

Indicador del gasto de los hogares

Área Metropolitana de la Ciudad de México

BERUMEN Y ASOCIADOS, S.C.

Los días 29 y 30 de abril de 1998, se levantó una encuesta en la vía pública de la Ciudad de México (paradas de transporte público, plazas y centros comerciales, tiendas de auto-servicio, 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 1067 hombres adultos. De ellos, 267 no eran jefes de hogar, 94 sí lo eran pero su edad estaba fuera del rango establecido, y 306 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; 26% ha cursado únicamente la primaria, 26% la secundaria, 20% la preparatoria y el 29% cuenta con estudios superiores; en cuanto a ingresos, el 40% gana hasta \$1500, el 37% hasta \$3500, el 15% hasta \$7500 y sólo el 9% percibe más de \$7500 pesos al mes. Del mismo modo, el 10% son patrones o profesionistas independientes, el 25% trabaja por su cuenta, el 14% es asalariado con personal a su cargo, el 38% es asalariado sin personal a su cargo, el 6% declara otra actividad y el 7% no trabaja.

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

Para obtener mayor precisión en la información se agregó una pregunta al cuestionario, la cual permite, además, calcular los índices de manera más confiable.

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 indicadores positivo significa que, en promedio, los jefes de hogar 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 promedio los jefes de hogar consideraron que su gasto en el rubro fue igual al mes anterior.

El *índice global de gasto* (IGG) muestra la percepción de gasto que hicieron los jefes en todos los rubros en el mes de observación con respecto al anterior.

El *índice de ventas por rubro* (IVA) mide la percepción que tienen los jefes de hogar en la variación en la venta de bienes y servicios del rubro del mes de observación con respecto al anterior. Si el índice es negativo significa que el monto de ventas fue menor en el mes de observación con respecto al anterior y la magnitud se expresa porcentualmente. 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 un mes y otro.

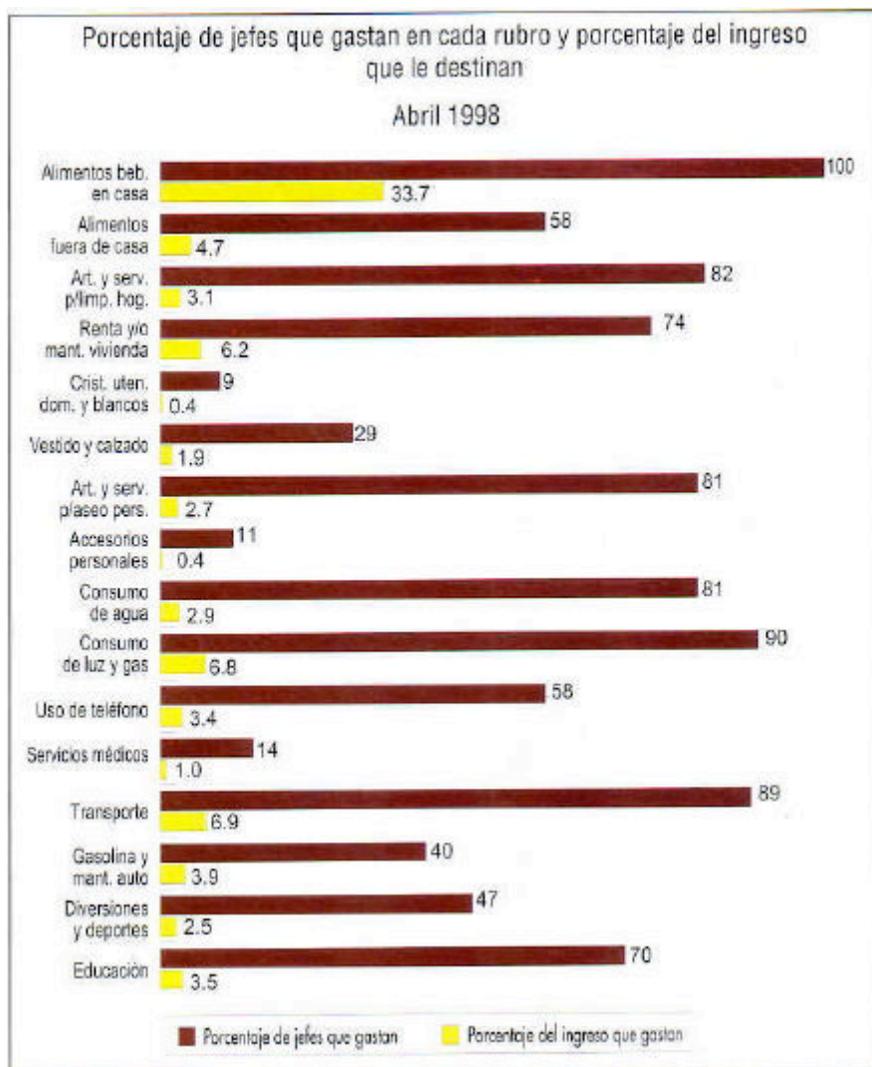
El *índice global de ventas* (IGV) muestra la variación en el monto de ventas de todos los rubros de un mes a otro.

Para el cálculo de ambos índices se supone que los jefes de hogar gastan en todos los rubros todos los meses.

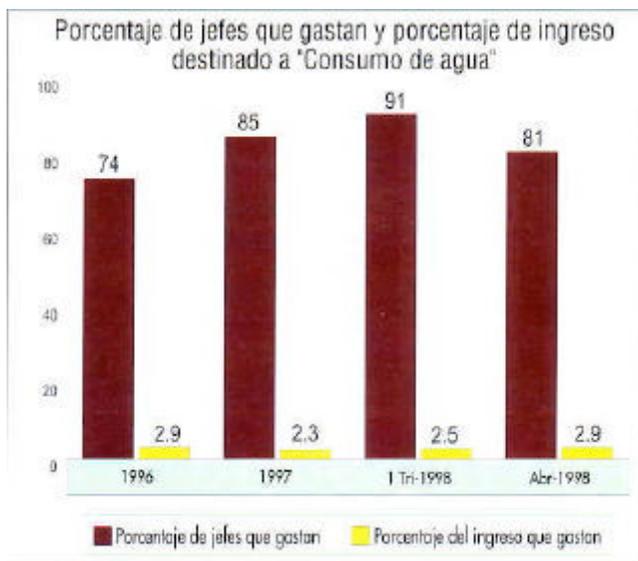
A continuación se presentan las *percepciones* que tienen los jefes de hogar respecto a desempleo, deudas, ahorro y gasto en el hogar.

PERCEPCIONES DEL GASTO MENSUAL

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

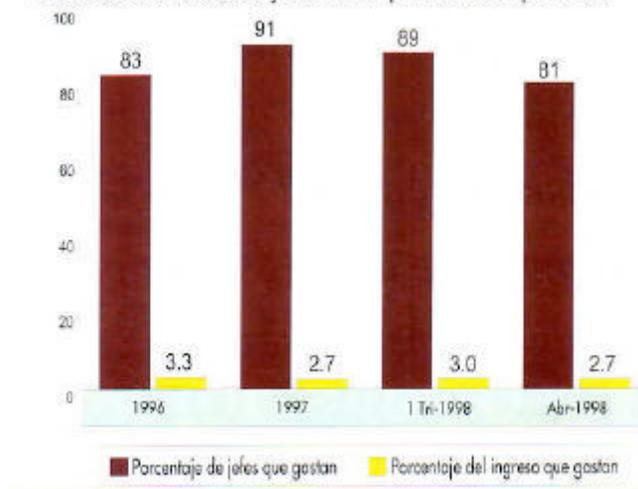


Porcentaje de jefes que gastan y porcentaje de ingreso destinado a "Consumo de agua"

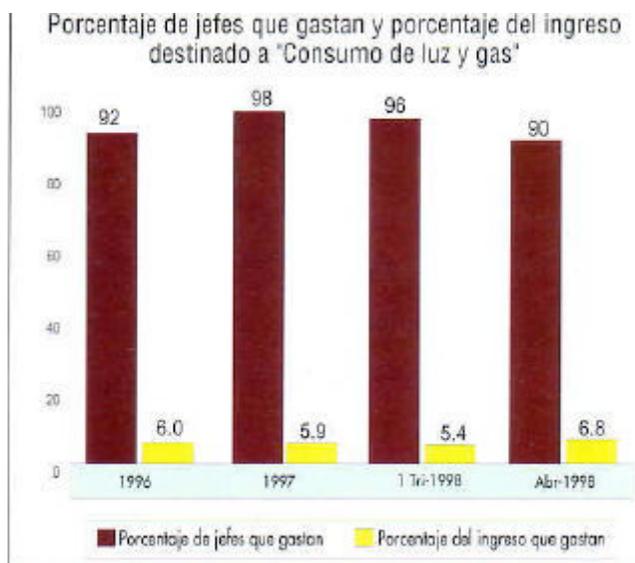


Porcentaje de jefes que gastan y porcentaje del ingreso destinado a "Artículos y servicios para el aseo personal"

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

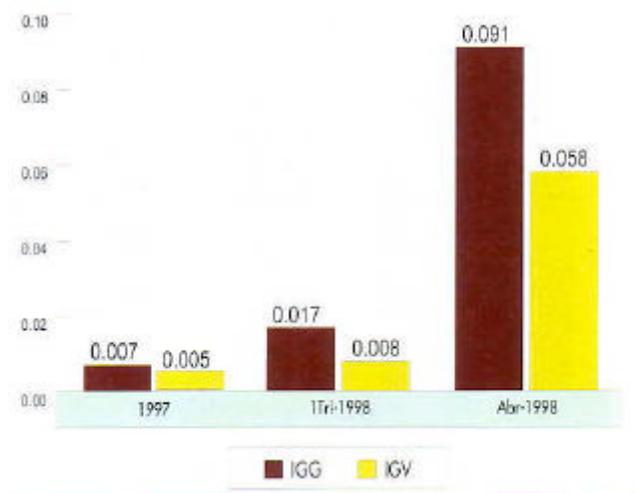


Porcentaje de jefes que gastan y porcentaje del ingreso destinado a "Consumo de luz y gas"

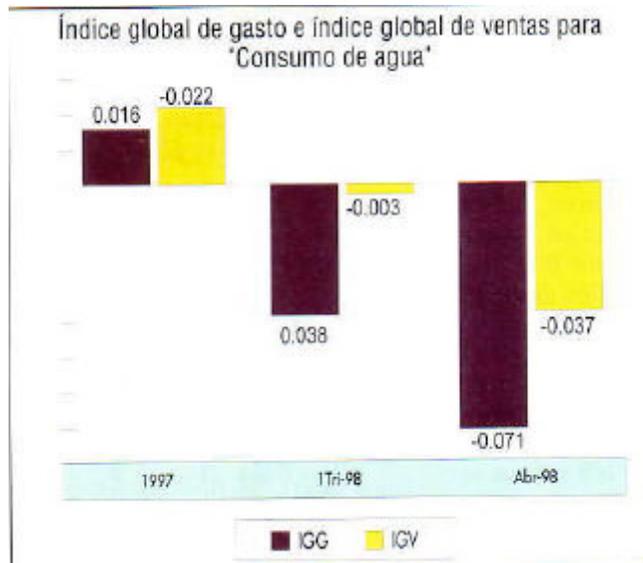


Índice global de gasto e índice global de ventas

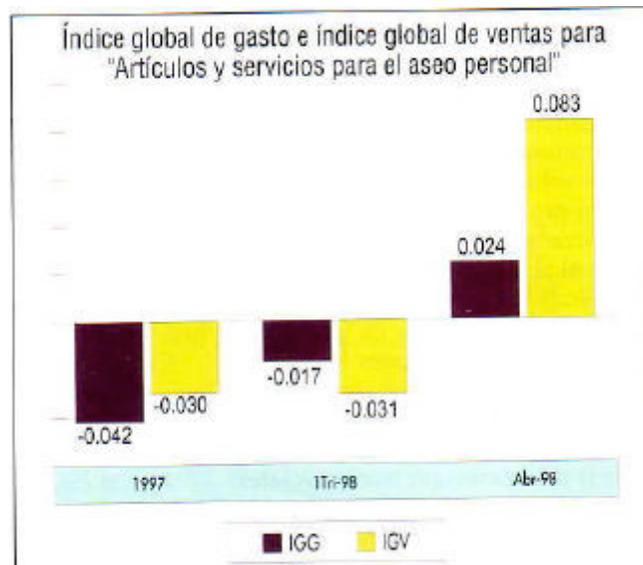
Índice global de gasto e índice global de ventas



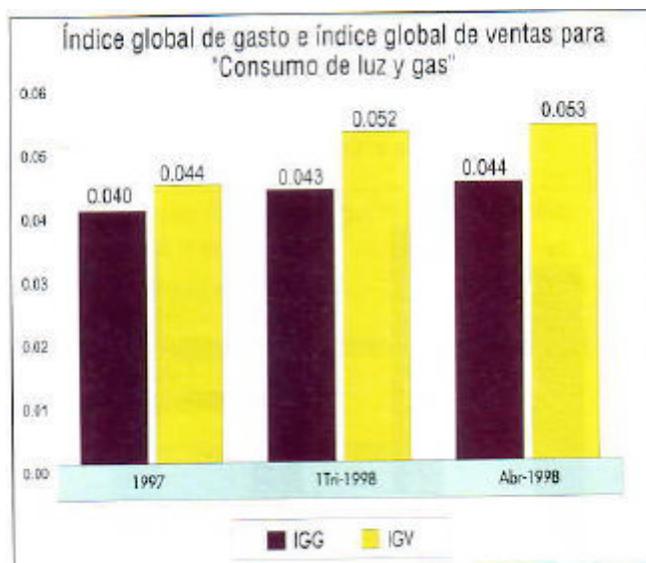
Índice global de gasto e índice global de ventas para "Consumo de agua"



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



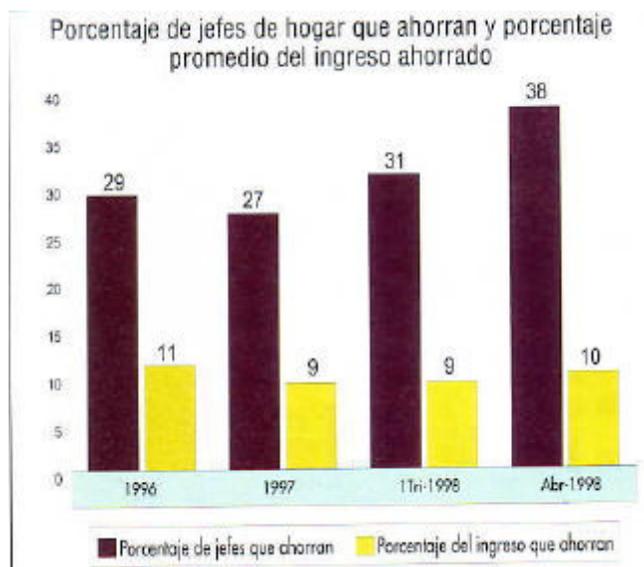
Índice global de gasto e índice global de ventas para "Consumo de luz y gas"



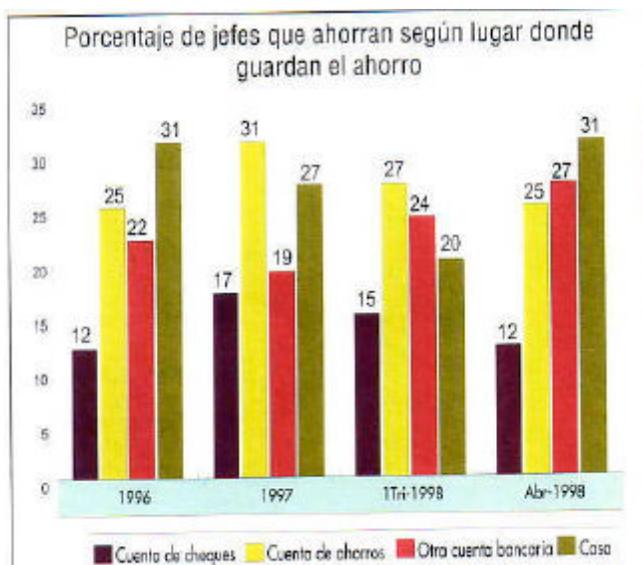
En abril aumentó de 81 a 91% el porcentaje de jefes de hogar que gastaron en consumo de agua; y disminuyó de 77 a 58% el porcentaje de ellos que gastó en alimentos fuera de casa

PERCEPCIONES SOBRE CAPACIDAD DE AHORRO

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

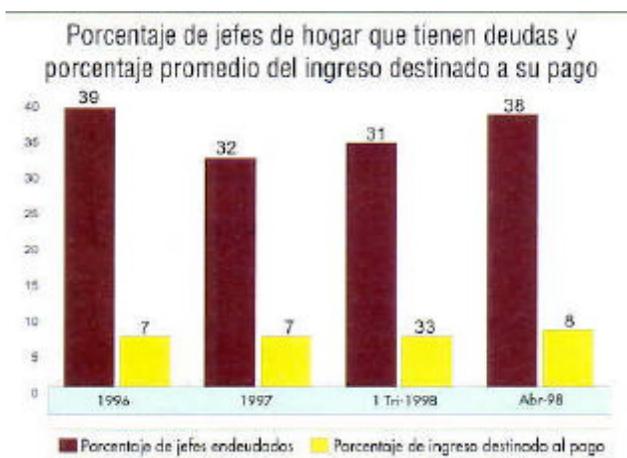


Porcentaje de jefes que ahorran según lugar donde guardan el ahorro

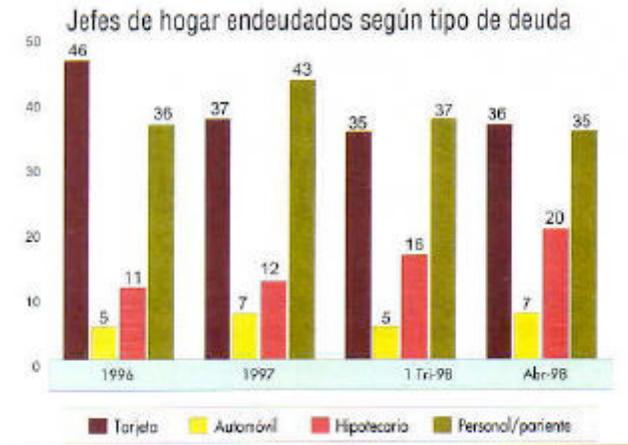


PERCEPCIONES SOBRE NIVEL DE ADEUDAMIENTO

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

