

## Indicador del gasto de los hogares

Área Metropolitana de la Ciudad de México

BERUMEN Y ASOCIADOS, S.C.

Los días 30 y 31 de marzo de 1997, 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 de 18 años o más. 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 947 hombres adultos. De ellos, 230 no eran jefes de hogar, 47 sí lo eran pero su edad estaba fuera del rango establecido, y 270 que, siendo jefes de hogar con edad dentro del rango establecido, rechazaron la entrevista. En total se obtuvieron 400 entrevistas completas, cuya información se presenta en este documento. El perfil de los jefes de hogar entrevistados muestra que el 43% se encuentra entre 18 y 39 años de edad y el 57% entre 40 años o más; 17% ha cursado única-mente la primaria, 26% la secundaria, 24% la preparatoria y el 33% cuenta con estudios superiores; en cuanto a ingresos, el 40% gana hasta \$1500, el 34% hasta \$3500, el 14% hasta \$7500 y sólo el 12% percibe más de \$7500 pesos al mes. Del mismo modo, el 10% son patrones o profesionistas independientes, el 19% trabaja por su cuenta, el 12% es asalariado con personal a su cargo, el 40% es asalariado sin personal a su cargo, el 13% declara otra actividad y el 6% no trabaja.

Esta encuesta capta percepciones de los jefes sobre perfil del gasto, capacidad de ahorro, nivel de endeudamiento y empleo en el hogar.

El índice de gasto por rubro (IGR) muestra la percepción que tienen los jefes de hogar sobre la variación en su gasto de cada rubro con respecto al mes anterior. Si el valor del indicador es positivo significa que, en promedio, los jefes percibieron aumento en el gasto del rubro, y la magnitud proporcional del aumento se expresa como porcentaje. Si el valor es negativo, significa que percibieron una disminución en el gasto del rubro, y si el valor del índice es 0, significa que en pro-medio los jefes de hogar consideraron que su gasto en el rubro fue igual al mes anterior. Para la estimación de este índice se examinan en conjunto a todos los jefes de hogar que gastan en un rubro determinado, así como el correspondiente incremento o decremento del porcentaje de ingreso destinado a cada rubro.

El índice global de gasto (IGG) se obtiene de la suma ponderada de las estimaciones por rubro. La ponderación se realiza en base a la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares 1994.

El índice de ventas por rubro (IVR) mide la variación en la venta de bienes y servicios del rubro del mes de observación con respecto al mes anterior. Si el índice es negativo significa que el monto de ventas fue menor en el mes de observación con respecto al anterior. Si es positivo, indica que hubo mayores ventas en el mes actual, y si toma el valor 0 quiere decir que no hubo cambios entre el mes de observación y el anterior.

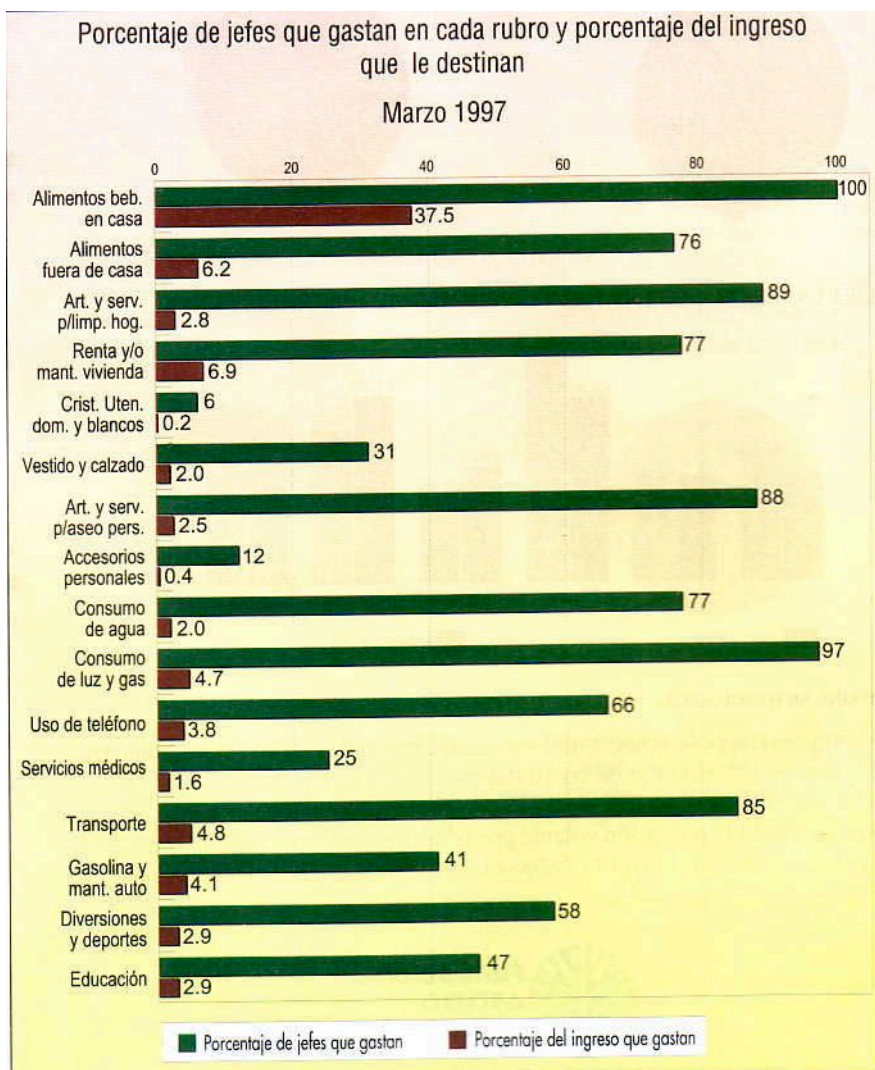
Este índice se construye tomando como base la información que el entrevistado proporciona sobre el porcentaje del ingreso que destinan a cada uno de los rubros del gasto en los dos últimos meses (para los que no gastan en el rubro se supone que dedican el 0% de su ingreso), con lo que se obtienen dos índices de gasto, uno para cada mes, que desde la perspectiva de quienes ofertan bienes y servicios, se traduce en el monto de ventas del mes de observación y del mes anterior. De la diferencia entre ambos índices resulta el índice de ventas en el rubro (IVR).

El índice global de ventas (IGV) es la suma de cada uno de los índices estimados para cada rubro.

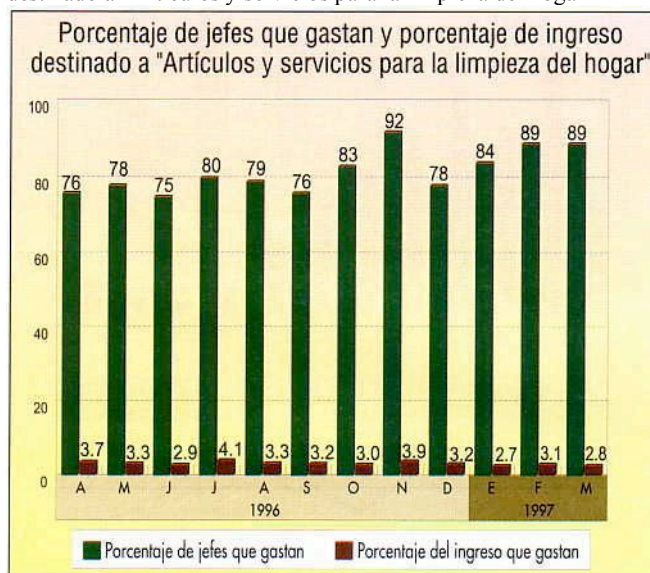
A continuación se presentan las percepciones que tienen los jefes de hogar respecto a desempleo, deudas, ahorro y gasto en el hogar.

### PERCEPCIONES DEL GASTO MENSUAL

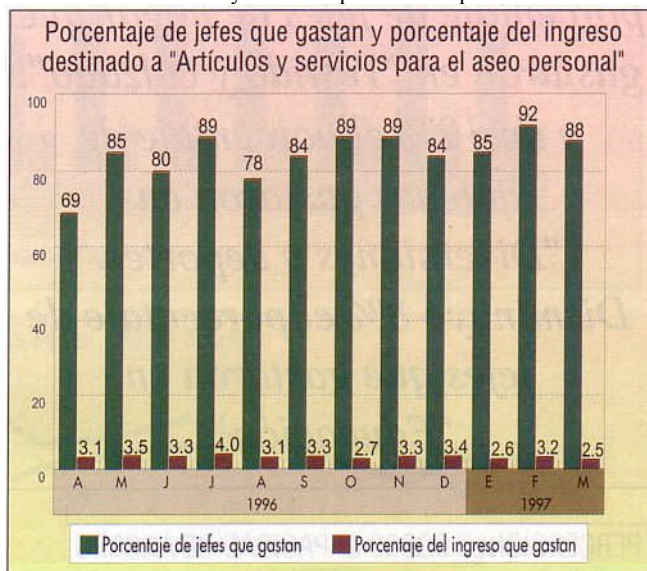
Porcentaje de jefes que gastan en cada rubro y porcentaje del ingreso que le destinan



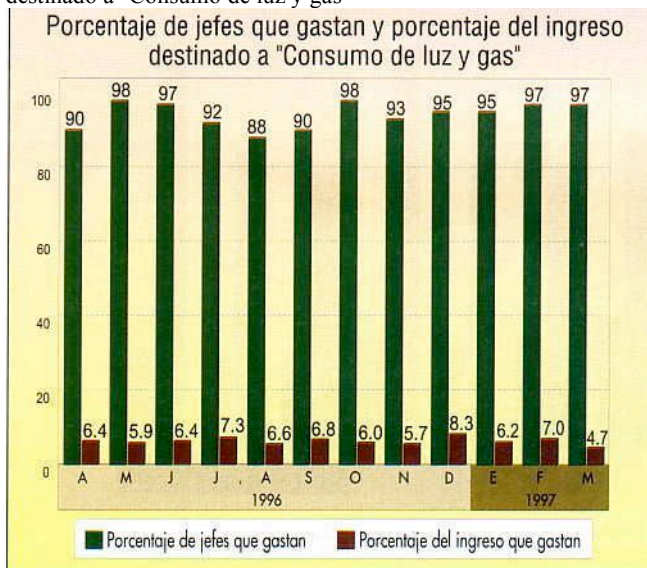
Porcentaje de jefes que gastan y porcentaje de ingreso destinado a "Artículos y servicios para la limpieza del hogar"



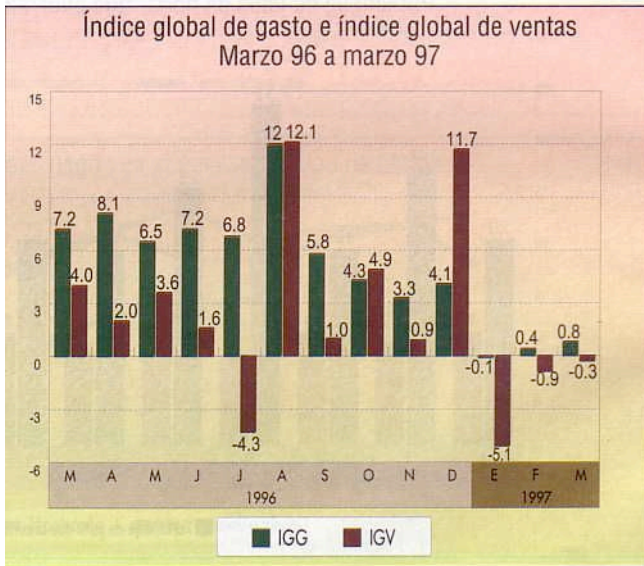
Porcentaje de jefes que gastan y porcentaje del ingreso destinado a "Artículos y servicios para el aseo personal"



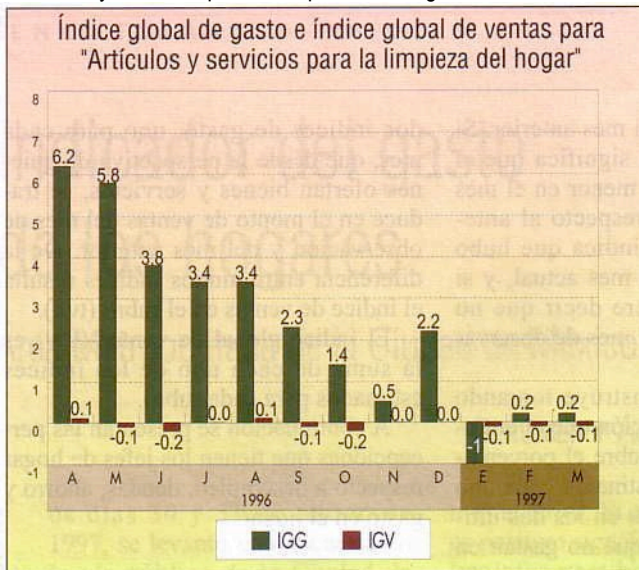
Porcentaje de jefes que gastan y porcentaje del ingreso destinado a "Consumo de luz y gas"



Índice global de gasto e índice global de ventas  
Marzo 96 a marzo 97

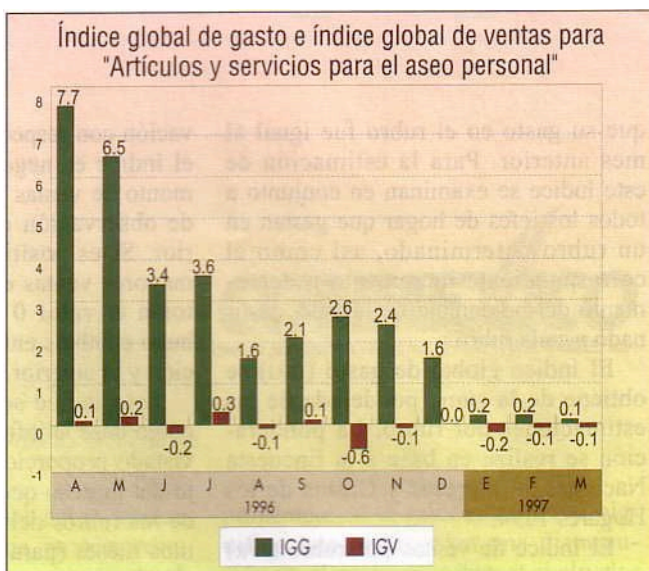


Índice global de gasto e índice global de ventas para "Artículos y servicios para la limpieza del hogar"

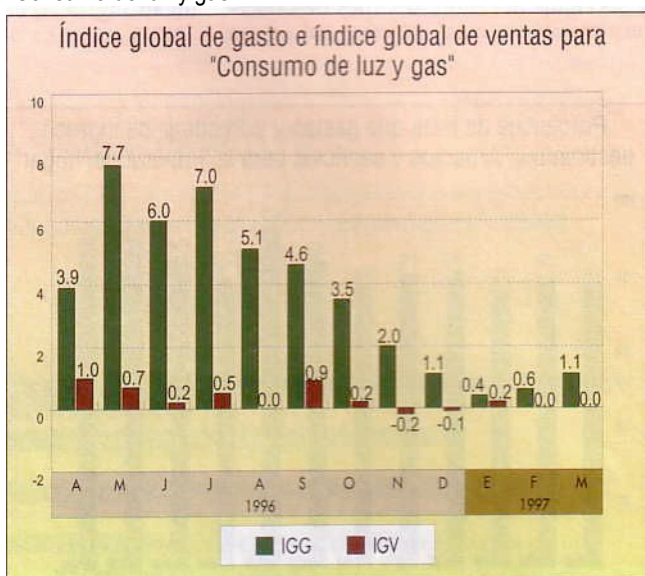


Índice global de gasto e índice global de ventas para "Artículos y servicios para el aseo personal"





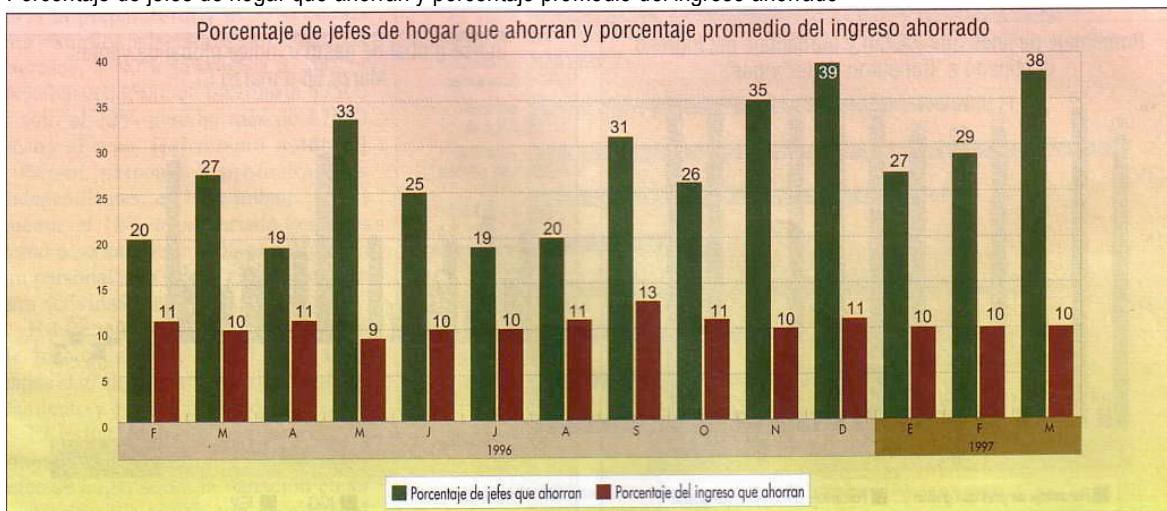
Índice global de gasto e índice global de ventas para "Consumo de luz y gas"



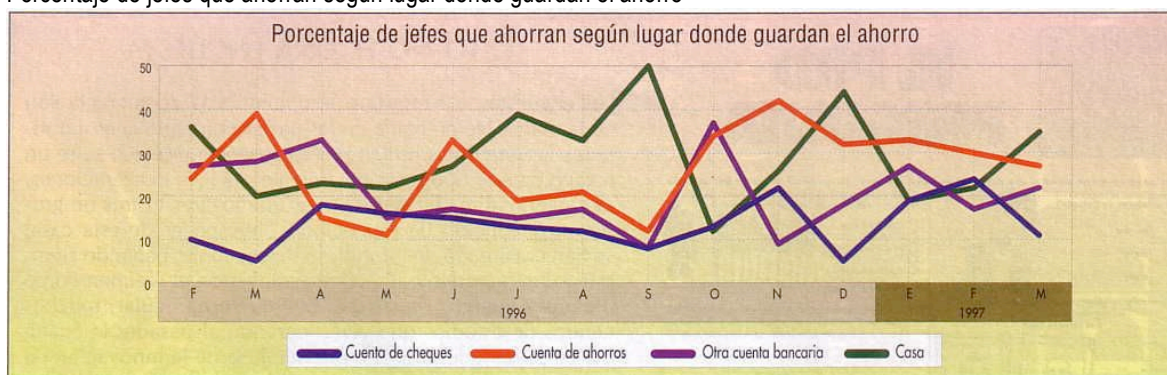
*En marzo aumentó 11% el porcentaje de jefes de hogar que gastaron en "Vestido y calzado"; y un 19% el porcentaje de quienes gastaron en "Diversión y deportes. Disminuyó 8% el porcentaje de jefes que gastaron en "Educación".*

PERCEPCIONES SOBRE CAPACIDAD DE AHORRO

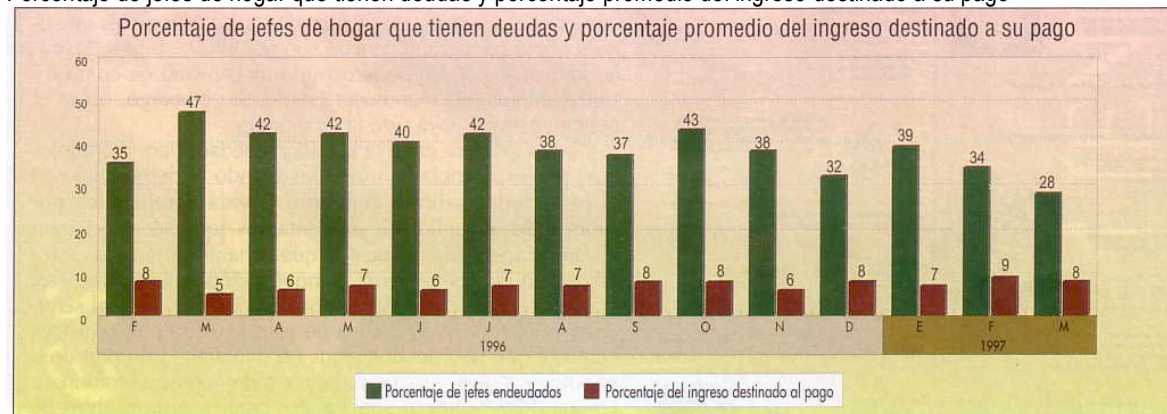
Porcentaje de jefes de hogar que ahorran y porcentaje promedio del ingreso ahorrado



Porcentaje de jefes que ahorran según lugar donde guardan el ahorro

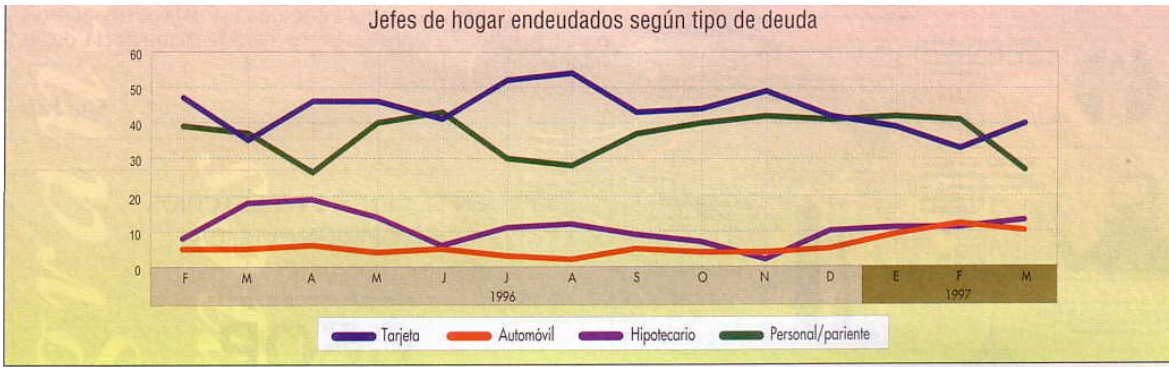


Porcentaje de jefes de hogar que tienen deudas y porcentaje promedio del ingreso destinado a su pago



Jefes de hogar endeudados según tipo de deuda





Porcentaje de jefes endeudados que hicieron sus pagos en el mes según tipo de deuda

