

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

BERUMEN Y ASOCIADOS, S.C.

Los días 29 y 30 de junio 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 y 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 884 hombres adultos. De ellos, 141 no eran jefes de hogar, 136 sí lo eran pero su edad estaba fuera del rango establecido. Hubo 207 que, siendo jefes de hogar con edades dentro del rango establecido, rechazaron ser entrevistados.

Como resultado del operativo de campo se obtuvo un total de 400 entrevistas completas, cuya información se presenta en este documento.

Los resultados de la observación de junio se muestran en contraste con los del primer trimestre de 1996, y se obtienen del procesamiento conjunto de las tres observaciones mensuales respectivas (1,200 jefes de hogar entrevistados), por lo tanto, reflejan el comportamiento promedio en el trimestre de los indicadores mensuales respectivos.

A continuación se presentan algunos resultados sobre las percepciones de los jefes de hogar entrevistados en junio, respecto a su gasto, ahorro, endeudamiento y condición de desempleo.

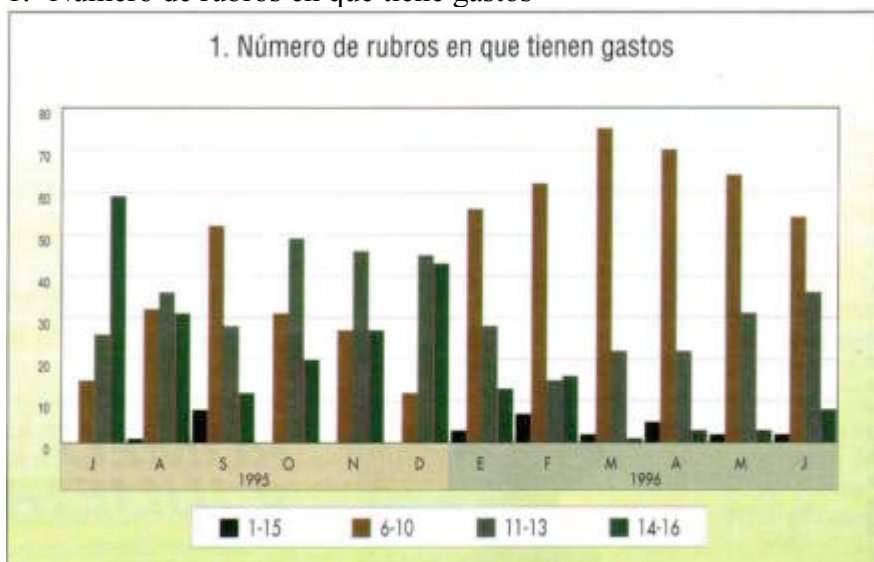
### Percepción respecto al gasto de junio, mayo y primer trimestre del presente año

El porcentaje de jefes de hogar que declaran gasto en junio es mayor en ocho rubros con relación a lo observado en la medición de mayo. Son cuatro los rubros en los que más del 80% de los jefes declararon gasto (además de alimentos y bebidas preparados en casa): 84% en artículos y servicios para el aseo personal; 87% en consumo de agua; 97% en consumo de luz y gas, y 90% en el rubro de transporte. A mayor nivel de ingresos de los jefes de hogar, mayor es el porcentaje que declara gasto en los distintos rubros.

Específicamente en el rubro de artículos y servicios para el aseo personal, el porcentaje que declara capacidad de gasto aumenta conforme el nivel de ingreso es mayor. Por el contrario, en el rubro de transporte, el porcentaje de jefes que gasta en este concepto desciende conforme aumenta el nivel de ingresos.

Continúa el incremento en el número de rubros en que declaran gastos los jefes de hogar, ya que al 44% les alcanzó para gastar en al menos 11 rubros en junio, mientras que en la medición anterior del IGH este porcentaje era del 34% y en abril del 25 por ciento. Gráfica

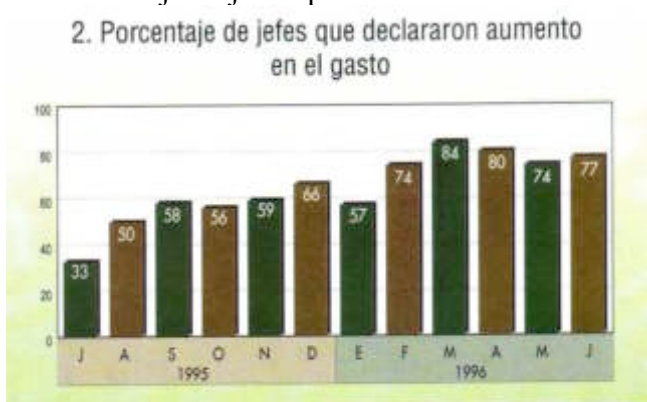
1.- Número de rubros en que tiene gastos



Destacan tres rubros en donde los jefes de hogar percibieron aumentos en junio: el 77% declaró mayor gasto en servicios médicos y medicamentos y percibieron un aumento porcentual promedio del 32%. El 74% declaró mayor gasto en cristalería y utensilios domésticos y blancos, percibiendo un incremento promedio del 20%. El 73% declaró un mayor gasto en vestido y calzado, percibiendo un aumento promedio del 26%. Por otro lado, el transporte sigue siendo el rubro en el que menos jefes manifestaron haber aumentado su gasto (18%) con un incremento promedio del 28%. Estos porcentajes son mayores a los registrados en la medición anterior, pues en mayo el 8% de los jefes declaró incremento en su gasto de transporte, con un aumento promedio percibido del 11 por ciento.

En los tres rubros en que una mayor proporción de jefes percibió un aumento en junio, el incremento se atribuyó principalmente a mayores compras. Gráfica 2.

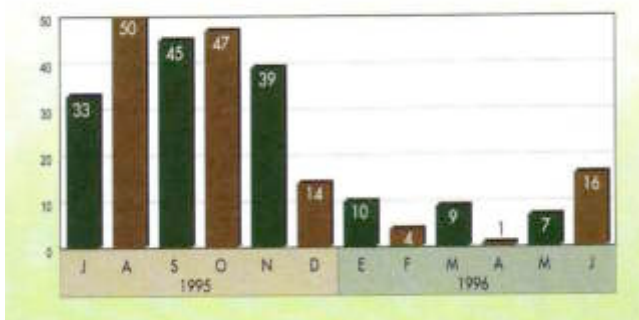
2.- Porcentaje de jefes que declararon aumento en el gasto



El porcentaje de jefes de hogar que declaran una disminución en su gasto en esta medición presenta un aumento significativo respecto al mes anterior en 9 rubros del gasto. Los rubros en que más jefes manifestaron reducción en el gasto son: artículos y servicios para el aseo personal donde un 13% de jefes lo declara y percibe una reducción del 17%; 11% en accesorios y efectos personales con una reducción promedio del 18%, y diversiones, espectáculos y deportes donde el 16% percibió una reducción del 25%. En el caso de accesorios y efectos personales la disminución se debió tanto a reducción en las compras, como a ofertas o compras más baratas; mientras que para los otros dos rubros, la principal razón fue una reducción general en las compras. Gráfica 3

### 3.- Porcentaje de jefes que declaran reducción en el gasto

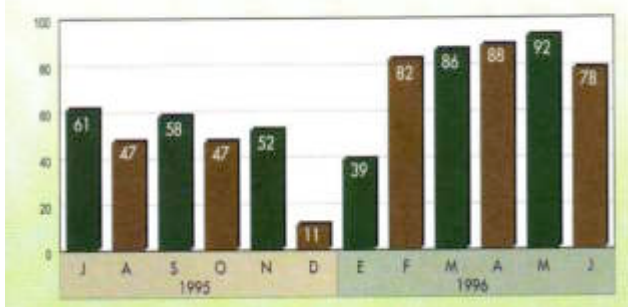
3. Porcentaje de jefes que declaran reducción en el gasto



El porcentaje de jefes de hogar que declararon no haber modificado el gasto en cada rubro durante el mes de junio disminuyó en ocho rubros respecto a la medición anterior del IGH y en 7 con respecto al primer trimestre del año. Los rubros en que hubo mayor estabilidad en el gasto fueron: renta y/o mantenimiento de la vivienda (77%); consumo de agua (74%); transporte (78%) y educación (72%). Estos cuatro rubros han venido estabilizándose desde principios de año, independientemente del nivel de ingresos de los jefes de hogar (ver "IGH Ciudad de México", Tendencias, julio 1995 y mayo 1996). Gráfica 4

### 4.- Porcentaje de jefes que declararon no haber modificado el gasto

4. Porcentaje de jefes que declararon no haber modificado el gasto



En 11 rubros del gasto, un mayor porcentaje de jefes del que señalaron haberlo reanudado, declaró haber eliminado su gasto en junio. Estos porcentajes varían desde un 1.3% para transporte, hasta un 24.0% para vestido y calzado. Entre los jefes de hogar de ingresos medios se observan mayores porcentajes de jefes que eliminaron su gasto en junio.

De acuerdo al índice de variación de flujos,' en 11 rubros del gasto hubo un retroceso, siendo mayor para los de cristalería y utensilios domésticos y blancos (-8.8%), vestido y calzado (-10.2%), y accesorios y efectos personales (-8.0%). El rubro que mostró una mayor reactivación del gasto fue consumo de agua (3.8%). Entre los jefes de hogar de mayores ingresos destaca el porcentaje de jefes que declara haber eliminado su gasto en el concepto de accesorios y efectos personales (-14.8%).

El índice de aumento percibido por los jefes de hogar se construyó para ilustrar más claramente la evolución del monto del gasto en cada rubro. Este indicador también muestra la magnitud del aumento entre el mes anterior y el presente. En la estimación de este indicador se examinan en conjunto todos los jefes de hogar que sí gastan en cada rubro, tanto los que declaran aumento, disminución o estabilidad en el gasto.

Los valores del indicador muestran que los jefes de hogar en conjunto percibieron un aumento en todos los rubros del gasto, ya que todos los valores son mayores a la unidad. Las percepciones de aumento en el gasto de mayo a junio de 1996, van desde un 2.4% para diversiones, espectáculos y deportes, hasta un 23.4% para servicios médicos y medicamentos. El indicador global (suma ponderada con pesos de la ENIGH-1992), da como resultado un aumento general del gasto percibido en un 7.6% para junio, porcentaje prácticamente igual al observado en mayo (7.4%). La mayor percepción de aumento global del gasto se presenta entre los jefes de ingresos medios (8.7%). Gráfica 5

##### 5.- Índice global de aumento en el gasto



Para contar con un indicador que mida si a los jefes de hogar se les está vendiendo más o menos en junio que en el tercer trimestre de 95, se usa la información de los jefes de hogar y se interpreta desde la perspectiva de quienes ofertan bienes y servicios. Al hacer este supuesto se está considerando si los vendedores de bienes y servicios de cada rubro están teniendo un monto mayor de ventas que en este tercer trimestre.

Este indicador muestra un incremento de ventas de 11 a 16 rubros con respecto al tercer trimestre de 95. El concepto de artículos y servicios para el aseo personal se considera igual a la unidad y varía desde 0.626 para cristalería, utensilios domésticos y blancos —el monto de las ventas de artículos de este rubro se redujo 37.4 puntos porcentuales con respecto al tercer trimestre del año pasado— hasta 1.583 en el rubro de renta y/o mantenimiento de la vivienda, el monto de las ventas en este rubro se incrementó en un 58.3% con respecto al tercer trimestre del año pasado.

El valor del indicador global del monto de ventas de bienes y servicios es de 1.103, lo que significa un incremento estimado en 10.3% con respecto al trimestre antes mencionado en la venta de bienes y servicios en general. Entre los rubros que muestran un mayor incremento de ventas se encuentran: uso de teléfono (27.5%), educación (35.1%) y el rubro ya mencionado de renta y/o mantenimiento normal de la vivienda. Este rubro muestra una ligera recuperación, independientemente del nivel de ingresos de los jefes de hogar, a partir de abril. Gráfica 6

#### 6.- Índice del monto de ventas en bienes y servicios



El mayor incremento de ventas se da entre los jefes que perciben ingresos de entre 1,501 y 3,500 pesos (20.2%).

De acuerdo a lo observado, a través de los dos indicadores, en junio, según las percepciones de los jefes de hogar, su gasto aumentó en una proporción similar al incremento declarado en la medición anterior (7.6% vs. 7.4%), al tiempo que aquellos que ofertan los bienes y servicios aumentan sus ventas con respecto al tercer trimestre de 1995.

#### Capacidad de ahorro en junio de 1996

En esta medición, el porcentaje de jefes de hogar que declara capacidad de ahorro muestra un descenso con respecto a la medición de mayo, si bien es ligeramente mayor al primer trimestre de 96. El porcentaje de jefes que ahorraron en junio descendió a 27% mientras que en mayo alcanzó su mayor nivel en lo que va del año (35%). No obstante lo anterior, los jefes cuyos ingresos fluctúan entre 1,501 y 3,500 pesos muestran una ligera

recuperación en su capacidad de ahorro a partir de abril (Ver "IGH-Ciudad de México", Tendencias, julio 1995 - mayo 1996). Los jefes que presentan en general mayor capacidad de ahorro son aquellos de mayor edad, mayor escolaridad y que cuentan con el mayor nivel de ingresos. Gráfica 7

#### 7.- Porcentaje de jefes de hogar que ahorran



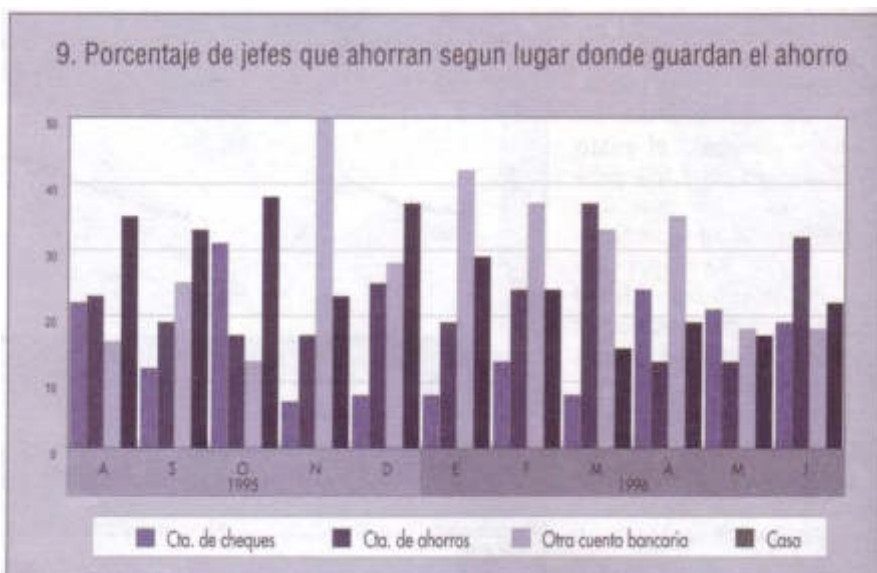
El porcentaje de jefes que declararon conservar su capacidad de ahorro de un mes a otro muestra una contracción al descender de 84% en mayo a 75% en junio, si bien se mantiene por arriba del primer trimestre de este año en 8 puntos porcentuales. Gráfica 8

#### 8.- Porcentaje de jefes que ahorraron el mes anterior a al entrevista y continúan ahorrando en el mes de referencia



En junio, los jefes de hogar prefirieron ahorrar en cuentas de ahorros (32%) con un depósito promedio del 8% de su ingreso. Este instrumento fue utilizado en mayor medida por los jefes de mayor edad. Gráfica 9

#### 9.- Porcentaje de jefes que ahorran según lugar donde guardan el ahorro



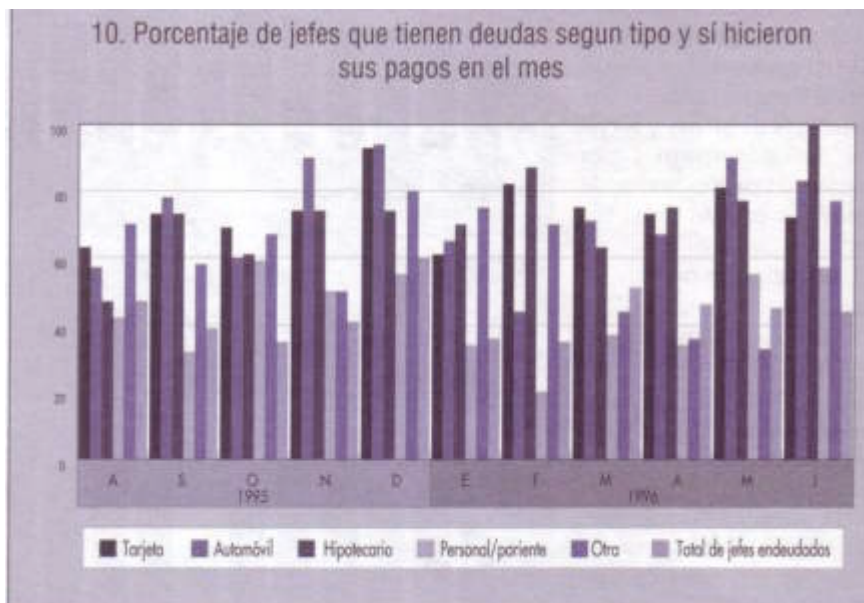
### Deudas de los jefes de hogar

El porcentaje de jefes de hogar que declara que tiene deudas en junio (44%) se encuentra en un nivel similar al de mayo (45%), y ligeramente superior al del primer trimestre (41%). La mayor proporción de jefes endeudados se presenta entre los más jóvenes, de mayor escolaridad y mayores niveles de ingreso.

A pesar de haberse reducido en 6 puntos porcentuales con respecto a mayo, la proporción de jefes endeudados con tarjetas de crédito es mayor a la proporción observada en cualquier otro tipo de deuda, un 46% de los jefes entrevistados declaran tenerlas. Las deudas por préstamos hipotecarios se redujeron de 15% en mayo a 7% en junio.

Disminuyó el porcentaje de jefes que declaran haber pagado puntualmente sus deudas de tarjeta de crédito de 81% en mayo a 72% en junio; en el crédito automotriz la disminución fue de 7 puntos porcentuales con respecto a mayo (90%). Se incrementó el porcentaje que pudo pagar puntualmente las deudas por crédito hipotecario y por préstamos personales de 77% en mayo a 100% en junio y de 33% a 77%, respectivamente. Gráfica 10

10.- Porcentaje de jefes que tienen deudas según tipo y si hicieron sus pagos en el mes.



### Pérdida del empleo en el hogar

El 17% de los jefes declaró que ellos o alguno de los miembros de su hogar, perdió en junio el empleo que en mayo todavía conservaba, porcentaje ligeramente menor al registrado en el primer trimestre del 96 (19%) e igual al de mayo. Los mayores porcentajes se manifiestan entre los jefes de menores ingresos.

### Búsqueda de empleo en el hogar

El 27% de los jefes de hogar declaró que ellos o alguno de los miembros de su hogar buscó empleo durante junio.

El porcentaje de miembros del hogar que encontraron empleo habiéndolo buscado aumentó de 24% en mayo a 29% en junio, los mayores porcentajes de aumento están en el grupo de jefes de hogar con ingresos medios.

1 Consultar definición e interpretación del índice en IGH-Ciudad de México, año 1, núm. 11.

2 Consultar definición e interpretación del índice en IGH-Ciudad de México, año 1, núm 8.