



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE  
MÉXICO**

**Facultad de Economía**

**Evolución del consumo de masas en México,  
el papel del crédito bancario en su expansión  
1990-2018**

**Titulación por Tesis**

**Que para obtener el título de:  
Licenciada en Economía**

**Presenta:**

**FRIDA FERNANDA RUIZ MORALES**

**TUTOR-DIRECTOR DE TESIS:**

**Raúl Martínez Solares Piña**

**Ciudad Universitaria, marzo de 2023**





Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

# Agradecimientos:

*En agradecimiento a mi familia, pero sobre todo a mis padres que me brindaron todo tipo de apoyo para poder concluir y cerrar esta parte de mi carrera profesional. Sin ustedes, nada de esto hubiera sido posible.*

*Agradecimiento a mi tutor de tesis, por ayudarme a dar este último paso y ser realmente un apoyo para concluir esta última etapa.*

*Y a la Universidad Nacional Autónoma de México, por brindarme la oportunidad de haber cursado y terminado la Licenciatura en Economía, que, te brinda herramientas importantes para entender la situación actual de nuestro país y sobre todo querer ser mejor profesional para contribuir al mismo.*

# Resumen

En este trabajo se realizó un estudio acerca de la evolución del consumo de masas en México y cómo influyó el crédito bancario en su expansión. El consumo es una de las variables macroeconómicas fundamentales para la economía de cualquier país del mundo. En México el consumo representa casi el 80% del Producto Interno Bruto; e históricamente ha sido el motor para impulsar el crecimiento económico del país.

Esta investigación se realizó con datos anuales que comprenden el periodo 1990 – 2018. Los resultados muestran que el crédito bancario es un factor determinante para el consumo. En cambio, las remuneraciones de las familias mexicanas no tienen tanta importancia en el crecimiento de la variable. Además, otros factores como los avances tecnológicos y la política fiscal se complementan con el crédito bancario. Así, la conjunción de todos los factores explica el avance reciente del consumo de masas en México.

A pesar del crecimiento del consumo de masas, los resultados también muestran que existen cuestiones a mejorar como las diferencias en la dinámica del crédito entre estados federativos y la adecuación de los sectores comerciales a las plataformas en línea del comercio electrónico.

# Índice de Contenidos

Introducción .....	3
<b>I.- Marco Teórico .....</b>	<b>6</b>
<b>La Evolución del consumo en la teoría económica.....</b>	<b>6</b>
<b>El surgimiento del concepto “Consumo de Masas” .....</b>	<b>12</b>
<b>El papel del crédito en el avance del consumo de masas .....</b>	<b>14</b>
<b>La evolución del consumo derivado del avance tecnológico.....</b>	<b>15</b>
<b>II.- Tendencias recientes del Consumo en México .....</b>	<b>19</b>
<b>Consumo en los años previos .....</b>	<b>19</b>
<b>Consumo Privado: participación en el consumo total .....</b>	<b>27</b>
<b>Patrones de Consumo .....</b>	<b>32</b>
<i>Alimentos, Bebidas y Tabaco .....</i>	<i>37</i>
<i>Transporte y Comunicaciones .....</i>	<i>39</i>
<i>Mantenimiento de la vivienda.....</i>	<i>42</i>
<b>Elasticidades Ingreso .....</b>	<b>44</b>
<b>III.- El avance reciente del Consumo en México: un análisis de los factores determinantes .....</b>	<b>46</b>
<b>Salarios e Ingresos.....</b>	<b>47</b>
<b>Remuneración de asalariados .....</b>	<b>48</b>
<b>Remuneraciones de asalariados y consumo privado de las familias .....</b>	<b>51</b>
<b>Ingresos y gastos según ENIGH.....</b>	<b>52</b>
<b>Política Fiscal.....</b>	<b>53</b>
<b>Economía Psicológica.....</b>	<b>56</b>
<b>Variaciones en los Bienes de Capital .....</b>	<b>58</b>
<b>Cambios en la Tecnología.....</b>	<b>60</b>
<b>Medios de Comunicación y Publicidad .....</b>	<b>62</b>
<b>Crédito al consumo .....</b>	<b>63</b>
<b>IV.- El papel del Financiamiento en el Consumo 2010 - 2018.....</b>	<b>67</b>
<b>Crédito al consumo a nivel nacional.....</b>	<b>67</b>
<b>Crédito al consumo en América Latina .....</b>	<b>72</b>
<b>Crédito al consumo por regiones .....</b>	<b>73</b>
<b>Crédito al consumo por rubro de gastos.....</b>	<b>78</b>
<b>Impacto de la Pandemia sobre el consumo privado.....</b>	<b>80</b>

<b>Proyecciones .....</b>	<b>81</b>
<b>V.- Conclusiones y recomendaciones de Política Económica .....</b>	<b>84</b>
<b>Referencias Bibliográficas.....</b>	<b>89</b>

# Índice de Gráficas

<b>Gráfica 1. Evolución del Valor Agregado Bruto del Comercio Electrónico en México entre 2013 y 2018 (en millones de pesos y a precios constantes de 2013)</b> .....	<b>17</b>
<b>Gráfica 2. Evolución del PIB e importaciones en México en el periodo 1960-1993 (en millones de pesos y %) .....</b>	<b>20</b>
<b>Gráfica 3. Participación del consumo privado y público en el consumo total de México 1960-1993 (en millones de pesos a precios constantes de 1980) .....</b>	<b>22</b>
<b>Gráfica 4. Participación del consumo privado y público en el consumo total de México 1960-1993 (en millones de pesos a precios constantes de 1980) .....</b>	<b>23</b>
<b>Gráfica 5. Evolución del PIB en México en el periodo 1993-2018 (expresado en mil millones de pesos constantes a precios del año 2013).....</b>	<b>25</b>
<b>Gráfica 6. Comportamiento del consumo total en México 1993-2018 (expresado en millones de pesos constantes a precios del año 2013).....</b>	<b>26</b>
<b>Gráfica 7. Participación del consumo total en el PIB de México 1993-2018.....</b>	<b>27</b>
<b>Gráfica 8. Porcentaje de participación del consumo privado y público en el consumo total de México en 1993-2018 .....</b>	<b>28</b>
<b>Gráfica 9. Comportamiento del consumo privado por tipo de bien en México 1993-2018 (en millones de pesos) .....</b>	<b>29</b>
<b>Gráfica 10. Comportamiento del consumo privado por tipo y origen de los bienes en México en 1993-2018 (en millones de pesos).....</b>	<b>31</b>
<b>Gráfica 11. Descomposición del comportamiento del consumo privado por tipo y origen de los bienes en México en 1993-2018.....</b>	<b>32</b>
<b>Gráfica 12. Comportamiento del consumo privado por rubro según nueva construcción de las ENIGH (en miles de pesos y % de participación sobre el total). .....</b>	<b>36</b>
<b>Gráfica 13. Comportamiento del consumo en transporte y comunicaciones (en millones de pesos).40</b>	
<b>Gráfica 14. Comportamiento del consumo en Educación, Esparcimiento y Turismo, Fiestas, Hospedaje y Alojamiento (en millones de pesos).....</b>	<b>41</b>
<b>Gráfica 15. Comportamiento del consumo en mantenimiento de la vivienda (en millones de pesos). .....</b>	<b>44</b>
<b>Gráfica 16. Evolución de las remuneraciones de asalariados (en millones de pesos a precios corrientes) entre 1990 y 2018. ....</b>	<b>49</b>
<b>Gráfica 17. Variación Porcentual anual de las remuneraciones de asalariados entre 1990 y 2018...50</b>	
<b>Gráfica 18. Ciclo del consumo privado y las remuneraciones de asalariados entre 1993 y 2018. ....</b>	<b>51</b>

<b>Gráfica 19. Ingresos y Gastos trimestrales de los hogares mexicanos ubicados en los deciles medios entre 2008 y 2018.....</b>	<b>52</b>
<b>Gráfica 20. Variaciones porcentuales del consumo privado y el gasto público entre 2000 y 2018. ...</b>	<b>55</b>
<b>Gráfica 21. Evolución de los gastos en bienes de capital mediante el uso de tarjetas de crédito entre 2008 y 2018 (en millones de pesos).....</b>	<b>59</b>
<b>Gráfica 22. Evolución del consumo de bienes duraderos de origen nacional y extranjero entre 1993 y 2018 (en millones de pesos).....</b>	<b>61</b>
<b>Gráfica 23. Participación de los bienes duraderos de origen nacional y extranjero entre 1993 y 2018. ....</b>	<b>62</b>
<b>Gráfica 24. Comportamiento del crédito al consumo entre 1993 y 2018. ....</b>	<b>64</b>
<b>Gráfica 25. Participación del crédito al consumo y las remuneraciones de los asalariados sobre el consumo privado entre 1997 y 2018. ....</b>	<b>65</b>
<b>Gráfica 26. Comportamiento del total del crédito otorgado al consumo entre 2010 y 2018 en millones de pesos. ....</b>	<b>68</b>
<b>Gráfica 27. Comportamiento del crédito al consumo en función del PIB y el consumo privado total entre 2010 y 2018.....</b>	<b>70</b>
<b>Gráfica 28. Composición del Total del Crédito al Consumo en el periodo 2010 - 2018.....</b>	<b>71</b>
<b>Gráfica 29. Comportamiento del crédito al consumo por regiones de la República de México como porcentaje de participación consumo privado del país durante el periodo 2010 - 2018.....</b>	<b>76</b>
<b>Gráfica 30. Comportamiento del crédito al consumo por regiones de la República de México medido según su participación en el PIB para el periodo 2010 - 2018.....</b>	<b>77</b>
<b>Gráfica 31. Proyecciones del consumo privado y el crédito al consumo (en millones de pesos) para el periodo 1990 – 2025 (Escenario 1).....</b>	<b>82</b>
<b>Gráfica 32. Proyecciones del consumo privado y el crédito al consumo (en millones de pesos) para el periodo 1990 – 2025 (Escenario 2).....</b>	<b>83</b>

# Índice de Tablas

<b>Tabla 1. Participación de bienes importados y nacionales en el consumo final entre 1988 y 1990 ...</b>	<b>21</b>
<b>Tabla 2. Consumo privado por origen de bien en México 1993-2018 .....</b>	<b>30</b>
<b>Tabla 3. Encuestas Nacionales de Ingresos y Gastos de los Hogares en función de la construcción de las variables. ....</b>	<b>33</b>
<b>Tabla 4. Grandes rubros del gasto según la nueva construcción de las ENIGH.....</b>	<b>35</b>
<b>Tabla 5. Participación de los bienes y servicios de salud en el total del consumo del rubro entre 2008 y 2018. ....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>Tabla 6. Elasticidades ingreso para distintos tipos de bienes entre 2012 y 2018.....</b>	<b>45</b>
<b>Tabla 7. Variaciones bianuales en los ingresos y gastos según ENIGH en los hogares ubicados en los deciles medios de ingresos. ....</b>	<b>53</b>
<b>Tabla 8. Variaciones bianuales en los gastos de los hogares a través de una tarjeta de crédito según ENIGH entre 2012 y 2018. ....</b>	<b>58</b>
<b>Tabla 9. Crédito al consumo, PIB y Consumo Privado de México en millones de pesos a precios constantes.....</b>	<b>69</b>
<b>Tabla 10. Crédito interno al sector privado otorgado por los bancos en algunos países de América Latina entre 2010 y 2018 expresado como porcentaje del PIB. ....</b>	<b>73</b>
<b>Tabla 11. Crédito al consumo por entidad federativa entre 2010 y 2018 expresado en miles de millones de pesos. ....</b>	<b>74</b>
<b>Tabla 12. Gastos de los hogares realizados mediante tarjeta de crédito según ENIGH entre 2008 y 2018 en proporción del consumo privado. ....</b>	<b>79</b>

# Introducción

El consumo es una de las variables macroeconómicas fundamentales para la economía de cualquier país del mundo. En México, de acuerdo con datos del INEGI, el consumo representa casi el 80% del PIB (Producto Interno Bruto) nacional; e históricamente ha sido el motor para impulsar el crecimiento económico.

El consumo de masas, a su vez, resulta trascendental para entender los efectos que dicha variable macroeconómica produce sobre la economía. Este nuevo concepto se refiere al consumo masivo de bienes y servicios de una parte de la sociedad, representada en su mayoría por la clase media.

Los primeros estudios respecto al consumo de masas ponen énfasis en el crecimiento de la clase media que, en definitiva, significan aumentos en el poder adquisitivo de las familias integrantes de estos sectores sociales. Tales investigaciones consideran además que el crecimiento de los ingresos, remuneraciones y salarios de la población impulsa un mayor consumo de bienes por parte de los hogares. Es decir, estos estudios, en concordancia con las teorías económicas sobre el consumo privado, suponen que el ingreso es un factor preponderante en el avance del consumo de masas.

Sin embargo, la aparición del crédito como otra variable macroeconómica clave para el desarrollo económico, se opone a aquella postura referida a la relevancia que tienen los ingresos sobre el crecimiento del consumo.

De acuerdo con estas nuevas líneas de pensamiento, los salarios y remuneraciones de los hogares dejan de ser los determinantes claves del consumo y, en su lugar, aparece el crédito como el impulsor principal del consumo de masas.

Bajo este contexto, la presente tesis plantea como principal hipótesis la siguiente cuestión:

**En México el crecimiento económico del consumo durante el periodo 1990-2018 y, particularmente el avance del consumo de masas, no están relacionados con variaciones en los ingresos de los hogares mexicanos, sino que su principal causa esté vinculada con el crédito bancario y las opciones de financiamiento ofrecidas por las entidades que representan al sector crediticio.**

Para probar la hipótesis anterior, la metodología de investigación que se emplea en la presente tesis de Licenciatura es de carácter mixto: cuantitativo y cualitativo. Además, el trabajo incluye estudios de carácter descriptivo-explicativo, comparativo y analítico.

Es decir, por una parte, se realiza un estudio estadístico basado en el análisis de series de tiempo de las variables vinculadas al consumo privado de los hogares mexicanos. Para ello se recurre a fuentes oficiales de datos como INEGI (Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía), el Banco de México y la Comisión Nacional Bancaria y de Valores de México.

Pero, por otra parte, la investigación también incluye una recopilación de las principales teorías sobre el consumo privado como variable económica y descripciones sobre las cualidades del fenómeno estudiado.

El objetivo de la presente tesis es realizar un análisis del consumo en masa y de la importancia que ha tenido el crédito durante los últimos años para que este pueda darse.

En el primer capítulo se desarrolla el marco teórico de la investigación. Se explican las principales teorías económicas sobre el consumo mostrando cómo fue la evolución del pensamiento económico sobre esta variable a lo largo de la historia y se recurre a los aportes de distintos autores.

Allí se hace referencia a los valiosos aportes introducidos por Keynes (1936) con respecto al consumo, a través de su teoría general del ingreso; y cuáles son los factores determinantes según el mismo autor.

También se incluyen algunos conceptos relativos al consumo privado aportados por Stiglitz & Walsh (2003), quienes son reconocidos por sus importantes estudios referidos a las “decisiones de consumo”. Otro autor considerado en esta sección es Modigliani (1986), quien se ocupa de estudiar el consumo de los individuos de acuerdo con una visión futura.

Además, se explican los efectos de la teoría de la hipótesis del ingreso permanente, desarrollada por Friedman (1973), sobre la variable macroeconómica del consumo privado.

Luego, en este capítulo inicial, se explica el surgimiento del concepto del consumo de masas. En este caso se recurre a Katona (1964), quien explica el consumo desde una perspectiva diferente a los autores anteriores: los cambios en el poder adquisitivo de las familias. Asimismo, se describe la aparición del crédito como factor determinante del consumo y cuáles son los principales cambios introducidos por esta nueva variable según el pensamiento económico del mismo autor.

A continuación, se explica el papel del crédito en el avance del consumo de masas. Para ello se recurre a los conceptos introducidos recientemente por Fulford & Schuh (2018) quienes señalan que el crédito resulta mucho más preponderante para incrementar el consumo, con respecto a los cambios en los salarios de la población.

El primer capítulo concluye con una descripción del cambio que se ha producido en las formas de comercio tradicionales a partir de los avances tecnológicos y el auge del internet. Se desarrollan las principales teorías que explican cómo el comercio electrónico ha ganado lugar en el mercado; y se describen los efectos que producen estas nuevas formas de comercio sobre el avance del consumo de masas.

Por su parte, en el segundo capítulo de esta tesis se inicia con el estudio cuantitativo. Aquí se evalúan las tendencias recientes del consumo privado en México, considerando los datos que surgen de las fuentes oficiales señaladas anteriormente y aplicando un análisis basado en el estudio de series de tiempo.

Se consideran en primer lugar los datos del consumo privado del país a nivel agregado. Es decir, se investiga el comportamiento de la variable económica de interés entre los años 1990 y 2018, y se describe su participación en el PIB y en el consumo total registrado en México durante el mismo periodo.

Luego se estudia la evolución del consumo privado en México según el tipo y origen de los bienes y servicios consumidos por los hogares. La primera clasificación se refiere a los bienes duraderos y no duraderos; mientras que la segunda categorización distingue entre los bienes de origen nacional y los producidos en el extranjero.

A continuación, se evalúan los distintos patrones del consumo de las familias mexicanas según la clasificación provista por las ENIGH (Encuestas Nacionales de Ingresos y Gastos de los Hogares) para el periodo de tiempo bajo estudio. En este caso se incluyen los consumos de la población mexicana en alimentos, bebidas, tabaco, vestimenta, calzado, educación, salud, servicios de transporte y comunicación, bienes y servicios de esparcimiento, vivienda, servicios de limpieza y cuidado personal entre otros.

Al final del segundo capítulo, a partir de los datos provistos por las ENIGH, se incluye un cálculo de la elasticidad ingreso de los hogares mexicanos que revela pruebas sobre la relación entre los ingresos de los hogares mexicanos y su consumo; y, consecuentemente, proporciona fundamentos para validar la hipótesis del presente trabajo de investigación que considera al crédito como el principal determinante del consumo mexicano.

El tercer capítulo de esta tesis analiza los factores determinantes sobre el avance reciente del consumo en México. Se tienen en cuenta particularmente los siguientes conceptos: salarios e ingresos, política fiscal, economía psicológica, capital, cambios en la tecnología y crédito o financiamiento.

En esta parte de la investigación se muestra la relevancia del crédito bancario sobre el consumo de masas frente a otros elementos que, si bien influyen sobre la variable principal, no ejercen un papel tan importante como si puede observarse en el caso del crédito o financiamiento.

En el cuarto capítulo, por su parte, se profundiza el estudio acerca del papel del financiamiento sobre el consumo mexicano. En primer lugar, se analiza el comportamiento del crédito al consumo a nivel nacional durante el periodo transcurrido entre 2010 – 2019. Luego se considera las diferencias en el comportamiento del crédito a nivel regional o por estados de la República Mexicana. Se parte de la hipótesis el dinamismo del consumo no es el mismo en todo el país, sino que existen diferencias significativas con respecto al acceso al crédito al consumo en algunas regiones. Por último, se incluye un estudio de los gastos realizados por los hogares mexicanos a través de alguna tarjeta de crédito bancaria o comercial de acuerdo con la información que surge de las bases de datos de las ENIGH.

Finalmente, en el quinto capítulo se presentan una serie de recomendaciones y conclusiones de política económica en función de los resultados del estudio empírico desarrollado en los capítulos previos.

# I.- Marco Teórico

## La Evolución del consumo en la teoría económica

El consumo es un concepto que ha sido explicado desde distintas teorías, aunque con distintas bases, conceptos y términos, todos los autores concluyen que es un concepto fundamental para poder entender el comportamiento económico de un país, empresa o individuo.

Keynes (1936) fue de los primeros economistas en describir y definir el comportamiento del consumo en su libro “Teoría General de Ocupación, el Interés y el Dinero”, en este libro el autor parte de los postulados de la economía clásica.

Los tres postulados básicos para entender el concepto y comportamiento del consumo según Keynes son; el ingreso, el ahorro y la inversión. Estas variables las define en función del empresario y en función de la población en general.

Keynes define al ingreso del empresario:

“El excedente de valor de su producción terminada y vendida durante el periodo, sobre su costo primo, es decir, que el ingreso del empresario se considera igual a la cantidad que según sea su escala de producción, se esfuerza por llevar al máximo, es decir su ganancia bruta” (Keynes, 1936, pág. 23).

Además de definir el ingreso, introduce un concepto esencial para tu teoría de consumo, este concepto es el ingreso neto t lo define de la siguiente forma: “Es lo que suponemos que el hombre de tipo medio considera como su ingreso disponible cuando decide cuánto debe gastar en consumo corriente” (Keynes, 1936, pág. 37).

Una vez que el autor define el ingreso y el consumo del empresario, introduce la definición del ahorro como la diferencia entre el ingreso y el consumo. Es decir, el ahorro será una consecuencia natural de la interacción entre el ingreso y el consumo.

$$Y = C + S$$

Después de definir estos tres conceptos, Keynes define los factores que hace que la población genere gasto y en qué proporción lo hace.

La suma que la población gasta en consumo dependerá de en primer lugar, el monto de su ingreso, en segundo lugar, otras circunstancias objetivas que lo acompañen y, en tercer lugar, las necesidades subjetivas y las inclinaciones psicológicas y hábitos de los individuos.

Los principales factores que influyen en la propensión a consumir según el autor son los siguientes:

1. **Un cambio en la unidad del salario:** explica que el consumo está en función del ingreso real, si la unidad de salario varía, el gasto en consumo correspondiente a un nivel dado de ocupación cambiara.
2. **Un cambio en la diferencia entre ingreso e ingreso neto.**
3. **Cambios imprevistos en el valor del capital no considerados al calcular el ingreso.** El consumo de la población puede ser extraordinariamente sensible a cambios imprevistos en el valor monetario de la riqueza.
4. **Cambios en la tasa de descuento** es decir en la relación de cambio entre los bienes presentes y futuros, es importante resaltar que esto no es exactamente la tasa de interés, esta tasa de descuento toma en cuenta los riesgos futuros.
5. **Cambios en la política fiscal,** como pueden ser los impuestos sobre el ingreso, impuesto sobre herencias y otros similares. Estas políticas tienen consecuencias directas sobre el consumo de la población. Keynes menciona que, si la política fiscal es utilizada como instrumento deliberado para conseguir mayor igualdad en la distribución de los ingresos, su efecto sobre el aumento en la propensión a consumir es mayor.
6. **Cambios en las expectativas acerca del nivel presente y futuro del ingreso:** La incertidumbre puede generar un efecto totalmente negativo en la forma de consumir de la población y por otro lado una expectativa de ganancias mayores de lo habitual podría incrementar el consumo presente.

Por otro lado, afirma que la propensión marginal a consumir es una función estable, en donde el momento de consumo dependerá principalmente del volumen del ingreso total. El autor menciona en su libro lo siguiente: “Los hombres están dispuestos, por regla general, a aumentar su consumo a medida que su ingreso crece, aunque no tanto como el crecimiento de su ingreso” (Keynes, 1936).

Con esta frase, comienza a explicar cómo funciona la combinación de ingreso, consumo y ahorro. A mayor nivel de ingreso, la brecha entre consumo e ingreso se irá incrementando a medida que las necesidades se van cubriendo y dejan de ser la mayor parte del consumo. Por lo tanto, el ahorro y la inversión comenzarán a darse en el momento en el que el ingreso es lo suficientemente estable y creciente para cubrir necesidades y generar esta brecha.

Por otra parte, una disminución del ingreso debido a un descenso en el nivel de ocupación puede ser incluso motivo que el consumo exceda los ingresos, no solamente debido a que ciertos individuos o instituciones utilicen reservas financieras que hayan acumulado en mejores tiempos, sino porque el individuo podría caer en un déficit o concurrir al préstamo. Este punto es sumamente importante para este análisis, ya que Keynes desde el punto de vista clásico, plantea al crédito como una solución a la disminución del ingreso en un individuo.

En otro capítulo llamado “La propensión marginal a consumir II, los factores subjetivos” el autor describe la segunda clase de factores que afectan el momento del consumo. Describe en general

ocho motivos de carácter subjetivo que impulsan a los individuos de abstenerse de gastar sus ingresos:

1. Formar una reserva para contingencias previstas
2. Proveer para una anticipada relación futura entre ingresos y las necesidades del individuo y su familia, por ejemplo, vejez, educación etc.
3. Aumentar consumo futuro y no inmediato
4. Disfrutar de un gasto gradualmente creciente
5. Disfrutar de una sensación de independencia
6. Asegurar una cantidad para poder realizar negocios futuros
7. Lograr una fortuna
8. Satisfacer avaricia, lo cual es una forma de actuar irracional.

Keynes llama a estos ocho motivos de la siguiente forma: precaución, previsión, cálculo, mejoramiento, independencia, empresa, orgullo y avaricia. Como se puede notar, estos ocho puntos no son necesariamente conceptos económicos, sino que el autor comienza a tomar en cuenta conductas y factores psicológicos de los individuos.

En el capítulo diez de su libro “La propensión marginal a consumir y el multiplicador” Keynes explica la relación definida entre los ingresos, la inversión  $t$  y el consumo llamado multiplicador.

“Nuestra ley psicológica indica que cuando el ingreso real de la comunidad sube o baja, el consumo crecerá o disminuirá. Pero no tan de prisa, puede por tanto traducirse por la propensión que el consumo tiene sobre el ingreso” (Keynes, 1936, pág. 108).

De esta afirmación sigue la siguiente fórmula:  $1-1/k$  donde  $k$  es el multiplicador de la inversión. Este nos indica que, cuando existe un incremento de la inversión total, el ingreso aumentará en una cantidad  $k$  veces el incremento de la inversión.

Entonces, un aumento en la inversión tendrá como resultado un aumento en la ocupación laboral, que a su vez tendrá un aumento en unidades salariales que tendrán como resultado un incremento en el consumo, aunque en menor medida que el incremento salarial. El autor lo explica de la siguiente manera: “Si el ahorro es la medicina y el consumo es la mermelada, la mermelada extra tiene que ser proporcional al tamaño de la medida adicional. A menos que las inclinaciones psicológicas de la población sean diferentes de las que suponemos” (Keynes, 1936, pág. 111).

De lo anterior se deduce que, si la propensión marginal a consumir no está lejos de la unidad, las pequeñas fluctuaciones en la inversión producirán grandes fluctuaciones en la ocupación. Si, por otra parte, la propensión marginal a consumir está muy por encima de cero, las pequeñas fluctuaciones en la inversión ocasionaran las correspondientes fluctuaciones en la ocupación.

Además del funcionamiento de la regla general que acaba de mencionarse, Keynes describe otros factores que pueden influir para modificar la propensión marginal a consumir y por consiguiente el multiplicador; en primer lugar el aumento de la ocupación se deberá a los efectos de los

rendimientos decrecientes en un periodo corto, al incrementar la propensión del ingreso total que va dar a manos de empresarios, cuya propensión marginal individual de consumir es, probablemente menor que el promedio de la comunidad en conjunto.

“En segundo lugar, la desocupación probablemente va unida al ahorro negativo en ciertos sectores, privados o públicos, porque los desempleados pueden estar viviendo con ayuda de sus ahorros o con ayuda de préstamos.” (Keynes, 1936, pág. 136)

Por tanto, cuanto mayor sea la propensión marginal a consumir, mayor será el multiplicador y, en consecuencia, más grande la perturbación que producirá sobre la ocupación un cambio dado en la inversión.

Como conclusión, desde el punto de vista Keynesiano y clásico podemos enumerar los factores que inciden sobre el:

1. Ocupación Laboral
2. Ingreso
3. Preferencias Psicológicas
4. Ciclo Económico
5. Inversión
6. Demanda Agregada

Hay otras teorías que de igual forma que los clásicos han partido del consumo de los individuos para explicar la teoría económica, como lo es la teoría neoclásica. Para hablar de la explicación del consumo de la teoría neoclásica, este estudio considera a los autores Joseph Stiglitz y Carl Walsh.

Stiglitz & Walsh (2003) explican que el consumidor define su conjunto de oportunidades en vista de las limitaciones a las que se enfrenta, en la mayoría de los casos, el consumidor se enfrenta a la limitación por sus ingresos.

Los autores explican otro tipo de restricción que Keynes no menciona desde el punto de vista clásico y este es el tiempo que un individuo demora en tomar una decisión, el cual según su explicación es un recurso completamente escaso. De acuerdo a la corriente neoclásica y tal como lo refieren Stiglitz & Walsh, el consumidor siempre elegirá su nivel de consumo de acuerdo a lo que más le convenga.

Según la teoría neoclásica el conjunto de posibilidades de consumo de un individuo se definirá por medio de la llamada recta presupuestal mientras que la teoría clásica lo hace llamar el ingreso neto. Una recta presupuestal tiene dos características importantes; en primer lugar, nunca se va a consumir todo el presupuesto cuando se está por debajo de la línea presupuestaria, en segundo lugar, el individuo se enfrentará a una disyuntiva debido al nivel de precios.

La pendiente de una restricción presupuestaria nos podrá indicar cuál es la disyuntiva, ya que esta medirá la longitud de la variación. Para ser más clara, la restricción presupuestal define qué se

puede comprar con una cantidad de ingresos dada la cual a su vez dependerá del precio de los productos.

Para Stiglitz & Walsh, representantes de la teoría neoclásica, la restricción presupuestaria y el reconocimiento de las posibles disyuntivas es el punto de partida del estudio del consumo de un individuo.

Al igual que Keynes, toman como punto de partida la variación de ingresos y su impacto de manera directa en el consumo, “Cuando aumenta la renta de un individuo, este tiene más para gastar en consumo, las variaciones del ingreso desplazan la línea presupuestaria, pero no alteran su pendiente” (Stiglitz & Walsh, 2003, pág. 131). Con esta frase comprendemos qué, cuando un individuo comienza a ganar más su recta presupuestal hará un desplazamiento a la derecha y eso querrá decir que podrá incrementar su nivel de consumo, por el contrario, si un individuo disminuye su nivel de ingresos la recta presupuesta desplazará a la izquierda generando una disminución en el nivel de consumo.

Los autores introducen en su capítulo “Decisión de consumo” el concepto “elasticidad renta de la demanda” que mide la magnitud del incremento del consumo de un determinado bien con el ingreso. Los autores definen matemáticamente el concepto de la siguiente forma:

$$\text{Elasticidad renta de la demanda} = \Delta C \Delta Y$$

Donde  $\Delta C$  significa la variación porcentual del consumo y  $\Delta Y$  la variación porcentual del ingreso. Transformando los números en palabras, la elasticidad-renta de la demanda según los neoclásicos es la variación porcentual del consumo que se producirá con un incremento del 1% en la renta. Queda claro que este concepto es completamente diferente a la propensión marginal al consumo que propone la teoría neoclásica.

Conforme se incrementa el ingreso de las personas varían también los tipos de bienes que estas eligen comprar. En concreto, tienen más dinero para gastar en bienes distintos a los necesarios para sobrevivir. Las personas con un ingreso menor gastan un porcentaje mayor de su ingreso en alimentos y vivienda y un porcentaje menor en bienes no necesarios.

Según los autores, el consumo de algunos bienes, de hecho, se reduce a medida que aumenta el ingreso y aumenta a medida que este disminuye, este tipo de bienes reciben el nombre de bienes inferiores en la teoría neoclásica del consumo y contrastan con los bienes normales que aumentan su consumo conforme aumenta el ingreso del individuo.

Los bienes cuya elasticidad es negativa son por definición inferiores, mientras que los restantes reciben el nombre de normales. Así es como esta corriente teórica divide sus productos y consumo, esta división por elasticidad no se plantea en la teoría clásica.

Stiglitz & Walsh presentan en su libro el concepto de curva de la demanda, en la cual, a mayor precio de un bien la demanda disminuirá, al hablar de la curva de la demanda introducen el concepto “efecto riqueza” el cual, según los neoclásicos se da cuando el precio de un bien aumentó

y el ingreso no, esto ocasionará que el individuo pueda consumir menos de un bien. La magnitud de este efecto sobre el consumo del individuo dependerá de dos cosas; la importancia que tiene el bien para el individuo y la magnitud de la elasticidad-renta.

Los neoclásicos, al igual que la corriente clásica, toman en cuenta la política fiscal como un factor que podría afectar el nivel de consumo. De acuerdo con Stiglitz & Walsh y el capítulo de la decisión de consumo, los impuestos generan ineficiencias, si el estado obtiene más recursos a través de la recaudación los individuos tendrán un menor nivel de ingresos para poder consumir. Para esta corriente de pensamiento económico cualquier impuesto provoca reducción en el nivel de consumo, a través del efecto renta, además, los impuestos también cambian los precios relativos.

Otro concepto clave que los neoclásicos utilizan para explicar el comportamiento del consumo en un individuo es la utilidad. La utilidad nace de la siguiente pregunta: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar un individuo por encontrarse en una situación y no en otra?

“La predisposición a pagar es una valiosa medida de la utilidad, que a menudo resulta de ayuda para determinar propósitos, como examinar el modo en que una persona distribuye su renta a lo largo de su restricción presupuestaria” (Stiglitz & Walsh, 2003, pág. 139).

A medida que el conjunto de bienes de una persona incluye una cantidad cada vez mayor de un mismo bien, este incremento causará una menor utilidad, a esto los neoclásico le llaman “utilidad marginal decreciente”, para elegir entre dos bienes el consumidor ajustará sus elecciones hasta el punto en el que las utilidades marginales sean proporcionales a los precios.

Otro concepto que esta teoría económica toma en cuenta para explicar el comportamiento del consumo de un individuo es el “excedente del consumidor”, que resulta ser la diferencia entre lo que un individuo paga y lo que estaría dispuesto a pagar, este se mide por el área situada debajo de la curva de la demanda, pero por encima del precio. El excedente del consumidor constituye un indicador del beneficio para los consumidores del intercambio del un bien en el mercado.

Para facilitar un análisis de las elecciones y consecuencias de las variaciones de precios en un bien, la corriente neoclásica desarrolló un concepto llamado “curvas de indiferencia”, estas curvas proporcionan las combinaciones de bienes ante las que un individuo es indiferente o que le reportan el mismo nivel de utilidad.

Los autores mencionan en su último capítulo dedicado al consumo que existe una nueva rama neoclásica que estudia el consumo desde el punto de vista de la “economía del comportamiento”, esta rama combina la psicología del individuo con conceptos económicos para profundizar en los procesos de elección de consumo de los individuos.

Además de los clásicos y neoclásicos, existen otros autores que han desarrollado teorías para explicar el comportamiento del consumo de los diferentes individuos. Modigliani (1986) es uno

de los autores que ha profundizado en el tema: consideró que los individuos consumen con una visión a futuro.

Modigliani al igual que los clásicos y los neoclásicos considera el ingreso el factor más importante para determinar el nivel de consumo, sin embargo, este autor agrega un concepto para entender el consumo y es el llamado “ciclo de vida”.

El autor afirma “La vida limitada de la unidad familiar y las variaciones de ingreso y necesidades que ocurren durante el ciclo de vida de una persona da como resultado el madurar, retirarse y los cambios en el tamaño de familia y consumo” (Modigliani, The "Life Cycle" Hypothesis of Saving: Aggregate Implications and Tests, 1963, pág. 30).

Para este autor, los individuos maximizan la utilidad sujetos a los recursos que tienen a su disposición a lo largo de toda su vida y no solo lo que tienen en el presente. El plan de consumo resultante es una función de los recursos disponibles, la tasa de rendimiento de capital y la edad del individuo.

Hay distintos factores que pueden afectar el comportamiento del consumo de bienes necesarios y no necesarios, por ejemplo; las expectativas, el optimismo de una sociedad, la edad del individuo. Cuanto más joven y en edad productiva se encuentre el individuo, mayor nivel de gastos en bienes no necesarios tendrá, en cuanto el individuo aumenta su edad su consumo en bienes no necesarios disminuye.

Otro concepto importante que agrega este autor es el ahorro a lo largo de la vida, cuando el individuo está en una etapa temprana laboral el nivel de ahorro es mayor, en la mayoría de los casos se ahorra para la vejez, la compra de un bien, entre otras cosas, a medida que el individuo envejece el nivel de ahorro comienza a disminuir.

Este autor retoma un poco de las dos teorías antes mencionadas, toma en cuenta el ingreso neto y el ahorro al igual que Keynes y toma en cuenta la maximización de la utilidad como lo mencionan Stiglitz & Walsh en sus libros.

Otro autor que desarrolla una teoría importante para explicar el consumo es Friedman (1973) con la teoría de la hipótesis del ingreso permanente. De acuerdo con este autor, el consumo depende principalmente del ingreso, el cual permite a las personas mantener su nivel de consumo, además del ingreso, este autor introduce el concepto de “renta aleatoria” la cual puede afectar positiva o negativamente la propensión marginal a consumir.

### **El surgimiento del concepto “Consumo de Masas”**

Katona (1964) es un autor que mezcla la teoría de la economía del comportamiento con la teoría keynesiana. En su libro explica el consumo desde una perspectiva diferente a los autores antes mencionados.

Para el autor, uno de los puntos más importantes para poder empezar a explicar el consumo de masa es el crecimiento de la clase media es decir el crecimiento del poder adquisitivo de las personas que caracterizan a ese segmento de la población. Describe, al igual que los autores clásicos que cuando el nivel del ingreso de una persona incrementa, cubre sus necesidades con un porcentaje menor de su ingreso y lo restante puede emplearlo en lo que el individuo decide. Describe como el crecimiento de este tipo de individuos llamados clase media tienen una vital importancia en el llamado consumo de masa. (Katona, 1964, pág. 65).

Menciona distintos tipos de comportamiento de los consumidores que no necesariamente tienen que ver con el ingreso disponible o la tasa de interés, sino con las preferencias del individuo y la economía psicológica, estas preferencias retomaron un poco los puntos en los que Keynes menciona que no tenían que ver precisamente con factores económicos.

Katona explica como durante los años sesenta las tasas de interés comienzan a jugar un importante papel en la sociedad americana (sociedad en la que está basada el estudio de Katona) y esta importancia de la tasa de interés nace debido al incremento en el uso del crédito para consumir por parte de la sociedad americana.

El autor describe cómo a partir de los años setenta las familias comienzan a adquirir bienes necesarios a través del crédito, factor que las tiendas departamentales comprendieron y comenzaron a desarrollar productos de crédito para poder penetrar este nuevo mercado.

Un ejemplo muy importante que menciona el autor es que durante esta se dio un incremento importante en la compra de coches, bienes catalogados como bienes duraderos y no necesarios. Durante esta época el precio de los coches no disminuyó, sin embargo, más personas y familias comenzaron a adquirirlos y este fenómeno se pudo dar en gran parte debido al crédito. Con el nuevo impacto del crédito no siempre se dieron precios justos, al ser una modalidad nueva para las familias en la forma de adquirir un bien, las personas estaban mal informadas lo que les permitía a las instituciones incrementar las tasas y los plazos a los que otorgaban un crédito, esto a su vez les generaba un buen rendimiento a las instituciones que otorgaban estos créditos, por lo que cada vez más establecimientos comenzaron a aceptar el crédito como método de pago.

Otro sector que tuvo un claro impacto positivo gracias al crédito es el sector inmobiliario, gracias a la implementación de créditos hipotecarios a largo plazo, una parte significativa de la población norteamericana comenzó a tener acceso a una casa propia. Actualmente, es muy raro ver un caso en el que un individuo o familia adquiera un bien inmobiliario sin el uso del crédito.

Una de las conclusiones a las que llega el autor es que el desarrollo del crédito se debe en gran parte al nacimiento del consumo de masa, que es esta nueva forma de consumir bienes innecesarios de las familias a través de un nuevo canal que no requiere tener el efectivo disponible para realizar una compra y a su vez el incremento en el nivel de consumo lo absorben las empresas produciendo cada vez más y llegando a la producción en masa. Este tipo de producción derivan en ganancias cada

vez mayores para las empresas y este ejemplo se puede observar claramente en una sociedad como la de Estados Unidos.

Katona menciona que este desarrollo del crédito necesitó que con el tiempo las instituciones se especializaran cada vez más para desarrollar mecanismos que permitieran a los prestadores disminuir el riesgo de pérdidas, se comenzaron a desarrollar teorías del crédito y metodologías para otorgarlos y se comenzaron a estudiar las variables que afectan el otorgamiento del crédito como lo son el monto, el plazo, la tasa entre otros.

La conclusión general a la que el autor llega y que es muy importante para mí planteamiento teórico, es que el salario no será un determinante del consumo o el nivel el consumo de masa, mucho menos de las necesidades que un individuo o familia pueda tener. Como muestra se tienen aquellos sectores los cuales deben su expansión completamente al otorgamiento de créditos y las empresas obtienen incluso mejores ganancias otorgando la mercancía mediante un crédito que por medio de efectivo.

## **El papel del crédito en el avance del consumo de masas**

Otros autores que profundizan en el papel del crédito en el consumo de masas son Fulford & Schuh (2018). En su investigación se plantea un modelo en donde tomen en cuenta factores más actuales.

El modelo utiliza variables como el ciclo de vida, el ingreso que percibe el individuo e introduce el uso de la tarjeta de crédito como un factor importante de liquidez.

Fulford & Schuh al igual que Katona, realizan su estudio enfocándose en la sociedad estadounidense y afirma que el crédito permite tener diferentes niveles de consumo a lo largo del ciclo de la vida y que el gasto dedicado a consumo cambia drásticamente cuando un individuo cuenta con una tarjeta de crédito.

En este artículo estima que en total la sociedad norteamericana usa como método de pago la tarjeta de crédito en un monto equivalente a 40 billones de dólares al año, lo cual puede explicar el nivel de liquidez que tiene el consumo en Estados Unidos.

Los autores tomando como base a Modigliani, explican que el ciclo de vida tiene mucho que ver con el comportamiento del límite de la tarjeta de crédito de un individuo, a mayores años de vida, el límite de crédito incrementa y por tanto el consumo pagado mediante la tarjeta de crédito se incrementa, el autor explica como en los años veintes o treintas de una persona, el límite de crédito se puede incrementar hasta un 400% y después de ese periodo de años el límite de crédito incrementará de una forma menor.

Las personas que se encuentran alrededor de los veinte o treinta años utilizan más del 50% de su límite de crédito en consumo y ese uso puede ir disminuyendo de acuerdo a la edad de la persona.

Así mismo menciona que no solo hay que toma en cuenta cuánto se gasta en una tarjeta de crédito, sino cómo puede afectar al ingreso, una vez que es utilizada la tarjeta, al siguiente mes el individuo deberá realizar su pago, que el mismo decidirá si liquidará su deuda por completo, pagará solo el monto mínimo para no generar intereses o caerá en un estado moratorio, esta última opción tiene un alto costo de oportunidad ya que genera intereses más altos y un mal historial crediticio.

Por lo tanto, el consumo puede aumentar durante el primer mes, pero al segundo mes si el ingreso no es suficiente para cubrir la deuda puede afectar negativamente la liquidez y por tanto el consumo.

El riesgo de caer en mora aumenta conforme aumenta la línea de crédito, aunque ésta generalmente va en función del ingreso del individuo, pues al tener más monto de crédito disponible la capacidad de impago puede crecer.

Por último y como conclusión los autores mencionan que como política de expansión de consumo el sugiere lo siguiente:

“Una forma de incrementar la liquidez y el consumo en una sociedad es incrementando de una forma mayor el límite de crédito que el ingreso, ya que, los individuos reaccionan consumiendo más con incremento en su tarjeta que, con un incremento en su salario.” (Scott L. Fulford & Scott Schuh, 2018, pág. 8)

Habría que valorar si este modelo es aplicable para las economías en vías de desarrollo y contemplar modificar algunas variables tomadas en cuenta, sin embargo, el artículo describe muy bien la importancia en la sociedad moderna de una tarjeta de crédito en distintos momentos de la vida de un individuo.

## **La evolución del consumo derivado del avance tecnológico**

Matsuyama (2002) es otro autor contemporáneo que ha realizado un estudio acerca de la evolución del consumo debido al avance tecnológico. Su publicación lleva por nombre “El aumento del consumo masivo” y parecido a lo que realizó Katona, el autor hace un especial énfasis en el comportamiento y preferencias, así como en la psicología del consumidor.

El autor define el consumo de masa de la siguiente manera: “Una sociedad donde no solo la clase alta o unos cuantos, sino que la mayoría de las familias pueden disfrutar del incremento en la productividad y constantemente aumentar su línea de consumo”. (Matsuyama, *The Rise of Mass Consumption Societies*, 2002, pág. 30)

Menciona que las necesidades del individuo tienen que cambiar forzosamente para que el consumo de masa pueda darse adecuadamente. Para el modelo que desarrolla Kiminori es de suma importancia analizar la correlación que existe entre un aumento de productividad y un decremento en precios y que, con esto, bienes que anteriormente eran imposibles de adquirir para la clase media cada vez sean más común en su consumo.

Un concepto muy importante de esta aportación por parte de Matsuyama es el del incremento de la tecnología, el cual describe con el siguiente nombre “Flying Geese” (Gansos voladores) y este efecto describe cómo la innovación provoca que un bien desplace a otro por una nueva tecnología lo cual se traduce en un menor precio. Y con esta competencia tecnológica los precios de algunos bienes se abaratan permitiendo que las personas que anteriormente no podían comprarlos ahora ya puedan acceder a ellos.

Desde de la década de 1990, los avances tecnológicos y el auge del internet iniciaron un cambio profundo en las formas de comercio. El surgimiento de empresas como Amazon en Estados Unidos, o Alibaba, en China, reflejan el cambio radical que se produjo desde finales del siglo XX, pasando de las formas tradicionales de comercio al surgimiento del comercio electrónico a través de tiendas virtuales.

A pesar de la crisis mundial de 2001, conocida como la crisis de la burbuja puntocom y que provocó una caída relevante en el valor de sus acciones, las mencionadas compañías lograron mantenerse activas debido a su capacidad productiva y, fundamentalmente, a su proyección futura.

A diferencia de las conocidas fabricas tradicionales, dichas tiendas virtuales ofrecen una amplia gama de productos y servicios a través de sus páginas web combinando distintos rubros de negocios. Por ejemplo, en un mismo sitio web pueden encontrarse ofertas de artículos del hogar (electrodomésticos, muebles, etc.) o repuestos para vehículos (motos, automóviles, etc.). Tales tiendas funcionan cobrando una comisión por el servicio de intermediación entre vendedores y compradores y, en algunos casos, por el servicio de entrega de los productos.

Las ventajas que ofrece el comercio electrónico, en términos de comodidad y seguridad para los consumidores, junto con la fiabilidad del sistema repercute positivamente en el consumo privado de las familias, principalmente de clase media (definida por el INEGI como un consumo per cápita mensual mayor a \$2,500 pesos), y por lo tanto alienta el avance del consumo de masas.

El comercio electrónico, propio de la disciplina de la economía digital, ha crecido de manera notable en los últimos años en las economías de América Latina como es el caso de México, pero aún no alcanza los niveles potenciales que suponen dichos negocios.

Las principales compañías del mercado mexicano son Mercado Libre, Walmart México e Inditex, que compiten con el gigante estadounidense “Amazon” que cada vez gana mayor participación en el mercado.

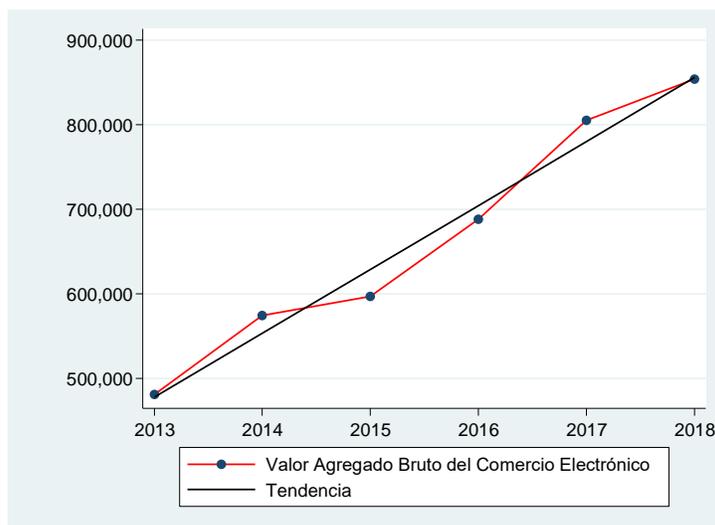
En México se desarrollan distintas estrategias de marketing para alentar el comercio electrónico como ser las famosas campañas “Hot Sale”, “Hot Monday”, “Black Friday”, “Buen Fin” o también los premios al comercio electrónico. Además, existe un avance creciente en la cantidad de usuarios cibernéticos y el gobierno promueve el uso de las TICS (Tecnologías de la Información y la Comunicación) a través de distintos proyectos.

Sin embargo, todos estos esfuerzos parecen insuficientes para aprovechar eficientemente las abundantes oportunidades que ofrece esta línea de negocios. Así lo explica González (2020), quien

sostiene que se deben reforzar las estrategias en comercio electrónico con el objetivo de convertirlo en la principal modalidad de consumo de las familias mexicanas.

El gobierno de México, a través del INEGI, recolecta y expone datos relativos al comercio electrónico en la república. Específicamente el instituto informa el valor agregado del comercio electrónico, entendido como el “proceso de compra, venta o intercambio de bienes, servicios e información a través de las redes informáticas, cuyo pago puede o no ser hecho en línea, y su participación en el PIB”.

**Gráfica 1. Evolución del valor agregado bruto del comercio electrónico en México entre 2013 y 2018 (en millones de pesos y a precios constantes de 2013)**



Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI

El gráfico anterior presenta la evolución reciente del Valor Agregado Bruto del Comercio Electrónico en México. Se evidencia una tendencia creciente a lo largo de los años.

Los datos informados también reflejan el crecimiento de la actividad durante los últimos años, aunque también muestra la explotación parcial del negocio, como se mencionó anteriormente. La participación de esta actividad en el PIB pasó del 3% en 2013 al 5% en 2018. Sin embargo, las compras a través de tiendas en línea sólo representan el 20% del uso del servicio de internet.

Según los datos oficiales, entre los productos de mayor demanda electrónica hasta el año anterior se encontraban la vestimenta u otros artículos de “moda”, los artefactos electrónicos, los celulares, los artículos de belleza y cuidado personal y los electrodomésticos. Sin embargo, es de esperarse una mayor participación de los comercios especializados en alimentos como Ubereats o Cornershop, impulsada fuertemente por las medidas de aislamiento preventivo dictadas por el gobierno en el contexto de pandemia actual generado por la aparición del nuevo coronavirus COVID-19.

Para cerrar este capítulo se debe destacar que el consumo de masas se ha transformado radicalmente desde sus inicios a principios del siglo XX, cuando el capitalismo impulsó la

producción a gran escala de coches que se conoce como el movimiento fordista. Sin embargo, los avances tecnológicos, las necesidades sociales y las políticas económicas generaron grandes cambios en la concepción del consumo de masas. En la actualidad se destaca el avance de las operaciones de comercio electrónico y su proyección futura que indudablemente repercute en los niveles del consumo de masas.

## **II.- Tendencias recientes del Consumo en México**

En este capítulo se realiza un análisis de las tendencias recientes del consumo privado en México.

En la primera sección se presentan datos del consumo para el periodo 1960-1993. Luego, se muestran los datos del periodo 1990-2018. A continuación, se explican algunas similitudes y diferencias de las variables de interés en ambos periodos considerados.

Por último, se lleva a cabo un análisis del consumo privado por tipo de bienes en función de los datos de las encuestas de ingresos y gastos de los hogares que realiza periódicamente el gobierno de México.

### **Consumo en los años previos al periodo de estudio**

En esta sección se presentan algunos datos del consumo en México para el periodo 1960-1993, la intención es analizar cómo era el comportamiento de la variable antes del periodo de estudio.

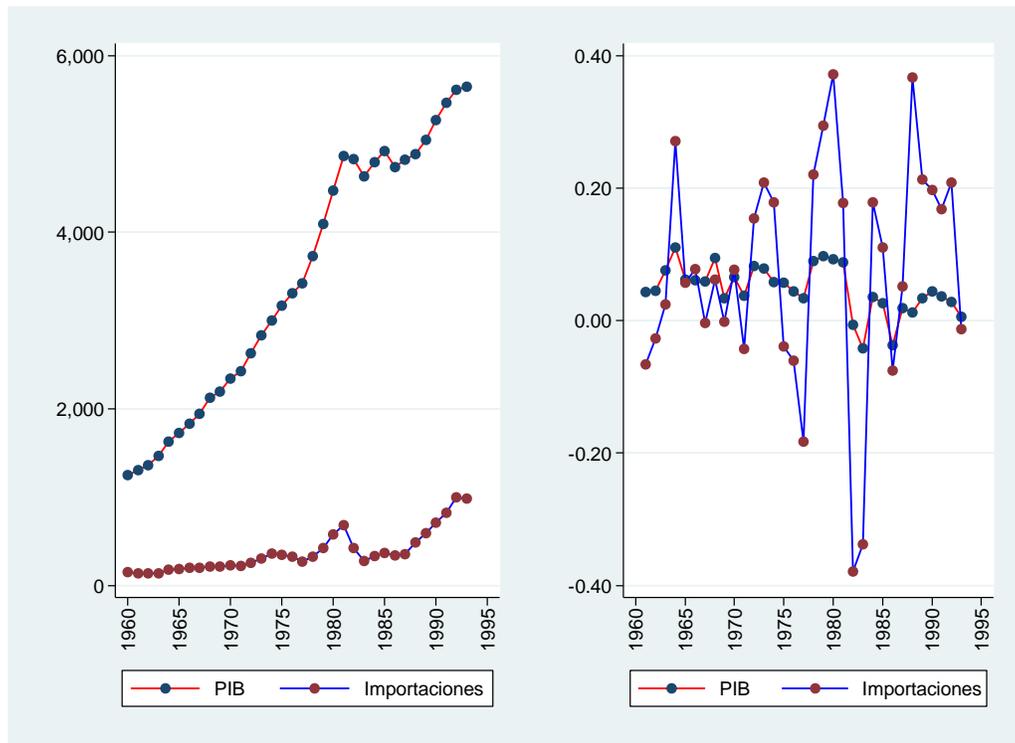
Antes de iniciar el análisis es conveniente aclarar que los datos utilizados han sido extraídos de la base de datos del sistema de cuentas nacionales de INEGI (Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía). Esto implica que las series de datos que se emplean para el análisis han sido calculadas con la misma metodología y resultan homogéneas.

Junto a los datos del PIB, el gráfico siguiente también muestra la participación de las importaciones que completan la oferta macroeconómica para el consumo de bienes y servicios. En la Gráfica de la izquierda ambas variables están expresadas en millones de pesos y a precios constantes del año 1980; mientras que en la Gráfica de la derecha puede observarse el crecimiento del PIB y las importaciones en términos porcentuales.

A priori pareciera que el PIB muestra una tendencia creciente a lo largo del periodo considerado. Sin embargo, pueden observarse también algunos cambios abruptos en su crecimiento. En particular, el PIB pasó de crecer a tasas cercanas al 10% en 1979 a experimentar caídas de poco más del 4% en el año 1982.

En la década de 1970 y los primeros años de la década de los ochenta, tuvo lugar en México una etapa que algunos autores refieren como “Populismo”. Durante esos años las políticas económicas se fundaban en la hipótesis de que el déficit público debía ser el motor que impulsara el crecimiento económico. Si bien los primeros años hubo un crecimiento del PIB, luego los elevados niveles de gasto público y el exceso de deuda externa, entre otros factores, desencadenaron las “crisis de 1976 y 1982” y provocaron severas consecuencias en la economía mexicana.

**Gráfica 2. Evolución del PIB e importaciones en México en el periodo 1960-1993 (en millones de pesos y términos porcentuales)**



Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, Sistema de Cuentas Nacionales de México. Producto Interno Bruto Trimestral. Año Base 2013. Serie del primer trimestre de 1993 al cuarto trimestre de 2018

Por su parte, las importaciones de bienes y servicios muestran también una tendencia creciente pero su tasa de crecimiento presenta una alta volatilidad. En los años de crisis dicha tasa cayó a un nivel cercano a -40%, es decir decreció significativamente; aunque en los años siguientes a la crisis muestra una fuerte recuperación con una tasa pico de crecimiento del 36.70% en el año 1988.

A partir del ingreso de México al “GATT (Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio)” y los posteriores “tratados de libre comercio”, se incrementaron las cuantías de las importaciones y se amplió la diversidad de los bienes. Esta situación además repercutió en el consumo de la población mexicana: en 3 años prácticamente se duplicó la participación de los bienes importados en el consumo final, pasando de 1.48% en el año 1988 a 2.92% tres años más tarde en 1991.

**Tabla 1. Participación de bienes importados y nacionales en el consumo final entre 1988 y 1990**

Año	Bienes Importados	Bienes Nacionales
1988	1.48%	98.52%
1989	2.22%	97.78%
1990	2.92%	97.08%

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI

A continuación, corresponde analizar los datos referidos al consumo de México para el periodo 1960-1993. Como se mencionó antes, estas series son homogéneas debido a que fueron calculadas con la misma metodología y extraídas de la base de datos de las cuentas nacionales de INEGI.

Se separa el consumo total de México entre consumo privado y consumo público o del gobierno y luego se presentan las series de datos descompuestas entre sus componentes de tendencia y ciclo. Para realizar esta segregación se tiene en cuenta el filtro HP (Hodrick Prescott).

El filtro HP es un modelo lineal y simétrico que considera que una serie de tiempo ( $y_t$ ) se puede descomponer en  $x_t$  (tendencia) y  $c_t$  (ciclo)<sup>1</sup>.

$$y_t = x_t + c_t$$

El componente de tendencia se obtiene como solución al siguiente problema de minimización con restricción:

$$\min_{\{x_t\}_{t=1}^T} \sum_{t=1}^T (y_t - x_t)^2 + \lambda \sum_{t=1}^{T-1} [(x_{t+1} - x_t) - (x_t - x_{t-1})]^2$$

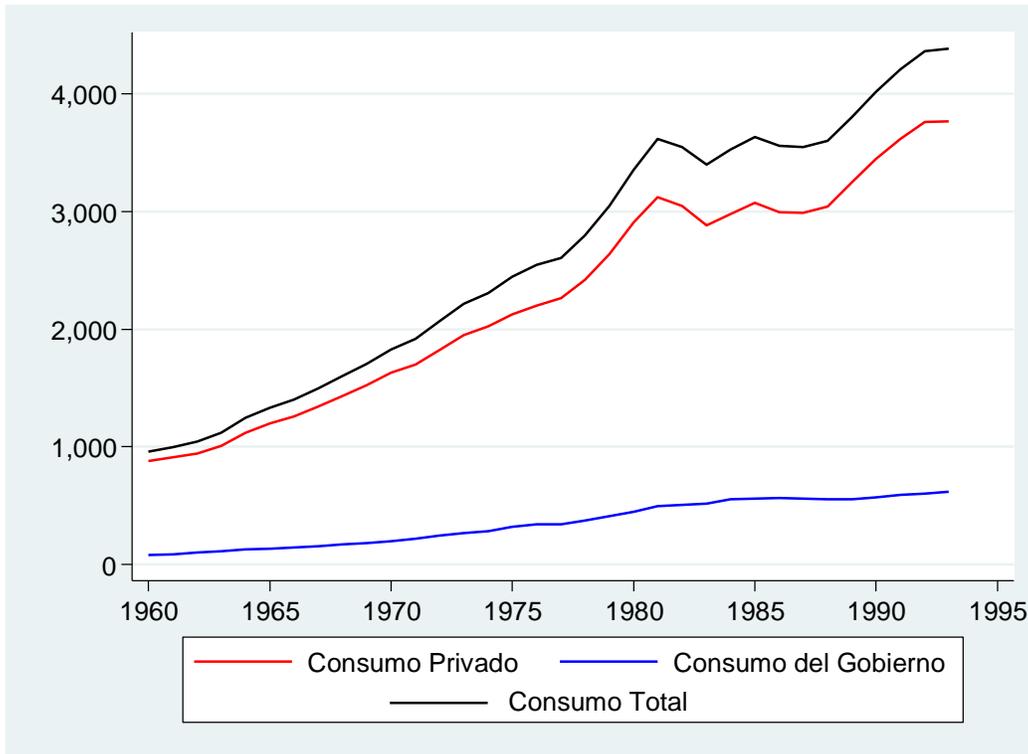
Donde el parámetro  $\lambda$  se ocupa de modular la suavidad de la tendencia. En el caso del presente trabajo, debido a que la periodicidad es anual, se considera  $\lambda=100$ .

Para obtener los componentes de la serie de tiempo del consumo de México, y teniendo en cuenta la dificultad de los cálculos, se utiliza el programa estadístico STATA que proporciona un comando específico para aplicar este modelo no lineal sobre las series de tiempo del consumo estudiadas.

<sup>1</sup> Existen otros modelos no lineales más sofisticados que permiten modelar series de tiempo con mayor rigurosidad. Entre ellos se puede mencionar a los modelos STAR (Smooth Threshold Autoregression) o los modelos de Markov Switching.

Se presentan a continuación la participación del consumo privado y el consumo público en el consumo total para el periodo 1960-1993.

**Gráfica 3. Participación del consumo privado y público en el consumo total de México 1960-1993 (en millones de pesos a precios constantes de 1980)**



Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, Sistema de Cuentas Nacionales de México. Oferta y Utilización Trimestral. Año Base 2013.

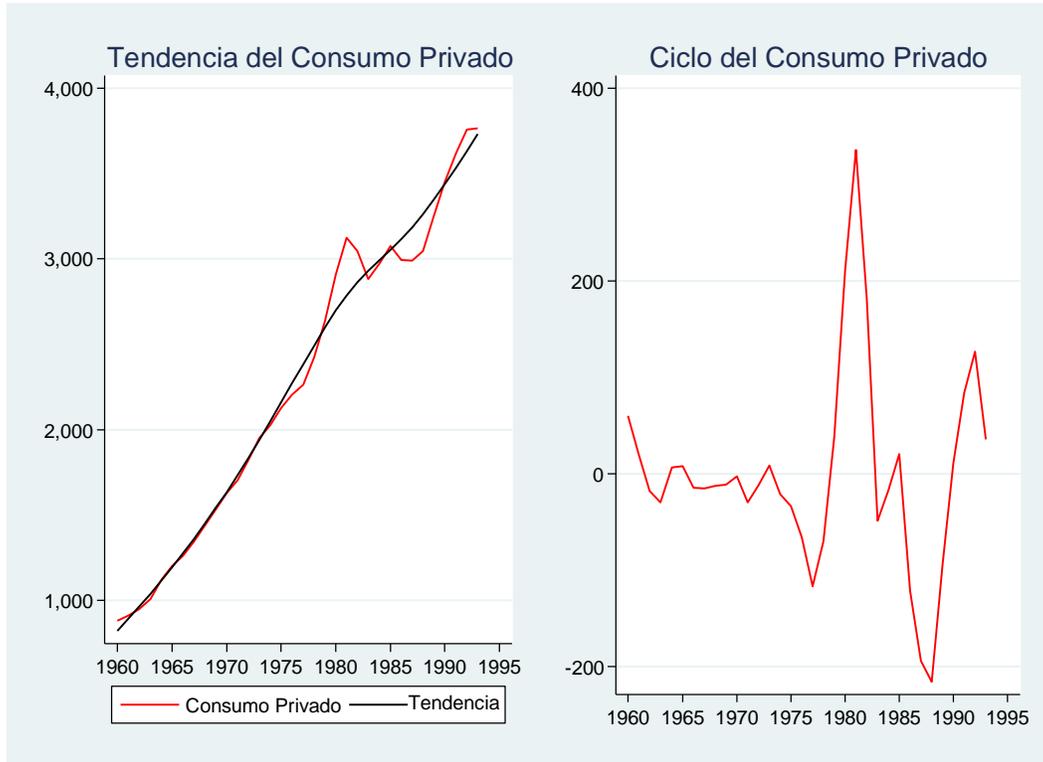
La participación del consumo privado sobre el consumo total es claramente superior a la participación del consumo del gobierno durante el periodo bajo estudio. Además, el comportamiento de ambas variables pareciera ser creciente, aunque esto se verifica en los próximos gráficos donde se presenta la descomposición del consumo privado entre tendencia y ciclo mediante el uso del filtro HP.

Una característica que puede anticiparse del gráfico anterior es la fuerte caída del consumo durante los primeros años de la década de 1980, coincidentes con el estallido de la crisis del gobierno en turno.

Durante los años de crisis se registraron los niveles más altos de inflación en la economía mexicana, con picos superiores al 100% anual entre 1983 y 1988. Estos aumentos en el nivel general de precios fueron acompañados por la contracción del ingreso, la pérdida de poder adquisitivo de los salarios y la eliminación de subsidios. Estos efectos de la crisis evidentemente repercutieron sobre el consumo privado de los hogares mexicanos.

Uno de los efectos más relevantes de la “Crisis de la Deuda Externa de 1982” fue el derrumbe en el consumo de los hogares. En sólo dos años esta variable tuvo una caída cercana al 10%, pasando de 3,100 millones de pesos en 1981 a 2,800 millones de pesos en 1983.

**Gráfica 4. Participación del consumo privado en el consumo total de México 1960-1993 (en millones de pesos a precios constantes de 1980)**



Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, Sistema de Cuentas Nacionales de México. Oferta y Utilización Trimestral. Año Base 2013.

Se pueden mencionar algunos datos microeconómicos referidos a algunos sectores de la economía que revelan las repercusiones negativas de la crisis sobre el consumo de los hogares mexicanos.

La industria de alimentos fue uno de los sectores de la economía que se vio obligada a elevar los precios a causa de los altos costos y la eliminación de subsidios. Así los precios de productos básicos como el pan, el arroz, el azúcar, los huevos o los frijoles tuvieron aumentos promedios en el rango del 20 y 133% entre los años 1981 y 1985.

Bajo ese contexto de crisis y con base en los datos analizados las familias mexicanas se vieron obligadas a cambiar sus canastas de consumo para satisfacer sus necesidades primarias de alimentación. Es decir, los hogares de ingresos bajos y medios debieron sacrificar otros productos para garantizar el acceso a los bienes alimenticios.

En efecto, la crisis condujo a una disminución del consumo de bienes muebles, vestimenta y vivienda. Para la clase media esto significó una sustitución de bienes, destinando mayor parte de sus salarios al rubro alimentos.

Sin embargo, para los sectores más bajos no sólo implicó una sustitución de bienes, sino que en muchos casos obligó a las familias a eliminar ciertos productos o cambiarlos por otros de menor precio y calidad.

Otro rubro del consumo de la clase media afectado por la crisis fueron los gastos de los hogares en transporte. El aumento en los precios del petróleo combinada con el encarecimiento de los automóviles dificultó a las familias de ingresos medios el acceso al transporte individual.

La crisis también generó cambios en el consumo de los servicios educativos y de salud. Los estudiantes provenientes de familias de clase media migraron de los colegios privados hacia las escuelas públicas.

Las investigaciones de Samaniego (1986) revelaron una reducción superior al 20% en las matrículas en escuelas privadas en los periodos 1981-1982 y 1985-1986. Simultáneamente, aumentó la participación en las instituciones públicas alcanzando niveles superiores al 90% de la educación total en los cursos de 1985-1986.

Por su parte, el sector de la salud también sufrió una caída significativa en el consumo de servicios sanitarios privados. La alta inflación y la baja de los ingresos provocó que muchas familias de clase media reemplazaran los servicios privados por atención médica pública de bajo costo.

El cambio de gobierno en 1982 incluyó modificaciones en la política económica mexicana, a pesar de que el candidato electo pertenecía al mismo partido del gobierno anterior<sup>2</sup>.

La idea del “populismo”, basada en la premisa de que el déficit público debía ser el motor de la economía, fue reemplazada por las políticas de “ajuste estructural” exigidas por el “FMI (Fondo Monetario Internacional)” en un contexto signado por la deuda externa y la crisis económica que atravesaba el país. En línea con las políticas de ajuste impuestas por el Fondo, el gobierno de Miguel de la Madrid promovió la apertura comercial, la desregulación de sectores productivos y la reprivatización de empresas.

Es posible que las cifras negativas de la crisis de 1980, referidas al consumo, sean similares a las que se registran (y registrarán) en el 2020 y los años inmediatos siguientes como consecuencia del surgimiento del nuevo coronavirus COVID-19 que ha obligado a la OMS (Organización Mundial de la Salud) a declarar un estado de pandemia mundial y a los gobiernos a tomar medidas sociales restrictivas que afectan fuertemente la actividad económica y productiva.

---

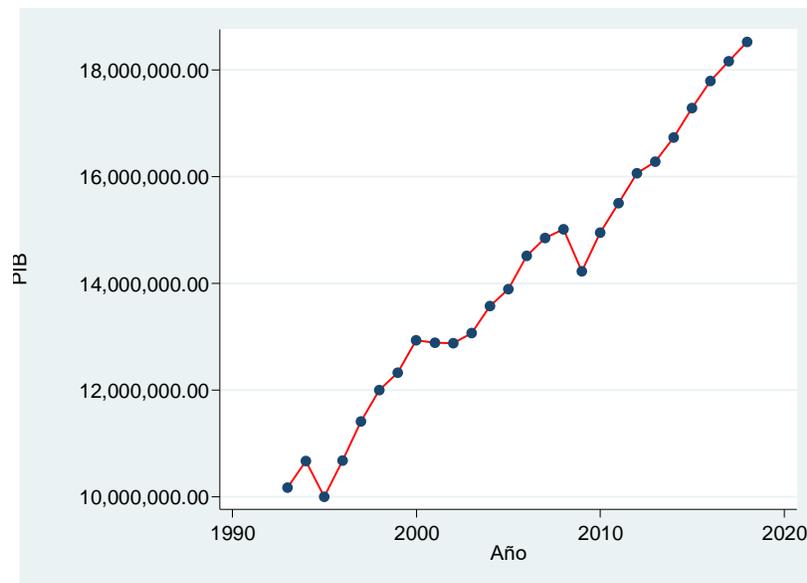
<sup>2</sup> Las elecciones de julio de 1982 determinaron que Miguel de la Madrid del PRI (Partido Revolucionario Institucional) asumía la Presidencia de México, en reemplazo de José López Portillo también perteneciente al PRI.

A continuación, se realizará un estudio de la historia del consumo en México desde distintas perspectivas. Se estudiará la evolución del consumo en términos agregados y su relación con el PIB de México. Luego se analizan, por un lado, la participación del consumo público y privado en el total; y por otra parte se considerarán los datos del consumo privado desagregados en función del origen y tipo de bienes.

Antes del análisis estadístico, nuevamente se aclara que se trabajará con series de datos homogéneas, teniendo en cuentas que los datos surgen del sistema nacional de cuentas de INEGI y que fueron obtenidos mediante una misma metodología.

Para empezar, se presenta la evolución del PIB en el periodo bajo estudio 1993-2018. La Gráfica 4 muestra el comportamiento del PIB y su tendencia en el lado izquierdo; mientras que en el lado derecho se presenta el componente cíclico de la variable macroeconómica. Al igual que en la sección anterior, se considera el filtro HP para la descomposición.

**Gráfica 5. Evolución del PIB en México en el periodo 1993-2018 (expresado en mil millones de pesos constantes a precios del año 2013)**



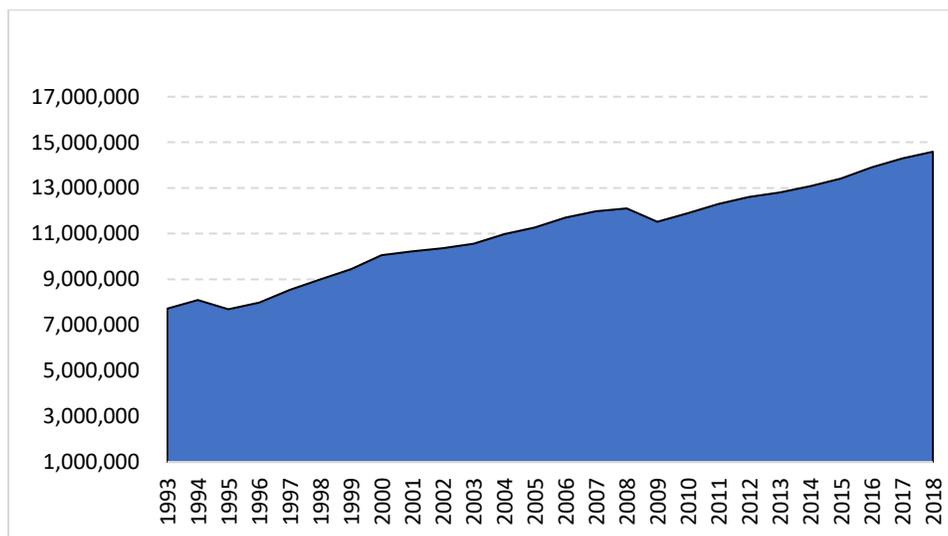
Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI. Sistema de Cuentas Nacionales de México. Producto Interno Bruto Trimestral

El PIB muestra una clara tendencia positiva a lo largo del tiempo. La diferencia entre el primer y el último año observados es superior a los 8,300 miles de millones de pesos y representa un aumento mayor al 80% durante ese periodo. La tendencia mencionada se verifica más allá de algunos periodos de recesión como 1995-1996, 2008-2009.

El primer periodo de recesión está vinculado con la “crisis del tequila”, originada en el año 1994 por la depreciación del peso y la pérdida de reservas internacionales. La segunda caída en el crecimiento económico está relacionada con la crisis financiera de 2008, que se inició en Estados

Unidos en el año 2006 a causa de la “crisis de las hipotecas subprime”, y derivó en 2008 con la quiebra del reconocido banco de inversión “Lehman Brothers” y otras instituciones financieras y golpeó a prácticamente todas las economías del mundo.

**Gráfica 6. Comportamiento del consumo total en México 1993-2018 (expresado en millones de pesos constantes a precios del año 2013)**



Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI Sistema de Cuentas Nacionales de México. Oferta y Utilización Trimestral

Al observar el comportamiento del consumo total, se desprende que la tendencia positiva del PIB se explica en gran parte por el aumento del consumo mexicano. Entre 1993 y 2018 la variación del consumo total fue cercana al 90%. Es decir, un incremento incluso mayor al del PIB. Nuevamente se pueden identificar los mismos periodos de baja del consumo señalados antes para el PIB: 1995-1996, 2008-2009. Sin embargo, estas caídas no modificaron la tendencia creciente del periodo.

La relación Consumo/PIB otorga una medida más robusta para conocer la evolución del consumo a lo largo del tiempo. Históricamente se ha reconocido que el consumo es el principal componente del PIB mexicano. Así lo demuestran los datos, con una participación en el PIB superior al 70% en todos los años del periodo bajo estudio.

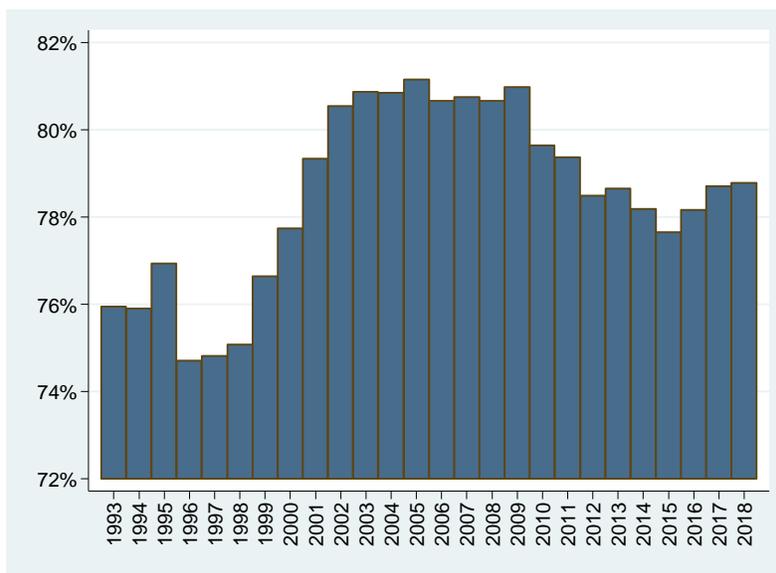
Sin embargo, esta medida relativa de la participación del consumo en el PIB del país no ha permanecido estable durante todo el periodo, sino que ha variado en el tiempo. El período inicia con una participación del 75.94% en 1993. A pesar del leve aumento en 1995, luego cae al 74.1% en 1996 como consecuencia de la crisis económica y la devaluación de la moneda.

En los años siguientes la economía se recuperó y la participación del consumo en el PIB creció significativamente hasta alcanzar picos superiores al 80% del PIB entre 2002 y 2009.

Como resultado de la crisis internacional se vuelve a reducir el nivel del indicador, registrándose sucesivas caídas en los años subsiguientes hasta alcanzar un nivel del 77,65% en 2015. Los últimos años, en cambio, muestran un ligero crecimiento para ubicarse en el 78,79% del PIB en 2018.

Como revelan Calderón y Hernández (2017) el consumo es la variable macroeconómica más relevante para la actividad económica mexicana. Esta tendencia es histórica y es probable que se mantenga así en el futuro dadas las políticas económicas impulsadas por los gobiernos y la situación actual del país.

**Gráfica 7. Participación del consumo total como porcentaje del PIB de México 1993-2018**



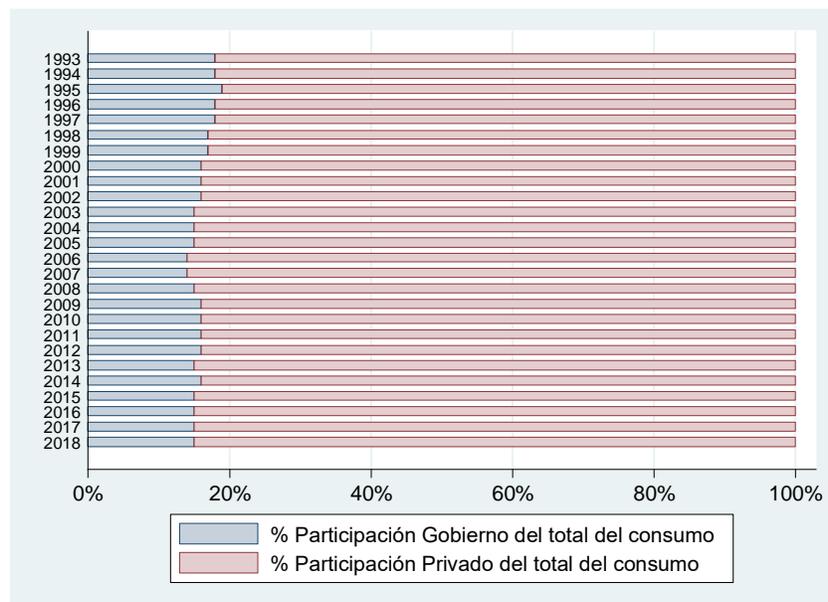
Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, Sistema de cuentas Nacionales

### **Consumo Privado: participación en el consumo total**

La primera desagregación del consumo consiste en distinguir entre el consumo que proviene del sector privado y aquel que corresponde al gobierno. Es decir, se separa el consumo final de los hogares de aquellas erogaciones en bienes y servicios, incluidas las remuneraciones de los empleados, que realiza el Estado para cubrir sus necesidades y garantizar los servicios públicos a los ciudadanos.

Los datos registrados durante el periodo 1993-2018 reflejan una participación del consumo privado que oscila entre el 81 y 86% del consumo total. Además, dicha participación fue paulatinamente aumentando: inició con 81.7% en 1993 y alcanzó una participación del 85.1% en 2018. En el medio tuvo picos superiores a los 85 puntos, coincidente con el ciclo de expansión de la economía mexicana registrado entre los años 2003 y 2008.

**Gráfica 8. Porcentaje de participación del consumo privado y público en el consumo total de México en 1993-2018**



Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, Sistema de Cuentas Nacionales de México. Oferta y Utilización Trimestral

El consumo privado puede clasificarse de acuerdo con el tipo de los bienes en:

- Consumo de bienes duraderos: muebles, herramientas, equipos de computación, artefactos para el hogar, etc.
- Consumo de bienes no duraderos: alimentos, medicamentos, refrigerios, artículos de librería, artículos de limpieza, etc.

El “Sistema Nacional de Cuentas de México” también prevé un tipo de bienes intermedios entre los dos anteriores denominado “bienes semi duraderos”.

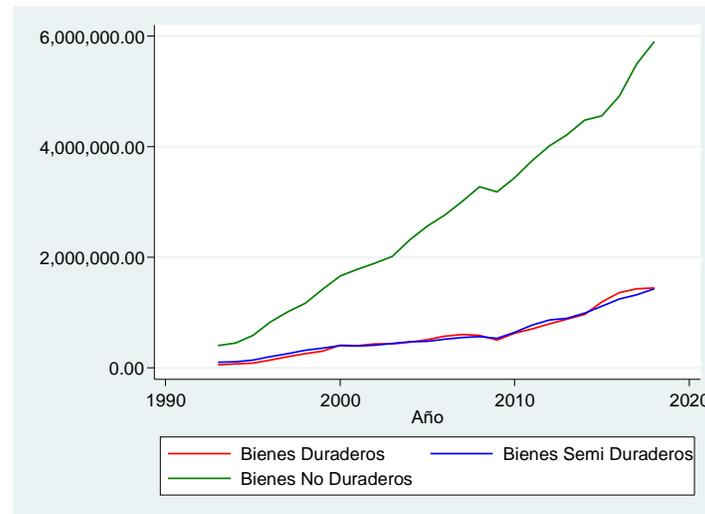
Los bienes no duraderos son aquellos bienes perecederos que se consumen en periodos de corto plazo. En cambio, los bienes duraderos pueden ser conservados en periodos más largos de tiempo. Es decir, que le pueden generar utilidad a las familias en varios periodos de tiempo.

Los bienes duraderos suelen asociarse con el concepto de “ahorro implícito” debido a dicha capacidad para generar bienestar económico en varios periodos. A su vez, esto se vincula con la posibilidad de conservar el “poder adquisitivo”, que otorga la compra de este tipo de bienes duraderos.

La demanda de bienes duraderos suele ser sensible a los ciclos económicos: tiende a aumentar en los periodos de expansión y se contrae durante las recesiones económicas. En cambio, la volatilidad de bienes perecederos generalmente es menor debido a que esta canasta incluye bienes

básicos como alimentos y medicamentos que son los últimos bienes a los que la población está dispuesta a renunciar.

**Gráfica 9. Comportamiento del consumo privado por tipo de bien en México 1993-2018 (en millones de pesos)**



Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, Serie consumo de bienes duraderos y no duraderos

La gráfica anterior presenta el comportamiento del consumo privado según el tipo de bien. Para modelar las fluctuaciones también se agrega la tendencia de cada una de las series, calculadas de acuerdo con el modelo de Hodrick Prescott.

Puede observarse que los bienes no duraderos tuvieron un comportamiento creciente durante el periodo analizado. Los bienes duraderos y semi duraderos presentan un comportamiento similar a lo largo de los años. Sus tendencias también son positivas pero sus participaciones en el total del consumo privado son claramente menores a la de los bienes perecederos.

Otra clasificación posible del consumo privado se basa en el origen de estos. Tal clasificación distingue entre:

- Bienes de Consumo Privado Nacionales: aquellos bienes y servicios producidos en el territorio de México.
- Bienes de Consumo Privado Importados: son los bienes y servicios producidos en el exterior.

**Tabla 2. Consumo privado por origen de bien en México 1993-2018**

Año	Bienes Nacionales	Bienes Importados	Año	Bienes Nacionales	Bienes Importados
1993	95%	5%	2007	90%	10%
1994	94%	6%	2008	91%	9%
1995	95%	5%	2009	91%	9%
1996	95%	5%	2010	91%	9%
1997	94%	6%	2011	90%	10%
1998	94%	6%	2012	90%	10%
1999	94%	6%	2013	90%	10%
2000	93%	7%	2014	89%	11%
2001	93%	7%	2015	88%	12%
2002	92%	8%	2016	87%	13%
2003	92%	8%	2017	88%	12%
2004	91%	9%	2018	88%	12%

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI Sistema de Cuentas Nacionales de México. Oferta y Utilización Trimestral

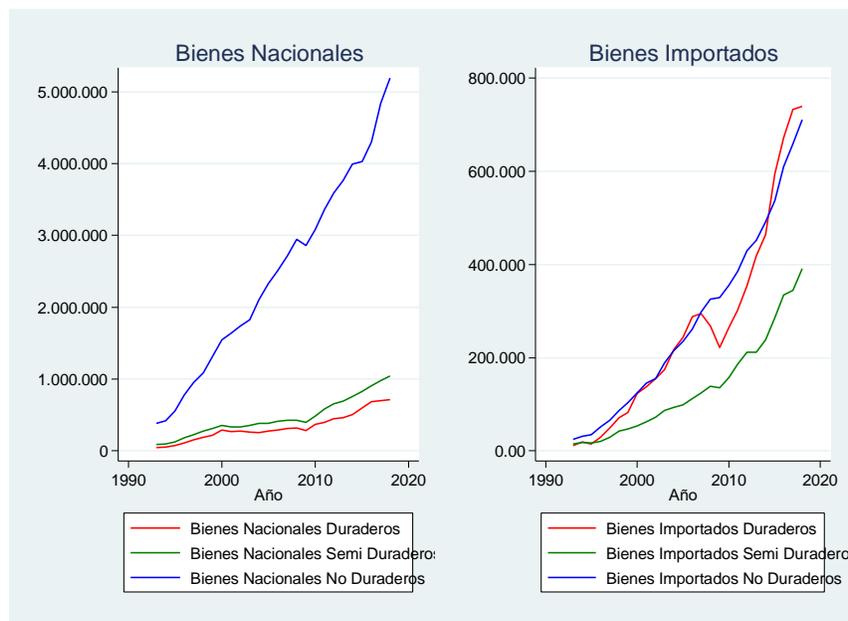
Cómo se refleja en la tabla 2, los bienes importados han ido aumentando su participación en el consumo privado de forma paulatina durante el periodo de interés. En 1993 la participación fue del 5%, mientras que al final del periodo, en 2018, alcanzaron el 12% del consumo privado.

La tendencia de la serie de bienes importados es positiva, con algunos periodos estables o incluso de baja como el subperiodo 1994-1996 que se explica por la devaluación del peso mexicano como consecuencia de la crisis financiera. Luego, la demanda de bienes importados experimentó un crecimiento lento pero constante hasta el año 2007 lo cual se vincula con la apreciación de la moneda generada por la entrada de capitales extranjeros y la baja inflación.

Entre 2007 y 2010 se registró un leve descenso en la participación de los bienes importados, pasando del 10% en 2007 a un porcentaje del 9% en los años siguientes hasta que 2011 volvió a aumentar un punto. Esta situación se asocia con una subida de la inflación mexicana entre 2006 y 2009. En los últimos años del periodo, la participación de las importaciones en el consumo privado aumentó del 10% en 2011 al 12% en 2018, con un pico del 13% en 2017.

Por último, se pueden combinar las dos clasificaciones del consumo privado vistas anteriormente: según el tipo bien (duraderos, semi duraderos o no duraderos y en función del origen del bien (nacionales o importados).

**Gráfica 10. Comportamiento del consumo privado por tipo y origen de los bienes en México en 1993-2018 (en millones de pesos)**



Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI. Sistema de Cuentas Nacionales de México. Oferta y Utilización Trimestral

En el caso de los bienes de origen mexicano, el comportamiento es similar a lo que se veía para el consumo total. Los bienes no duraderos tuvieron una tendencia creciente durante todo el periodo 1992-2018, pasando de 2,378,339 millones de pesos en 1993 a 4,071,830 millones en 2018. Es importante recalcar que aumentaron 70% en el periodo.

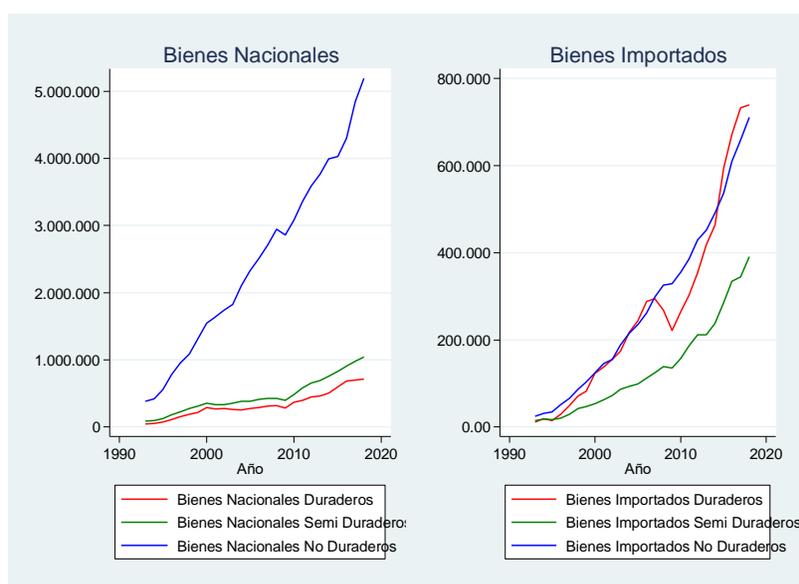
En cambio, el consumo de los bienes duraderos y semi duraderos nacionales tuvieron un crecimiento mucho menor en términos reales: 159,880 y 31,740 millones de pesos respectivamente entre 1993 y 2018 frente a los casi 1,700,000 millones de pesos de aumento que tuvieron los bienes no duraderos. Sin embargo, las tasas de variación fueron similares para los para los bienes duraderos (70%).

A diferencia de lo mencionado para los bienes nacionales, en el caso de los bienes importados el comportamiento fue algo distinto. Los bienes duraderos y no duraderos registraron valores similares durante todo el periodo. Esto se justifica, por un lado, por la preferencia de los consumidores mexicanos en los bienes no duraderos de origen nacional frente a los importados. Pero, también se explica por la creciente participación de los bienes no duraderos importados en el consumo privado de las familias tales como los automóviles, equipos de computación, televisores, artefactos del hogar, etc.

Los bienes semi duraderos de origen extranjero, por su parte, mostraron un comportamiento también creciente en términos reales, pero con valores menores a los bienes duraderos y no duraderos importados.

El consumo de bienes según las clasificaciones mencionadas también puede descomponerse en los componentes cíclicos y tendenciales cómo se hizo con el PIB en la sección anterior. Nuevamente se considera el filtro de Hodrick Prescott y el parámetro  $\lambda=100$  ya que se está trabajando con una periodicidad anual. Los resultados de las estimaciones en el paquete estadístico de STATA se presentan en los gráficos siguientes.

**Gráfica 11. Descomposición del comportamiento del consumo privado por tipo y origen de los bienes en México en 1993-2018**



Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI. Sistema de Cuentas Nacionales de México. Oferta y Utilización Trimestral

## Patrones de Consumo

En esta sección se continua con el estudio del consumo privado, pero se agrega un nivel de desagregación para reconocer los patrones de consumo de los hogares mexicanos. Para el análisis se considerarán las “ENIGH (Encuestas Nacionales de Ingresos y Gastos de los Hogares)”, que realiza el gobierno de México con el objetivo de obtener un “panorama estadístico” acerca de la situación económica y social.

Las ENIGH proporcionan información sobre los ingresos y gastos de las familias, referida con su cuantía, distribución, origen, etc. “Adicionalmente ofrecen información sobre las características ocupacionales y sociodemográficas de los integrantes del hogar, así como las características de la infraestructura de las viviendas y el equipamiento del hogar” (INEGI, 2020).

Como plantean Diaz, Cabello y Sosa (2020), las ENIGH proporcionan datos fundamentales para el análisis de los factores determinantes del consumo de las familias mexicanas, y en particular de aquellos gastos vinculados con el endeudamiento bancario o financiero.

En definitiva, los temas que incluyen las encuestas de hogares pueden resumirse en los siguientes:

- Caracterización de viviendas e identificación del grupo familiar conviviente.
- Precisión de los aspectos sociodemográficos del hogar y sus miembros.
- Equipamiento y servicios de los hogares.
- Relevamiento del trabajo, ocupación o actividad de los integrantes de las viviendas mayores a 12 años.
- Ingresos, monetarios y no monetarios, de los hogares.
- Tipificación de las condiciones financieras y de capital de las familias y sus miembros.
- Gastos monetarios de las familias.
- Erogaciones financieras y de capital.
- Carencias de los hogares y personas.

Las encuestas se realizan desde el año 1984 y, en general, con una periodicidad bianual. Sin embargo, en el año 2008 se modificó la forma tradicional de “construcción de variables” para adecuar la publicación de los informes a las recomendaciones de la “ONU (Organización de Naciones Unidas)”, en particular las emitidas por la “17ª Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo” y el “Reporte del Grupo de Canberra”.

La nueva construcción es compatible con la medición de la pobreza que realiza el CONEVAL (Consejo Nacional para la Evaluación de Desarrollo Social”.

Estos cambios son particularmente importantes para el presente trabajo de investigación. El periodo bajo análisis abarca desde el año 1990 hasta el año 2018, con lo cual se dividirá la investigación en dos subperiodos de acuerdo con la forma de construcción de las variables de las ENIGH.

**Tabla 3. Encuestas Nacionales de Ingresos y Gastos de los Hogares en función de la construcción de las variables.**

<b>Construcción Tradicional</b>	<b>Nueva Construcción</b>
1992	2008
1994	2010
1996	2012

1998	2014
2000	
2002	2016
2004	
2005	2018
2006	

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares

Cómo muestra la tabla 3, la primera etapa corresponde a la “construcción tradicional” y considera las encuestas realizadas entre el año 1992 y el año 2006. La segunda etapa, por su parte, abarca las encuestas que se produjeron entre 2008 y 2018.

Las ENIGH han ido evolucionando desde su origen en 1984 hasta las últimas ediciones, siendo estas últimas las que cuentan con los mejores atributos. Lo que se destaca de las encuestas 2016 y 2018, frente a las ediciones anteriores, es su representatividad de la población mexicana debido a:

- los tamaños de muestras considerados,
- la representatividad por “Entidad Federativa”,
- las mediciones en ámbitos urbanos y rurales,
- la posibilidad de medir ingresos y gastos en todos los hogares encuestados.

Otra singularidad de las encuestas es la posibilidad de distinguir los ingresos y gastos entre los diferentes sectores de la sociedad. Tal clasificación resulta trascendente para el desarrollo de la presente investigación dado que permite diferenciar entre el consumo de la clase media y su evolución. Adicionalmente, las ENIGH identifican el consumo de los hogares a través de una tarjeta de crédito, ya sea bancaria o comercial.

Sobre estos puntos se retornará en los capítulos siguientes cuando se analicen los factores determinantes del avance reciente del consumo en México y, en particular, el papel del financiamiento en el consumo privado de las familias mexicanas.

Con el objetivo de considerar series homogéneas, sólo se tendrán en cuenta las encuestas construidas a partir de la “nueva construcción”, lo cual asegura trabajar con datos recolectados y calculados de acuerdo con una misma metodología.

La nueva construcción de las ENIGH ordena los gastos de acuerdo con la clasificación que muestra la tabla 4.

En general la clasificación de los rubros es similar, aunque existen algunos cambios con respecto a la “construcción tradicional”, originados a partir de las recomendaciones de la “Organización de Naciones Unidas”.

**Tabla 4. Grandes rubros del gasto según la nueva construcción de las ENIGH.**

<b>Código</b>	<b>Descripción de la Variable</b>
G01	Alimentos, Bebidas y Tabaco
G02	Vestido y Calzado
G03	Vivienda, Servicio de Conservación, Energía Eléctrica y Combustibles
G04	Artículos y Servicios para la Limpieza, Cuidados de la Casa, Enseres Domésticos y Muebles, Cristalería, Utensilios Domésticos y Blancos
G05	Cuidados de la Salud
G06	Transporte; Adquisición, Mantenimiento y Accesorios para Vehículos; Comunicaciones
G07	Servicios de Educación, Artículos Educativos, Artículos de Esparcimiento y otros Gastos de Esparcimiento
G08	Cuidados Personales, Accesorios y Efectos Personales y Otros Gastos Diversos
G09	Transferencia de Gasto

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares

Las “Transferencias de Gasto (G09)” estaban incluidos en el rubro de los gastos “Cuidados Personales, Otros Gastos y Transferencias” en la construcción tradicional de las ENIGH. Pero con la nueva construcción de las encuestas se separaron para formar un rubro de gastos diferenciado.

También se modificó el título del rubro de gastos G05: pasó de denominarse “Cuidados Médicos y Conservación de la Salud” en la “construcción tradicional”, al nombre más reducido de “Cuidados de la Salud”.

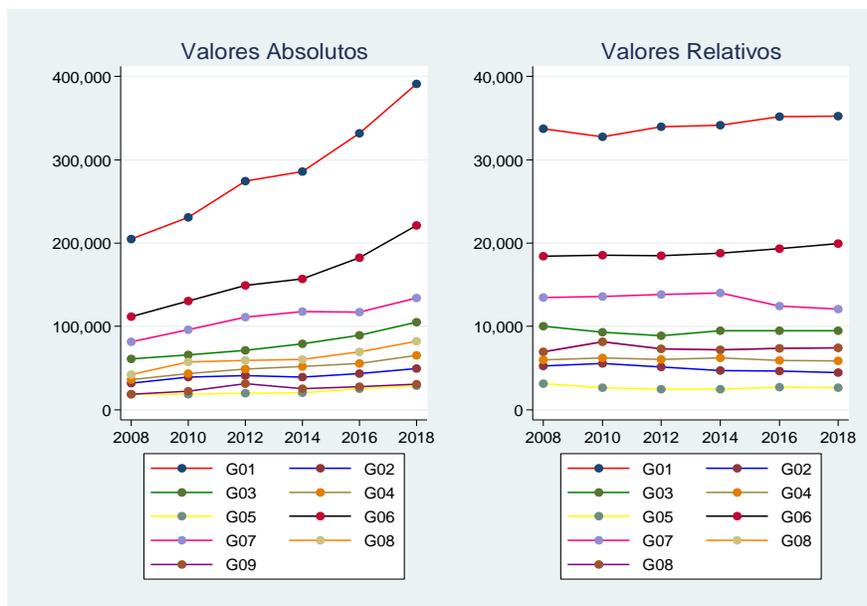
En el rubro “Servicios de Educación, Artículos Educativos, Artículos de Esparcimiento y otros Gastos de Esparcimiento (G07)” también se introdujeron cambios en la designación del tipo de gasto: se ampliaron los gastos de esparcimiento que contiene este rubro para no limitarlos exclusivamente a los vinculados con el turismo y las fiestas.

La Gráfica 8 muestra la evolución de los grandes rubros del consumo privado de los hogares entre los años 2008 y 2018, tomando en cuenta la “nueva construcción” de las ENIGH.

El orden de participación entre los rubros fue similar al que correspondiente a la “construcción tradicional” en el periodo 1992-2006.

Teniendo en cuenta los valores absolutos, medidos en miles de pesos, puede observarse un crecimiento de los rubros a lo largo del periodo. Incluso, a partir del año 2014 se puede identificar una aceleración del crecimiento con respecto a los primeros años. En cambio, en términos relativos la mayoría de los gastos se mantuvieron constantes. Es decir, la participación de cada uno de los rubros de gastos sobre el consumo total se mantuvo estable a lo largo del periodo analizado.

**Gráfica 12. Comportamiento del consumo privado por rubro según nueva construcción de las ENIGH (en miles de pesos).**



Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares

De acuerdo con la encuesta nacional de Ingresos y Gastos de los hogares, el rubro con mayor participación fue “Alimentos, Bebidas y Tabaco (G01)” con una participación promedio del 34% en el periodo 2008-2018. Sin embargo, a diferencia de lo que sucedió en el periodo 1992-2006, acá no existió una disminución de dicha participación con el paso del tiempo, sino que se mantuvo estable entre los 34 y 35 puntos.

El segundo rubro en preponderancia fue “Transporte; Adquisición, Mantenimiento y Accesorios para Vehículos; Comunicaciones (G06)”: promedió 19% del consumo de las familias mexicanas en el periodo. Este tipo de gasto, a diferencia del rubro G01, experimentó un leve aumento entre 2008 y 2018, pasando de 18% a 20% respectivamente.

El rubro “Servicios de Educación, Artículos Educativos, Artículos de Esparcimiento y otros Gastos de Esparcimiento (G07)” también tuvo un nivel relevante en el consumo privado: 13% de promedio en el periodo 2008-2018, aunque su participación cayó en los últimos años.

Por su parte, el consumo en “Vivienda, Servicio de Conservación, Energía Eléctrica y Combustibles (G03)” registró un nivel del 9% sobre los gastos totales, el cual se mantuvo constante en todo el periodo.

El rubro “Cuidados Personales, Accesorios y Efectos Personales y Otros Gastos Diversos (G08)” tuvo un nivel promedio del 7% sobre el consumo total durante los años 2008 y 2018. Si a ese nivel se le suma la participación del rubro “Transferencia de Gasto (G09)”, que en la construcción

tradicional estaba incluido en G08, el promedio es 10% y coincide con los números registrados en el periodo 1992-2006.

Por último, los rubros “Vestido y Calzado (G02)”, “Artículos y Servicios para la Limpieza, Cuidados de la Casa, Enseres Domésticos y Muebles, Cristalería, Utensilios Domésticos y Blancos (G04)” y “Cuidados de la Salud (G05)” registraron contribuciones promedio del 5, 6 y 3% sobre el consumo privado entre 2008 y 2018. Estas participaciones se mantuvieron relativamente constantes en el todo el periodo, a pesar del crecimiento en valores absolutos que se puede observar en estos tipos de gastos.

A continuación, se desarrollan los patrones de consumo de los hogares mexicanos en un nivel desagregación adicional. Se identifican los consumos dentro de cada uno de los grandes rubros de gastos según la clasificación de las ENIGH.

### ***Alimentos, Bebidas y Tabaco***

Como se vio anteriormente este rubro fue el de mayor participación en ambos periodos, 1992-2006 y 2008-2018. Sin embargo, dentro del mismo pueden identificarse varios consumos distintos según el tipo de que se trate. A saber, este rubro está integrado por gastos en los siguientes bienes: Cereales, Carnes, Pescados y Mariscos, Leche y sus derivados, Huevo, Aceite y Grasas, Tubérculos, Verduras, Legumbres, Leguminosas y Semillas, Frutas, Azúcares y Miel, Café, Té y Chocolate, Especias y Aderezos, Otros Alimentos Diversos, Bebidas Alcohólicas y no Alcohólicas, Alimentos y Bebidas Consumidas Fuera del Hogar, Tabaco.

En general, se tratan de alimentos básicos que resultan prioritarios para el consumo de las familias y considerados como parte de la “*canasta básica*” definida de la siguiente manera; “*Es un subconjunto de la canasta de bienes y servicios del INPC y los bienes que abarcan este conjunto fueron seleccionados por representantes de los sectores firmantes del Pacto para la Estabilidad y Crecimiento Económico*” (Jímenez, 2015, pág. 24). Es decir, en épocas de crisis son los últimos bienes a los que los consumidores estarían dispuestos a renunciar. En virtud de ello, se espera que estos productos sean de consumo masivo en toda la sociedad y no solo en aquella de “clase media”.

Existen casos particulares dentro de este rubro como “Tabaco y Bebidas Alcohólicas”. El consumo de tales bienes no resulta imprescindible para la vida de las personas. Es decir, en principio no satisfacen necesidades básicas como sí lo hacen, por ejemplo, las carnes, huevos o la leche. No obstante, estos bienes suelen mostrar un consumo masivo por parte de la sociedad. Existe una clara tendencia creciente a largo plazo durante el periodo bajo estudio: los consumos de tabaco y bebidas alcohólicas aumentaron 485 y 628% entre los años 1994 y 2018.

Los mencionados ciclos en el consumo de estos bienes están íntimamente vinculados con las políticas de salud implementadas por el gobierno mexicano durante estos años, las cuales persiguen el objetivo de prevenir y reducir adicciones entre la población y combatir los problemas de salud que provocan tales enfermedades. Las políticas parecen tener solo un efecto de corto plazo en su afán de reducir el consumo, pero a largo plazo se mantiene la tendencia creciente.

Entre los años 1986 y 2018 se llevaron adelante distintas políticas de gobierno contra el consumo de tabaco y bebidas alcohólicas. Entre las más destacadas acciones públicas se pueden mencionar las siguientes:

- Creación del CONADIC (Consejo Nacional contra las Adicciones) en 1986.
- Actualización de los “Programas Nacionales contra el Alcoholismo y el Abuso de Bebidas Alcohólicas, el Tabaquismo y la Farmacodependencia” en 1992.
- Encuesta Nacional de Adicciones en 1993.
- Promoción del “Programa para la Prevención y Control de Adicciones” en el año 1993.
- Programa de Reforma del Sector de Salud 1995-2000.
- Reglamento de sobre el consumo de Tabaco de 1997.
- Dictado de la “Ley de Protección a la Salud de los No Fumadores en México” del año 2004.
- Adhesión de México a distintas políticas internacionales de Naciones Unidas y la OMS (Organización Mundial de la Salud) vinculadas a la regulación del consumo de tabaco y bebidas alcohólicas, como el CMCT (Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco)
- Reforma de la Ley de Impuestos de 2010 que incrementó los impuestos fijos para el consumo de estos bienes.

La publicidad de este tipo de bienes resulta ser bastante eficaz para elevar sus niveles de consumo, principalmente entre las personas de clase media de la sociedad mexicana. Por ello el gobierno también impulsó medidas para recortar las propagandas de tabaco y bebidas alcohólicas. Aunque, cómo señalan Hernández, Regalado, Reynales, Samet y Wipfli (2019) estas políticas, sin embargo, influyen débilmente sobre los grupos vulnerables (adolescentes, mujeres y grupos de bajos ingresos).

Más allá de todas las políticas implementadas en contra del consumo de estos bienes, la eficacia de estas fue relativa tal y cómo surge de los datos obtenidos y que se reflejan en el gráfico de la Gráfica 12.

También existen otros factores que pueden afectar el consumo de alimentos, el autor Miguel Angel Jiménez menciona lo siguiente:

*“Se puede destacar que el comportamiento de los consumidores mexicanos no sigue estrictamente lo establecido por la teoría económica tradicional, especialmente lo que se refiere a las preferencias de los consumidores cuando adquieren bienes. La teoría del consumidor destaca que el ingreso y los precios son dos variables independientes fundamentales que determinan la cantidad demandada y/o adquirida de un bien. Sin embargo, al analizar la información*

*proporcionada por PROFECO destacan otras dos variables que son, en algunos casos, las más determinantes en las preferencias de los consumidores mexicanos, nos referimos al lugar y a la frecuencia de compra.” (Jiménez, 2014, pág. 25)*

A pesar de que el consumo de estos bienes resulta masivo entre los habitantes de los hogares mexicanos, es de esperarse que no exista una relación significativa entre el consumo de tabaco y bebidas alcohólicas y el crédito bancario. Esto se debe a que este tipo de bienes no suele ser demasiado costoso en comparación con otros bienes como automóviles, muebles o celulares, por ejemplo. En cambio, si se supone que la publicidad y propaganda de estos bienes tiene un papel más relevante como se explicó anteriormente. De todas formas, estas relaciones se profundizarán en los siguientes capítulos donde se trata los factores determinantes del consumo en México y particularmente, el papel del financiamiento.

### ***Transporte y Comunicaciones***

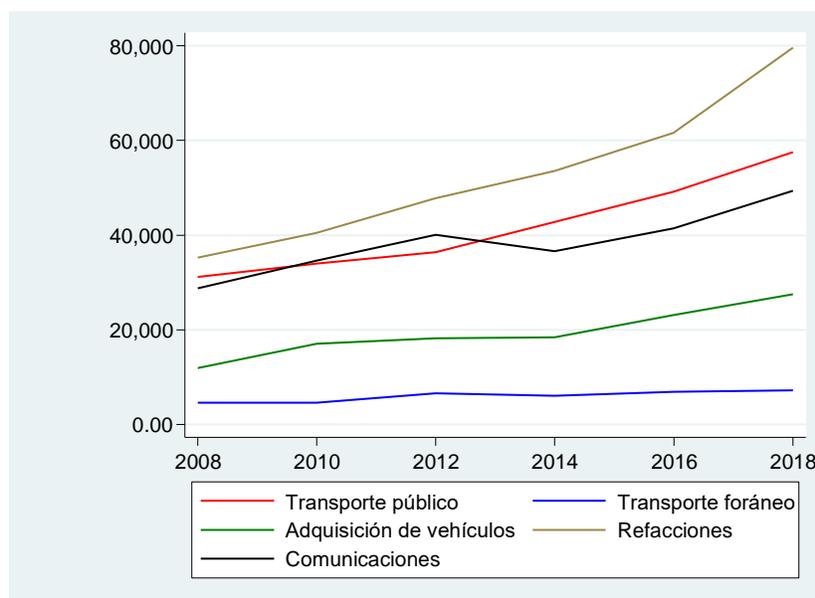
Cómo se desarrolló previamente en este capítulo, el consumo en “transporte y comunicaciones” fue uno de los gastos de los hogares más relevantes durante los años que se están analizando: representaron el 16 y 19% del consumo total en los periodos 1992-2006 y 2008-2018, respectivamente.

Dentro de este rubro del consumo total de los hogares mexicanos se pueden identificar los siguientes conceptos: transporte público, transporte foráneo, adquisición de vehículos de uso particular, refacciones, partes, accesorios, mantenimiento, combustibles y servicio para vehículos y comunicaciones.

El consumo de estos productos resulta particularmente interesante para el objeto de estudio del presente trabajo de investigación. Dado el elevado costo que generalmente implican la adquisición de estos bienes o goce de estos servicios, con bastante frecuencia las familias mexicanas recurren al financiamiento o el crédito bancario en lugar de otros medios de pago.

En el siguiente gráfico se presenta la evolución reciente del consumo de estos bienes y servicios entre los años 2008 y 2018, por parte de las familias mexicanas. Luego, en los capítulos siguientes se retomará el análisis sobre este rubro para considerar el papel del financiamiento, el crédito y otros factores relevantes.

**Gráfica 13. Comportamiento del consumo en transporte y comunicaciones (en millones de pesos).**



Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares

Excepto el transporte foráneo, consumo del resto de los bienes y servicios de este rubro tuvieron una tendencia claramente creciente durante el periodo estudiado.

Los gastos en “refacciones, partes, accesorios, mantenimiento, combustibles y servicio para vehículos” se duplicaron, pasando de 35,200 millones de pesos en el año 2008 a casi 80,000 millones a finales del año 2018.

En el caso del consumo en concepto de comunicaciones por parte de las familias mexicanas, experimentaron un aumento superior al 70% en el periodo bajo estudio. Este porcentaje es similar a la variación en el servicio del transporte público que fue del 80% entre los años 2008 y 2018.

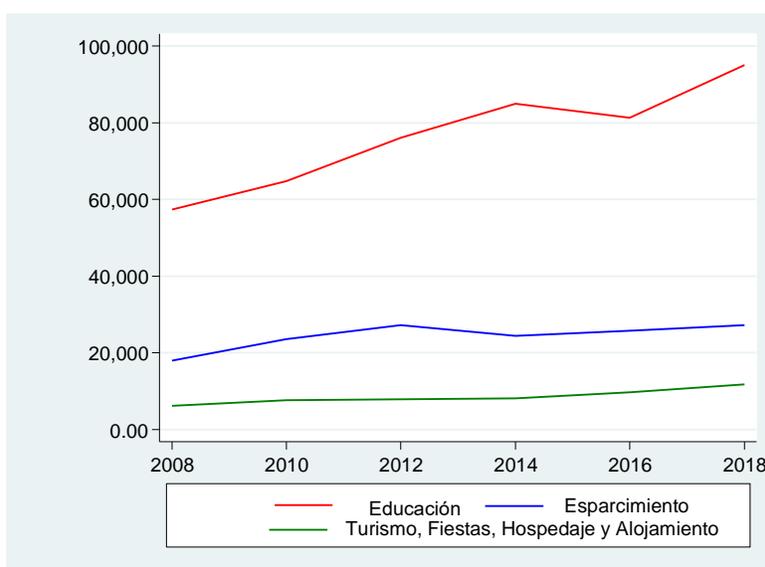
Dichas variaciones se encuentran muy relacionados con los continuos avances tecnológicos y las tendencias o modas de la sociedad que son fomentadas por los medios de comunicación a través de redes sociales, publicidades o propagandas.

La “adquisición de vehículos particulares”, por su parte, registraron el aumento más importante del rubro: 130% en el periodo 2008-2018. Este dato es trascendental para la actual investigación dado que gran parte de estas operaciones se realizan mediante el uso del financiamiento bancario y el crédito sobre todo cuando se trata de vehículos nuevos.

El TLCAN (Tratado de Libre Comercio de América del Norte) favoreció el aumento en la adquisición de vehículos, al reducir impuestos entre los países intervinientes. El TLCAN, como explican Gachúz y Montes (2020), ha permitido reducir los costos de producción de este tipo de bienes y ha originado oportunidades internacionales interesantes para la industria automotriz mexicana. Este combo de situaciones, a su vez, promovió el consumo doméstico.

Otro rubro importante, en el consumo total de los hogares mexicanos, es aquel que corresponde a “Artículos y servicios de educación, Artículos y servicios de esparcimiento, Paquetes turísticos y para fiestas, hospedaje y alojamiento”.

**Gráfica 14. Comportamiento del consumo en Educación, Esparcimiento y Turismo, Fiestas, Hospedaje y Alojamiento (en millones de pesos).**



Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares

En este rubro de gastos predominan los consumos vinculados con la educación. Como se observa en el gráfico anterior estos conceptos tuvieron un crecimiento importante durante el periodo 2008-2018, pasando de 57 mil millones de pesos a 95.000 millones. Es decir, aumentaron un 65% aproximadamente.

El mencionado aumento puede vincularse, por un lado, con las políticas de participación social implementadas por el gobierno que fomentaron la educación privada.

Por otra parte, también existe una creciente demanda de servicios de educación superior (terciarios, cursos de formación profesional, maestrías, doctorados y otros) impulsada por los cambios tecnológicos y sociales constantes que obligan a los profesionales y trabajadores en general a perfeccionarse de manera continua. Como explican Carro, Hernández y Martínez (2019) la oferta creciente de universidades a distancia también genera mayores consumos en este tipo de servicio.

En cuanto al consumo de este tipo de servicios educativos a través del financiamiento bancario, se puede predecir que existe una relación significativa entre el pago de matrículas y cuotas escolares o universitarias, y el uso de las tarjetas de crédito o el financiamiento bancario. Sobre este punto, se ampliará en los capítulos siguientes.

Con respecto al consumo de esparcimiento, la Gráfica 12 muestra también un comportamiento creciente entre los años 2008 y 2018: aumentaron un 50% en términos absolutos. Este tipo de gastos incluye principalmente los bienes y servicios de recreación y entretenimiento de las familias mexicanas. Es decir, no se tratan bienes o servicios básicos para la vida o subsistencia de las personas.

Se podría esperar que este tipo de consumo se abonen con el uso del financiamiento bancario, sobre todo si tienen un elevado costo. En esta línea de pensamiento, los estudios de Ceballos y Santiago (2019) mostraron que existe un creciente uso de las tarjetas de crédito en el pago de estos servicios.

El citado aumento en el uso del financiamiento bancario en el consumo de servicios de esparcimiento y recreación se relaciona con modas o tendencias entre los ciudadanos de clase media que son fomentadas a través de publicidades y propagandas en los medios de comunicación y las redes sociales.

El último de los conceptos que integran este rubro es “turismo, fiestas, hospedaje y alojamiento”. Esta clase de consumo experimentó el mayor aumento del grupo: casi 90% entre los años 2008 y 2018. La cuantía de estos gastos es menor que los conceptos anteriores, tal como se observa en el gráfico de la Gráfica 11. Sin embargo, es común que estos bienes y servicios sean abonados con el uso de financiamiento y crédito bancario. De nuevo, en los capítulos siguientes se retomará este análisis con el objetivo de verificar si existe evidencia empírica para sostener tal hipótesis de correlación.

### *Mantenimiento de la vivienda*

Como se adelantó en los apartados previos, este rubro resulta importante para el objeto de estudio de este trabajo. Los gastos de las familias mexicanas en el mantenimiento de sus viviendas

constituyen uno de los bienes y servicios que se supone se abonan principalmente a través del financiamiento bancario o por medio de una tarjeta de crédito.

Esta recurrencia al crédito se estima que es así, por una parte, debido a lo costoso que resulta para cualquier hogar adquirir tales bienes o servicios. Por otra parte, a menudo la adquisición de estos bienes cubre necesidades básicas de los hogares y sus miembros. Por ejemplo, la compra de un calefactor o una cocina son bienes fundamentales para la vida diaria de una familia, pero el costo de estos es demasiado alto para abonarlo en un solo pago y por lo tanto se suele recurrir al financiamiento.

El presente rubro está integrado por el consumo de los hogares mexicanos en los siguientes tipos de bienes y servicios: artículos y servicios para la limpieza y cuidados de la casa, cristalería, blancos, utensilios y enseres domésticos.

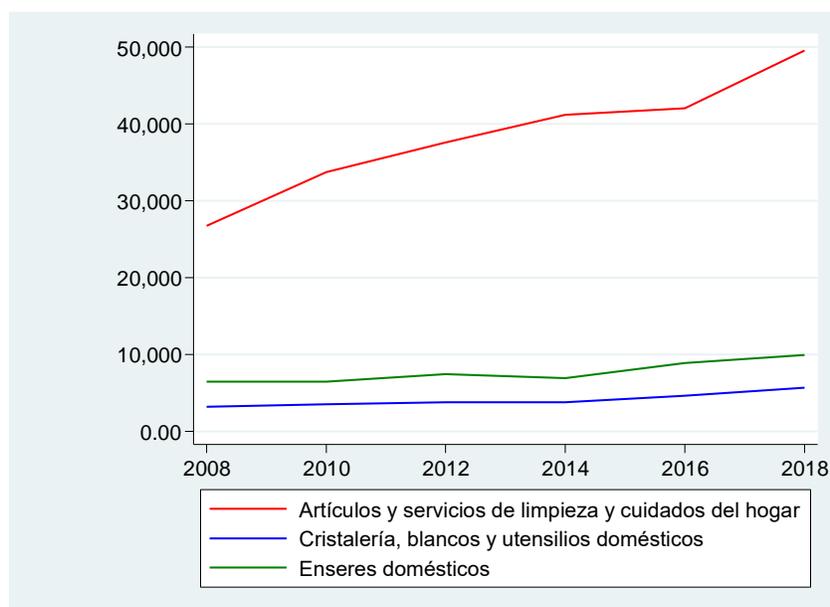
Por una cuestión de precios, es de esperarse que los “artículos y servicios para la limpieza y cuidados de la casa” registren valores más bajos que los otros dos tipos de bienes que integran este rubro.

Por el mismo motivo, tanto el consumo en “cristalería, blancos y utensilios domésticos” como aquel que corresponde a los “enseres domésticos” se podría estimar que tendrán una participación mayor en el consumo de los hogares mexicanos cubiertos por medio de una tarjeta de crédito bancario o comercial.

Al respecto, Ceballos y Santiago (2019) muestran la participación creciente en el consumo de estos bienes sobre el total de los gastos de los hogares mexicanos realizados a través de las tarjetas de crédito.

A continuación, se presenta el comportamiento reciente del consumo de este tipo de bienes en las familias mexicanas distinguiendo los gastos que corresponden a cada uno de los bienes y servicios mencionados. El gráfico corresponde a los valores registrados en las ENIGH realizadas entre los años 2008 y 2018.

**Gráfica 15. Comportamiento del consumo en mantenimiento de la vivienda (en millones de pesos).**



Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares

El gráfico anterior muestra una tendencia creciente para el consumo de los tres conceptos que integran este rubro de gastos en vivienda. El más notorio es el que corresponde a “artículos y servicios para la limpieza y cuidados de la casa” que aumentaron su cuantía en un 85% entre 2008 y 2018.

Por su parte el consumo en “cristalería, blancos y utensilios domésticos” también tuvieron un crecimiento importante: 77% en el periodo bajo estudio.

Por último, el consumo de enseres domésticos aumentó sólo un 54% desde el 2008 hasta el último año considerado. Sin embargo, el consumo de estos tipos de bienes probablemente tenga una participación importante entre aquellos gastos cubiertos mediante tarjetas de crédito bancarias o comerciales como se explicó en los párrafos previos.

### **Elasticidades Ingreso**

Para finalizar este capítulo se presentan a continuación las elasticidades ingreso para alguno de los tipos de bienes de consumo desarrollados anteriormente: alimentos y bebidas, transporte, vivienda, salud y educación.

Se realiza un análisis econométrico básico para calcular las elasticidades mencionadas, considerando las encuestas de hogares realizadas recientemente por el gobierno de México para los años 2018, 2016, 2014 y 2012. Estas encuestas se construyen de acuerdo con la metodología de la nueva construcción.

Un supuesto necesario para el cálculo es considerar que la demanda de los bienes corresponde al consumo de los mismos bienes. Es decir, se aproxima la demanda a través del consumo y por lo tanto solo se considera la demanda efectiva dejando de lado la demanda potencial que pueda existir.

Para la formulación de la ecuación de demanda se adopta la transformación logarítmica siguiente:

$$\log Gasto_i = \alpha + \beta \log Ingreso_i + \varepsilon_i$$

Donde  $\alpha$  es la constante y  $\varepsilon$  es el término del error del modelo.

Los valores calculados por el programa estadístico STATA se presentan en la siguiente tabla.

**Tabla 6. Elasticidades ingreso para distintos tipos de bienes entre 2012 y 2018.**

Gasto/Encuesta	2012		2014		2016		2018	
	Elasticidad	P> t						
Alimentos y Bebidas	0.6594	0.0000	0.3292	0.0000	0.3059	0.0000	0.5108	0.0000
Vivienda	0.3782	0.0000	0.2289	0.0000	0.3078	0.0000	-0.1085	0.2470
Salud	0.1108	0.0980	0.2528	0.0000	0.0816	0.0150	0.0259	0.8720
Educación	0.1698	0.0160	0.1993	0.0050	0.2561	0.0000	0.4501	0.0590
Transporte	0.3640	0.0000	0.4274	0.0000	0.2961	0.0000	0.4501	0.0590

Fuente: Elaboración propia con datos de Fuente: Elaboración propia con datos de Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares

De acuerdo con la tabla anterior los valores hallados para las elasticidades resultan significativos, excepto algunas elasticidades correspondientes a la encuesta del año 2018. Todas las elasticidades resultan positivas, confirmando que se tratan de bienes normales, es decir, que ante aumentos del ingreso el consumo (o la demanda) también aumentan.

Para el rubro educación existe una clara tendencia creciente de la elasticidad ingreso entre 2012 y 2018. En el caso de los alimentos y bebidas la elasticidad cayó entre 2012 y 2016, pero levantó el último año. El rubro transporte pareciera ser que mantiene su elasticidad relativamente constante. En el rubro vivienda sucede algo similar al transporte salvo; el valor del 2018 es negativo, pero no resulta significativo.

# III.- El avance reciente del Consumo en México: un análisis de los factores determinantes

Cómo se desarrolló en el capítulo I del presente trabajo de investigación, al exponer su marco teórico, existen distintos estudios respecto a los factores que influyen sobre el consumo privado de la sociedad. Cada uno de ellos, a su vez, exhiben las distintas posturas de sus autores con respecto a las motivaciones que tienen los individuos para modificar e influir sus niveles de consumo.

Por un lado, Keynes señala que el consumo de la población depende del monto de su ingreso, de otras circunstancias objetivas, de las necesidades subjetivas, inclinaciones psicológicas y hábitos de los individuos. Este autor plantea los siguientes factores como determinantes del consumo:

- Salarios
- Diferencia entre ingresos e ingreso disponible
- Cambios en el capital, tasa de descuento
- Cambios en la política fiscal,
- Expectativas del ingreso.

Stiglitz & Walsh también relacionan el consumo con el ingreso de las personas. Estos autores explican tal influencia a través de los conceptos económicos de la restricción presupuestaria y la elasticidad ingreso de la demanda; y también apelan al excedente del consumidor para analizar los cambios de la variable de interés.

Modigliani, por su parte, relaciona el consumo con el ciclo de vida de las personas. Este autor propone que el consumo resultante es una función de los recursos disponibles, la tasa de rendimiento de capital y la edad del individuo.

Friedman, en cambio, propone que el consumo depende principalmente del ingreso e introduce el concepto de renta aleatoria. El autor establece que el consumo está afectado por ingresos permanentes y transitorios.

Finalmente, Katona presenta una perspectiva distinta a los referentes anteriores. El autor propone que el consumo está relacionado con las preferencias del individuo y la economía psicológica. Además, según señala el autor, el ingreso disponible tiene una menor participación sobre las decisiones de consumo que la propuesta por los economistas clásicos y neoclásicos mencionados.

Para Katona el surgimiento de la “sociedad de consumo de masas” no está vinculada con cambios en el nivel de ingreso o salarios de la población, sino que más bien está relacionada con la aparición y expansión del crédito como método de pago para la adquisición de bienes y servicios.

Mutsayama coincide con las ideas de Katona respecto a la economía psicológica sobre el consumo privado. Este autor, además, señala que las innovaciones y avances tecnológicos tienen un papel fundamental en las variaciones del consumo.

En este capítulo se analizan los principales factores que estimulan el avance del consumo privado de las familias mexicanas en el periodo bajo estudio, considerando aquellas motivaciones expuestas por los autores mencionados:

- Salarios e Ingresos
- Política Fiscal
- Economía Psicológica
- Capital
- Cambios en la tecnología
- Crédito

Este último factor, el crédito, constituye el principal determinante del aumento del consumo reciente entre los hogares mexicanos de acuerdo con la hipótesis de la presente investigación. En virtud de ellos en este capítulo simplemente se presenta como uno de los factores y luego, en el capítulo siguiente, se desarrolla en forma más extensa.

## **Salarios e Ingresos**

Los economistas, en general, reconocen al nivel de ingresos de las familias como el factor determinante de su consumo. Incluso Katona, al desarrollar su concepto de sociedad de consumo de masas, admite que el poder adquisitivo de las personas depende los niveles de ingresos de los hogares y sus integrantes, pero señala que a medida que el salario aumenta el consumo depende cada vez menos del salario y más de otros factores.

Al respecto Attanasio y Székely (2001), al estudiar las relaciones entre shocks a los salarios y variaciones en el consumo de las familias mexicanas durante la década de 1990, señalan que el salario es un factor determinante en las elecciones de las canastas de consumo.

Los autores, sin embargo, también concluyen que ante caídas en el ingreso los bienes durables son los primeros que se sacrifican. Esta idea, respalda de cierta forma las proposiciones de Katona referidas a que a medida que crece el poder adquisitivo de las personas sus gastos de consumo dependen cada menos de su ingreso disponible y esto se refleja claramente en las familias de clase media.

## **Remuneración de asalariados**

En este apartado se analiza la relación entre el comportamiento del consumo privado de las familias mexicanas y las remuneraciones de sus integrantes.

El INEGI publica periódicamente los datos referidos a las remuneraciones de los asalariados como parte integrante de la base de datos correspondientes al “Sistema de Cuentas Nacionales de México” y de acuerdo con el modelo KLEMS de la productividad total de los factores. En esta sección se utilizan dichos datos con el objetivo de trabajar con una serie homogénea, es decir, que ha sido elaborada según una misma metodología.

Las remuneraciones de los asalariados se clasifican en función de las actividades incluidas en cada uno de los tres principales sectores de la economía: Sector Primario, Sector Secundario y Sector Terciario.

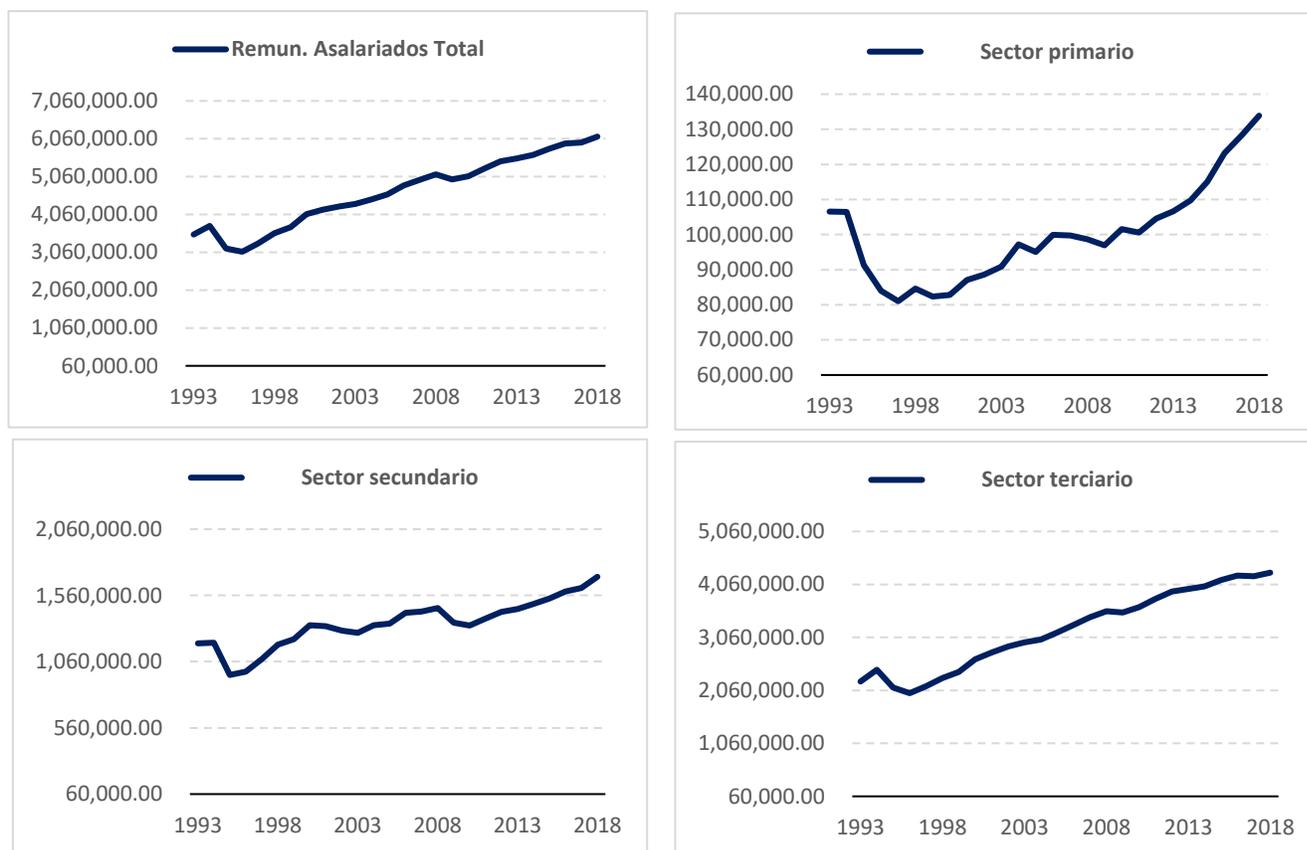
El Sector Primario incluye las actividades de agricultura, cría y explotación de animales, actividad forestal, pesquera, y de caza y captura, y otros servicios relacionados con las actividades forestales y agropecuarias.

El Sector Secundario, por su parte, corresponde a las actividades de minería, construcción, industrias manufactureras, y aquellas vinculadas con la generación, transmisión y distribución de energía eléctrica, suministro de agua y de gas por ductos.

Finalmente, el Sector Terciario engloba a las actividades de comercio, transporte, correos y almacenamiento, información en medios masivos, servicios financieros y de seguro, servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles, corporativos, servicios profesionales, científicos y técnicos, servicios educativos, servicios de salud y de asistencia social, servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos, servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas y las actividades legislativas, gubernamentales, de impartición de justicia y de organismos internacionales y extraterritoriales.

A continuación, se expone la evolución de las remuneraciones de los asalariados correspondientes al total de la economía y, por separado, a cada uno de los tres sectores mencionados, entre los años 1990 y 2018. Para modelar las fluctuaciones, se recurre al componente de tendencia.

**Gráfica 16. Evolución de las remuneraciones de asalariados (en millones de pesos a precios constantes) entre 1993 y 2018.**



Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, Sistema de Cuentas Nacionales de México.  
Productividad Total de los Factores Modelo KLEMS

Los gráficos anteriores muestran una tendencia claramente creciente para las remuneraciones de los asalariados en todos los sectores de la economía. Dicha tendencia coincide también con la evolución creciente de los salarios mínimos.

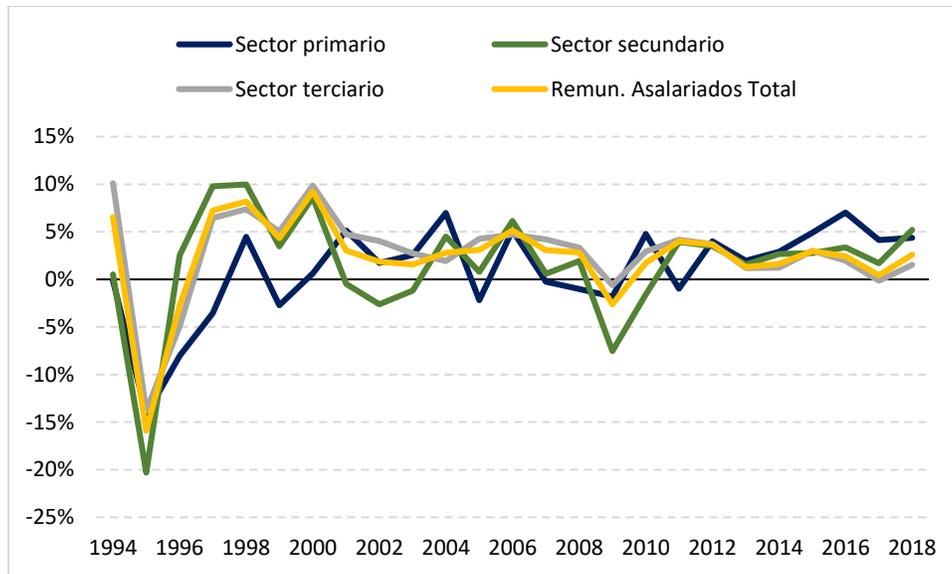
También resulta relevante el contraste entre las remuneraciones de los tres sectores. El sector terciario ofrece remuneraciones mucho más elevadas con respecto al sector secundario y, fundamentalmente, frente a los valores del sector primario. Las remuneraciones del sector primario y secundario equivalen, en promedio, al 3% y al 40% de las remuneraciones del sector terciario respectivamente.

Teniendo en cuenta dichas cifras, se puede pensar que el avance del consumo de masas provenga en mayor medida de los trabajadores vinculados al sector terciario y no al resto de los sectores que tienen menor capacidad de compra.

Sin embargo, el argumento de esta tesis puede cambiar ese indicio previo, ya que se considera que los factores relevantes para el consumo de masas no son los ingresos de la población sino las oportunidades de crédito.

Otro indicador importante de la evolución de las remuneraciones de los asalariados es su variación porcentual anual.

**Gráfica 17. Variación Porcentual anual de las remuneraciones nominales de los asalariados entre 1993 y 2018.**



Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, Sistema de Cuentas Nacionales de México.  
Productividad Total de los Factores Modelo KLEMS

El gráfico anterior muestra que la variación porcentual de las remuneraciones fue muy volátil a lo largo de los años que abarca el periodo considerado, con altas y bajas en años consecutivos.

Sin embargo, a largo plazo la tendencia de los cambios porcentuales parece ser decreciente, ya que el periodo inicia con aumentos del 10% en los noventa y culmina con aumentos inferiores al 5% en 2018.

Esta última observación no coincide con el aumento que experimentó el consumo privado de las familias mexicanas en el mismo periodo, como se mostró en el capítulo anterior.

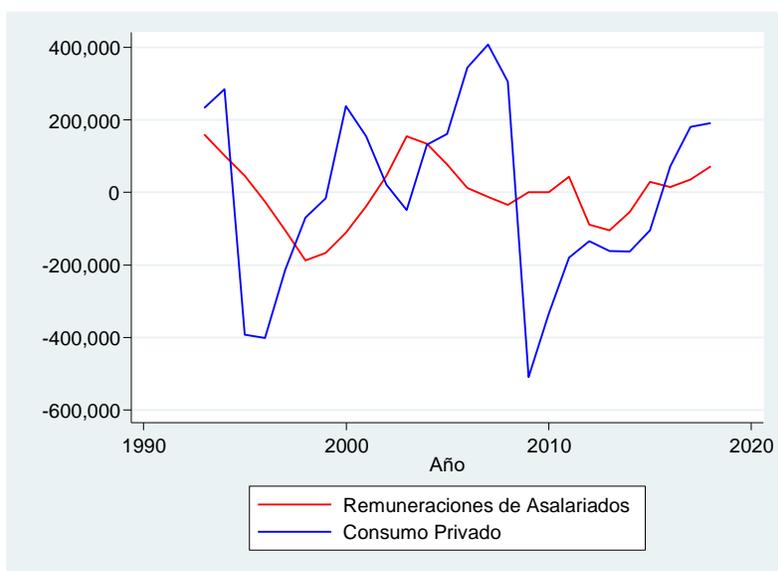
Por el contrario, si resulta consistente con la hipótesis de que el avance del consumo de masas no se relaciona con las variaciones del ingreso o los salarios de la población. Sobre este punto se ahondará en el próximo apartado.

## Remuneraciones de asalariados y consumo privado de las familias

Al final del apartado anterior se mencionó que la variación que experimentaron las remuneraciones de los consumidores durante 1990-2018 no son consistentes con el crecimiento del consumo de masas desarrollado en los capítulos previos.

Para evaluar esta hipótesis se presentan a continuación el componente cíclico de las dos variables mencionadas (remuneraciones de los asalariados y consumo privado) obtenidas mediante el paquete estadístico de STATA y con base a la metodología del filtro HP como se explicó en el capítulo anterior.

**Gráfica 18. Ciclo del consumo privado y las remuneraciones de asalariados entre 1993 y 2018.**



Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI

El gráfico anterior confirma los supuestos previos respecto a que las variaciones del consumo privado de las familias mexicanas no devienen principalmente de cambios en el nivel de las remuneraciones de los asalariados. Por ejemplo, se revela un elevado crecimiento del consumo entre 2007 y 2008 pero en esos años las remuneraciones cayeron.

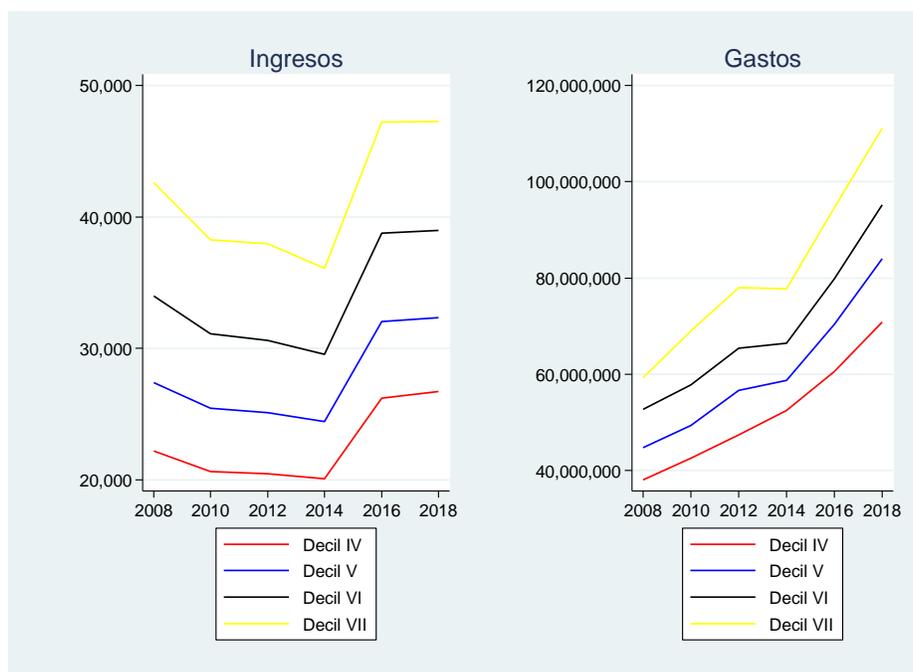
Se puede inferir entonces que, si bien el poder adquisitivo de las familias depende de las remuneraciones de sus integrantes, las variaciones en el consumo no responden de forma directa a cambios en las remuneraciones de los asalariados. Es decir, existen otros factores determinantes del aumento del consumo privado de los hogares mexicanos, entre los cuales se destaca el crédito.

## Ingresos y gastos según ENIGH

Las ENIGH, presentadas en el capítulo anterior, proporcionan datos adicionales para ahondar sobre la relación entre ingresos y consumo de las familias mexicanas y sus integrantes. Dichas encuestas permiten a los hogares clasificados por deciles en función de sus ingresos. Es decir, se divide a la población en diez grupos donde el primero está formado por los hogares que tienen los ingresos más bajos y así sucesivamente hasta el último decil.

Dicha clasificación de los hogares por ingresos es particularmente útil para el presente trabajo debido a que permite identificar gastos o consumo privado de acuerdo con los ingresos y consecuentemente con la posición social de las familias; y, como explica Katona (1964) el comportamiento del consumo de masa se explica a partir del crecimiento del poder adquisitivo que se refleja en el crecimiento de la clase media.

**Gráfica 19. Ingresos y Gastos trimestrales de los hogares mexicanos ubicados en los deciles medios entre 2008 y 2018.**



Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, Sistema de Cuentas Nacionales de México.  
Productividad Total de los Factores Modelo KLEMS

En el gráfico anterior se presenta el comportamiento de los ingresos y gastos trimestrales corrientes de los hogares mexicanos que se ubican entre los deciles IV y VII para el periodo 2008-2018.

Una de las apreciaciones más importantes de la Gráfica anterior es la gran diferencia entre los valores de ingresos y gastos trimestrales a favor de los últimos. Esta diferencia, evidentemente, se explica en gran parte por el crédito y el financiamiento bancario en el consumo de las familias mexicanas.

Otra valoración del último gráfico es el contraste entre la evolución de las dos variables analizadas, los ingresos y gastos. A pesar de que los ingresos muestran un decrecimiento en la primera etapa del periodo (2008-2014), los gastos crecen durante todo el periodo incluso durante los años que corresponden a esa primera etapa.

Para completar el análisis de este apartado, se muestran las variaciones bianuales de los ingresos y gastos de los hogares mexicanos clasificados en los deciles medios de ingresos durante el periodo 2008-2018.

**Tabla 7. Variaciones bianuales en los ingresos y gastos según ENIGH en los hogares ubicados en los deciles medios de ingresos.**

Año	Ingresos					Consumo				
	IV	V	VI	VII	Promedio	IV	V	VI	VII	Promedio
2008-2010	-7%	-7%	-8%	-10%	-8%	12%	10%	10%	16%	12%
2010-2012	-1%	-1%	-2%	-1%	-1%	11%	15%	13%	13%	13%
2012-2014	-2%	-3%	-3%	-5%	-3%	11%	4%	2%	0%	3%
2014-2016	30%	31%	31%	31%	31%	15%	20%	20%	22%	19%
2016-2018	2%	1%	1%	0%	1%	17%	19%	19%	17%	18%

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, Sistema de Cuentas Nacionales de México.  
Productividad Total de los Factores Modelo KLEMS

A partir, de la tabla anterior, se puede concluir nuevamente que las variaciones en el consumo privado de los hogares mexicanos no están directamente relacionadas con cambios en los ingresos de los integrantes de tales familias. Por ejemplo, en el último periodo bianual (2016-2018) el consumo creció 18%, pero el ingreso sólo aumentó un 1% en los mismos años.

## Política Fiscal

Aunque con diferentes puntos de vistas, tanto los economistas de la escuela clásica o los neoclásicos o la escuela nekeynesiana admiten que la política fiscal de los gobiernos puede influir sobre el consumo privado de la población.

Por un lado, los keynesianos sostienen que los gobiernos deben usar los instrumentos de política fiscal para influir sobre el consumo de forma anticíclica. Esto es, cuando la economía está en expansión se debe llevar a cabo una política contractiva, por ejemplo, incrementando los impuestos de tal forma d reducir el consumo y evitar que los precios suban evitando que se genere una inflación; o bien cuando la economía está en recesión los gobiernos deben aplicar una política fiscal que estimule el consumo, por ejemplo, aumentando el gasto público.

Por su parte, los economistas clásicos y neoclásicos sostienen que los gobiernos no deberían intervenir en la economía, sino que deben dejar que el mercado equilibre oferta y demanda. Es decir, para esta escuela, las políticas fiscales como la imposición de impuestos sobre los ingresos genera una reducción en el consumo privado por medio del efecto riqueza.

A continuación, se presenta un análisis de la evolución del gasto público y la carga tributaria que impuso el Estado sobre la población mexicana durante el período 1993 - 2018, y su comparación con el comportamiento del consumo privado de los hogares mexicanos en esos años.

En cuanto al sistema tributario, en México existen tanto impuestos indirectos como directos por medio de los cuales el Estado financia su gasto público.

Entre los primeros se destaca el IVA que es un impuesto al consumo que el Estado recauda a través de las empresas o negocios, pero quienes terminan pagando el tributo son los consumidores finales de los bienes y servicios gravados.

Cómo explican los neoclásicos, este tipo de impuestos distorsiona los precios relativos de los productos afectando asimismo sus “posibilidades de consumo”. El impuesto consiste en la aplicación de una tasa del 16%<sup>3</sup> sobre el precio de los bienes y servicios gravados, aunque están vigentes algunas excepciones por las cuales no se paga IVA sobre ciertos productos como los alimentos, las medicinas o el agua. Este impuesto fue creado en la década de 1970 y, aunque con algunas modificaciones producidas a lo largo del tiempo, continua vigente en la actualidad.

En general se puede decir que el precio de los productos se ha incrementado durante el periodo bajo estudio, con lo cual también se ha elevado la recaudación fiscal. Sin embargo, como se explicó en el capítulo anterior, los datos oficiales muestran una tendencia creciente del consumo privado de las familias mexicanas. Esto advierte que existen otros factores que influyen con mayor preponderancia sobre el consumo, entre ellos el crédito.

---

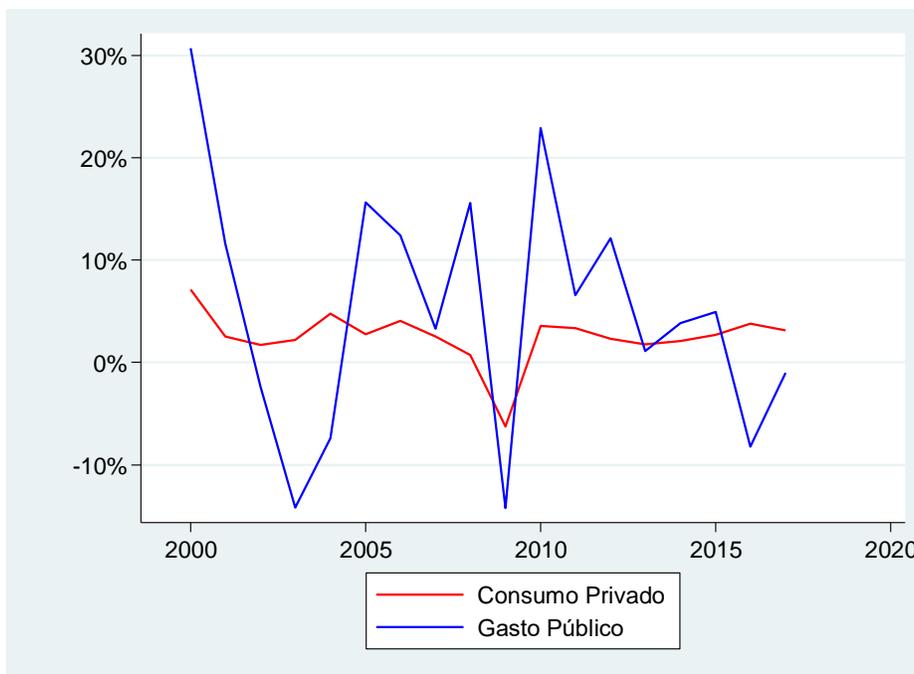
<sup>3</sup> Para los contribuyentes de la frontera norte del país, existe un estímulo fiscal por el cual sólo deben pagar la mitad del impuesto, es decir una tasa del 8% sobre los precios.

Entre los impuestos directos, se destaca el ISR (impuesto sobre la renta). En este caso también se considera una tasa para el cómputo del tributo, pero la misma depende del nivel de ingresos de los contribuyentes (empresas o particulares) y se aplica la alícuota sobre los ingresos gravados<sup>4</sup>.

Este impuesto también tuvo su origen muchos años antes y aún hoy continúa vigente con las actualizaciones introducidas a lo largo de los años principalmente como consecuencia de la evolución de los ingresos. Sin embargo, cómo este tipo de ingresos depende de los salarios de las personas, el consumo de los hogares mexicanos no se ve directamente afectado tal como se explicó en los apartados anteriores. Nuevamente, la aparición del crédito resulta fundamental para comprender esta situación donde el consumo de las familias se incrementa a pesar del incremento de impuestos.

En cuanto al gasto público, se presenta a continuación la variación porcentual de esta variable macroeconómica entre los años 2000 y 2018. Además, se incluyen también los datos correspondientes al consumo privado en el mismo periodo.

**Gráfica 20. Variaciones porcentuales del consumo privado y el gasto público entre 2000 y 2018.**



Fuente: Elaboración propia con base en datos de INEGI. Sistema de Cuentas Nacionales de México. Oferta y Utilización Trimestral.

<sup>4</sup> Entre los ingresos gravados se incluye los ingresos por salarios de subordinados, arrendamientos o uso de inmuebles urbanos y rurales, intereses financieros, enajenación de bienes, dividendos, honorarios profesionales, etc.

La Gráfica anterior muestra que las variaciones en el gasto público no se condicen con la evolución del consumo privado. Es decir, no parece haber una relación directa entre los sucesivos aumentos y disminuciones del gasto público, por un lado, y el comportamiento relativamente constante del consumo durante el periodo analizado. Se puede esperar que haya otros factores por los cuales el consumo privado no se vea afectado por dichos cambios, entre ellos el crédito y financiamiento bancario.

En síntesis, no se puede negar que los instrumentos de política fiscal afectan el consumo privado de los hogares mexicanos; sin embargo, los datos muestran que evidentemente existen otros factores que atemperan tales efectos. Uno de esos determinantes sin dudas está relacionado con el objeto de esta investigación: con el surgimiento del crédito y el financiamiento bancario se puede pensar que los efectos de la política fiscal sobre el consumo privado serán menores debido a las posibilidades que brindan estos instrumentos a las personas para diferir el pago o distribuirlo en cuotas pagaderas en un periodo medianamente extenso.

## **Economía Psicológica**

En general siempre se ha reconocido la influencia de factores psicológicos sobre las elecciones de consumo privado, tanto desde los postulados keynesianos como desde las perspectivas del pensamiento clásico y neoclásico.

Keynes admite que los consumidores tienen “inclinaciones psicológicas” que afecta sus canastas de consumos. Este autor bautizó a la función de consumo como la “ley psicológica fundamental”, introduciendo de este modo factores extraeconómicos en las elecciones de consumo.

Los economistas neoclásicos Stiglitz & Walsh, por su parte, señalan que existe una parte de la escuela austríaca que se encarga de analizar el consumo privado desde el punto de vista de la “economía del comportamiento”. En sintonía con el pensamiento económico de esta escuela, donde prima el estudio de las elecciones individuales o el individualismo, se intenta relacionar la psicología de las personas con factores económicos para explicar las elecciones de consumo de los hogares.

Katona, combina las ideas de Keynes sobre las preferencias psicológicas con la “economía del comportamiento” de la escuela austriaca para explicar el surgimiento de la sociedad de consumo de masas. Este autor, plantea que la economía psicológica como uno de los factores determinantes del consumo de masa.

Denegri, por su parte, explica que la economía psicológica se trata de una rama de la economía que se encarga del estudio del comportamiento económico de los individuos y la sociedad, y analiza como los contextos económicos de las naciones afectan las decisiones o conducta de las personas.

La economía psicológica está íntimamente vinculada al objetivo de esta tesis, ya que si el comportamiento individual de los integrantes de los hogares mexicanos se vincula con el ambiente económico donde viven, como supone esta rama de la economía, es de esperarse que el consumo de masas sea más notorio en épocas de expansión económica y se reduzca o sufra descensos cuando el contexto nacional (o internacional) sea desfavorable.

Paredes y Velázquez estudiaron los efectos de la crisis financiera internacional del 2008 y, particularmente, la conducta de los consumidores mexicanos en respuesta al contexto negativo. Los autores observan que gran parte de la muestra percibe que los precios se incrementarían en el futuro como consecuencia de la crisis lo cual se traducirá en una pérdida de poder adquisitivo.

Como consecuencia de tales creencias, las elecciones de consumo de los hogares se modificaron. Los autores señalan que las personas se volvieron “más cuidadosas” en cuanto al uso del dinero; y los consumidores incrementan sus gastos en bienes duraderos, desperdician menos y utilizan más eficientemente los servicios básicos de energía eléctrica.

Paredes y Velázquez también encuentran que el aumento en los precios de los productos de la canasta básica y el incremento de la inflación entre los años 2008 y 2010 no superó el 10%. En cambio, si se registraron descensos en los ingresos de la población de acuerdo con los datos de las ENIGH.

Por lo tanto, se puede concluir que los cambios en las elecciones de consumo de las familias mexicanas, en los años de la crisis financiera, no responden a los cambios en los precios sino más bien a la percepción de la población sobre un ambiente económico internacional desfavorable presente y futuro que, a su vez, fue acompañado por una caída de los ingresos monetarios.

Una conclusión adicional, relevante para el presente trabajo de investigación, consiste en el vuelco de los consumidores mexicanos hacia los bienes durables durante los años de crisis, lo cual implica necesariamente una mayor utilización de las tarjetas de crédito y el financiamiento bancario.

Por otra parte, también se puede analizar el comportamiento de los consumidores mexicanos durante las etapas de expansión de la economía.

Juárez (2019) estudia los ciclos económicos en México. El autor identifica que durante el último trimestre de 2013 y el tercer trimestre de 2015 el ciclo de la economía mexicana se encuentra en su fase expansiva.

De acuerdo con los postulados de la economía psicológica es de esperarse que el ambiente económico durante esos años genere altas expectativas en los consumidores llevándolos a incrementar y diversificar su consumo. Al mismo tiempo, este aumento se traduce en un mayor uso del crédito y el financiamiento bancario.

La siguiente tabla presenta las variaciones porcentuales en el uso de las tarjetas de crédito (bancaria o comercial) de los hogares mexicanos entre los años 2012 y 2016 de acuerdo con los datos registrados por las ENIGH.

Se consideran los gastos totales y tres rubros representativos de los gastos con tarjeta: calzado y vestimenta, transporte y gastos en mantenimiento de la vivienda.

**Tabla 8. Variaciones bianuales en los gastos de los hogares a través de una tarjeta de crédito según ENIGH entre 2012 y 2018.**

Conceptos	2012	2014		2016	
	Importe	Importe	Var. %	Importe	Var. %
Calzado y Vestimenta	883,887	1,729,632	96%	5,744,779	232%
Transporte	793,617	2,367,324	198%	8,596,600	263%
Vivienda	562,840	1,656,738	194%	5,792,062	250%
<b>Total de Gastos</b>	<b>4,597,939</b>	<b>11,116,791</b>	<b>142%</b>	<b>38,284,834</b>	<b>244%</b>

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI

Los datos confirman las suposiciones previas referidas a aumentos significativos en el consumo de los hogares a través de este medio de pago: se observan incrementos en ambos periodos bianuales por encima del 140%.

### Variaciones en los Bienes de Capital

Según el pensamiento de la escuela keynesiana, la propensión marginal a consumir se ve altamente afectada por las variaciones en el valor monetario de los bienes de capital. Estos cambios en la riqueza de los individuos no están necesariamente vinculados con sus ingresos o salarios. Es decir, el valor del stock de capital puede cambiar debido a situaciones externas vinculadas con la coyuntura nacional e internacional.

Modigliani (1986) también considera a los bienes de capital como factores determinantes para la determinación de las canastas de consumo familiares. Este autor explica que el consumo es una función que depende de los recursos de los cuales dispone el individuo, pero también responde a la tasa de rendimiento de sus bienes de capital.

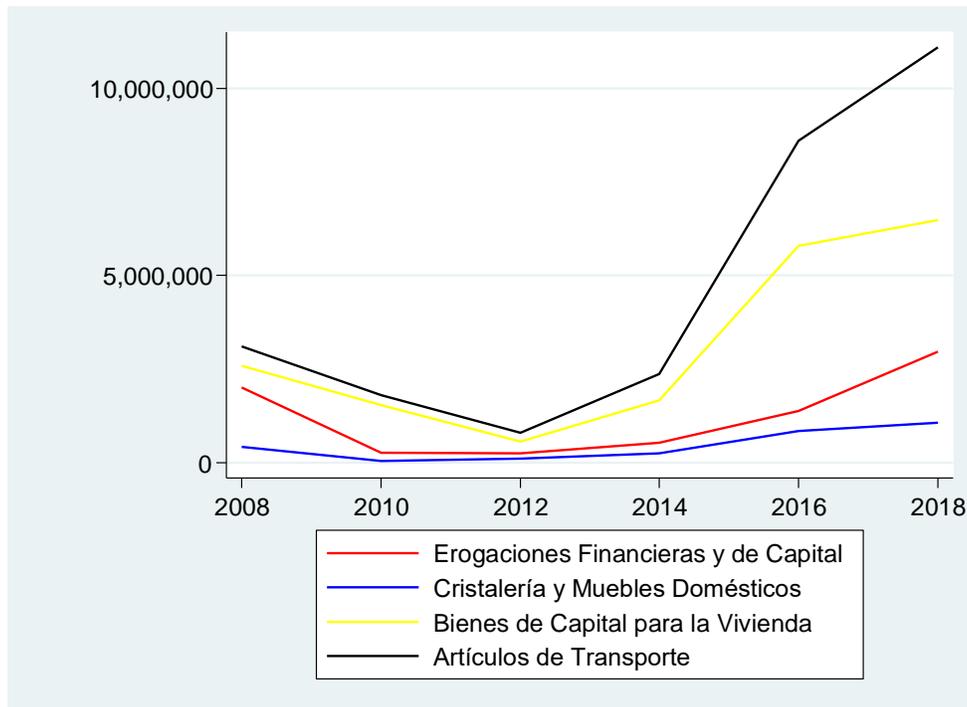
Asimismo, el rendimiento de este tipo de bienes también depende de los ciclos económicos y el contexto de la economía mundial, generando pérdidas o ganancias no relacionadas directamente con los ingresos de los individuos.

Las variaciones en los valores monetarios de los bienes de capital se encuentran vinculadas con el objeto de esta investigación desde dos perspectivas distintas: por un lado, desde el enfoque de los consumidores y, por otro lado, desde la orientación de las firmas y sus capacidades de producción.

En el primer caso, la adquisición de bienes de capital les permite a las empresas asegurar la capacidad productiva necesaria a mediano y largo plazo para responder a la creciente demanda de los bienes y servicios que reclama la “sociedad de consumo”, representada principalmente por la clase media.

Por otra parte, como plantea Katona (1964), la relación entre los bienes de capital y el consumo privado de los hogares está íntimamente vinculada con el poder adquisitivo de las personas. Si bien esta clase de productos está expuesta a una pérdida de valor por el paso del tiempo que se conoce como depreciación o amortización, en general su adquisición y conservación en periodos de mediano plazo resulta una buena forma de conservar poder adquisitivo, principalmente, en contextos inflacionarios como los que sufren históricamente los países de América Latina.

**Gráfica 21. Evolución de los gastos en bienes de capital mediante el uso de tarjetas de crédito entre 2008 y 2018 (en millones de pesos).**



Fuente: Elaboración propia con datos de Banco de México, Financiamiento al sector privado del país a través del crédito bancario y otras fuentes alternativas

Como evidencia empírica de lo explicado en los párrafos previos se presenta el gráfico anterior que muestra la evolución de los gastos de las familias mexicanas en algunos bienes de capital por medio de una tarjeta de crédito entre los años 2008 y 2018.

Estos gastos en bienes de capital comúnmente se realizan a través del uso de tarjetas de crédito o financiamiento bancario debido a su alto precio.

## **Cambios en la Tecnología**

Cómo se había mencionado al inicio del presente trabajo de investigación, al desarrollar el marco teórico, Matsuyama (2000) otorga gran relevancia a los cambios tecnológicos como factor determinante del avance del consumo de masa.

La tecnología genera innovaciones que permiten, por un lado, que las firmas puedan producir a gran escala y responder así a la creciente demanda de la sociedad de consumo. Por otro lado, esta producción en masa permite abaratar costos de fabricación, lo cual se traduce en un menor precio final de los productos.

Por otra parte, los continuos avances e innovaciones tecnológicas llevan a que los consumidores renueven sus productos cada vez con mayor frecuencia. Este aumento en la periodicidad de consumo claramente responde también a los menores precios a los que las firmas logran ofrecer sus productos manteniendo un nivel relativamente alto de calidad.

Se genera entonces un proceso de retroalimentación constante que impulsa el crecimiento del consumo de masa, permitiendo a los consumidores acceder a los productos y servicios con mayor facilidad y a precios más bajos; y las firmas pueden responder al aumento de demanda gracias a una mayor capacidad de producción que, simultáneamente, genera costos de fabricación más bajos.

En México, sin embargo, las empresas locales no parecen responder con la misma celeridad, que muestran los avances tecnológicos mundiales, a la creciente demanda de los consumidores por bienes y servicios de mejor calidad y menores precios.

Es decir, las industrias nacionales no cuentan con la capacidad productiva necesaria para hacer frente al avance de la sociedad de consumo. Esto provoca que los consumidores demanden productos importados del extranjero, principalmente de los Estados Unidos, cada vez en porcentajes más altos.

Además, existen diferencias marcadas entre las distintas regiones de la república mexicana con respecto a los avances tecnológicos y al nivel de desarrollo de sus industrias locales. Estas desigualdades generan un retraso en el proceso de retroalimentación que se inicia a partir de los avances tecnológicos, obligando a los consumidores a recurrir a la oferta de productos extranjeros.

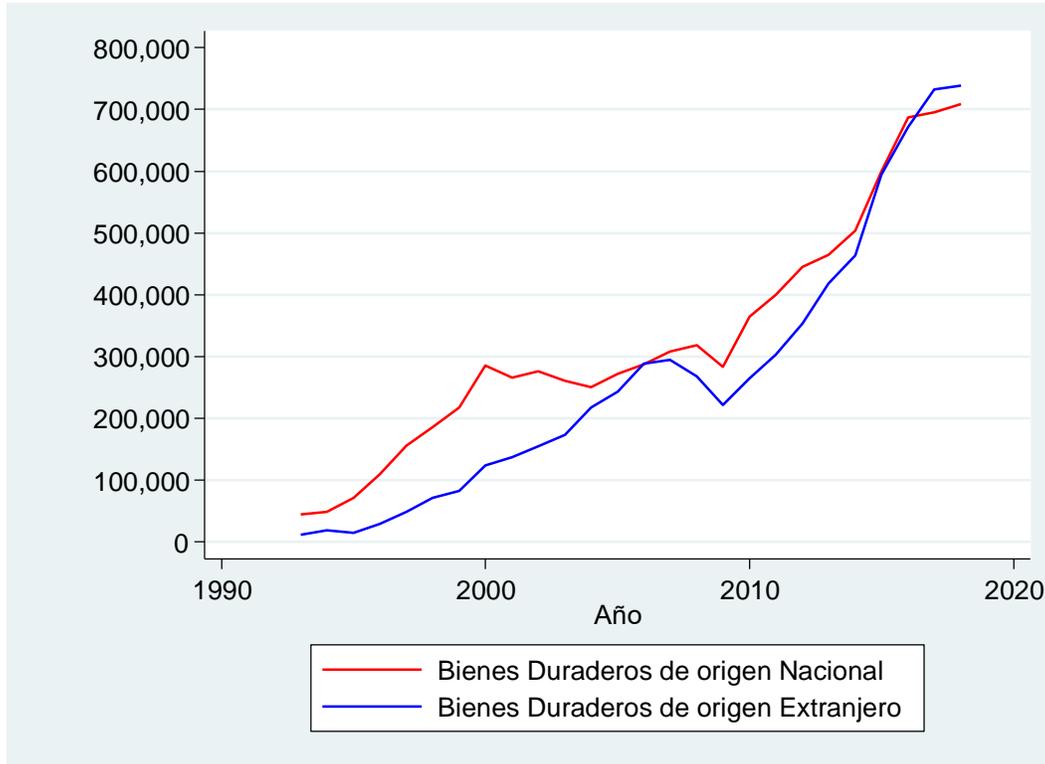
Díaz, García y León (2017) realizan un interesante estudio sobre el potencial de México en materia de ciencia y tecnología tomando para su análisis el periodo transcurrido entre los años 2000 y 2015.

A partir de los datos recolectados y la metodología empleada, los autores concluyen que existe una “alta concentración en los progresos agregados” en materia de ciencia y tecnología; y también encuentran que una marcada desigualdad en los potenciales de las distintas regiones de México.

Como evidencia empírica de la debilidad de las industrias nacionales y la tendencia que tienen los hogares mexicanos a demandar cada vez más productos de origen extranjero, se presenta a

continuación la evolución del consumo privado en bienes duraderos de origen nacional y extranjero entre los años 1993 y 2018.

**Gráfica 22. Evolución del consumo de bienes duraderos de origen nacional y extranjero entre 1993 y 2018 (en millones de pesos).**



Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, Sistema de Cuentas Nacionales de México. Oferta y Utilización Trimestral

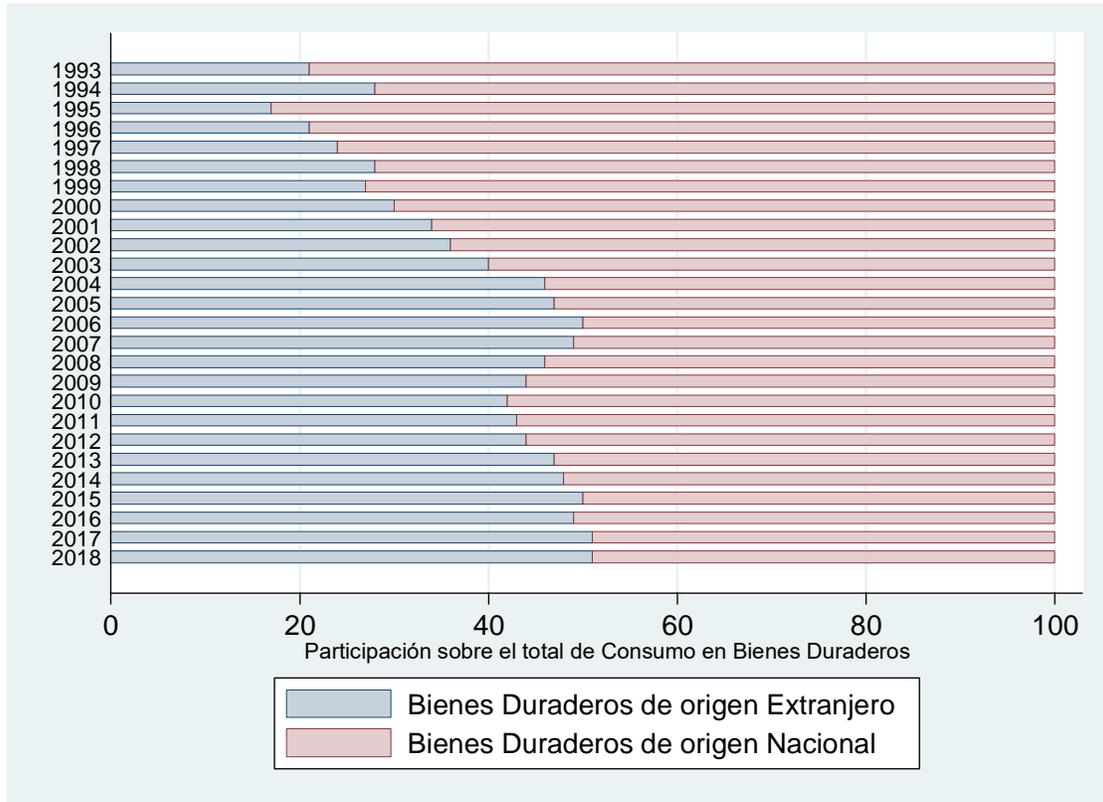
El gráfico muestra una tendencia creciente en el consumo de bienes duraderos, tanto de origen nacional como extranjero. Al inicio del periodo, los bienes de las industrias nacionales tienen una participación mayor que los bienes importados. Sin embargo, a lo largo de los años la tendencia se revirtió y al final del periodo el consumo de los bienes del extranjero resulta mayor que los de origen nacional.

Un segundo gráfico, donde se muestra la participación en el consumo total de bienes duraderos en función de su origen, refleja de forma más clara la tendencia creciente de la demanda de bienes de origen extranjero frente a la caída en el consumo de bienes fabricados por las industrias nacionales.

El siguiente gráfico deja en evidencia la creciente participación de los bienes de origen extranjero: pasaron del 21% del total del consumo en el año 1993 a representar el 51% al final del periodo en 2018. Como contraste, la participación de los bienes de origen nacional cayó un 30% en el periodo 1993-2018.

En síntesis, si bien es innegable que los avances tecnológicos de los últimos tiempos han influido en el crecimiento del consumo de la población mexicana, tales cambios no han podido ser abordados de forma eficaz por las industrias mexicanas.

**Gráfica 23. Participación de los bienes duraderos de origen nacional y extranjero entre 1993 y 2018.**



Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, Sistema de Cuentas Nacionales de México. Oferta y Utilización Trimestra

## Medios de Comunicación y Publicidad

Otro factor que cada vez tiene mayor influencia sobre el consumo privado de las familias, y que está directamente relacionado con los avances e innovaciones tecnológicas continuos, son los medios de comunicación y las publicidades o propagandas.

El surgimiento de las redes sociales ha provocado indudablemente un quiebre en el desarrollo de esta industria. Los avances de estos nuevos medios de comunicación han llevado a las empresas a transformar sus estrategias de marketing y publicidad, mutando de las propagandas en televisión y radio hacia modernos anuncios en Facebook, Instagram, Twitter u otras redes.

Gómez, Martínez y Salazar (2019) realizan un interesante estudio sobre el uso de las redes sociales entre los individuos y familias mexicanas. Como resultado de sus investigaciones, los autores concluyen que los nuevos medios constituyen herramientas tecnológicas que permiten a las empresas generar vínculos más estrechos y directos con los consumidores.

Los autores también encuentran que se registra un bajo grado de credibilidad entre los consumidores mexicanos, con respecto a la publicidad y las propagandas en redes sociales. Sin embargo, la participación en redes sociales es realmente alta entre la población, con lo cual las pequeñas y medianas empresas tienen altos incentivos para ofrecer sus productos y servicios a través de estos medios de comunicación.

## **Crédito al consumo**

El crédito al consumo consiste en un medio de pago alternativo que tienen los consumidores para acceder a los distintos bienes y servicios y que permite diferir los pagos en el tiempo en lugar de abonar un precio contra la entrega del bien o goce del servicio.

La aparición del crédito como forma de financiamiento para las compras de los individuos y familias es un factor clave en el avance del consumo de masas en la república de México. Sin embargo, cómo se verá en el capítulo siguiente existen marcadas diferencias en el acceso al crédito entre las distintas regiones del país.

Esta variable, cómo se adelantó en los apartados anteriores, está estrechamente vinculada con los otros factores determinantes del consumo privado: ingresos, políticas fiscales, inversiones de capital, etc.

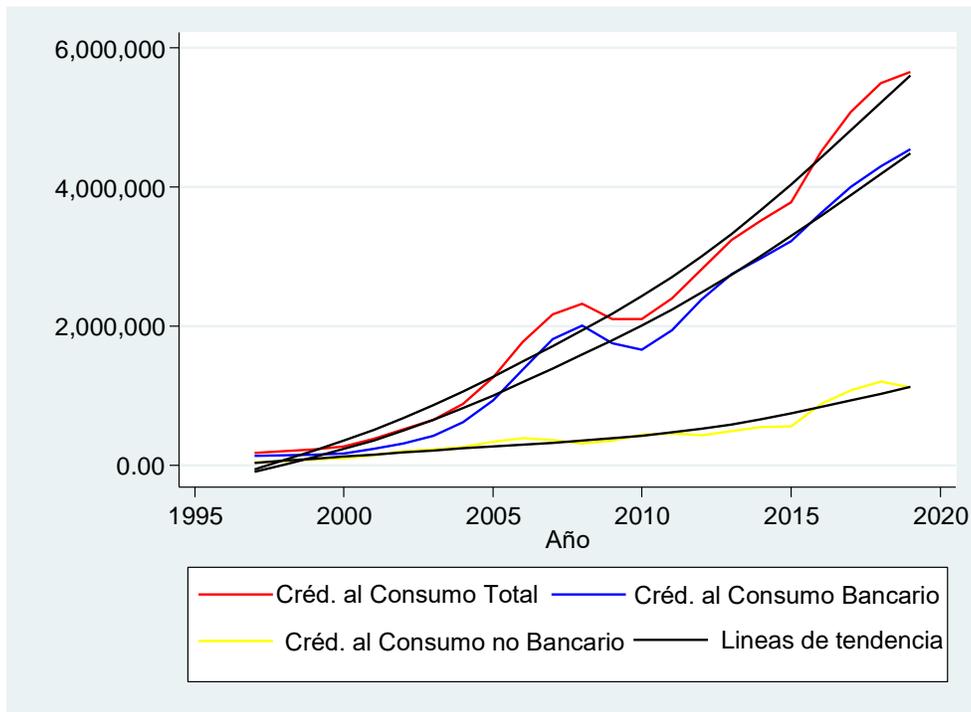
En esta sección, se presenta al crédito como otro de los factores determinantes del consumo de los hogares y se compara con uno de los principales factores desarrollados en este capítulo: las remuneraciones de los asalariados. En el capítulo siguiente, se profundizará sobre este factor determinante del consumo que hace al objeto de esta tesis.

Para establecer una relación analítica entre las remuneraciones de los asalariados, el crédito al consumo y el consumo privado se toman las bases de datos del sistema de cuentas nacionales de INEGI y el Banco de México, de forma tal de contar con series de datos homogéneas en el sentido de que las mismas están preparadas según una misma metodología. Para realizar el análisis mencionado se consideran los datos disponibles en ambas bases, que abarcan los años transcurridos entre 1997 y 2018.

Cómo se hizo con las remuneraciones de los asalariados y el consumo privado en las secciones anteriores, se presentan en primer lugar la serie de datos homogénea del crédito al consumo para el periodo que abarca análisis.

En el siguiente gráfico se presenta el comportamiento del crédito al consumo del sector privado, incluyendo tanto el crédito al consumo bancario como las líneas de crédito no bancarias, de acuerdo con la clasificación dispuesta por el Banco de México y se modelan las fluctuaciones con líneas de tendencia utilizando nuevamente el filtro Hodrick Prescott y el paquete estadístico de STATA.

**Gráfica 24. Comportamiento del crédito al consumo entre 1993 y 2018.**



Fuente: Elaboración propia con datos del Banco de México, Financiamiento al sector privado del país a través del crédito bancario y otras fuentes alternativas

Cómo puede observarse la tendencia del crédito al consumo durante el periodo 1997-2018 es creciente, similarmente a lo que ocurría con las variables del consumo privado. Nótese también que la participación del crédito bancario es mucho más significativa que la correspondiente al crédito no bancario: los promedios del periodo respecto al crédito total fueron 76 y 24% respectivamente.

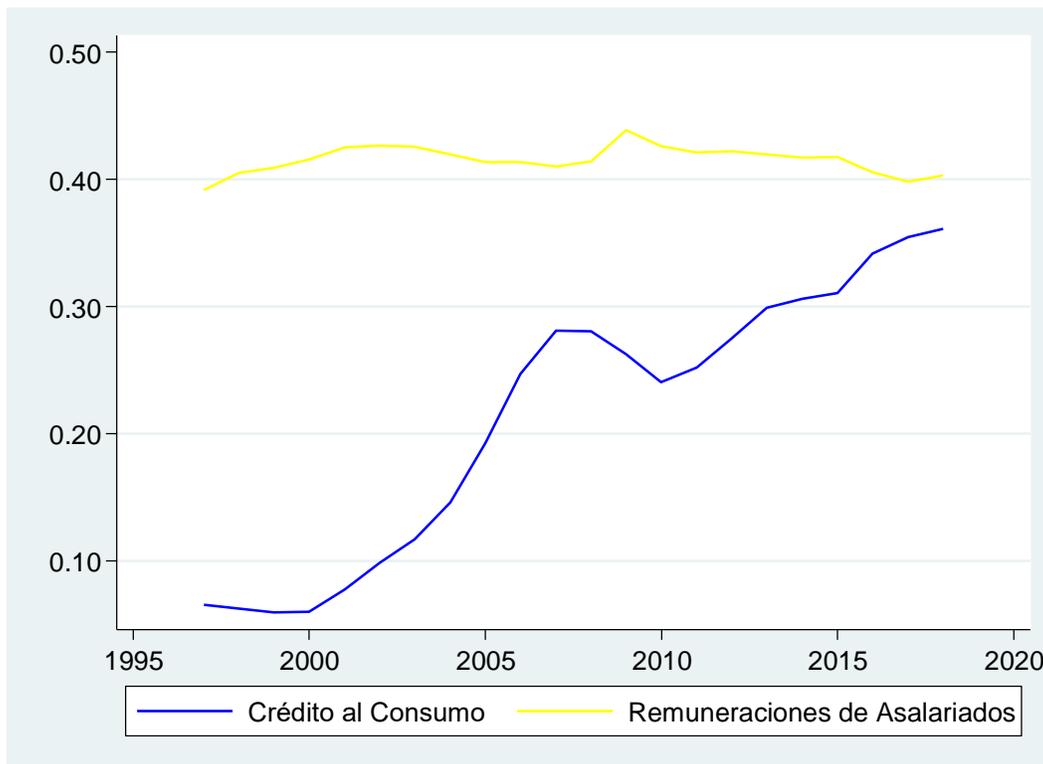
Estas observaciones predicen que el crédito es un factor mucho más determinante para el avance del consumo de masas, a diferencia de lo que sucede con las remuneraciones de los asalariados; además, el crédito bancario tiene una mayor influencia en el consumo con respecto a otras líneas de crédito no bancarias.

Para confirmar la idea de que el crédito es un factor mucho más relevante que las remuneraciones de los asalariados con respecto al avance del consumo de masas es posible elaborar una relación analítica entre el consumo privado por habitante versus a la remuneración por habitante y el crédito

al consumo por habitante. Es decir, se pretende estudiar como es el comportamiento del consumo privado por habitante en un determinado periodo frente a la evolución de las otras dos variables.

Teniendo en cuenta la metodología utilizada para la construcción de las bases de datos, es posible aproximar esta relación observando el comportamiento de las remuneraciones de los asalariados y el crédito al consumo con respecto a los valores totales del consumo privado a través del tiempo (para el periodo reciente 1997-2018).

**Gráfica 25. Participación del crédito al consumo y las remuneraciones de los asalariados sobre el consumo privado entre 1997 y 2018.**



Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI y del Banco de México

Al observar los resultados del análisis, expuestos en el gráfico anterior, resulta evidente que el crecimiento del consumo privado se explica en mayor medida por el avance del crédito al consumo que por los cambios en los salarios de la población.

Las remuneraciones de los asalariados se han mantenido relativamente constantes en torno a niveles cercanos al 40% del consumo privado. En cambio, el crecimiento del crédito al consumo ha sido destacado, pasando de representar sólo el 7% del consumo privado en 1997 a alcanzar el 36% en el último año considerado.

Las proyecciones también indican que el crédito será cada vez más influyente sobre los indicadores del consumo. Con el apoyo de otros factores claves, como los avances tecnológicos y las

estrategias de publicidad y marketing, la tendencia creciente del consumo de masas por parte de la clase media de la sociedad mexicana se mantendrá en los próximos años.

Cómo síntesis del análisis presentado en este último apartado, se puede decir que el crédito al consumo se ha convertido en el factor clave del consumo privado de los hogares mexicanos a través del tiempo, frente al ingreso o las remuneraciones de los asalariados.

# **IV.- El papel del Financiamiento en el Consumo 2010 - 2018**

En este capítulo se analiza el comportamiento del crédito al consumo a nivel nacional entre 2010 y 2018, y se considera la influencia del contexto económico y social.

Asimismo, se consideran las diferencias en la evolución del crédito a nivel regional o por entidades federativas, mostrando diferencias significativas.

En esta sección también se desarrollan los principales rubros del consumo de los hogares que son financiados por las tarjetas de crédito (transporte, vivienda, educación, calzado y vestimenta, artículos de recreación y esparcimiento, servicios de salud, comunicación, cuidados personales, etc.).

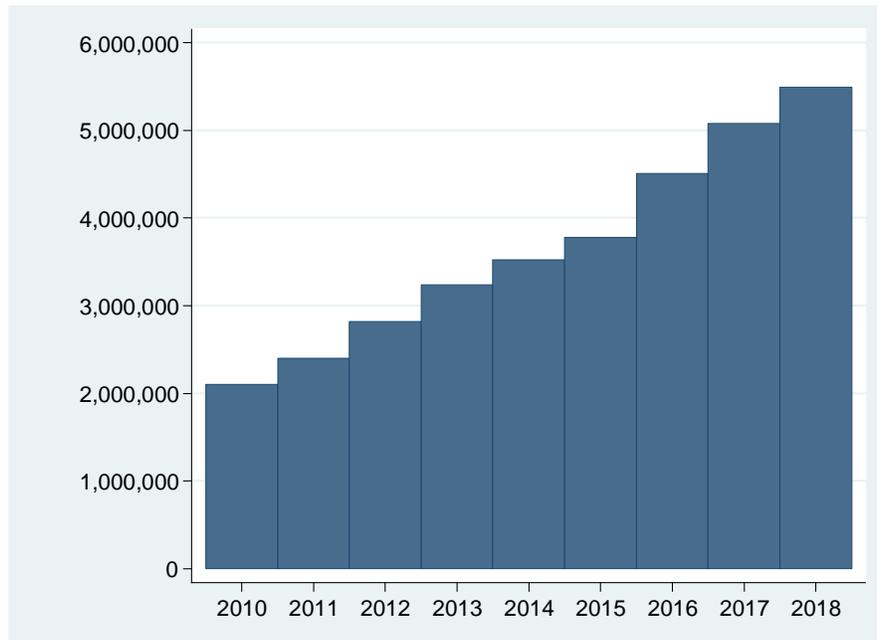
A continuación, se estudian los efectos de la Pandemia COVID-19 y las medidas de aislamiento, dictadas por el gobierno de México y otros Estados de la región latinoamericana, sobre las variables de consumo.

Finalmente, se presentan algunas proyecciones sobre las principales variables macroeconómicas de interés: el consumo privado y el crédito al consumo. Se realizan los pronósticos en base a la información histórica estudiada a lo largo del presente trabajo, las expectativas sobre el comportamiento de las variables y el impacto de la Pandemia COVID-19.

## **Crédito al consumo a nivel nacional**

En el siguiente gráfico se muestra el crecimiento, en términos absolutos, del consumo privado de los hogares mexicanos mediante el crédito.

**Gráfica 26. Comportamiento del total del crédito otorgado al consumo entre 2010 y 2018 en millones de pesos.**



Fuente: Elaboración propia con datos del Banco de México, Financiamiento al sector privado del país a través del crédito bancario y otras fuentes alternativas

Este periodo coincide con la etapa posterior a la crisis financiera internacional que se inició en Estados Unidos y repercutió en los mercados internacionales. Ante los efectos negativos de la recesión (el desempleo, la disminución de ingresos y la falta de liquidez) la adquisición de bienes y servicios a través del crédito o el financiamiento resultó una alternativa interesante para los consumidores y familias mexicanas.

Para evaluar la influencia del crédito sobre el consumo privado de los hogares mexicanos, se presenta a continuación el comportamiento del crédito al consumo en función del PIB y el total del consumo privado durante el periodo analizado. Los valores resultan comparables ya que fueron deflactados utilizando los IPC (Índices de Precios al Consumidor).

**Tabla 9. Crédito al consumo, PIB y Consumo Privado de México en millones de pesos a precios constantes**

Año/Concepto	Crédito al Consumo	PIB	Consumo Privado	Crédito al Consumo/ PIB	Crédito al Consumo/ Consumo Privado
2010	2,347,685	16,711,086	11,237,427	14.05%	20.89%
2011	2,579,981	16,686,016	11,187,808	15.46%	23.06%
2012	2,926,788	16,697,944	11,055,044	17.53%	26.47%
2013	3,235,982	16,277,187	10,819,251	19.88%	29.91%
2014	3,383,113	16,077,481	10,613,294	21.04%	31.88%
2015	3,552,766	16,259,645	10,674,044	21.85%	33.28%
2016	4,102,544	16,190,639	10,717,090	25.34%	38.28%
2017	4,327,443	15,477,444	10,350,362	27.96%	41.81%
2018	4,466,822	15,058,680	10,092,400	29.66%	44.26%

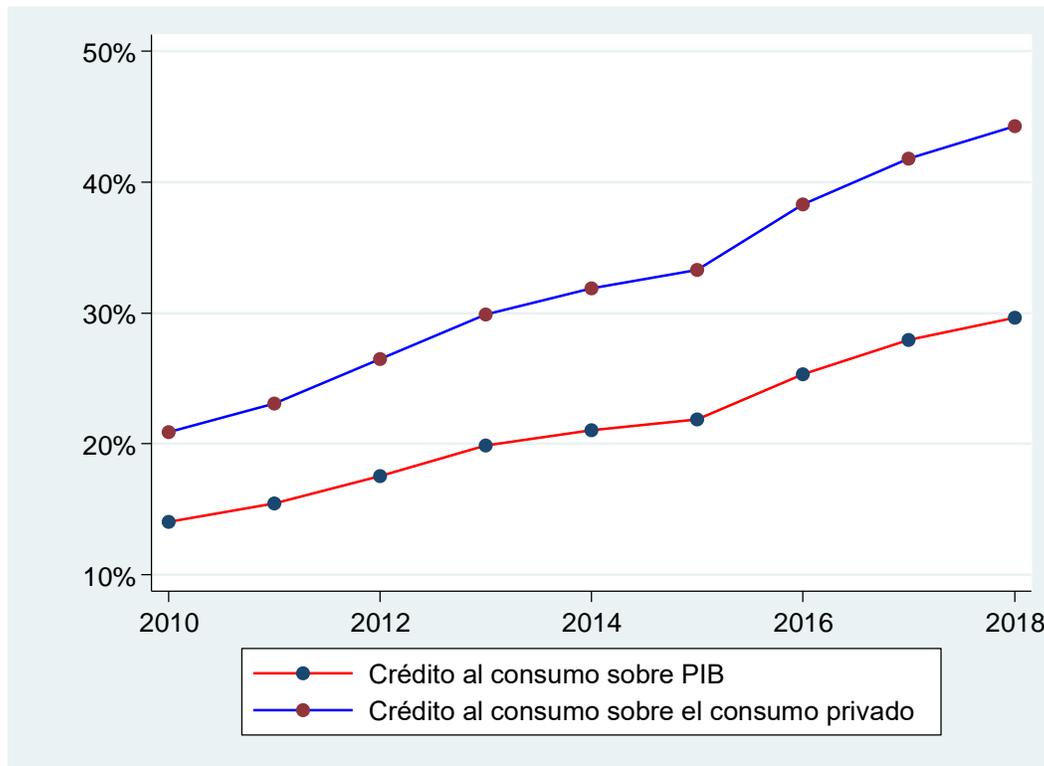
Fuente: Elaboración propia con datos del Banco de México e INEGI

De la tabla anterior se desprende que, en términos absolutos, el crédito al consumo se incrementó un 90% durante el periodo analizado, pasando de 2,347 mil millones de pesos en 2010 a 4,466 mil millones en 2018.

Además, la participación del crédito al consumo en el PIB aumentó significativamente durante el mismo periodo. En el año 2010 el crédito al consumo representaba un poco menos del 15% del PIB, luego su influencia se incrementó y alcanzó un nivel de casi el 30% en el año 2010.

Asimismo, el crédito al consumo (en términos del consumo privado) se incrementó de 20.89% en 2010 a 44.46% en el año 2018. El crecimiento total del periodo fue superior al 110% medido.

**Gráfica 27. Comportamiento del crédito al consumo en función del PIB y el consumo privado total entre 2010 y 2018.**



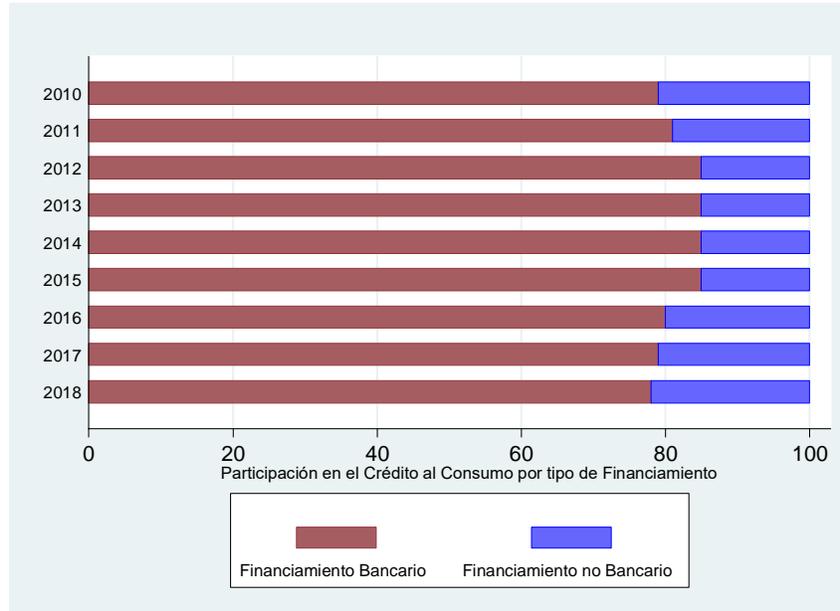
Fuente: Elaboración propia con datos del Banco de México e INEGI, Financiamiento al sector privado del país a través del crédito bancario y otras fuentes alternativas

El gráfico anterior muestra la evolución del crédito con respecto a las variables macroeconómicas del PIB y el consumo privado total, explicada en los párrafos precedentes.

El “CEMPE (Centro de Modelística y Pronósticos Económicos)” de la UNAM” señala que en los próximos años el consumo privado seguirá aumentando a tasas superiores al 2.23% anual y el crédito mantendría sus niveles de participación sobre el consumo privado.

Por otra parte, la base de datos del Banco de México permite distinguir el crédito al consumo según se trate de financiamiento bancario o no bancario. En la siguiente Gráfica se presenta dicha composición del crédito al consumo privado para el periodo 2010 – 2018.

**Gráfica 28. Composición del Total del Crédito al Consumo en el periodo 2010 - 2018.**



Fuente: Elaboración propia con datos del Banco de México, Financiamiento al sector privado del país a través del crédito bancario y otras fuentes alternativas

Se puede apreciar una participación mayoritaria del financiamiento bancario en el crédito al consumo: su promedio de participación fue cercano al 82% del total del crédito, aunque en los últimos dos años se registran valores inferiores al 80% (79% en 2017 y 78% en 2018).

La contribución financiamiento no bancario, con respecto al total del crédito al consumo, fue de 18 puntos en promedio durante el periodo analizado. Este tipo de financiamiento incluye créditos emitidos por distintas instituciones financieras como las empresas de fondeo, las uniones de crédito, las “crowdfundings” que son tipos de fondeo colectivo, las sociedades financieras de objeto múltiple, las sociedades financieras populares y las sociedades cooperativas de ahorro y préstamo. También están comprendidas en este grupo los fondos comunes de inversión y los fondos de capital.

Considerando la evolución del crédito al consumo representó expuesta en los párrafos anteriores surge las siguientes apreciaciones:

- En términos relativos el crédito bancario representó, en promedio, un 17.52% del PIB y un 26.35% del total del consumo privado de los hogares mexicanos entre los años 2010 y 2018.
- Con respecto al PIB de México y al total del consumo privado de las familias mexicanas, el crédito no bancario apenas representó, en promedio, 4 y 6% respectivamente.

A partir del análisis anterior, puede afirmarse que el verdadero impulsor del consumo privado en México, entre los años 2010 y 2018, han sido las opciones de crédito y, en particular, el financiamiento bancario que representó el 80% del total del crédito.

A pesar del notable impulso que da el crédito al consumo privado de México, aún existe escasez de opciones de financiamiento. Tanto el crédito bancario como el no bancario no se han desarrollado de forma plena y, actualmente, operan en niveles menores a los de su verdadera capacidad.

Ibarra (2018) explica que en México existe un acceso limitado al crédito para varios sectores de la población. Las condiciones de crédito actual obligan al gobierno mexicano a implementar políticas públicas vinculadas al sector financiero que contribuyan a retomar la senda de crecimiento económico.

Cómo explica Bravo (2017), resulta imprescindible incorporar a los bancos como agentes fundamentales del progreso económico del país. La citada autora también considera que actualmente la “banca de desarrollo” no está cumpliendo en forma plena con su misión de financiamiento según los estándares y esto constituye un freno importante para el crecimiento económico de las regiones y la república mexicana.

En la actualidad la banca de desarrollo está formada por nueve instituciones: Nacional Financiera, S.N.C. (NAFIN), Banco Nacional de Obras y Servicios Públicos S.N.C. (BANOBRAS), Banco Nacional del Comercio Exterior S.N.C. (BANCOMEXT), Sociedad Hipotecaria Federal, S.N.C. (SHF), Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura (FIRA), Fondo de Capitalización e Inversión del Sector Rural (FOCIR), Financiera Nacional de Desarrollo Agropecuario, Rural, Forestal y Pesquero (FND), el Banco del Ahorro Nacional y Servicios Financieros S.N.C. (BANSEFI) y el Banco Nacional del Ejército, Fuerza Aérea y Armada, S.N.C. (BANJERCITO).

## **Crédito al consumo en América Latina**

En comparación con otros países de América Latina, el crédito al consumo privado que ofrece el sector bancario de México es uno de los más débiles de la región.

En la siguiente tabla se exponen valores históricos del “crédito interno al sector privado otorgado por los bancos” como porcentaje del PIB según los datos publicados por el Banco Mundial. Se consideran los datos de los siguientes países: México, Brasil, Colombia, Panamá y Perú.

**Tabla 10. Crédito interno al sector privado otorgado por los bancos en algunos países de América Latina entre 2010 y 2018 expresado como porcentaje del PIB.**

<b>Año/País</b>	<b>Brasil</b>	<b>Colombia</b>	<b>México</b>	<b>Panamá</b>	<b>Perú</b>
<b>2010</b>	52.76	32.32	18.33	76.08	30.26
<b>2011</b>	58.08	34.93	19.41	74.82	32.31
<b>2012</b>	62.52	37.72	19.91	74.15	34.04
<b>2013</b>	64.23	39.46	22.20	59.67	37.72
<b>2014</b>	66.03	42.36	21.92	75.60	40.90
<b>2015</b>	66.83	46.89	23.86	77.85	43.87
<b>2016</b>	62.17	47.04	25.91	79.10	42.81
<b>2017</b>	59.50	49.79	26.88	79.45	42.41
<b>2018</b>	61.22	49.65	26.80	78.90	44.01

Fuente: Elaboración propia con datos del Banco de México e INEGI

La tabla anterior refleja la participación reducida del crédito al sector privado en la economía mexicana, con respecto a otros países latinoamericanos. En México el crédito bancario representó el 26.80% del PIB en 2018.

En cambio, en Colombia y Perú el crédito al sector privado superó el nivel de 44% del PIB. Por su parte, en Brasil y Panamá la participación del crédito en la economía es fue aún mayor: 61.22% y 78.90% respectivamente.

Luego de haber observado el comportamiento del crédito al consumo a nivel nacional, en función del PIB y consumo privado total, surgen dos cuestiones adicionales y particularmente interesantes para el objeto de esta tesis de investigación.

La primera de ellas es conocer si la mencionada escasez del crédito al consumo es una tendencia que se replica en todas las regiones del país o bien existen distintas condiciones de financiamiento según sea la entidad federativa que se considere. La segunda cuestión corresponde a la evolución del crédito al consumo privado en función de los diferentes rubros de gastos a los cuales resultan aplicables las oportunidades de financiamiento. Ambos asuntos serán analizados en las siguientes secciones.

### **Crédito al consumo por regiones**

En este apartado se estudia la información referida al comportamiento del crédito al consumo privado a nivel regional. Nuevamente se consideran los datos que surgen de la base de datos del Banco de México y que, en este caso, corresponden a las treinta y dos entidades federativas de la República de México.

**Tabla 11. Crédito al consumo por entidad federativa entre 2010 y 2018 expresado en miles de millones de pesos.**

Ent. Fed./Año	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Aguascalientes	32.44	33.93	34.06	35.35	34.73	38.68	41.83	46.28	65.41
Baja California	83.40	102.52	101.81	120.80	128.72	141.37	170.79	180.22	218.92
Baja California Sur	24.47	26.55	24.49	28.71	27.96	29.43	33.92	50.68	52.98
Campeche	9.67	16.17	23.26	27.56	33.77	31.71	33.03	33.16	36.97
Coahuila	159.50	197.06	215.38	215.27	219.43	234.09	223.23	240.85	250.06
Colima	8.14	11.24	16.81	20.75	19.38	24.60	23.78	28.27	38.77
Chiapas	21.15	23.54	21.31	33.81	39.04	41.27	44.52	51.77	52.52
Chihuahua	96.52	114.03	121.57	148.04	168.41	208.29	239.90	278.55	303.20
Ciudad de México	2,656.69	2,871.97	3,381.41	3,838.56	4,246.93	4,868.04	5,677.34	5,971.65	6,318.35
Durango	41.17	54.44	64.37	62.02	45.19	53.59	55.98	82.98	130.55
Guanajuato	123.50	136.20	146.46	151.36	161.57	207.07	242.67	264.56	298.21
Guerrero	14.90	19.28	21.20	21.25	19.88	19.91	23.56	26.85	32.00
Hidalgo	23.54	20.61	22.94	27.50	35.11	44.56	48.33	51.71	55.53
Jalisco	256.09	280.76	325.96	339.67	369.64	418.28	438.83	522.20	625.16
Estado de México	291.42	329.73	371.64	384.62	405.29	421.28	441.27	543.78	674.09
Michoacán	62.48	75.67	97.85	97.24	102.93	114.63	130.91	147.55	175.55
Morelos	20.66	26.46	32.71	37.85	42.20	44.50	45.33	47.72	50.44
Nayarit	17.37	28.15	30.35	33.15	32.90	25.95	26.05	25.94	28.78
Nuevo León	534.22	650.49	674.91	724.38	808.82	974.27	1,191.31	1,432.34	1,657.78
Oaxaca	19.04	12.05	13.42	17.47	17.53	28.59	29.73	33.81	38.58
Puebla	70.29	85.23	96.15	112.96	133.51	151.79	175.69	206.67	232.49
Querétaro	37.88	45.07	50.32	59.75	73.19	83.70	83.42	89.61	108.51
Quintana Roo	106.61	119.54	118.02	128.96	138.37	165.20	170.98	192.33	229.83
San Luis Potosí	50.45	62.75	74.36	75.09	77.59	78.97	83.63	93.79	107.48
Sinaloa	128.33	142.71	180.54	182.20	190.50	224.00	211.46	247.63	344.47
Sonora	96.97	109.55	123.86	136.71	148.49	166.89	180.15	209.94	224.17
Tabasco	30.70	37.90	56.34	64.02	38.02	41.42	42.56	46.78	48.39
Tamaulipas	98.65	109.57	133.70	135.37	134.92	150.59	156.63	155.80	158.96
Tlaxcala	4.17	4.37	6.17	11.12	12.09	13.07	9.04	11.22	12.00
Veracruz	92.66	119.52	153.27	180.96	190.43	190.81	180.95	201.45	252.15
Yucatán	38.97	43.43	47.00	51.63	50.91	62.59	64.51	83.97	100.72
Zacatecas	0.29	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

Fuente: Elaboración propia con datos del Banco de México e INEGI

Asimismo, los datos anteriores pueden agruparse en función de las regiones de México a la que pertenece cada estado:

- Centro Sur y Oriente: incluye los estados de Hidalgo, México, Morelos, Puebla, Tlaxcala y Veracruz.
- Ciudad de México
- Noreste: esta región comprende los estados de Coahuila, Nuevo León, San Luis Potosí y Tamaulipas.
- Noroeste: este grupo está integrado por los estados de Baja California, Baja California Sur, Chihuahua, Durango, Sinaloa y Sonora.
- Occidente y Bajío: abarca los estados de Aguascalientes, Colima, Guanajuato, Jalisco, Michoacán, Nayarit, Querétaro y Zacatecas.
- Sur: formado por los estados de Campeche, Chiapas, Guerrero, Oaxaca, Quintana Roo, Tabasco y Yucatán.

En los apartados anteriores, al evaluar la evolución del financiamiento al consumo a nivel nacional, se había encontrado que el aumento del consumo privado fue impulsado principalmente por el crédito bancario.

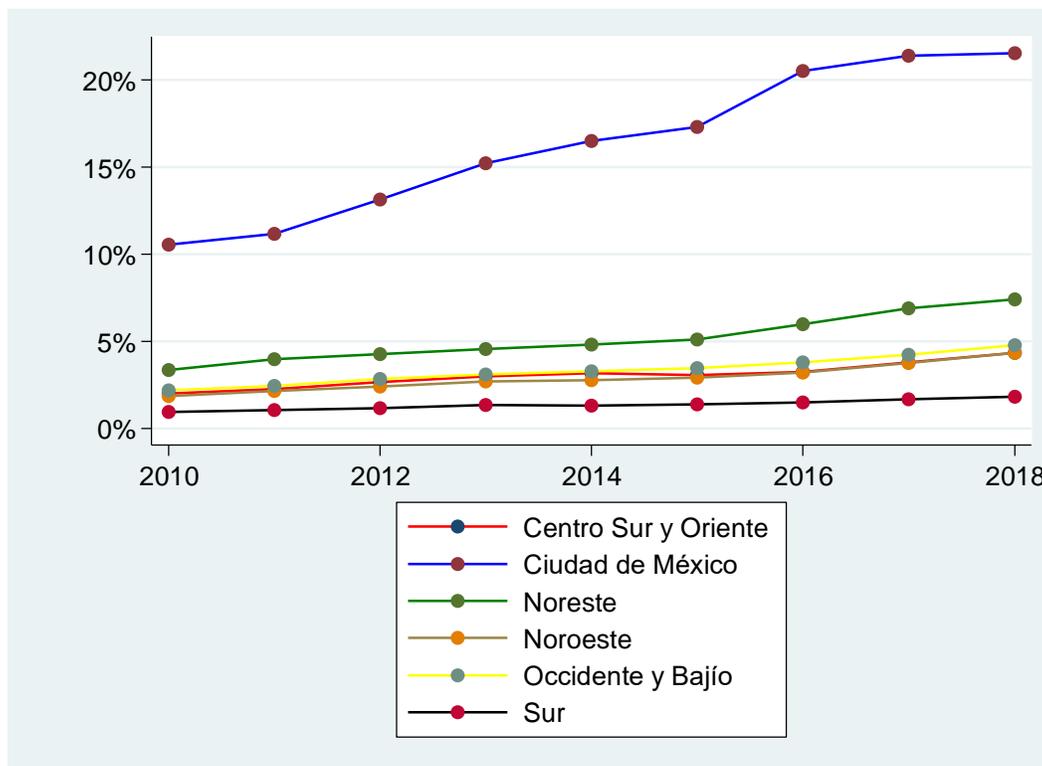
El objetivo de esta nueva sección es encontrar evidencia empírica sobre el dinamismo del crédito al consumo privado de las familias según las diferentes regiones de la república de México.

Es posible que no existan las mismas oportunidades de acceder a créditos o financiamientos en todo el país. Vale decir, existen algunas regiones en las cuales hay mejores condiciones para acceder al consumo a través del crédito y otras en las cuales las opciones financieras de consumo aún no han sido explotadas de forma apropiada.

A continuación, se evalúan tales premisas a partir de los datos provistos por el Banco de México en su sección denominada “financiamiento e información financiera de intermediarios financieros”.

Se presenta seguidamente un gráfico con la evolución del crédito al consumo de los hogares mexicanos en las distintas regiones de la República de México, en función de la participación de cada una de las regiones en el total del consumo privado. Es decir, se reflejan los valores medidos como porcentajes respecto al total de la variable macroeconómica.

**Gráfica 29. Comportamiento del crédito al consumo por regiones de la República de México como porcentaje de participación consumo privado del país durante el periodo 2010 - 2018.**



Fuente: Elaboración propia con datos del Banco de México e INEGI

Del análisis gráfico se desprende que la Ciudad de México es la región, por lejos, con mayor acceso al crédito al consumo privado familiar. Incluso el monto del crédito en esta región aumento casi un 140% entre los años 2010 y 2018.

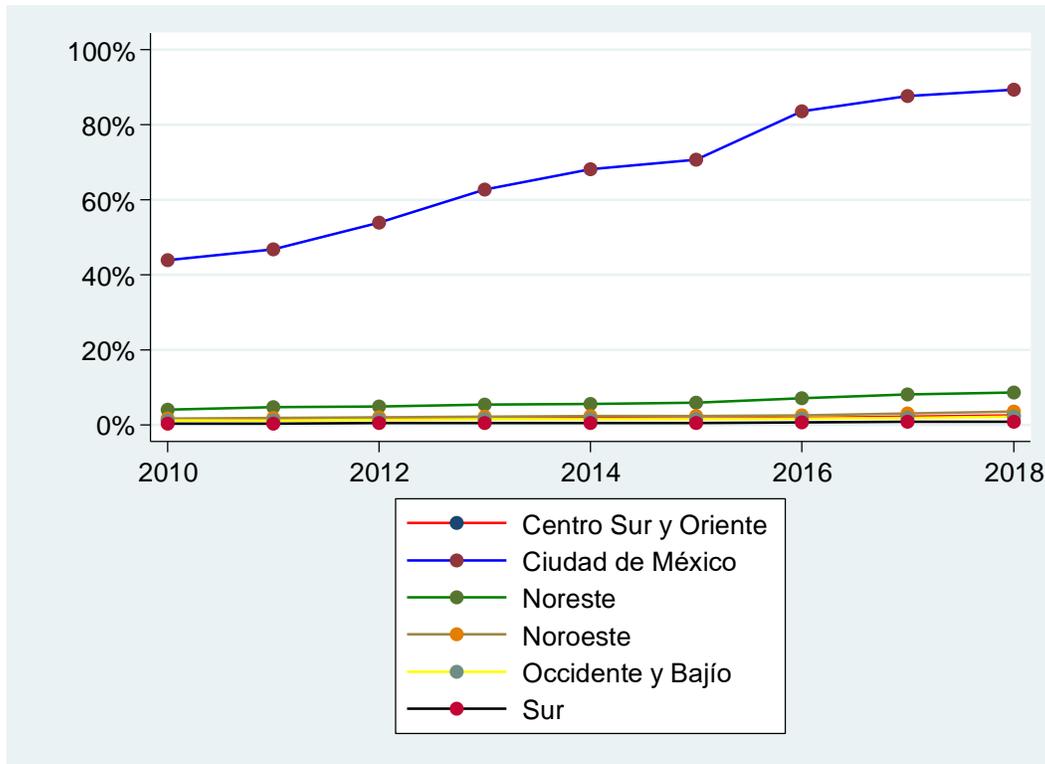
Las demás regiones también muestran una tendencia creciente a lo largo del periodo, aunque los valores del crédito al consumo son significativamente menores a los correspondientes a la Ciudad de México

La región más limitada en cuanto al acceso al crédito de consumo privado resulta ser la zona sur del país. El valor promedio del crédito en los estados integrantes de esta región es de 154 mil millones de pesos y sólo en el año 2018 logran superar los 225 mil millones. En términos relativos el consumo privado por medio del crédito sólo representa un 1.84% del total en esta zona.

A pesar del crecimiento del crédito al consumo privado de México que se mostró en el apartado anterior, existen rezagos en la mayoría de las regiones de la República que aún no han sido explotados en beneficio de la economía de las familias mexicanas que habitan esas localidades.

Estos primeros resultados son consistentes con la hipótesis de que no todo el país tiene la misma dinámica de consumo a través del financiamiento. Para reafirmar esta conclusión preliminar se presentan a continuación otro gráfico con los datos del crédito al consumo, pero ahora teniendo en cuenta la proporción en el PIB de cada región.

**Gráfica 30. Comportamiento del crédito al consumo por regiones de la República de México medido según su participación en el PIB para el periodo 2010 - 2018.**



Fuente: Elaboración propia con datos del Banco de México

El gráfico preliminar conduce a conclusiones similares a las anteriores. Existe una gran diferencia en el dinamismo del crédito al consumo entre las diferentes regiones mexicanas.

Los habitantes de la Ciudad de México claramente son las personas que gozan de mayores oportunidades de financiamiento privado. Allí el crédito al consumo privado representó un 68% del PIB durante los años 2010 y 2018.

Las diferencias entre la Ciudad de México con otras regiones son muy significativas. En ninguna de las demás entidades federativas la participación del crédito al consumo sobre el PIB supera los 7 puntos. Los porcentajes de participación promedio en cada una de las regiones son: Centro Sur y Oriente (1.79%), Noreste (6.06%), Noroeste (2.41%), Occidente y Bajío (1.56%) y Sur (0.57%).

Nuevamente puede observarse que las entidades federativas más restringidas en cuanto al acceso a las opciones de financiamiento para el consumo privado son aquellos que integran la región Sur

del país. Una persona que habita esta región apenas puede alcanzar un crédito anual de 18.700 pesos, es decir, menos del 4% del crédito anual al que pueden acceder las personas en la ciudad de México. Evidentemente existe un rezago significativo de la variable macroeconómica estudiada en los estados del sur de la república.

### **Crédito al consumo por rubro de gastos**

Para complementar el análisis de los apartados previos, se considera a continuación el comportamiento del crédito en función de los diferentes rubros de gastos en los cuales se utiliza el financiamiento para la adquisición de bienes o servicios.

Se parte de la hipótesis de que el avance del crédito permitió incrementar el consumo privado, pero es posible que las familias mexicanas utilicen las opciones de crédito con distinta regularidad en función del rubro de que se trate. Es decir, podrían existir diferencias significativas en el destino del crédito.

Para explicar la evolución del crédito al consumo según los distintos rubros de gastos de los hogares mexicanos, se utiliza la base de datos que surge de las ENIGH que realiza el gobierno de México en forma periódica y cuya modalidad fue desarrollada en el capítulo II del presente trabajo de investigación.

Las mencionadas encuestas presentan una sección específica con los datos correspondientes a los “gastos realizados por los hogares y que fueron cubiertos mediante alguna tarjeta de crédito bancaria y/o comercial”.

La siguiente tabla muestra los gastos efectuados por los hogares mexicanos mediante una tarjeta de crédito según las encuestas realizadas entre los años 2008 y 2018. Los datos se presentan como porcentajes del consumo privado.

**Tabla 12. Gastos de los hogares realizados mediante tarjeta de crédito según ENIGH entre 2008 y 2018 en proporción del consumo privado.**

<b>Gasto/Encuesta</b>	<b>2008</b>	<b>2010</b>	<b>2012</b>	<b>2014</b>	<b>2016</b>	<b>2018</b>
<b>Alimentos, Bebidas y Tabaco</b>	2.54%	1.22%	0.31%	0.82%	2.53%	2.56%
<b>Limpieza y Cuidados de la casa</b>	0.48%	0.20%	0.08%	0.16%	0.43%	0.41%
<b>Cuidado Personal</b>	0.84%	0.43%	0.11%	0.25%	0.71%	0.76%
<b>Educación, Cultura y Recreación</b>	1.40%	0.68%	0.29%	0.84%	1.64%	2.10%
<b>Comunicación y servicios para vehículos</b>	0.54%	0.17%	0.09%	0.29%	1.28%	1.77%
<b>Servicios de Vivienda</b>	0.15%	0.02%	0.01%	0.01%	0.05%	0.04%
<b>Último recibo pagado</b>	0.00%	0.57%	0.05%	0.23%	0.55%	0.57%
<b>Calzado y Vestimenta</b>	5.15%	3.37%	1.10%	2.06%	6.10%	5.99%
<b>Cristalería, Blancos y Utensilios Domésticos</b>	0.69%	0.06%	0.14%	0.29%	0.90%	0.96%
<b>Servicios de la Salud</b>	1.62%	0.71%	0.40%	0.38%	2.04%	2.13%
<b>Mantenimiento de la Vivienda</b>	4.25%	2.17%	0.70%	1.98%	6.15%	5.84%
<b>Artículos de Esparcimiento</b>	3.50%	0.44%	0.69%	1.26%	3.75%	3.25%
<b>Servicios o Artículos de Transporte</b>	5.11%	2.55%	0.98%	2.82%	9.13%	10.00%
<b>Gastos Diversos</b>	3.95%	1.68%	0.47%	1.24%	3.94%	4.34%
<b>Erogaciones Financieras y de Capital</b>	3.30%	0.38%	0.30%	0.63%	1.47%	2.67%

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI

De la tabla anterior surge que los principales rubros de gastos en los que las familias mexicanas deciden utilizar el financiamiento son los vinculados al transporte, la vestimenta y calzado y el

mantenimiento de la vivienda. Entre estos tres rubros representan un poco más del 20% del consumo privado de los hogares. Además, la utilización del crédito sobre estos rubros se ha incrementado 36.30 y 25% entre los años 2008 y 2018, siendo estos los principales propulsores del crecimiento del consumo familiar.

Cómo ya se había explicado anteriormente, los gastos que corresponden a estos rubros generalmente incluyen precios demasiado altos para ser abonados de contado lo cual torna recurrente el uso del financiamiento por parte de las familias. Es decir, constituyen una alternativa para acceder a los bienes y servicios en el corto plazo.

El rubro de alimentos, bebidas y tabaco no se encuentra entre los primeros gastos que se abonan mediante tarjetas de crédito, pero su influencia tampoco es despreciable. El promedio de gastos de este rubro es de 1.66% sobre el consumo privado.

A pesar de la importancia del crédito para impulsar el crecimiento del consumo privado de México, nuevamente resulta evidente que utilización de la capacidad de crédito aún se encuentra en niveles bajos. El sector financiero debe mejorar el sistema de créditos para ampliar su mercado y seguir estimulando el consumo privado.

## **Impacto de la Pandemia sobre el consumo privado**

De acuerdo con investigaciones del periódico South China Morning el 17 de noviembre de 2019 se produjo el primer contagio conocido del coronavirus SARS-CoV-2, adquirido en un mercado de animales vivos de la ciudad de Wuhan, China. Este nuevo coronavirus, más conocido como COVID-19, se expandió rápidamente a nivel planetario.

La magnitud de la expansión global fue tal que el 11 de marzo de 2020 la Organización Mundial de la Salud calificó al brote como una pandemia.

En respuesta a la propagación del virus y tomando ejemplos de otras naciones del mundo, el 23 de marzo de 2020 el Gobierno de México promovió una política de confinamiento preventivo que se exteriorizó en la declaración de la “Jornada Nacional de Sana Distancia (JNSD)”.

La JNSD incluyó el cierre de negocios y la suspensión de actividades no esenciales, en vistas a disminuir la propagación del nuevo virus y asegurar la no saturación del sistema de salud.

Cómo consecuencia de estas medidas de aislamiento social, muchos sectores económicos vieron afectados sus niveles habituales de actividad. Entre las actividades declaradas no esenciales, y que han sufrido las restricciones de circulación, se destacan la gastronomía, el turismo, el esparcimiento y el transporte.

A su vez la caída de la actividad en diversos sectores afectó los principales indicadores macroeconómicos de la República Mexicana: la producción nacional, los ingresos de la población, el consumo privado y el empleo, entre otros.

Dávila y Valdés (2020) estimaron caídas anuales porcentuales del -7, -6.5 y -6.4 por ciento en el PIB, el ingreso disponible y el consumo privado respectivamente y con respecto a los valores registrados en 2019. Las disminuciones son más pronunciadas en términos per cápita. Con respecto al empleo, los autores contemplaron la pérdida de más de 3 millones de puestos de trabajo entre los sectores formales e informales.

En el caso particular del consumo privado, Esquivel (2020) explica que los efectos se producen mediante dos vías: oferta y demanda.

Por un lado, el cierre de comercios no esenciales provoca que existan productos o servicios que no se ofrecen o la oferta es menor para cumplir con los protocolos sanitarios. Tal es el caso de la gastronomía, los eventos culturales y sociales y las actividades de entretenimiento y turismo.

Por otra parte, los menores niveles de actividad económica implican también caídas en los ingresos y salarios reales más bajos. Consecuentemente el consumo de muchos bienes se reduce por la menor capacidad adquisitiva de los hogares mexicanos.

Bajo este contexto de menores ingresos y salarios, el crédito y las opciones financieras podrían surgir cómo una potencial solución para impulsar la demanda y el consumo privado.

Sin embargo, los datos también reflejan una contracción de la variable del crédito. Esquivel (2020) muestra una caída promedio mensual superior al 16% en los gastos totales con tarjetas de débito y crédito en México, entre los meses de marzo y julio de 2020. Los primeros meses de aislamiento fueron los más sensibles: en abril y mayo se registraron disminuciones del 23 y 16% respectivamente; mientras que en los meses siguientes el consumo pudo recuperarse levemente.

Por su parte, las políticas fiscales de reducción de impuestos y el incremento de subsidios para los sectores sociales más vulnerables, tampoco lograron morigerar la caída del consumo privado en 2020.

## **Proyecciones**

Para completar el análisis del crédito al consumo privado de los hogares mexicanos, en este apartado se presentan algunas proyecciones sobre las variables de interés: el consumo privado y el crédito al consumo.

Se realizaron los pronósticos en base a la información histórica estudiada a lo largo del presente trabajo, las expectativas sobre el comportamiento de las variables según el actual contexto económico y las previsiones realizadas por el CEMPE. Además, se consideraron los efectos de la Pandemia COVID-19 durante el año 2020, expuestos en el apartado anterior.

El actual contexto mundial obliga a suponer distintos escenarios referidos a la evolución del consumo privado y el crédito en el corto y mediano plazo.

Por una parte, la expansión del virus en diferentes regiones y sus posibles mutaciones pueden afectar negativamente las proyecciones sobre las variables. Las nuevas cepas originarias de países latinos como Brasil podrían reducir las expectativas actuales de consumo, principalmente en áreas claves como el turismo o la gastronomía.

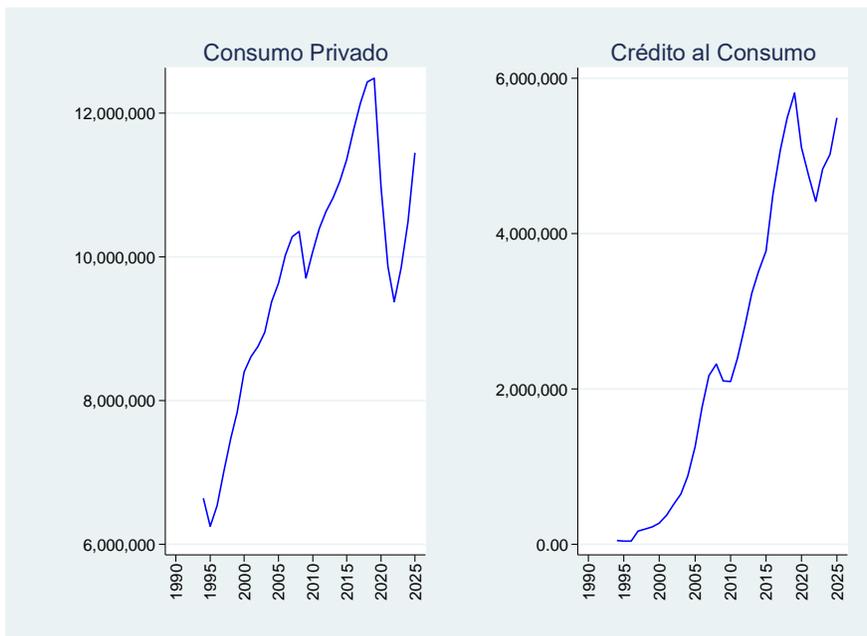
Asimismo, la producción de vacunas y su provisión para los países latinoamericanos también implica efectos sobre el consumo. Según el gobierno de México hasta principios de mayo 2020 se habían vacunado más 9.4 millones de personas lo cual representa 7.4% de la población.

Sin embargo, la continuidad de la campaña de vacunación y el éxito de esta depende de otros varios factores que en su mayoría presentan un alto grado de incertidumbre tales como la capacidad productiva de las empresas.

A partir de los supuestos anteriores, se proponen dos escenarios para proyectar la evolución del consumo y el crédito.

El siguiente gráfico presenta la proyección del consumo privado de las familias mexicanas y el comportamiento del crédito al consumo para los próximos años suponiendo un escenario “optimista” que implica una recuperación de la economía a partir del año 2023 y un crecimiento de las variables entre ese año y 2025.

**Gráfica 31. Proyecciones del consumo privado y el crédito al consumo (en millones de pesos) para el periodo 1990 – 2025 (Escenario 1).**



Fuente: Elaboración propia con datos INEGI y el Banco de México

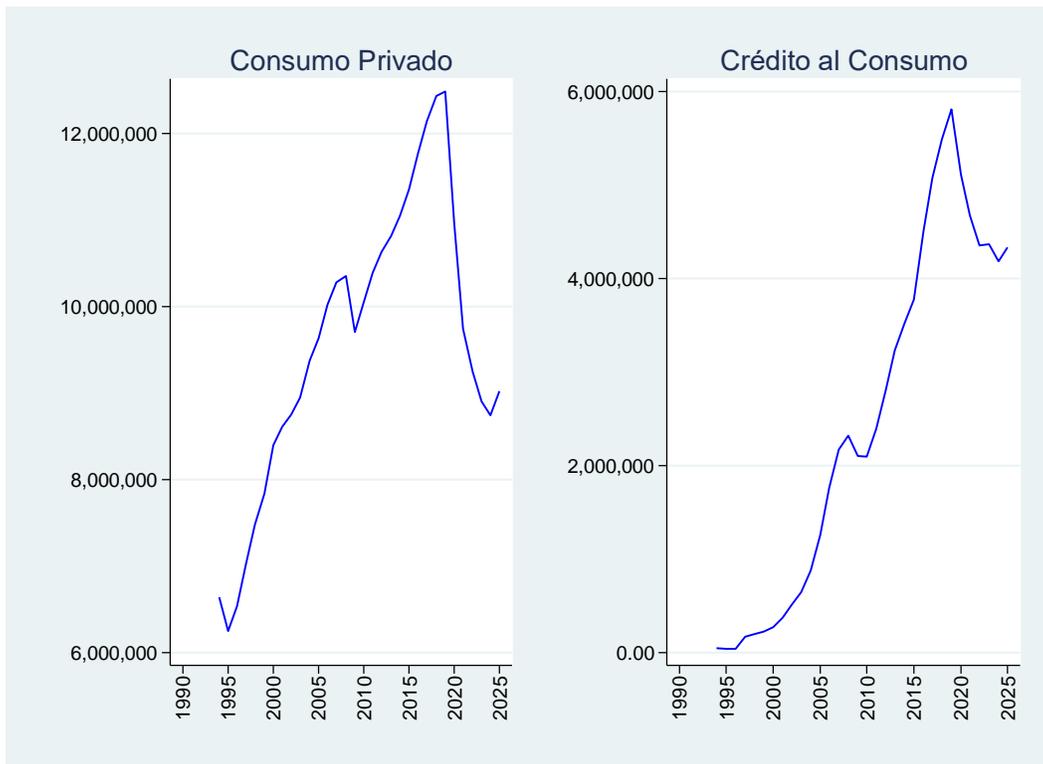
Puede observarse una caída significativa en el corto plazo con respecto a los números registrados hasta el año 2019. Estas caídas evidentemente están vinculadas con la pandemia COVID – 19 y

las medidas de restricción tomadas por el gobierno nacional para reducir los efectos sanitarios negativos de la propagación del virus.

En el caso del consumo privado la caída se estima que será más pronunciada con respecto a la variable del crédito. Esto se debe a que, si bien el consumo privado descenderá por la menor actividad comercial, las mismas medidas de aislamiento promoverán un mayor uso de las tarjetas por parte de los consumidores. Es decir, debido a la disminución de los ingresos y la imposibilidad de realizar transacciones con dinero en efectivo las familias utilizarán los medios de pagos electrónicos con mayor frecuencia.

Por otro lado, se supone un escenario más “pesimista” donde la caída del consumo privado comprende el periodo 2020 – 2024 y recién se observa una leve mejora en el año 2025. En este caso se estima una campaña de vacunación más lenta, eventuales rebrotes del virus y un mayor efecto de la actividad turística y de esparcimiento sobre el consumo teniendo en cuenta que estos servicios serán los últimos en recuperar niveles similares a los registrados antes de la Pandemia. A continuación, el gráfico correspondiente:

**Gráfica 32. Proyecciones del consumo privado y el crédito al consumo (en millones de pesos) para el periodo 1990 – 2025 (Escenario 2).**



Fuente: Elaboración propia con datos INEGI y el Banco de México

# V.- Conclusiones y Recomendaciones

El presente trabajo de investigación se ha enfocado en el estudio del crédito bancario como un factor determinante sobre el avance del consumo de masas en México durante el periodo de tiempo 1990 – 2018.

En el primer capítulo se ha realizado una revisión exhaustiva de las principales teorías económicas que definen el concepto del consumo privado como una variable macroeconómica fundamental para una economía. Asimismo, se han revelado comentarios y explicaciones sobre el tema de investigación, provistas por autores de reconocida trayectoria en la materia. Finalmente, se ha caracterizado el concepto del consumo de masas y su vinculación con los factores determinantes, en particular con el crédito.

En los capítulos siguientes se ha desarrollado un análisis cuantitativo sobre el consumo privado de México considerando distintos enfoques. A lo largo de todo el estudio estadístico, presentado en los capítulos II III y IV se ha puesto de manifiesto la preponderancia que tiene el financiamiento bancario en el crecimiento de los indicadores de consumo privado de los hogares mexicanos.

A partir del desarrollo teórico y empírico de los capítulos previos y en respuesta a la principal hipótesis de investigación planteada en la parte introductoria de esta tesis de grado, se presentan las siguientes conclusiones:

- El crédito o financiamiento bancario resultó fundamental para el avance del consumo de masas. El enorme crecimiento de la variable del crédito ha permitido que los hogares mexicanos puedan incrementar sus posibilidades de consumo.
- En términos absolutos el crédito al consumo se incrementó un 90% entre los años 2010 y 2018. Además, el crédito al consumo, medido en términos del PIB, aumentó un 100% durante el mismo periodo. En el año 2010 el crédito al consumo representaba un poco menos del 15% del PIB; luego su influencia se incrementó y alcanzó un nivel de 30% en el año 2010.
- En el año 2010 el consumo a través del crédito representaba casi un 21% del consumo privado; luego de cinco años había subido al 32% y a finales del año 2018 registró una participación del 44% sobre el consumo privado. El crecimiento total del periodo fue superior al 110% medido en términos del consumo privado.
- En sintonía con las conclusiones anteriores, el papel del crédito se ha vuelto trascendental para el crecimiento económico del país. Los datos recolectados muestran que el consumo representa aproximadamente el 80% del PIB mexicano; en consecuencia, las amplias posibilidades que ofrece el financiamiento bancario para elevar el consumo privado de las

familias se convierten en una causa directa de desarrollo productivo y crecimiento económico.

- De acuerdo con el análisis del capítulo III, el ingreso de la población mexicana, que incluye las remuneraciones y salarios que reciben los integrantes de los hogares, no constituye un factor tan relevante como el crédito para el crecimiento del consumo de masas en el país. En tal sentido los datos de las ENIGH muestran que entre los años 2016 y 2018 el consumo privado creció 18%, pero el ingreso sólo aumentó un 1% en el mismo periodo.
- Si bien las elasticidades ingreso de los bienes y servicios adquiridos por las familias mexicanas son positivas, el aumento de las remuneraciones de los asalariados durante el periodo bajo estudio no es suficiente para explicar el mayor crecimiento de los índices de consumo en esos años. Los valores obtenidos a partir de los datos de las ENIGH indican una relación poco significativa entre las remuneraciones y el consumo privado.
- El estudio cuantitativo expuesto en el cuarto capítulo expone evidencias sobre el cumplimiento de la hipótesis según la cual el dinamismo del consumo privado no es el mismo en todo el país. Por el contrario, existen diferencias significativas con respecto al acceso al crédito al consumo en las regiones del sur del país que incluyen a Campeche, Chiapas, Guerrero, Oaxaca, Quintana Roo, Tabasco y Yucatán.
- La Ciudad de México es la entidad federativa con mayor acceso a opciones de crédito para consumo privado. El crédito en esta región creció aproximadamente un 140% entre los años 2010 y 2018. Allí el crédito al consumo superó el 20% del consumo privado total de las familias mexicanas a partir del año 2016 y promedio un 16.37% en el periodo. Además, el crédito al consumo privado representó un 68% del PIB durante los años 2010 y 2018.
- En el resto de las regiones de la República mexicana la participación del crédito en el consumo privado es significativamente menor. Sólo la región noreste, en el año 2018, logra superar la barrera de los 900 mil millones de pesos en crédito al consumo lo cual sólo representa sólo un 7% del consumo privado. El promedio de las regiones, excluyendo a la Ciudad de México, a lo largo del periodo es de 3.16% con respecto al consumo privado. Además, en estas entidades federativas la participación del crédito al consumo sobre el PIB no supera los 7 puntos en el periodo 2010-2018. Los porcentajes de participación promedio en cada una de las regiones son: Centro Sur y Oriente (1.79%), Noreste (6.06%), Noroeste (2.41%), Occidente y Bajío (1.56%) y Sur (0.57%).
- Los datos revelan que las entidades federativas más restringidas en cuanto al acceso a las opciones de financiamiento para el consumo privado son aquellas que integran la región Sur del país. Evidentemente existe un rezago significativo de la variable macroeconómica estudiada en esta zona de la república. El valor promedio del crédito es de 154 mil millones de pesos y sólo en el año 2018 logran superar los 225 mil millones de pesos. En términos

relativos el consumo privado por medio del crédito sólo representa un 1.84% del total en el sur del país.

- Del análisis de los gastos de los hogares a través de una tarjeta de crédito se desprende que los principales rubros de gastos en los cuales el financiamiento tiene mayor participación son los vinculados al transporte, la vestimenta y calzado y el mantenimiento de la vivienda. Sólo el gasto en estos tres rubros representa un poco más del 20% del consumo privado de los hogares mexicanos.
- Existen otros factores, además de los ingresos de la población, que afectan al crecimiento del consumo privado de los hogares mexicanos a pesar de no ser tan influyentes como el crédito o el financiamiento bancario. En el tercer capítulo se han desarrollado algunos de ellos: política fiscal, economía psicológica, variaciones del capital y cambios en la tecnología. Sin embargo, se ha encontrado que todos ellos dependen fuertemente de la existencia de opciones de crédito o financiamiento para producir efectos reales sobre el consumo privado.
- Los instrumentos de política fiscal, que incluyen aplicación de impuestos y cambios en el nivel de gasto público, afectan el consumo privado de los hogares mexicanos; sin embargo, los datos presentados en el capítulo III demuestran que existen otros factores que atemperan tales efectos. Uno de esos factores sin dudas está relacionado con el objeto de esta investigación. A partir del surgimiento del crédito y el financiamiento bancario se puede pensar que las restricciones de la política fiscal sobre el consumo privado tendrán menores efectos, debido a las posibilidades que brindan estos instrumentos a las personas para diferir el pago o distribuirlo en cuotas pagaderas en un periodo más o menos extenso.
- El consumo privado de los hogares en bienes de capital está íntimamente vinculado con el poder adquisitivo de las familias mexicanas. Si bien esta clase de bienes está expuesta a una pérdida de valor por el paso del tiempo, que se conoce como depreciación o amortización, en general su adquisición y conservación en periodos de mediano plazo resulta una buena forma de conservar poder adquisitivo, principalmente en contextos inflacionarios como los que sufren históricamente los países de América Latina. Además, estos gastos en bienes de capital, por parte de los hogares, comúnmente se realizan a través del uso de tarjetas de crédito o financiamiento bancario debido a los precios elevados.
- Los cambios tecnológicos, por su parte, resultan fundamentales para el avance del consumo de masas. El consumo de masas se ha transformado radicalmente desde sus inicios a principios del siglo XX cuando el capitalismo impulsó la producción a gran escala de coches a partir del movimiento fordista. Los avances tecnológicos, las necesidades sociales y las políticas económicas generaron grandes cambios en la concepción del consumo de masas. En la actualidad se destaca el avance de las operaciones de comercio electrónico y su proyección futura que, indudablemente, repercute sobre los niveles del consumo de masas. Estas nuevas modalidades de comercio, además, promueven fuertemente el uso de

tarjetas de crédito o bancarias por parte de las familias mexicanas para acceder a los bienes y servicios que ofrecen las distintas plataformas en línea.

- El actual contexto de pandemia, generado por la aparición del nuevo coronavirus COVID-19, reforzó el uso del comercio electrónico en reemplazo de las formas tradicionales de comercio. Las medidas de aislamiento tomadas por el gobierno para “reducir” los impactos de la pandemia han obligado a muchos sectores productivos y comerciales a adecuar sus operaciones al nuevo sistema virtual para comercializar sus bienes y servicios. Bajo esta nueva coyuntura el uso del crédito y el financiamiento bancaria resulta fundamental para que los hogares mexicanos puedan acceder a los bienes y servicios ofrecidos en la red de internet.

Teniendo en cuenta las principales conclusiones expuestas en los párrafos previos y los correspondientes análisis desarrollados en los capítulos, surgen las siguientes recomendaciones de política económica. Se espera que las mismas puedan ser de gran utilidad para la toma de decisiones que busquen el desarrollo y el crecimiento económico del país como principal objetivo y también sirvan como base para futuras investigaciones científicas sobre el tema en cuestión.

- Resulta imprescindible que el gobierno mexicano desarrolle una política económica clara que incentive el consumo privado de los hogares mexicanos, dada la importancia que tiene esta variable macroeconómica en el crecimiento económico de la república y específicamente sobre su Producto Interno Bruto.
- Tales políticas públicas no deben estar orientadas necesariamente a asegurar mayores ingresos o remuneraciones de los asalariados. Por el contrario, las nuevas estrategias del gobierno mexicano deben promover el uso del crédito y el financiamiento bancario, estableciendo las condiciones de seguridad y comodidad adecuadas para que las familias mexicanas puedan volcarse de manera definitiva a la utilización de estos instrumentos financieros como medios de pago de sus compras habituales.
- Asimismo, es recomendable que los comercios de todos los sectores productivos y comerciales adecúen la comercialización de sus productos a las nuevas modalidades virtuales de comercio. Muchos de ellos han dado un paso importante en este sentido como respuesta a la pandemia COVID-19 y las medidas de aislamiento obligatorio dispuestas por el gobierno. Sin embargo, se sugiere seguir innovando sus estrategias de comercialización para adecuarse a las innovaciones y avances continuos en el área de la tecnología y la comunicación.
- En función de los resultados del estudio cuantitativo, expuestos en el cuarto capítulo de la presente tesis de grado, se recomienda la implementación de políticas publicas que promuevan el uso del crédito en las distintas entidades federativas que integran la república, principalmente en la región del sur. Las diferencias en el dinamismo del consumo entre las distintas regiones del país sugieren que resulta necesario que el gobierno y el sector privado

mejoren las condiciones del uso crédito y el financiamiento bancario de tal forma que las familias mexicanas puedan acceder con mayores facilidades a estos instrumentos financieros independientemente de la región o entidad federativa a la que correspondan. Tales políticas, a su vez, generarán beneficios para todos los agentes económicos involucrados. Las familias podrán ampliar sus posibilidades de consumo, las compañías de crédito y los bancos podrán mejorar sus expandir sus operatorias e incrementar sus ganancias y, finalmente, el Estado podrá impulsar el consumo privado que, como ya se mencionó en reiteradas ocasiones, es uno de los principales impulsores del crecimiento económico en México.

# Referencias Bibliográficas

- Banco de México. Sistema de Información Económica. (2020). Obtenido de [banxico.org.mx: https://www.banxico.org.mx/SieInternet/consultarDirectorioInternetAction.do?sector=19&accion=consultarCuadro&idCuadro=CF246&locale=es](https://www.banxico.org.mx/SieInternet/consultarDirectorioInternetAction.do?sector=19&accion=consultarCuadro&idCuadro=CF246&locale=es)
- Attanasio, O. y Székely, M. (2001). Wage Shocks and Consumption Variability in Mexico during the 1990s. *Research department Banco Interamericano de Desarrollo (BID)*. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0304387803001275>
- ANGULO ARGOMEDO, M. Y. (2016). UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO. Obtenido de UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO: <https://repositorio.uct.edu.pe/bitstream/123456789/264/3/Incidenciadelatasadeinteresdelareservafederaldelosestadosunidosenelvalordelasaccionesdelabolsadevaloresdelima20072015.pdf>
- Bacchetta, P., & Gerlach, S. (Octubre de 1997). Consumption and Credit Constraints : International Evidence. *Journal of Monetary Economics, Volume 40, Issue 2*, 207-238.
- Camacho Acevo, F. (Mayo-Agosto de 2003). Evolución del consumo en México. *Revista de la Facultad de Economía - BUAP, VIII(023)*, 75-88.
- Castillo, R. (2003). Restricciones de liquidez, canal de crédito y consumo en México. *Economía Mexicana. Nueva Época, XII(1)*, 65-101. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/323/32312103.pdf>
- Clavellina Miller, J. (Enero-Febrero de 2013). Crédito bancario y crecimiento económico en México. *Economía Informa(378)*, 14-36. doi:[https://doi.org/10.1016/S0185-0849\(13\)71306-9](https://doi.org/10.1016/S0185-0849(13)71306-9)
- Copelman, M. (1 de October de 1996). *federalreserve.gov*. Obtenido de [federalreserve.gov: https://www.federalreserve.gov/Pubs/lfdp/1996/569/ifdp569.pdf](https://www.federalreserve.gov/Pubs/lfdp/1996/569/ifdp569.pdf)
- de la Cruz Gallegos, J., & Alcántara Lizárraga, J. (Julio de 2011). Economic growth and bank credit: a causality analysis for Mexico. *Revista de Economía, XXVIII(77)*, 13-38.
- Friedman, M. (1973). *Una teoría de la función de consumo*. Madrid: Alianza.
- Fuhrer, J. (Junio de 2000). Habit Formation in Consumption and Its Implications for Monetary-Policy Models. *American Economic Review*, 367-390.
- Fulford, S. (2018). Credit Cards and Consumption.
- Fulford, S., & Schuh, S. (2017). *Credit card utilization and consumption over the life cycle and business cycle*. Boston: Federal Reserve Bank of Boston. Obtenido de <https://ideas.repec.org/p/fip/fedbwp/17-14.html>
- Fulford, S., & Schuh, S. (2018). *Credit Cards and Consumption*. Utah: Utah State University.

- Gobierno de México. (15 de Septiembre de 2020). *conasami.gob.mx*. Obtenido de *conasami.gob.mx*: [http://www.conasami.gob.mx/m/quienes\\_somos.html](http://www.conasami.gob.mx/m/quienes_somos.html)
- INEGI. (26 de Agosto de 2020). *inegi.org*. Obtenido de *inegi.org*: <https://www.inegi.org.mx/temas/ofyd/>
- INEGI. (25 de Agosto de 2020). *inegi.org*. Obtenido de *inegi.org*: <https://www.inegi.org.mx/datos/?ps=Programas>
- INEGI. (30 de Agosto de 2020). *inegi.org.mx*. Obtenido de *inegi.org.mx*: [https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/enigh/nc/2018/doc/enigh2018\\_ns\\_notatcnica.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/enigh/nc/2018/doc/enigh2018_ns_notatcnica.pdf)
- Jiménez. (Agosto de 2014). Análisis de la conducta del consumidos mexicano. *Ciencia Económica*. *Ciencia Económica*, pág. 25.
- Jímenez. (Agosto de 2015). Las Fortalezas y Debilidades de la canasta básica en México . *El punto Sobre la i* , pág. 24.
- Katona, G. (1964). *The mass consumption society*. New York: McGraw-Hill.
- Keynes, J. (1936). *Teoría general de la ocupación, el interés y el dinero*. Cambridge: Palgrave Macmillan.
- Levy Orlik, N. (Julio-Agosto de 2014). La política monetaria y el crecimiento económico:la tasa de interés de referencia del Banco de México. *Economía Informa*(387), 21-42.  
doi:[https://doi.org/10.1016/S0185-0849\(14\)70435-9](https://doi.org/10.1016/S0185-0849(14)70435-9)
- Ludvigson, S. (1999). Consumption and credit: a model of time-varying liquidity constraints. *The Review of Economics and Statistics*, 434-447.
- Matsuyama, K. (February de 2002). The Rise of Mass Consumption Societies. *Journal of Political Economy*(110 (5)), 1035-1070. doi:10.1086/341873
- Matsuyama, K. (2002). *The Rise of Mass Consumption Societies*.
- Modigliani, F. (1963). *The "Life Cycle" Hypothesis of Saving: Aggregate Implications and Tests*. The American Economic Review.
- Modigliani, F. (1986). Life Cycle, Individual Thrift, and the Wealth of Nations. *Science*. Vol. 234, Issue 4777, 704-712.
- Morales Gutiérrez, F., García Muñoz, G., & Ángeles Uribe, E. (2013). Sistema financiero y actividad económica en México: negocio y divergencia del sector bancario. *Análisis Económico*, XXVIII(67), 171-198. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/413/41329570010.pdf>
- Pecorari, N. (Abril de 2017). Booms de consumo e inversión: el rol del crédito a las firmas y de los hábitos en el consumo. *Revista de Análisis Económico*, Vol. 32, N° 1, 95-144.
- Pecorari, N. (1 de Abril de 2017). *scielo.conicyt*. Obtenido de *scielo.conicyt*: [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-88702017000100095&script=sci\\_arttext&tlng=n](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-88702017000100095&script=sci_arttext&tlng=n)
- Samaniego, N. (1986). *Los efectos de la crisis de 1982-1986 en las condiciones de vida de la población en México*. Lima: CEPAL. Comisión para América Latina y el Caribe.

Sánchez Juárez, I. (1 de Mayo de 2019). *scielo.org*. Obtenido de scielo.org:  
[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1665-952X2019000200093](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-952X2019000200093)

Scott L. Fulford, & Scott Schuh. (2018). *Credit Card Utilization and Consumption over the*.

Stiglitz, J., & Walsh, C. (2003). *Microeconomía*. Barcelona: Ariel.