

Las fronteras del consumo a crédito entre los mexicanos

El fin de año es una temporada de alto consumo, por lo que mucha gente debe echar mano al crédito para satisfacer sus necesidades o darse algún gusto. Así es que mientras las familias de menores ingresos lo emplean para comprar alimentos y ropa, en los hogares más acomodados económicamente del país lo usan para pagar electrodomésticos, viajes y regalos.

Los datos de la Encuesta Nacional en Vivienda de Parametria (ENVP) revelan que algunos de los rubros en los cuales la gente utiliza con mayor frecuencia el crédito es en la compra de electrodomésticos (37%) y ropa (15%). Y lo emplea menos en comprar alimentos (5%), aunque aquellos mexicanos que perciben bajos salarios suelen utilizarlo más seguido que el resto de la población para obtener comida.

De acuerdo con los expertos en el uso del crédito, cuando una persona pide prestado para una despensa o pagar el supermercado es indicador de que sus finanzas no son sanas. Por el contrario, quienes manejan adecuadamente su dinero, usualmente se endeudan sólo en caso de alguna emergencia o para comprar bienes que requieren de un gasto grande, como podría ser un vehículo, una vivienda o algún electrodoméstico.

La información de la ENVP corrobora en cierta forma esta tesis, sobre el manejo del crédito, pues la diferencia en el uso del dinero entre las personas de bajos ingresos y quienes se encuentran en una posición menos vulnerable, no es el reflejo de hábitos crediticios distintos, sino que sólo muestran el poder de compra con que cuenta cada uno de estos grupos sociales.

Pero, no deja de llamar la atención que en México todavía existan individuos que se ven en la necesidad de solicitar un préstamo para poder comprar comida.

El hecho de que las familias pobres lleguen a pedir prestado para adquirir bienes de primera necesidad y otros hogares utilicen el crédito para comprar cierto tipo de mercancías, no necesariamente implica que en algunos segmentos de la población se observen comportamientos diferentes en el uso del crédito para determinados artículos.

Tal es el caso de la ropa, en este campo se aprecia que las mujeres hacen uso del crédito para adquirir prendas el doble de veces que los hombres. Estos datos parecerían indicar que el consumo de ropa por parte de las damas va más allá de la necesidad de vestirse, quizá podría obedecer más a una peculiaridad de género.

En cualquiera de sus usos y formas, el crédito puede verse como un facilitador para obtener bienes y servicios, pero cuando es utilizado de manera incorrecta puede generar crisis financieras. De ahí la importancia de usarlo con responsabilidad, teniendo en mente que tarde o temprano hay que pagarlo y con intereses.

USO DEL CRÉDITO EN ALIMENTOS

Cuándo compra alimentos ¿usted normalmente paga de contado o a crédito?

Alimentos	De contado	A crédito	Ns / No	Total
Población general	95%	5%	0%	100%
<i>Género</i>				
Hombres	97%	3%	0%	100%
Mujeres	93%	7%	0%	100%
<i>Nivel de ingreso</i>				
\$600 ó menos	85%	15%	0%	100%
Entre \$601 y \$1,200	96%	4%	0%	100%
Entre \$1,201 y \$2,400	95%	5%	0%	100%
Entre \$2,401 y \$3,600	96%	4%	0%	100%
Entre \$3,601 y \$6,000	98%	2%	0%	100%
Entre \$6,001 y \$12,000	95%	5%	0%	100%
Más de \$12,000	94%	6%	0%	100%

Fuente: Paramétrica: Encuesta Nacional en viviendas/ 1200 casos/ Error (+/-)2.1%/ Del 17 al 20 de Noviembre de 2006

USO DEL CRÉDITO EN ROPA

Cuándo compra ropa ¿usted normalmente paga de contado o a crédito?

Ropa	De contado	A crédito	Ns / No	Total
Población general	84%	15%	1%	100%
<i>Género</i>				
Hombres	90%	9%	1%	100%
Mujeres	79%	20%	1%	100%
<i>Nivel de ingreso</i>				
\$600 ó menos	77%	22%	1%	100%
Entre \$601 y \$1,200	82%	18%	0%	100%
Entre \$1,201 y \$2,400	83%	16%	1%	100%
Entre \$2,401 y \$3,600	85%	14%	1%	100%
Entre \$3,601 y \$6,000	84%	16%	0%	100%
Entre \$6,001 y \$12,000	92%	8%	0%	100%
Más de \$12,000	82%	18%	0%	100%

Fuente: Paramétrica: Encuesta Nacional en viviendas/ 1200 casos/ Error (+/-)2.8%/ Del 17 al 20 de Noviembre de 2006

USO DEL CRÉDITO EN ELECTRODOMÉSTICOS

¿Cuándo compra electrodomésticos, usted normalmente paga de contado o a crédito?

Electrodomésticos	De contado	A crédito	Ns / Nc	Total
Población general	59%	37%	4%	100%
<i>Género</i>				
Hombres	61%	35%	4%	100%
Mujeres	58%	39%	3%	100%
<i>Nivel de ingreso</i>				
\$600 ó menos	63%	36%	1%	100%
Entre \$601 y \$1,200	37%	51%	12%	100%
Entre \$1,201 y \$2,400	55%	41%	4%	100%
Entre \$2,401 y \$3,600	65%	34%	1%	100%
Entre \$3,601 y \$6,000	65%	35%	0%	100%
Entre \$6,001 y \$12,000	62%	38%	0%	100%
Más de \$12,000	47%	53%	0%	100%

Fuente: Paramétrica: Encuesta Nacional en viviendas/ 1200 casos/ Error (+/-)2.8%/ Del 17 al 20 de Noviembre de 2006

USO DEL CRÉDITO EN VIAJES O VACACIONES

¿Cuándo compra viajes o vacaciones, usted normalmente paga de contado o a crédito?

Viajes o vacaciones	De contado	A crédito	Ns / Nc	Total
Población general	68%	6%	26%	100%
<i>Género</i>				
Hombres	69%	7%	24%	100%
Mujeres	67%	6%	27%	100%
<i>Nivel de ingreso</i>				
\$600 ó menos	74%	7%	19%	100%
Entre \$601 y \$1,200	39%	8%	55%	100%
Entre \$1,201 y \$2,400	61%	9%	30%	100%
Entre \$2,401 y \$3,600	71%	6%	23%	100%
Entre \$3,601 y \$6,000	81%	5%	14%	100%
Entre \$6,001 y \$12,000	83%	8%	9%	100%
Más de \$12,000	73%	18%	9%	100%

Fuente: Paramétrica: Encuesta Nacional en viviendas/ 1200 casos/ Error (+/-)2.8%/ Del 17 al 20 de Noviembre de 2006

USO DEL CRÉDITO EN JUGUETES O REGALOS

Cuándo compra juguetes o regalos ¿usted normalmente paga de contado o a crédito?

Juguetes o regalos	De contado	A crédito	Ns / No	Total
Población general	76%	10%	14%	100%
Género				
Hombres	77%	9%	14%	100%
Mujeres	76%	10%	14%	100%
Nivel de ingreso				
\$600 ó menos	84%	10%	6%	100%
Entre \$601 y \$1,200	44%	13%	43%	100%
Entre \$1,201 y \$2,400	72%	11%	17%	100%
Entre \$2,401 y \$3,600	80%	9%	11%	100%
Entre \$3,601 y \$6,000	91%	5%	4%	100%
Entre \$6,001 y \$12,000	83%	15%	2%	100%
Más de \$12,000	65%	35%	0%	100%

Fuente: Parametría: Encuesta Nacional en vivienda/ 1200 casos/ Error (+/-) 2.8%/ Del 17 al 20 de Noviembre de 2006

NOTA METODOLÓGICA. Estudio: Encuestas en vivienda. Representatividad: Nacional. Número de entrevistas: 1,200. Nivel de confianza estadística: 95%. Margen de error (+/-) 2.8%. Diseño, muestreo y análisis: Parametría SA de CV. Operativo de Campo: Grupo Viesca. Método de muestreo: Aleatorio sistemático con probabilidad proporcional al tamaño. Unidad de muestreo: Las secciones electorales reportadas por el IFE. Fecha de levantamiento: del 17 al 20 de Noviembre del 2006.

Artículo publicado en el periódico Excelsior, 18 de Diciembre de 2006.