

Impacto de la crisis económica en los jefes de hogar

Area metropolitana de la Ciudad de México

La difusión de esta encuesta mensual es financiada a partir de este número por el Consejo Mexicano de la Industria de Productos de Consumo A. C.

BERUMEN Y ASOCIADOS, S.C.

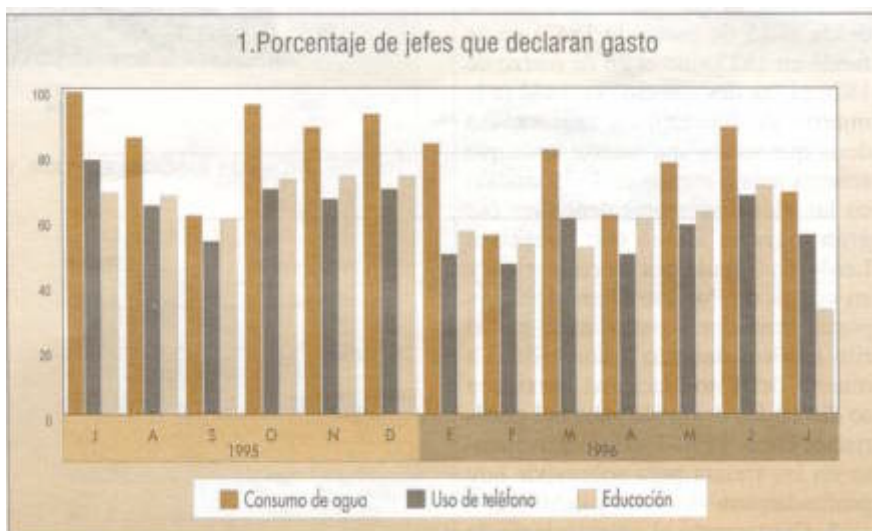
Los días 30 y 31 de julio de 1996, se levantó una encuesta en la vía pública de la Ciudad de México dirigida a los jefes de hogar masculinos de entre 18 y 59 años de edad. Para facilitar el análisis y la operatividad de la información se encuestaron en la calle 807 hombres adultos, de los cuales 153 no eran jefes de hogar, 62 sí lo eran pero su edad estaba fuera del rango establecido, y 192 siéndolo rechazaron la entrevista. Se obtuvo un total de 400 entrevistas completas.

Los resultados de este análisis se muestran en contraste con los del segundo trimestre de 1996 ($T_{2,96}$), obtenidos del procesamiento de las tres observaciones mensuales (1, 200 jefes de hogar entrevistados) y reflejan el comportamiento promedio en el segundo trimestre de los indicadores mensuales respectivos. A partir de esta edición se presentan los datos de manera ponderada de acuerdo con el nivel de ingresos reportado por la ENIGH - 1994.

Percepción de los jefes de hogar en julio vs. junio de 1996 y segundo trimestre del año

El porcentaje de jefes de hogar que declaran gasto en julio es sensiblemente menor en cuatro rubros, con respecto al $T_{2,96}$ y en 11 rubros con relación a lo observado en la medición de junio. De éstos destacan siete rubros: alimentos y bebidas fuera de casa, vestido y calzado, servicios médicos y medicamentos. El porcentaje de jefes de hogar que declaran gasto se redujo en 7 puntos porcentuales con respecto a junio (60, 42 y 31%, respectivamente); consumo de agua se redujo de 87% en junio a 68% en julio; uso de teléfono descende de manera similar de 73 a 55%; en gasolina y mantenimiento normal del automóvil el porcentaje se redujo 10 puntos con respecto a junio (45%); y educación se redujo de 70 a 32%, seguramente por el periodo vacacional. El único rubro en el que se manifiesta un incremento en el porcentaje de jefes que declaran gasto es artículos y servicios para el aseo personal, que aumentó 5 puntos con respecto a junio. A mayor nivel de ingresos de los jefes de hogar, mayor el porcentaje que declara gasto en los distintos rubros. Gráfica 1.

Gráfica 1. Porcentaje de jefes que declaran gasto



Se redujo el número de rubros, pues al 26% les alcanzó para gastar en al menos 11, mientras que en la medición anterior del IGH este porcentaje fue del 44% y en T_{2,96} del 25 por ciento. Gráfica 2.

Gráfica 2. Número de rubros en que tienen gasto



Se incrementó el porcentaje de jefes que declara un aumento importante en su gasto en seis rubros con respecto al segundo trimestre, y en ocho con respecto a junio. De éstos, tres fueron mencionados por más del 60% de los jefes de hogar: el 88% declaró mayor gasto en cristalería, utensilios domésticos y blancos, percibiendo un aumento porcentual promedio del 12 por ciento. El 66% declaró mayor gasto en accesorios y efectos personales, percibiendo un incremento promedio del 21 por ciento. El 65% declaró un mayor gasto en consumo de luz y gas, percibiendo un aumento promedio del 14 por ciento. Por otro lado, el transporte sigue siendo el rubro en el que menos jefes manifestaron haber aumentado su gasto (6%), siendo menor incluso que el registrado en junio (18%) y en T_{2,96} (11 por ciento). El incremento promedio para este concepto es de 17 por ciento. Gráfica 3.

Gráfica 3. Porcentaje que declaró aumento en el gasto



El rubro en que se percibió un mayor aumento porcentual promedio es servicios médicos y medicamentos, en el que un 78% de jefes declaró un aumento del 44 por ciento.

De los aumentos percibidos en tres rubros durante el mes de julio, dos se atribuyeron principalmente a mayores compras, mientras que uno se relacionó con incrementos del precio.

Quienes declaran una sensible disminución en su gasto de julio presentan incrementos con respecto al T2,96 en cinco rubros: 17% declara y percibe una reducción del 12% en artículos y servicios para la limpieza del hogar; 14% declaran una reducción promedio en artículos y servicios para el aseo personal de un 11 por ciento; 9% manifiesta una reducción promedio del transporte de 33 por ciento; el 14% percibió una reducción del 19% en diversiones, espectáculos y deportes; y 11% percibió una disminución del 34% en educación a consecuencia del periodo vacacional. En estos cinco rubros la disminución se debió principalmente a una reducción general en las compras.

El porcentaje que declaró no haber modificado el gasto de manera sustancial en cada rubro durante el mes de julio disminuyó en ocho rubros con respecto al segundo trimestre. Los rubros en que hubo mayor estabilidad en el gasto fueron: renta y/o mantenimiento normal de la vivienda (72 por ciento); consumo de agua (66 por ciento); y transporte (84 por ciento). Estos tres rubros han mostrado estabilidad desde principios de año, independientemente del nivel de ingreso de los jefes (ver "IGH-Ciudad de México", *Tendencias*, julio, 1995 y 1996).

A partir de esta edición se incluye información acerca del porcentaje de ingreso que dedican los jefes de hogar a cada rubro del gasto. El concepto al que se dedica una mayor proporción de ingreso es al de alimentos y bebidas preparados en casa (35.8 por ciento). Le siguen en magnitud: renta y/o mantenimiento normal de la vivienda (9.9%), consumo de luz y gas (7.3%) y transporte (6.0 por ciento). A mayor nivel de ingresos de los jefes de hogar, menor es la proporción que destinan a estos tres rubros, y aumenta para rubros como alimentos y bebidas fuera de casa, vestido y calzado, accesorios y efectos personales, diversiones, espectáculos y deportes y educación. Gráfica 4.

Gráfica 4. Porcentaje de ingreso que declaran destinan al rubro



Una proporción mayor declaró haber eliminado su gasto en julio en nueve rubros. Estos porcentajes varían desde un 2.3% para transporte hasta un 31.5% para educación.

De acuerdo con el índice de variación de flujos,¹ hubo un retroceso del gasto en nueve rubros, siendo mayor para vestido y calzado (-11.1%) y educación (-23.4 por ciento). Los rubros que mostraron una mayor reactivación del gasto fueron artículos y servicios para la limpieza del hogar (3.2%); artículos y servicios para el aseo personal (6.9%); consumo de luz y gas (2.4%); y diversiones, espectáculos y deportes (2.8 por ciento). Gráfica 5.

Gráfica 5. Índice de variación de flujos



Entre los jefes de hogar de menores ingresos se ve una reactivación de gasto en artículos y servicios para la limpieza del hogar (12.7%) y en artículos y servicios para el aseo personal (18.6 por ciento). Asimismo, los jefes de estos niveles presentan un retroceso de gasto en vestido y calzado (-16.7 por ciento). El retroceso en el gasto de educación se da en todos los niveles de ingreso, lo que refleja el respiro que dan a los jefes de hogar los meses de asueto.

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.² En la estimación de este indicador se examinan todos los jefes de hogar que sí gastan en cada rubro. A partir de este mes, la información trimestral se presenta como promedio del trimestre, inmediato anterior y no el acumulado de dicho trimestre como se venía realizando anteriormente. Esto se hace con el objeto de llevar a cabo una comparación más directa entre lo que sucedió en el trimestre anterior y el mes de referencia.

Los valores del indicador muestran que los jefes de hogar, en conjunto, percibieron un aumento en prácticamente todos los rubros del gasto, ya que a excepción de transporte (0.981), todos los valores son mayores a la unidad. Las percepciones de aumento en el gasto de junio a julio van desde un 2.7% en consumo de agua, hasta un 33.3% en servicios médicos y medicamentos. Este rubro ha presentado en los tres últimos meses el mayor índice de aumento: 18.7% en mayo y 23.4% en junio. El indicador global (suma ponderada con pesos de la ENIGH - 1994), da como resultado un aumento general del gasto percibido en 6.8% para julio, porcentaje ligeramente menor a los observados en junio (7.6%) y en $T_{2,96}$ (7.2 por ciento). La mayor percepción de aumento global del gasto se presenta entre los jefes de ingresos medios (7.8 y 8.6%, respectivamente). Gráfica 6.

Gráfica 6. Índice global de aumento en el gasto



A partir de este número se presenta el *índice de aumento en el monto de ventas de bienes y servicios*. Este nuevo índice se construye tomando como base la información que el entrevistado proporciona sobre su gasto en el mes actual y en el mes anterior, y toma en consideración información sobre el porcentaje de ingresos que destinan todos los jefes de hogar a cada rubro del gasto –para los que no gastan en el rubro se asume que dedican el 0% de su ingreso–, así como los hábitos de compra de los jefes de un mes a otro. A partir de esta información se calcula el monto de gasto de los jefes, tanto para el mes anterior a la entrevista como para el mes de referencia que, desde la perspectiva de quienes ofertan bienes y servicios, se traduce en el monto de ventas del mes de observación y el monto de ventas del mes anterior. La diferencia entre ambos da el índice de aumento en el monto de ventas de bienes y servicios. Este indicador sustituye al índice del monto de ventas de bienes y servicios, ya que en general trata de medir lo mismo, con la diferencia de que incorpora mayor información, lo que lo hace más preciso. La comparación la realiza con respecto al mes anterior, como el resto de los indicadores del IGH y no con respecto a un trimestre base, como lo hacía el índice anterior. Si el índice es negativo significa que el monto de ventas es menor con respecto al mes anterior, si es positivo, quiere decir que hubo mayores ventas en el presente mes, y si es nulo quiere decir que no hubo cambios entre el mes de observación y el anterior.

La información en las gráficas se presenta en forma de barras para el $T_{2,96}$ y su cifra respectiva se presenta por debajo del eje de la gráfica. La información del mes se presenta en forma de línea, y la cifra correspondiente se presenta por encima de la misma. Este indicador muestra un incremento de ventas en julio en nueve de los 16 rubros –para cristalería, utensilios domésticos y blancos; accesorios y efectos personales, uso de teléfono y educación se considera nulo el índice– y varía desde 0.154 para gasolina y mantenimiento normal del automóvil, hasta 1.506 en el rubro de alimentos y bebidas preparados en casa; dedican ahora un 1.5% de su ingreso de manera adicional a este concepto con respecto al mes anterior. Por otro lado, el rubro de transporte muestra una contracción de ventas, ya el mes anterior los jefes le dedicaron un 1% más de su ingreso. El valor global del índice de aumento en el monto de ventas de bienes y servicios es de 3.074, lo que significa un 3.0% de ingreso adicional dedicado a la adquisición de bienes y servicios en general, porcentaje menor al registrado en el $T_{2,96}$ (6.9 por ciento).

Capacidad de ahorro en julio de 1996

El porcentaje de jefes de hogar que declara capacidad de ahorro descendió a 19% en julio, mientras que en junio este porcentaje era de 27% y en el $T_{2,96}$ de 25 por ciento. Los jefes que presentan en general mayor capacidad de ahorro son aquellos de mayor edad y mejor nivel de ingresos. Gráfica 7.

Gráfica 7. Porcentaje que ahorra



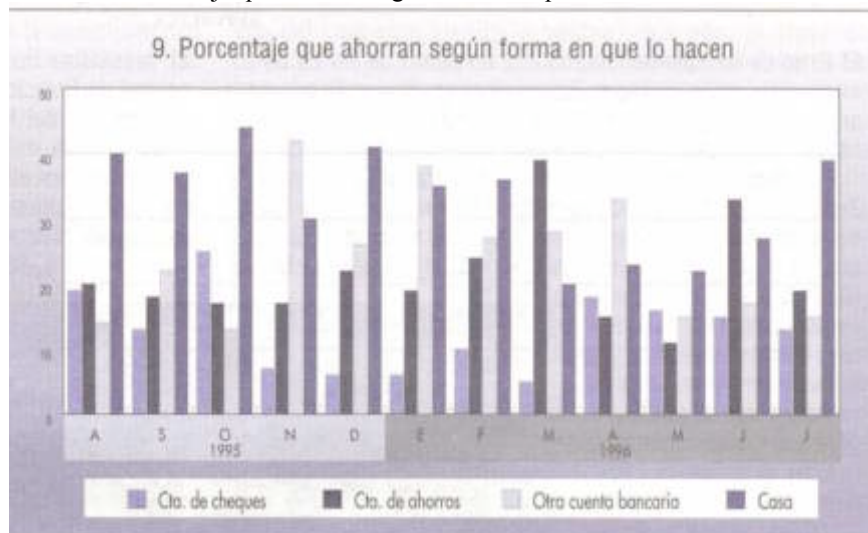
El porcentaje de jefes que declararon conservar su capacidad de ahorro de un mes a otro muestra una ligera contracción al descender de 75 por ciento en junio y 76 en el T2,96 a 73 en julio. Gráfica 8.

Gráfica 8. Porcentaje de jefes que ahorraron en el mes anterior a la entrevista y continúan haciéndolo



En julio, el 39% de los jefes de hogar declaró ahorrar en casa con un ahorro promedio del 10 por ciento; el 19% prefirió hacerlo en una cuenta de ahorro con un depósito promedio del 8% de su ingreso. Los jefes que ahorraron en casa son en mayor medida jefes de menor edad con ingresos de entre 1501 y 3500 pesos. Gráfica 9.

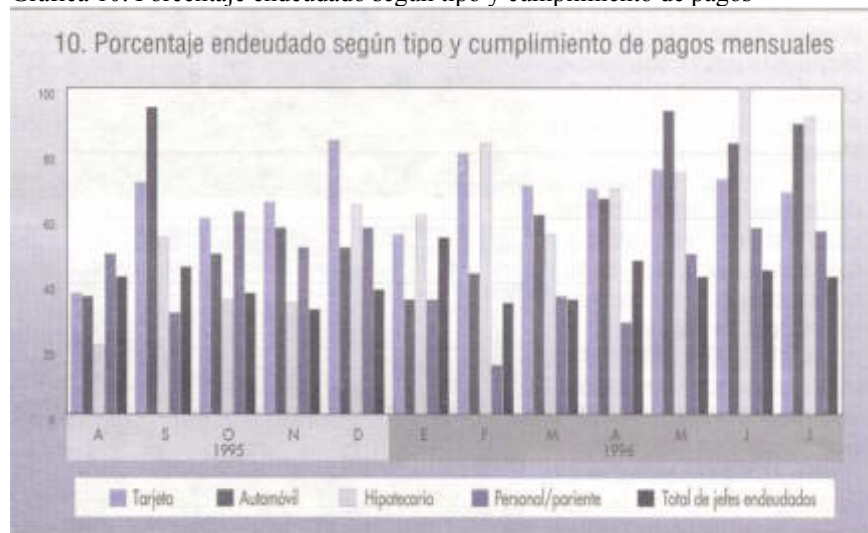
Gráfica 9. Porcentaje que ahorran según forma en que lo hacen



Deudas de los jefe de hogar

El porcentaje que declara que tiene deudas en julio (42%) se encuentra en un nivel ligeramente inferior al de junio (44%) y mayo (45%), y similar al de T_{2,96} (41%). La mayor proporción de jefes endeudados se presenta entre los de mayor edad, mayor escolaridad y mejor nivel de ingreso. Gráfica 10.

Gráfica 10. Porcentaje endeudado según tipo y cumplimiento de pagos



Los que se declaran endeudados en mayor medida es por tarjeta de crédito (52%), lo que presenta un incremento con respecto a junio (46%) y al T_{2,96} (45 por ciento). Las deudas por préstamos hipotecarios se incrementaron en cuatro puntos porcentuales con respecto al mes pasado (7%), mientras que las deudas por crédito automotriz disminuyeron al pasar de 7 por ciento en junio a 3 en esta medición.

Disminuyó el porcentaje de jefes que declaran haber pagado puntualmente sus deudas de tarjeta de crédito, de 73 por ciento en T_{2,96} y 72 en junio a 68 en julio; mientras que para cada uno de los otros tipos de deudas este porcentaje se incrementó en más de 10 puntos porcentuales con respecto al segundo trimestre del año. Gráfica 10.

Pérdida del empleo en el hogar

El 18% de los jefes declaró que ellos, o alguno de los miembros de su hogar, perdieron en julio el empleo que en junio todavía conservaban, porcentaje ligeramente menor al registrado en T_{2,96} (19 por ciento). Los mayores porcentajes se manifiestan entre los jefes de menores ingresos.

Búsqueda de empleo en el hogar

El porcentaje de jefes de hogar que declara que ellos o alguno de los miembros de su hogar buscó empleo durante julio aumentó ligeramente de 27% en junio a 30 en este mes. Los jefes que así lo declaran se concentran, en mayor medida, en los niveles de ingresos bajos.

El porcentaje de miembros del hogar que encontraron empleo habiéndolo buscado disminuyó de 29% en junio a 18 en julio. El mayor porcentaje de jefes que declaran haber encontrado empleo se concentra entre los jefes de ingresos medios (22% y 25, respectivamente)

1 Consultar definición e interpretación del índice en "IGH—Ciudad de México", *Tendencias*, año 1, núm. 11.

2 Consultar definición e interpretación del índice en "IGH—Ciudad de México", *Tendencias*, año 1, núm. 08.