra
<b>Edad</b>	
18-39	26
40-59	25
<b>Escolaridad</b>	
Hasta primaria	20
Hasta secundaria	18
Hasta preparatoria	12
Más que preparatoria	36
<b>Ingresos</b>	
Hasta 1,500	15
Entre 1,501 y 3,500	15
Entre 3,501 y 7,500	19
Más de 7,500	53
<b>Posición en la ocupación</b>	
Patrón/Prof. indep.	45
Trab. por su cuenta	18
Asalariado c/personal	27
Asalariado s/personal	21
Otra actividad	16
Sin activ. económica	13
<b>Total</b>	<b>25</b>

Jefes de hogar según número de miembros del hogar empleados en enero 96, que perdieron su empleo en febrero 96

Jefes de hogar según número de miembros del hogar empleados en enero 96, que perdieron su empleo en febrero 96	
Número de miembros del hogar ocupados en enero 96 que perdieron su empleo en febrero 96	Distribución %
<b>Ninguno</b>	
Hasta 1,500	78
Entre 1,501 y 3,500	88
Entre 3,501 y 7,500	84
Más de 7,500	94
<b>Uno</b>	
Hasta 1,500	16
Entre 1,501 y 3,500	12
Entre 3,501 y 7,500	12
Más de 7,500	5
<b>Dos</b>	
Hasta 1,500	5
Entre 1,501 y 3,500	2
Entre 3,501 y 7,500	4
Más de 7,500	
<b>Tres y más</b>	
Hasta 1,500	1
Entre 1,501 y 3,500	
Entre 3,501 y 7,500	
Más de 7,500	1